



Universidad Autónoma del Estado
de México.



Facultad de Economía

“Proyecto de exportación de vino tinto de Ensenada,
Baja California a Reino Unido”

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en negocios Internacionales Bilingüe

Presenta:

Jennifer Morales Carmona

Asesor:

Dr. en A.D.E. Héctor Ruiz Ramírez

Revisores:

Dra. en Adm. D. E. Delia Esperanza García Vences

Mtro. en E. Félix Alcántara Cruz

Dedicatorias

A Dios

No se cómo lo llamen ustedes, pero definitivamente a mí me gusta saber que hay un ser supremo, creador de todo, que me cuida, al que puedo agradecerle y encomendarme en los buenos y sobre todo en los malos días, alguien en quien creer, a mí me gusta llamarlo Dios.

Por el día a día, por el milagro de la vida y la fuerza de voluntad.

Cuando decidí empezar este proceso sabía que debía ser algo que me apasionara, que de fondo hubiera un motivo lo suficientemente arraigado e impregnado, que fuera capaz y que me ayudara a resistir en los momentos de adversidad.

Y hoy puedo confirmar que fue la decisión correcta no me queda más que agradecerle a él por estar conmigo todo el tiempo y poner a mi paso grandes pilares o ángeles que me impulsaron en todo momento.

Gracias por haberme dado el privilegio de formar parte de esta hermosa familia que tengo y poder compartir este instante que se llama vida.

A mis padres

Mi agradecimiento total y eterno por su esfuerzo, dedicación, trabajo, exigencia, por los valores inculcados, haberme enseñado que no está permitido rendirse y que no se vale ganar si no tuviste que luchar por ello.

Hoy en día agradezco y entiendo la importancia que tenía para ustedes que en nuestra formación estuviera siempre presente la disciplina de un deporte, fueron años de nadar horas y horas, todos los días, levantarnos a las 4 de la mañana, sacrificando fiestas, amigos o noviecitos. Esos años me enseñaron que la medalla no llega por accidente, el musculo se tiene que desagarrar para poder crecer, que hace falta más que ganas y talento para llegar a la meta.

Que la suerte no existe y que el éxito llega después de horas y horas de práctica y preparación.

Gracias por haberme dado la oportunidad de prepararme y adquirir las herramientas para defenderme en este mundo que cada día es más complicado.

Por enseñarme lo grande que es el mundo, que los viajes ilustran, que abren tus horizontes y tu mente y es que es adictivo una vez que lo haces deseas llegar al lugar más recóndito del planeta. Por no cortar mis alas sino todo lo contrario hacerlas más grandes y fuertes a pesar de que pudiera doler, porque por difícil que parezca esa distancia física nos acercaba más.

Pero sobre todo por su paciencia por entender que no era tan rápido, animarme y no permitirme desistir en ningún momento, por su confianza, por creer en mi incluso más que yo, por sus consejos aunque a veces no los ponga en práctica, ahora lo entiendo todo tenían tanta razón y me gustaría haberles hecho caso a tiempo pero a veces uno sabe que se va estrellar y acelera más.

Pero sin todos sin esos golpes y tropiezos no seríamos las personas que somos hoy, pero sobre todo muchas gracias por su amor, por compartir mis alegrías y sobre todo por abrazarme en los días complicados, su abrazo que siempre resulta reconfortable.

Nunca voy a terminar de agradecerles todo y definitivamente las 300 hojas que forman este proyecto que es para ustedes no serían suficientes, más sin embargo quiero que sepan que son mi inspiración, mi ejemplo a seguir y las personas a las que más admiro.

A mis hermanos

En qué momento crecieron tanto y se hicieron más grandes y fuertes que yo, gracias por su alegría, sus bromas, su complicidad. Ni siquiera puedo imaginar que sería la vida sin ustedes, sin duda alguna le dieron ese toque divertido a este proceso al decirme que todos se casaban y yo no podía acabar la tesis y así podría mencionar mil cosas más y la hojas no serían suficientes.

Pero lo más importante que deben saber es que son lo máximo, que son mis grandes amores, que aprendo tanto de ustedes son fuertes, inteligentes y grandes seres humanos.

Si pudiera pedir un deseo sería detener el tiempo y no seguir creciendo, quedarnos así para no tener que separarnos nunca, pero eso no es posible y que bueno porque también muero de ganas de ver sus sueños y metas hacerse realidad.

Mas sin embargo quiero que sepan que siempre sin importar el día, la hora o las circunstancias voy a estar para ustedes, que ante cualquier situación siempre prevalecerá el amor incondicional que les tengo y que voy a cuidar de ustedes y a defenderlos como cuando eran pequeños.

Gracias por ser mis mejores amigos y cuando tenga hijos les enseñare que los hermanos somos cómplices y que estamos para defendernos y cuidarnos.

Los amo.

A mis abuelitos

De una manera muy especial a mis abuelitos, alguna vez escuche que deberían ser eternos y si, de ustedes solo he recibido ese amor incondicional, su protección y sabiduría en cada uno de sus consejos e historias.

Me siento tan afortunada y privilegiada de que sean parte de mi vida, de haber crecido cerca de ustedes y aprender de su gran fortaleza y su amor por la vida.

Todos esos instantes e historias compartidas se van a quedar en mi mente y mi corazón por siempre y son la herencia más valiosa que puedo tener.

A mi director de tesis

Dr. En A. Héctor Ruíz Ramírez, por su tiempo, dedicación y conocimiento que le invirtió a este proyecto, culminando exitosamente.

A mi universidad

A la Universidad Autónoma de estado de México por ser mi segunda casa, mi alma mater, por prepararme como profesionista y ser una fábrica donde los sueños se hacen realidad, siempre será un orgullo decir que soy parte de esta gran casa de estudios.

Índice.

Introducción	8
Capítulo 1. Marco conceptual	13
1.1 Globalización	13
1.2 Plan de exportación.....	15
1.2.1 Importancia	16
1.2.2 Etapas	18
1.3 Comercio Internacional	22
1.3.1 Comercio internacional de productos agrícolas.....	31
1.3.2 Relación comercial México - Reino Unido.....	31
Capítulo 2. Producto.....	34
2.1 El vino	34
2.2 Siembra y cosecha.....	38
2.3 Propiedades nutricionales.....	54
2.3 Producción en México.....	61
2.3.1 Producción en el exterior	62
2.4 Comercialización en México.....	64
Capítulo 3. La empresa.....	66
3.1 Clasificación de la empresa.	66
3.1.2 Nombre	67
3.1.3 Valores.....	68
3.1.4 Misión.....	69
3.1.5 Visión.....	69
3.1.6 Análisis FODA	69
3.2 Comercialización del producto.....	70
3.2.1 Documentos y trámites de exportación.....	70
3.2.2 Transporte y logística	71
3.2.2.1 Envase y embalaje	74
3.2.2.2 Costos de transporte	80
3.2.3 Etiquetado	85
3.2.4 Incoterms	97
3.2.5 Barreras al comercio internacional	100

3.2.5.1 Restricciones arancelarias y no arancelarias.....	103
3.2.6 Normas de calidad.....	110
Capítulo 4. Análisis del Mercado Meta: Reino Unido	112
4.1 Aspectos económicos.....	113
4.1.1 PIB.....	115
4.1.2 Ingreso per cápita.....	116
4.1.3 Inflación.....	117
4.1.4 Tipo de cambio.....	118
4.1.5 Balanza comercial.....	121
4.2 Aspectos políticos.....	122
4.2.1 Participación del gobierno en los negocios.....	123
4.3 Aspectos sociales y culturales	125
4.3.1 Demografía.....	129
4.3.2 Perfil del consumidor	131
4.3.2.1 Características generales.....	133
4.3.2.2 Género y edad	134
4.3.2.3 Nivel de ingreso	135
4.3.3 Importancia del consumo de vino tinto en la dieta inglesa	135
4.4 Competencia existente.....	137
4.4.1 Competidores potenciales	139
4.4.2 Competidores sustitutos	141
4.5 Mercado Meta.....	144
4.6 Precio y comercialización	145
Capítulo 5. Estudio técnico.....	148
5.1. Materias primas e insumos	148
5.2 Determinación del tamaño del proyecto.	154
5.3 Localización	157
5.3.1 Macro localización.....	158
5.3.2 Micro localización.....	159
5.2 Descripción del proceso productivo.....	160
.....	167
5.3 Ingeniería del proceso.....	168
5.4 Lay out.....	173

Capítulo 6. Estudio organizacional	178
6.1 Estudio legal	178
6.2 Costos relacionados con los asuntos legales.....	185
6.3 Estructura organizacional.....	186
Capítulo 7. Estudio Financiero y evaluación.....	201
7.1 Inversión.....	201
7.2 Financiamiento.....	206
7.3 Presupuesto de ingresos	209
7.4 Presupuesto de egresos	210
7.5 Depreciación y amortización.....	213
7.6 Estados Financieros Proforma.....	215
7.6.1 Estado de Resultados	215
7.6.2 Flujo de Efectivo	217
7.7 Evaluación financiera.	219
7.7.1 Punto de equilibrio.....	220
7.7.2 Flujo Neto de Efectivo	223
7.7.3 Costo de capital.....	225
7.7.4 Valor Presente Neto	227
7.7.5 Tasa Interna de Retorno.....	229
7.7.6 Relación Beneficio-Costo.....	230
7.7.7 Periodo de recuperación de inversión	230
Conclusiones.	232
Bibliografía.	235
Anexos.....	242
Anexo 1 Encuesta	242
Anexo 2 Índice de Gráficas, Tablas, Imágenes y Figuras	243

Introducción

El presente trabajo describe un proyecto de inversión que dará inicio a una empresa cuyo fin será la producción, comercialización y exportación de vino tinto de Ensenada, Baja California a Reino Unido.

Para llevar a cabo este proyecto es necesario conocer todo el entorno cultural, el área geográfica y la población.

La puesta en marcha de dicho proyecto requiere de una investigación ardua con el objetivo de reducir el nivel de incertidumbre que pueda existir.

La agricultura es la base de toda economía y es uno de los sectores más sensibles; sin embargo, en nuestro país es un sector que no cuenta con el impulso, inversión e innovación que requiere lo que hace como consecuencia que este rezagado.

México es un país que goza de muchas características que benefician a la agricultura, cuenta con una gran diversidad de climas y suelos que son aptos para el cultivo de diferentes hortalizas, su posición geográfica le da la ventaja de poder comerciar con cualquier país. De hecho, ya ha sido líder en exportaciones de algunos productos y por esta razón es muy importante darle la importancia que tiene a dicho sector.

Sin embargo, la mayor parte de sus exportaciones son enviadas a Estados Unidos, esto ha traído como consecuencia una gran dependencia con el país vecino y dadas las actuales circunstancias políticas es necesario e indispensable buscar y ampliar nuestro mercado generando nuevas oportunidades de negocios.

Una de las principales razones para dar inicio a este proyecto de comercialización de vino tinto mexicano, es que, aunque nuestro país no es reconocido por ser un gran productor, este goza de las cualidades necesarias para competir con los grandes productores.

Para la comercialización del producto se pretende contactar a distribuidores en el mercado meta que es Reino Unido y de igual manera se va a colocar una tienda en la bodega para la venta directa al consumidor.

El Valle de Guadalupe está ubicado geográficamente en el mismo paralelo que Francia, es por esto que posee un clima y características de suelo que solo existen en estos dos lugares, dichas características tienen como consecuencia que en ningún otro lugar del mundo se puede producir vino con las características de estos.

México es considerado el productor más antiguo de vino en Latinoamérica, produce alrededor de 2 millones de cajas de vino de mesa anualmente, ocupa el lugar 29 a nivel mundial en producción de vid con un valor de 4 mil 936 millones de pesos (Deere, 2016).

De acuerdo con Deere (2016) el consumo per cápita aumentó en tan sólo 5 años de casi 500 ml en el año 2010 a 750 ml en 2015 y ocupa el lugar 35 dentro de los principales consumidores de vino.

Durante 2015, se reportaron ventas de entre 6 y 10%, por encima del año 2014. Esto expresa el reconocimiento del consumidor por la calidad de los vinos de media y alta gama (Deere, 2016).

La vitivinicultura mexicana genera alrededor 500,000 jornales anuales en el campo y alrededor de 1,200 empleos fijos en este sector. Asimismo, se calcula que cada empleo generado en la industria promueve la generación de 10 empleos indirectos relacionados con la industria del papel, vidrio, turismo, agroquímica y gastronomía, entre otras (Deere, 2016).

En la Figura 1 se ilustran algunos de los datos más destacados de dicha industria

Figura 1. Consumo del vino en México 2016.



Fuente: NSS (2017).

A pesar de haber grandes competidores como son los países del continente europeo que tienen una larga historia en la producción del vino y los del continente americano como Chile y Argentina, México tiene todas las herramientas para producir y comercializar vino de la más alta calidad y cuenta con etnólogos lo suficientemente preparados, etc.

Este proyecto ayudará de manera local al municipio y de igual manera al país para que se dé a conocer en los mercados internacionales y que se posicione con más fuerza.

Se ha realizado una amplia investigación para conocer la oferta, demanda, la forma en que se desenvuelve la competencia directa e indirecta para conocer las áreas de oportunidad y poder establecer estrategias.

Como ya se mencionó anteriormente el objetivo del presente trabajo es elaborar un proyecto de inversión para la producción, exportación y comercialización de vino tinto.

Para esto se plantea la siguiente hipótesis: El proyecto de inversión para la producción, comercialización y exportación de vino tinto mexicano a Reino Unido, es viable, factible y rentable debido a que Reino Unido es un mercado potencial para el consumo de vino tinto de la más alta calidad.

Dicho proyecto de inversión se compone de siete capítulos en los que se realizarán los estudios fundamentales para saber si es viable o no.

En el primer capítulo se encuentra el marco conceptual donde se abordan los principales conceptos que son indispensables para la comprensión de dicho proyecto, se comenzará por definir que es la globalización, posteriormente la definición básica de un plan de exportación, su importancia y etapas.

Para finalizar se definirá que es el comercio internacional, como se comporta el comercio de productos agropecuarios y cuál es la relación comercial que existe entre México y Reino Unido.

El segundo capítulo explica todo lo relacionado con el producto, es decir sus características principales, todo acerca de la siembra y la cosecha, las propiedades nutricionales de las que goza, como se comporta su producción y comercialización en México y en el exterior

El capítulo tercero trata de la empresa, como se clasifica, su nombre, valores, misión, visión, estudio FODA, así como todos los requisitos para su comercialización

que va desde documento y trámites, todo lo relacionado con su transporte y logística, envase y embalaje, etiquetado, incoterms, barreras y regulaciones arancelarias y normas de calidad.

El cuarto capítulo comprende el análisis de mercado meta donde se estudiarán los aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, la importancia que tiene el producto en la comunidad inglesa, el perfil del consumidor y sus principales características, así como la competencia existente directa e indirecta y finalmente se va a definir el precio y canales de distribución.

El quinto capítulo describe el estudio técnico que es todo lo relacionado con la materia prima, la localización, la descripción del proceso productivo, la ingeniería del proceso, infraestructura y el lay out.

El sexto capítulo desarrolla el estudio organizacional, es decir, comprende todo lo relacionado con la situación legal para constituir la empresa, el costo de dicha constitución y la estructura organizacional.

Por último, el séptimo capítulo desarrolla el estudio y la evaluación financiera en este va a recaer la decisión final, es decir, de si es viable invertir o no. De igual manera se va a mencionar la inversión que se requiere, se va a explicar el tipo de financiamiento, así como el presupuesto de ingresos y egresos, así como la depreciación y amortización, donde las tasas se aplicarán de acuerdo a la Ley de Impuestos Sobre la Renta, también se analizan los estados financieros proforma que son el Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo proyectados.

Por otra parte se realizó una evaluación financiera del proyecto, donde se aplicaron métodos que contemplan el valor del dinero a través del tiempo; esto con la finalidad de medir la eficiencia de la inversión y sus probables rendimientos, dichos métodos son: Flujo Neto de Efectivo, Costo de Capital, Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno, relación Beneficio-Costo y Tiempo de Recuperación, por lo tanto de acuerdo a los resultados obtenidos de la evaluación financiera el proyecto es viable a pesar de ser una inversión grande, la recuperación de esta es de dos años .

El marco conceptual que se desarrollará a continuación nos va a permitir conocer los conceptos necesarios para el entendimiento y desarrollo de la investigación.

Comenzaremos por definir que es la globalización e identificar su origen debido a que es el punto de partida para nuestro proyecto.

Se definirá que es el comercio exterior, así como su origen a nivel global y en México ya que es el tema general de la investigación.

Posteriormente se describirá que es una exportación y que es un plan de exportación, así como los elementos que integran el plan.

Finalmente se investigará acerca de la comercialización de productos agropecuarios y de la relación comercial de México con el Reino Unido.

1.1 Globalización

A continuación, se hace referencia de que es la globalización y su evolución

“Unos la consideran como una vía de salvación para la humanidad mientras que otros ven este proceso el camino que lleva al infierno, sobre todo los pueblos pauperizado” (Kamilamba, 2002, pág. 5).

Se ha descrito a la globalización como la “interdependencia cada vez más estrecha entre las economías de todos los países respecto a la libertad absoluta de circulación de los capitales, la supresión de las barreras aduaneras, la reglamentación y la intensificación del comercio y del libre intercambio” (Ramonet, 1995; citado por Kamilamba, 2002, pág.8)

De igual manera se le puede entender como un proceso creciente de interconexión, influencia recíproca e interdependencia de las diferentes comunidades humanas, regiones y especies.

Definir este concepto no resulta ser una tarea fácil ya que a mi parecer depende de qué lado te encuentres, las ventajas y desventajas de la globalización no son

equitativas entre todos los países: los más perjudicados son los países en desarrollo y los que más se benefician son los países ricos y el que es mayormente beneficiado de este fenómeno es Estados Unidos.

Sin embargo, tampoco es un proceso del que una nación se pueda resistir ya que como hemos visto es uno o dos en todo el mundo y lo único que se provoca con esa resistencia son las pésimas condiciones en las que tienen que vivir los habitantes de esas naciones.

Origen.

De igual manera establecer una fecha exacta a este fenómeno no es posible, ya que es muy probable que no nos percatamos cuando inició simplemente un día ya estaba ahí y ya éramos parte de este fenómeno sin saberlo y seguramente sin quererlo.

La globalización económica comenzó después de la Segunda Guerra Mundial, se da cuando los países desarrollados obtuvieron éxito debido a los intercambios comerciales e inversiones mutuas. Los sistemas económicos empezaron a formarse, las corporaciones transnacionales llegaron a ser el motor para el crecimiento de la economía mundial y muchos países en vías de desarrollo se incorporaron al sistema económico internacional.

Esta época se caracterizó por la interpenetración, interdependencia e integración económica entre países.

Kamilamba (2002) identifica 4 catalizadores de la globalización:

- Desarrollo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que tienen la capacidad de aumentar, localizar y distribuir cantidades cada vez mayores de información, con una red de usuarios bastante amplia, a velocidad creciente y precios decrecientes.
- Otro fenómeno importante fue la caída de la URSS y sus satélites, los regímenes políticos, económicos y militares, dando la apertura a nuevas

fuentes de mano de obra, materia prima barata, nuevos mercados para esas potencias y las empresas multinacionales.

Por otra parte, se redujo la capacidad de negociación de las naciones del tercer mundo y Europa oriental.

- La consolidación y el ascenso de empresas trasnacionales como: industrias, bancos.

Todos estos comercios tenían la capacidad de explotar al máximo los recursos como las debilidades de las repúblicas, regiones y regímenes. De igual manera eran capaces de definir e imponer reglas globales para el comercio y las finanzas.

- Se implantó la “ideología de la globalización” según la cual todo este complejo conjunto de procesos sociales sería un solo proceso natural, universal e inevitable, que llevaría al mejor de todos los mundos posibles en cada región y país, una especie de destino irresistible que ninguna persona, institución o comunidad humana sensata, razonable y confiable podría ni debería cuestionar.

1.2 Plan de exportación

¿Qué es una exportación?

Se le denomina así al tráfico de bienes y servicios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país, este tráfico genera numerosos y variados fenómenos fiscales, ya que está sometido a diversas legislaciones y acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino.

Las exportaciones han creado una robusta industria que ha ido incrementando su importancia en el crecimiento económico de un país, un volumen alto de exportaciones es considerado bueno para el país y su economía pues se traduce en más empleo a mayor demanda externa de productos nacionales (EFXTO, 2017).

Plan de exportación.

Es una herramienta indispensable para cualquier empresa que inicie o consolide su operación en mercados exteriores, el objetivo es dar respuesta a las principales cuestiones que se plantean en la elaboración y ejecución de la estrategia comercial internacional.

Este se debe estructurar en etapas, siguiendo el orden secuencial de las operaciones de comercio internacional con el objetivo de analizar cada uno de los aspectos clave de la estrategia de la empresa en relación a los mercados internacionales (Llamazares, 2014).

1.2.1 Importancia

La exportación no puede ni debe ser tomada como un juego de azar ni como una alternativa de la empresa, sino como la concreción de una política estructuralmente concebida, analizada y ejecutada a conciencia y con idoneidad.

Debe ser tomada como parte integrante de la política comercial de la empresa (Moreno, 2015).

Los proyectos de exportación deben formar parte importante de los programas de crecimiento de una empresa por lo que se les debe considerar una variable de peso.

Actualmente todos los países se ven obligados a relacionarse unos con otros, son interdependientes en una economía global en la que ninguna nación puede proclamarse como dominante, debido a que a que no hay economías autosuficientes. Por esta razón se han y están formando bloques económicos y se firman tratados de libre comercio.

Las empresas mexicanas han tenido que negociar con países que por su cercanía o necesidades son mercados potenciales para los productos nacionales. De esta manera es como se han firmado acuerdos y tratados comerciales que le han permitido al país:

- Ampliar su mercado
- Que los productos nacionales compitan en igualdad de condiciones con los de empresas de los países respectivos.
- Tener preferencia para acceder a los mercados.

Las actuales circunstancias requieren, la mayor expansión del comercio exterior, las exportaciones son fundamentales ya que sin estas no es posible importar ni que haya ingreso de divisas que permitan el desarrollo nacional y las obligaciones de la deuda externa.

La necesidad de cambio se vuelve una constante y si no se toma en cuenta se corre el riesgo de perder la oportunidad del éxito y salir del mercado.

Ventajas de exportar:

- Acceso al mercado con amplia demanda por sus productos.
- Desarrollo y crecimiento de la empresa al generarse mayor venta e ingresos.
- Mayor estabilidad de la empresa al no depender de un solo Mercado.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción instalada.
- Reducción de costos al manejarse un volumen mayor.
- Mejora de la calidad y actualización tecnológica debido a la competencia internacional.
- Generación de divisas y empleos.

Aspectos a considerar.

- Tener en consideración la capacidad de producción para atender la demanda.
- Cumplir con los requisitos técnicos y características requeridas del producto.
- Calcular correctamente costos y precio de venta, para no perder utilidades o vender debajo del costo.
- Contar con contratos en donde se consideren los derechos y obligaciones de las partes involucradas.

- Contratar seguros.
- Tener conocimiento de la seguridad del cliente y su historial de pago.
- Usar cartas de crédito (BANCOMEXT, 2000).

1.2.2 Etapas

De acuerdo a Llamazares (2014) las etapas de un plan de exportación son las siguientes:

A. Diagnóstico de exportación

Comienza con la elaboración de un análisis interno de las capacidades competitivas de la empresa en relación a los mercados exteriores, con el objetivo de aprovechar sus puntos fuertes y mejorar sus puntos débiles.

El análisis externo tiene como finalidad identificar aquellas tendencias económicas, políticas, sociales, etc., que más van a condicionar la evolución internacional del sector en que la empresa desarrolla su actividad.

Una vez realizado el análisis FODA, se deben extraer conclusiones y a partir de ellas realizar acciones que permitan afrontar con éxito los mercados exteriores. Estas conclusiones tienen una doble vertiente: de estrategia comercial y de recursos necesarios para la exportación.

B. Selección de mercados

Antes de iniciar esta etapa, la empresa deberá decidir si es mejor una estrategia de concentración o de diversificación de mercados.

Concentración: Se selecciona un número reducido de mercados para centrar el esfuerzo comercial en ellos y conseguir un cierto nivel de penetración.

Diversificación: La empresa elige un amplio número de mercados, en este caso la estrategia de crecimiento se basa en vender en un mayor número de mercados, más que en conseguir un elevado nivel de penetración en cada uno de ellos.

En una preselección de mercados es conveniente considerar áreas geográficas o conjuntos de países, para esta primera selección se utilizan criterios que deben ser cumplidos por los mercados que posteriormente serán analizados a profundidad. No se trata de seleccionar a los países más favorables; lo importante es poder eliminar aquellos que no cumplan los criterios que se hayan elegido como básicos.

Una vez que se han preseleccionado las áreas geográficas más favorables, se trata de preseleccionar países que pertenezcan a esas áreas geográficas.

Finalmente, se trata de seleccionar el o los países objetivo.

C. Formas de entrada

La forma de entrada elegida para los mercados exteriores será decisiva para el Plan de Exportación. Las principales alternativas para comercializar productos en el exterior son las siguientes:

- Exportación directa.
- Agente comercial.
- Importador/Distribuidor.
- Compañías de Trading.
- Acuerdo de Piggyback.
- Acuerdo de Licencia.
- Acuerdo de Franquicia.
- Acuerdo de Joint Venture.
- Delegación o filial comercial.

Una vez que se ha elegido la forma de entrada deben identificarse empresas en el país objetivo que se correspondan con esa forma de entrada.

D. Oferta internacional

En esta etapa se trata de elegir aquellos productos o servicios que ofrece la empresa que tengan más capacidad para exportarse. Aquellas empresas que tengan una oferta amplia de productos no deberán seleccionar productos sino unidades estratégicas que estarán formadas por productos que tengan las mismas características.

Dentro de la política de producto hay que definir las características de cada uno de los atributos y las adaptaciones necesarias para su venta en los mercados exteriores. Existe una doble alternativa:

- Estandarización, es decir, vender el mismo producto en todos los mercados exteriores
- Adaptación, que consiste en adaptar los principales atributos del producto a cada mercado dicha adaptación es doble: por una parte, a la normativa legal del país y por otra, a las necesidades y gustos del cliente en cada país.

También deberá llevarse a cabo la estrategia de precios de la empresa en los países objetivo.

E. Política de comunicación

La quinta etapa comienza verificando si la marca que utiliza la empresa en el mercado nacional se adapta bien a los mercados exteriores o si por el contrario es aconsejable crear una nueva marca.

Para dar a conocer la empresa y sus marcas en los mercados objetivo debe utilizar instrumentos de comunicación que son, básicamente, los mismos que en el mercado nacional. Podríamos clasificarlos en dos grupos: instrumentos de publicidad e instrumentos de promoción. Entre los primeros se encuentran los anuncios en medios de comunicación y la publicidad a través de Internet mientras que la promoción incluye la elaboración de documentación y videos promocionales, la asistencia a ferias, la promoción en el punto de venta. etc.

Las actividades de comunicación implican necesariamente unos recursos económicos que deben asignarse al presupuesto de comunicación. Una vez que se ha establecido el presupuesto es necesario desglosarlo por tipos de actividad, con la mayor precisión posible. Para ello habrá que pedir presupuestos a imprentas (documentación promocional), traductores, organizadores de ferias, proveedores de Internet, medios de prensa para inserciones publicitarias, etc.

F. Plan económico

La última etapa contiene los aspectos económicos entre los que se incluyen: los objetivos de venta y la cuenta de explotación provisional.

Los objetivos de venta tienen que cumplir al menos tres requisitos:

- Delimitación geográfica: Deben fijarse para cada uno de los mercados seleccionados.
- Precisión: Deben referirse a un concepto concreto, fácilmente calculable para la empresa exportadora.
- Tiempo: Tienen que establecerse para un período de tiempo.

Normalmente los Planes de Exportación deben revisarse anualmente.

El instrumento que sirve para recoger de forma provisional los costos y aportaciones económicas de las acciones contempladas es la cuenta de explotación internacional. Dicha cuenta sirve para evaluar el costo de llevar a la práctica el plan y los rendimientos económicos esperados.

Los conceptos que se incluyen en esta cuenta de exportación internacional son:

- Ventas exteriores: Objetivos de venta establecidos.
- Margen comercial bruto: Margen medio que se aplica a las ventas en el exterior.
- Gastos de estructura: son los gastos de funcionamiento del Dpto. de Comercio Exterior, desglosados por conceptos.

- Gastos de ventas: Los que están directamente relacionados con la actividad de ventas, para cada uno de los conceptos que se establecen, entre ellos los gastos de comunicación.
- Saldo de explotación: Diferencia entre el margen comercial bruto y los gastos de estructura y de ventas.

La planificación es esencial para cualquier tipo de actividad empresarial antes de aventurarse en mercados internacionales tienen que realizar un plan de exportación ya que este documento sirve para fijar objetivos, asignar eficazmente recursos y determinar qué países ofrecen más potencial para sus productos, así como la forma de llegar a los clientes y cómo hacerles ofertas competitivas (Llamazares, 2014).

1.3 Comercio Internacional

Existen varias definiciones de comercio; a continuación, se van a citar algunos autores:

Se considera como “aquellos actos realizados con un propósito de lucro que efectúan el paso de las cosas desde quienes las producen hasta quienes las consumen”: además consideró que el concepto jurídico del comercio se ha modificado y ha aumentado a causa de los progresos de la legislación, el gobierno, las leyes actuales y la aparición de nuevas formas económicas (Vivaldi, 2018; citado en Adriano, 2010)

El comercio nace del cambio como una manera de adquirir bienes para la satisfacción del individuo. Se define al comercio interior y al comercio exterior, de la siguiente manera:

Comercio interior: comprende al conjunto de transacciones de todo género que celebren los individuos de una misma nación.

Comercio exterior: permite que una nación aproveche la producción indirecta menos costosa de aquellas mercancías que saldrán más caras si fueran producidas directamente; por lo tanto, el comercio exterior completa las provisiones del país y da salida al exceso de producción (Pradier, 2018; citado en Adriano, 2010).

También se puede definir como el intercambio básico de mercancías: el comercio entonces es el conjunto de las relaciones jurídicas de intercambio: las compras o arrendamientos de mercancías o frutos, venta de obligaciones o títulos de crédito y en si todo bien mueble que circula dentro del comercio considerado como mercancía y materia de una relación comercial (Mossa, 2018; citado en Adriano, 2010).

Comercio internacional.

De igual manera se van a citar diferentes autores para poder definir dicho concepto, sin embargo, existen diferentes opiniones acerca de cuál es el termino más apropiado algunos autores proponen que sea el termino comercio internacional, mientras que otros afirman que es comercio exterior.

Comenzaremos por apoyarnos en la obra más importante de Adam Smith que fue La riqueza de las naciones

Este autor tenía la idea de que el comercio internacional debe ser oportuno y desarrollarse espontáneamente a efecto de que resulte ventajoso.

Las naciones tienen un reparto natural de la producción y deben aprovechar las ventajas que cada uno tiene.

Está en contra del proteccionismo, por que imposibilita la capitalización del país, se convierte en inútil y hasta perjudicial.

El proteccionismo pensaba impedía que se sacara el mejor partido de ese reparto natural, que no es otra cosa que la división del trabajo de la comunidad internacional

Tenía la idea del que el país no debe fabricar aquello que cuesta más barato comprar.

En cuanto a las aduanas, pensaba que impedían aprovechar las ventajas naturales que tienen las naciones, a través de los impuestos al comercio.

Consideraba que el comercio internacional es el medio excelente para que los Estados exportaran sus excedentes.

Se inclinaba por el libre cambio, porque permitían a través de las negociaciones obtener las mejores utilidades de una manera progresiva. Podía permitir al país exportador aumentar su división del trabajo, en perjuicio del importador y, al mismo tiempo, aumentar su capacidad de producción.

Sin embargo, aceptaba y justificaba ciertos impuestos a la importación para proteger a la industria nacional. Aceptando dos casos importantes en los cuales admite derechos protectores:

- a) Cuando se invoca un argumento de defensa nacional, pues la seguridad prevalece ante la opulencia, y
- b) Cuando se trata de establecer derechos de compensaciones hasta autorizar, en algunos casos, derechos de represalias (Smith, 2018; citado en Adriano, 2010).

La obra más importante de David Ricardo esta titulada Principios de economía política y tributación fiscal.

Veía como única manera de combatir los precios altos, el que se permitiera la libre importación.

Otra teoría Ricardista acerca del comercio exterior es aquella según la cual un estado puede tener interés en comprar en el extranjero una mercancía de su propia producción nacional que resulta más cara en su propio país, si al mismo tiempo tienen posibilidades de emplear su actividad en otra rama de producción en la cual sobresale más todavía (Ricardo, 2018; citado en Adriano, 2010).

Por otro lado, Torres Gaytán concibe al comercio internacional como un caso especial del comercio en general, debido a que lo rigen las mismas leyes y principios, sin embargo, existen ciertas modificaciones a consecuencia de los fenómenos que generan el tipo de cambio o aranceles, además de las dificultades naturales como el mayor costo del transporte.

Concluye que el comercio nacional e internacional no son más que dos formas de alcanzar los objetivos con finalidades lucrativas o abastecer al país de lo que carece.

Es una ampliación del comercio interior que se trata por separado, debido a las características específicas que originan los fenómenos inherentes al mismo. Contempla la compraventa de bienes y servicios, los movimientos de capital y de población “que invariablemente se incluyen en el concepto de “balanza de pagos” (Gaytan, 2018; citado en Adriano, 2010).

Origen del comercio.

El intercambio de bienes y servicios es muy antiguo como la humanidad. Es por ello que vamos a abarcar diferentes épocas

La necesidad del ser humano de bienes y servicios fue la razón fundamental de la actividad comercial. Esta necesidad básica de la humanidad por lo material es lo que ha constituido el desarrollo de nuestra cultura.

El comercio fluvial y marítimo.

El tráfico principal que existió fue el terrestre; sin embargo, el fluvial y marítimo pronto tomó importancia. Este gran desarrollo en el medio acuático se debe al rápido desarrollo de los medios de transporte.

Los fenicios.

Los egipcios y fenicios son considerados como los pioneros en esta materia.

Los fenicios dominaron el comercio desde las costas del mar mediterráneo hasta las costas occidentales del norte de África y las costas europeas; extendiendo su dominio hasta las costas del mar Báltico.

Los griegos.

El desarrollo de esta cultura les llevó a prestar mayor atención a la navegación y al comercio que los fenicios venían desarrollando y a participar más activamente en sus relaciones comerciales con Cartago.

Como resultado se dio un problema de competencia comercial que entabló varias guerras entre estos dos pueblos y que culminaron con la derrota de Cartago a manos de los griegos.

Este fue el punto de partida para la expansión de la denominación griega por todo el mundo hasta entonces conocido.

Los romanos.

Se les considera como los primeros constructores de excelentes caminos para fines militares, obras que también fueron usadas como grandes rutas comerciales. En muchos países de Europa todavía es posible ver las ruinas de algunos de estos caminos. Además de las rutas terrestres, también desarrollaron las marítimas. Contaban con una impresionante flota de galeras para transportar las mercancías desde sus colonias hasta Roma, y viceversa.

En el cenit de su imperio, ellos controlaban toda Europa occidental, incluyendo las Islas Británicas, el Medio Oriente y la parte norte de África. La capital del Imperio Romano, más que un centro productor, era un centro de intercambio de los diferentes productos del Imperio que ahí influían y desde allí se distribuía.

Las ligas de ciudades comerciales.

Durante las últimas etapas de la Edad Media, el comercio comenzó a florecer nuevamente, jugó un papel muy importante el surgimiento de las ligas su objetivo fue la seguridad a través de la protección de sus naves y rutas comerciales en contra de los ladrones y la nobleza feudal.

Hubo varias ligas: Liga Romana, Liga Suaba y la más importante fue la Hanseática.

Esta última llegó a ser tan poderosa como un estado, mantuvo un ejército y fuerza naval; entró en guerra y realizó acuerdos de paz con otras naciones, mantuvo además enviados diplomáticos y cónsules en otros países, concedía préstamos a gobiernos que la favorecían por medio de concesiones especiales, exenciones o monopolios en las áreas de pesca, minería, manufacturas y agricultura, establecían

fábricas y puestos de operaciones para la actividad mercantil en diversas ciudades de Europa.

Dominó el comercio en el Mar del Norte y en el Mar Báltico, fue una gran influencia en el desarrollo en Europa y un elemento muy activo y efectivo en la transición del feudalismo al Renacimiento.

Cervantes Ahumada hace referencia a que la intensificación del tráfico por mar hace florecer las ciudades italianas y al extenderse este tráfico con las cruzadas hacia oriente y ante la necesidad de dirimir controversias entre los comerciantes, aparecen los cónsules y tribunales marítimos.

El Comercio Exterior de México.

Para determinar el inicio del comercio exterior en México es necesario identificar los antecedentes y su evolución a través de los años en México.

Por lo que se van a considerar tres épocas:

- Época Antigua:

Se consideran tres periodos el azteca, el colonial, y el independiente.

En este último ya se considera a México como un país a partir de 1821, sin embargo, todavía se requería que se constituyera políticamente.

Algunos autores consideran que este periodo independiente concluye con la Constitución de 1857 que da a México una organización moderna.

Respecto al comercio exterior en esta época; la actividad comercial que se dio entre los aztecas evolucionó de una manera extraordinaria, había dos tipos el metropolitano o local y el foráneo o también conocido como exterior. Este fue patrocinado por la monarquía y aristocracia.

La casa de contratación de Sevilla tiene una gran importancia, ya que a través de esta se llevó acabo todo el comercio entre la metrópoli y su colonia. Sin embargo,

las limitaciones impuestas por España trajeron como consecuencia que el comercio en México estuviera muy limitado.

Una vez consumada la independencia de México el comercio exterior quedó a la deriva ya que no se tenía una idea clara de cómo se iba a reglamentar y ejercer.

Sin embargo, a pesar de esto la vida internacional del país se desarrolló intensamente y con ello el comercio exterior de forma vigorosa por los diferentes puertos de país y con diferentes países como China, Inglaterra, Holanda, Francia, y Estados Unidos.

De igual manera se formularon convenios y tratados que demostraban el interés de los países europeos hacia México.

La interdependencia del país, en materia de comercio exterior creó la necesidad de importar la mayoría de los artículos de consumo, esto como consecuencia de las restricciones y limitantes que fueron impuestas en la época de la colonia, estas restricciones le impidieron desarrollar una economía industrial que le permitiera satisfacer las necesidades propias del país.

Después de 1870 se inició de una manera más consciente la reconstrucción del país; bajo el Porfiriato se dieron los primeros pasos a la integración económica.

- Época moderna.

Durante esta época la República Mexicana se encontraba restaurada, de igual manera se considera el periodo provisional de Porfirio Díaz (1877-1880), el periodo de Manuel Gonzales y el Porfiriato.

Durante este periodo las relaciones con las potencias extranjeras se conservaron con armonía, siendo Porfirio Díaz presidente constitucional reanudó y ensanchó dichas relaciones.

Se anunció la creación de secciones aduanales en lugares despoblados del litoral para evitar el tráfico clandestino y dar facilidad al comercio.

Tomando en cuenta las necesidades del comercio, el gobierno determinó aumentar la planta de algunas aduanas marítimas como es el caso de Veracruz y se modificaron los aranceles de acuerdo a las necesidades.

El comercio, la industria las empresas lucrativas, se desarrollaban con rapidez, a la sombra de la confianza y el crédito que atraían capitales del exterior confiando mediante una prudente reserva en los negocios y un respeto a las obligaciones contraídas.

Se expidieron decretos con el objetivo de simplificar las formalidades para la importación y otorgar mayores seguridades al comercio y a las empresas, se reformo la tarifa de aduanas con el objetivo de perfeccionar ciertas cuotas, atendiendo el interés del consumidor y las industrias (Adriano, 2010).

- Época contemporánea

Abarca desde el año 1911 hasta nuestros días, de 1911 a 1924 el principal motor del comercio exterior fue la exportación de productos agrícolas, una de las características de esta etapa era la necesidad de mantener una pacificación social y política.

De 1924 a 1934 el comercio exterior se estancó, era de suma importancia actualizarlo debido a esto se actualizaron, modificaron y legislaron las leyes y surgió la idea de integrar una comisión nacional de exportación.

Con Lázaro Cárdenas se propuso que a la par de del desarrollo de las actividades productivas se incrementara la circulación, consumo de bienes y se racionalizara la política arancelaria con el objetivo de incrementar las exportaciones.

De igual manera se creó el Banco de Comercio Exterior con el fin de proteger y reanimar el comercio internacional.

De 1940 a 1970 el país tenía una situación económica incierta, el comercio exterior presentaba una balanza comercial negativa, con un gran atraso agrícola y se aplicaron algunas políticas como:

- Protección arancelaria a la industria nacional.
- Estimulos a la importacion de materias primas y maquinaria.
- Se aplicó un sistema de subsidio y de sustitucion de importaciones restringiendose el ingreso de productos no necesarios.
- Eliminacion de obstáculos e impuestos a los articulos manufacturados para exportación.
- Otorgamiento de crédito para la importación de bienes e capital
- Nacionalización de recursos básicos y posibilidad de aceptar inversion directa sujeta a la legislacion nacional que fuera complementaria a la nacional.

A pesar de que se implementaron estas medidas fueron insuficientes para frenar los efectos de la posguerra en lo que respecta al aspecto politico, por lo que se buscó el acercamiento a la coopracion internacional participando en las reuniones internacionales económicas el Fondo Monetario Internacional, Banco Internacional de Reconstruccion y Fomento, la Asociacion Latinomamericana de Libre Comercio y la participacion en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

En los últimos años la principal fuente de finaciamiento para las importaciones fueron los hidrocarburos y el endeudamiento externo que se agudizó en el momento en que el precio del petroleo cayó en los mercados internacionales.

Se intentó mejorar la situación por lo que se emplearon reducciones al arancel de importacion de materias primas y equipo necesario no fabricado en el pais , se recurrió al arancel como principal regulador comercial.

Se inició el proceso de liberacion del comercio, se racionalizaron la proteccion y el combate a las prácticas desleales y se solicitó el ingreso de pias al GATT.

Los diferentes gobiernos han tratado de que la industria manufacturera sea autosufinanciable en las importaciones que requiera para satisfacer sus necesidades.

Actualmente el cambio estructural apunta hacia la eficiencia y productividad a través de la racionalización de la protección, es decir, que se produzca eficientemente en aquello que somos mas eficientes y que tenemos mas capacidad para transformarlos y evitar el desperdicio de capital (Adriano, 2010).

1.3.1 Comercio internacional de productos agrícolas

En los últimos años se ha observado un aumento espectacular de la integración de la economía mundial a través del comercio.

Desde mediados de la década de 1980, el comercio de productos agropecuarios ha crecido de forma mucho más rápida que el comercio de los productos primarios

Las exportaciones de productos agrícolas elaborados están aumentando y en la actualidad representan casi la mitad del comercio agrícola mundial. Este fenómeno tiene su origen en tendencias demográficas, sociales y económicas que están transformando los mercados agrícolas y alimentarios de los países en desarrollo. Los supermercados, por ejemplo, se están convirtiendo rápidamente en un elemento importante en los países en desarrollo (ONU, 2005).

1.3.2 Relación comercial México - Reino Unido

La relación comercial que tiene México con el exterior es muy amplia cuenta con una red de 12 tratados de libre comercio con 46 países, 32 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones con 33 países y 9 Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Además participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio, el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos y la ALADI (SE, 2015).

De acuerdo con Pineda (2016) el Reino Unido duplicará su comercio con México.

El valor de las importaciones británicas a nuestro país es de 175 millones de dólares, sin embargo, el gobierno inglés pretende elevarlas al doble para el año 2020 a través de distribuidores e importadores mexicanos.

Mediante la campaña Exporting is Great Britain, el gobierno del Reino Unido trabajará para duplicar en los próximos cuatro años las exportaciones de firmas británicas a nuestro país, lo que implica nuevas inversiones en petróleo, energía, infraestructura, seguridad, automotriz, bienes de consumo, educación y salud.

El Reino Unido es el sexto socio comercial de México entre las naciones de la Unión Europea, y es la cuarta fuente de inversión para el país, a través de empresas como HSBC, Glaxo SmithKline, Astra-Zeneca, Provident, Royal and Sun Alliance.

Por otra parte, las empresas mexicanas con operaciones en ese país son: Cemex, Gruma, Mexichem, Kidzania y El Farolito.

Pineda (2016) cita datos importantes con base en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en agosto del año 2014 las exportaciones mexicanas al Reino Unido sumaron alrededor de 240 millones de dólares y desde entonces han venido cayendo ya que en enero del 2015 se registraron 128,824 millones de dólares.

Las importaciones desde el reino inglés fueron de 260 millones de dólares para el octavo mes del año 2014 y descendieron a 174, 689 millones de dólares al iniciar el año 2015.

Stephen Cartwright, director de UK Trade & Investment México (UKTI) indicó que México es una economía muy fuerte, por tal razón están promocionando al país como un destino para la exportación, de igual manera desestimó que el tipo de cambio sea un factor que pueda desincentivar las importaciones, ya que la libra esterlina se vende en un aproximado de 25.80 pesos.

Asimismo, dijo que la campaña Exporting is Great Britain estimula a las empresas inglesas a buscar nuevos mercados más allá del británico o la Unión Europea, el objetivo es duplicar las exportaciones del Reino Unido, a un billón de libras, para el año 2020, con 100,000 compañías exportadoras más operando en otros mercados.

En el año 2015, la UKTI apoyó a más de 50,000 empresas y generó 49,700 millones de libras en ventas adicionales, con lo que se mantuvo o se generaron 220,440 empleos, también ayudó a cerrar proyectos de gran escala con un valor mayor a los 8,500 millones de libras.

México tiene una sobreoferta de productos, por ejemplo, en ocasiones se puede encontrar una galleta en una tienda de autoservicio y días después no se vuelve a ver, este fenómeno se da porque esa empresa no ha tenido la asesoría para saber el tiempo que toma estar en el anaquel, la rotación del producto, cuidado del mismo, tiempo de pago.

Para esto la Cámara de Comercio Británica ofrece servicios de asesoría, consultoría, estudios de mercado para las empresas que quieren entrar al mercado mexicano y para las mexicanas que quieren llegar al británico (Pineda, 2016).

2.1 El vino

El siguiente capítulo comprende toda la información relevante respecto al vino, desde su definición, origen, su evolución a través de los años, siembra y cosecha, las propiedades nutricionales que le aporta al consumidor, proceso de producción, así como su producción y comercialización en México y en el exterior.

Con base en Curiosfera (2018) la palabra vino proviene del latín vinum, es una bebida que se obtiene de la uva, desde hace miles de años, mediante un proceso de natural de fermentación.

Origen del vino.

Se calcula que su origen es del año 5000 a.C. en los Montes Zagros iraníes fue hallada en 1986 una vasija procedente del Neolítico, en cuyo interior había restos relacionados con la crianza del vino.

En el antiguo Egipto, creían que fue el rey mítico Osiris quien plantó la primera vid en la ciudad de Thyrsa y posteriormente elaboró el primer vino del mundo, la mitología griega atribuye la invención del vino a su dios Dioniso, por esa razón era el dios de la vendimia y el vino.

Igualmente, los romanos, que llamaron a este dios con el nombre de Baco, le atribuyen el honor de ser el descubridor del vino.

También existe la visión histórica judeocristiana, en el capítulo del Génesis se atribuye su hallazgo a Noé, quien al salir del arca tras el diluvio encontró unas viñas, de cuyo fruto comió tan abundantemente que terminó emborrachándose.

Durante todo este amplio periodo alcanzaron cierto reconocimiento una serie de caldos, por ejemplo, los vinos de Creta y Chipre, el vino frigio de un color rojo subido, el vino de Palestina por su suavidad y graduación, el vino ligero del valle del Sharón y el vino etíope, cabe mencionar que todos estos ya han desaparecido.

Junto a estos vinos de prestigio hubo otros de consumo muy popular:

- Vinos mezclados con agua hervida y bálsamo que se tomaban tras el baño.
- El vino chipriota bebido con incienso.
- El oinomele griego de miel y pimienta.
- El vino dulce ilioston parecido a la mistela, procedente de uvas expuestas al sol durante tres días.
- El vino de Meushan elaborado con uvas dulces ahumadas.
- El vino especiado de Libia joven y amargo, llamado vinum conditum que se bebía todavía en el siglo VI de la era cristiana.

El primer sistema para extraer el zumo o mosto de los racimos de uvas fue pisarlos, pero los egipcios fueron mejorando este procedimiento y envolvieron las uvas en telas de lino de cuyos extremos tiraban para extraer el mosto.

Historia del vino en la Grecia clásica

El vino griego era muy distinto a lo que hoy conocemos, era muy oscuro y espeso, se almacenaba en barricas, odres o ánforas de arcilla que taponaban con tejido impregnado en aceite de oliva o grasa animal y lacraban o cegaban con barro arcilloso.

En el primer caso el aire penetraba en el interior volatilizando los aromas naturales; en el segundo el taponado de arcilla hacía imposible la transpiración y el vino se pudría.

Los vinos clásicos duraban poco, pero llegaron a tener renombre los de Quíos o Lesbos, que viajaban en recipientes de barro de la altura de un hombre, especie de ánforas con orejas y base puntiaguda.

Estas voluminosas piezas cerámicas se taponaban con barro envuelto en un trapo y sellado con cola de pescado, el vino común solía venderse a granel y en envases de pequeño formato a gente adinerada de la ciudad o de la diáspora griega.

Era tan fuerte que se aconsejaba mezclarlo con agua e incluso con sustancias como la resina, agua de mar y especias.

Sócrates decía que el vino humedece el alma y calma las penas adormeciéndolas: hermosa manera de decir que lleva al hombre al olvido de sí y de sus problemas.

Por lo general, el vino que se bebía en las reuniones de amigos se aromatizaba con hierbas que alteraban su sabor, eran vinos del año en Grecia un vino de cuatro años era ya un vino de gran solera, en el límite de su edad posible.

Homero asegura en el canto XIV de la Odisea: “El vino, ese loco que hace cantar, bailar y reír llorando”. Y el poeta bucólico Teócrito da fe de la bondad de algunos vinos añejos, de los que apenas se tenía oportunidad de beber un par de veces.

En esto se hace eco de Platón, el filósofo griego del siglo IV, que recomendaba no beber vino al hombre que se dispone a yacer con su esposa para generar hijos, ni a los soldados que están en vísperas de combate.

Sea de ello lo que fuere, el vino gozó de gran popularidad en el mundo griego se sabe que Sócrates, Sófocles, Filipo II de Macedonia y su hijo Alejandro Magno se emborrachaban.

Los griegos crearon un sistema revolucionario para extraer el vino depositaban la uva en un recipiente cilíndrico por cuyo interior descendía un disco o émbolo que estrujaba los racimos, también se aplicó el principio de la palanca para sacarle mayor partido a la uva y así se obtendría el máximo de jugo.

Los romanos mejoraron el sistema de extracción del vino inventando una especie de colador exprimidor, todos estos avances mejoraron el producto y como se resultado se obtuvo un vino más elaborado y puro.

Hoy se alaba la pureza, la ausencia de mezclas en un buen vino, antiguamente era lo contrario los vinos y licores se mezclaban con: perfumes, miel, áloes, tomillo, bayas de mirto, mirra e incluso con agua de mar.

A veces el vino era visto como remedio de muchas enfermedades, Plinio los dividía en cuatro:

1. El vino tinto es bueno para gentes de temperamento colérico o sanguíneo.
2. El vino blanco deben beberlo los flemosos y quienes tienen piedra o arenilla en el riñón.
3. Los melancólicos beberán el vino rojo.
4. En cuanto al vino oloroso, debía huirse de él porque da dolor de cabeza.

También fue elaborado cuidadosamente por los judíos, que usan el vino en sus principales fiestas y en las vísperas del sábado, su día sagrado.

Creer algunos que el vino llegó a su cumbre de perfección con el champagne, creación de un monje de la abadía francesa de Hautvilliers hacia 1690.

No fue invento casual el benedictino Dom Pérignon, gran catador, discurrió mucho hasta conseguir el caldo espumoso y burbujeante que Luis XIV puso de moda en Francia en perjuicio del Borgoña, que hasta entonces se bebía.

Idea del mismo fraile fue envasar en botellas herméticas, lo que permitía conservar el gas carbónico producido en la fermentación de primavera, cuando se produce la espuma: y aunque no inventó el tapón de corcho, que ya emplearon los romanos, sí lo recuperó y comenzó a poner las botellas boca abajo.

El vino era almacenado en barricas de madera, en las que madura normalmente a los tres años. Un mayor tiempo de almacenamiento puede no dañarlo, pero desde luego no lo hacía mejor.

No fue hasta finales del XVIII cuando se mejoraron los procesos de obtención y elaboración del vino, hasta el punto en el que podían permanecer hasta veinte años dentro de los barriles.

2.2 Siembra y cosecha.

De acuerdo con la información proporcionada por Agrobot (2018) a continuación se describirá todo el proceso de siembra y cosecha de la uva, desde su cultivo, clima, su ciclo de vida y manejo del cultivo.

Cultivo de uva

Esta es una especie de origen eurasiático y americano perteneciente a la familia de las Vitaceae y al género *Vitis*, son arbustos con tallos vivaces leñosos y trepadores, poseen zarcillos opuestos a las hojas, hojas alternas y generalmente estipuladas. Poseen flores pequeñas, pares y en general hermafroditas, inflorescencia en racimos compuestos, frutos en bayas, semillas con testa dura y compuesta.

Clima

Esta especie pertenece a zonas templadas e intertropicales, pudiendo realizarse en zonas donde la temperatura media anual no desciende de los 9° grados centígrados.

La Vid es bastante resistente a las heladas invernales, pero esta resistencia se reduce luego de la brotación, comprometiéndose la cosecha, esto lleva a que algunos viñedos muy expuestos estén equipados con dispositivos de lucha contra las heladas, eficientes pero costosos.

Durante el periodo vegetativo la vid debe sufrir una acumulación de calor diario suficiente a fin de madurar correctamente sus racimos, dicha acumulación va desde los 2800° a los 4000° grados centígrados dependiendo del cepaje.

El asoleamiento es importante para la acumulación de azúcares en el fruto sin embargo es bueno recordar que esa radiación solar solo es eficaz si es interceptada por el follaje esto depende del sistema de conducción.

Respecto a las precipitaciones la necesidad de agua se encuentra entre 300 a 600 mm disponibles durante la etapa vegetativa, teniendo en cuenta las pérdidas por evaporación, escurrimiento y percolación. Además, hay que considerar otros factores, como la capacidad de retención del suelo, la profundidad de enraizamiento, la humedad atmosférica, los fenómenos de rocío y las aptitudes de los cepajes y de la porta injerto para resistir la sequía.

Se puede acomodar a distintos tipos de suelos, desde el pobre al más fértil y desde el más ácido al más calcáreo, los buenos suelos vitícolas se caracterizan por una riqueza de mediana a débil, con un poder de infiltración elevado, gravosos que permiten un rápido calentamiento en primavera. Debido a que generalmente esta especie se realiza sobre porta injertos americanos o franceses las raíces pertenecientes a esta porta injertó condicionan la resistencia a la sequía.

El tallo de una cepa cultivada (o planta) comprende un tronco que puede alcanzar dimensiones considerables es siempre ondulado o retorcido y se encuentra recubierto por una acumulación de vieja corteza

En general las Vides fructifican sobre el pámpano, una vez que se halla lignificado, agostado y no tenga más se la denomina sarmiento. En la unión del sarmiento con la madera de los dos años se encuentra un conjunto de yemas de corona o casquete que generalmente no brotan, solo brotan ante un daño o poda intensa.

A continuación, viene un entrenudo muy corto y se encuentra la primera yema llamada bourillion que en general no es fructifica y no reviste importancia, después siguen en los restantes nudos dos yemas juntas; una axilar o yema invernante y otra llamada yema pronta o temprana que brotara en la misma estación dando origen a un brote de escasa producción llamado feminela.

Las demás yemas quedan inhibidas brotando en la estación siguiente esto nos indica que la productividad depende de, las condiciones climáticas y sustancias de reservas existentes en la época de formación.

Las yemas invernantes de la parte media en realidad no están constituidas por un solo punto meristemático, sino por varios, generalmente tres, uno central más desarrollado que va a dar origen al pámpano y dos laterales que no desarrollan, salvo en el caso de destrucción del brote, constituyendo así verdaderas yemas latentes, dándole a la Vid esa condición de rejuvenecer sus partes aéreas mediante podas enérgicas.

Ciclo vegetativo.

Lloro o llanto es un exudado de un líquido incoloro por heridas de poda fresca que marca la reanudación de la actividad radical, observándose aproximadamente a partir del mes de agosto.

El desborre se refiere al comienzo de la actividad de las yemas latentes, caracterizándose por la pérdida de un fieltro protector que expone a las yemas jóvenes a daños por heladas y también se observan una hinchazón de las mismas.

En el crecimiento se observa la aparición de las distintas partes de la rama y de los órganos que portan (entrenudo zarcillos, inflorescencia).

La maduración de la madera se trata de una lignificación, acompañada de una puesta en reserva del almidón, esto le confiere al sarmiento buena resistencia al frío invernal, permitiendo una brotación normal en la primavera siguiente.

La caída de hojas se observa luego de la vendimia y se produce por la migración del almidón hacia la madera. Desde entonces se considera que termina la vida activa de la Vid y pueden comenzar los trabajos de invierno (poda),

Ciclo reproductivo.

La floración se observa dos meses después del desborre, durando diez días en condiciones normales, que son días soleados y entre 18 a 25 grados centígrados. Cuando no se reúnen esas condiciones la fecundación es imperfecta.

Se observa entonces una caída de flores la cual puede darse por bajas temperaturas, fuertes lluvias, exceso de vigor (el crecimiento de las ramas compite con la floración) y ataque parasitario, dando como resultado un fenómeno denominado corrimiento (racimos con pocas bayas).

Se denomina cuajado a la transformación de la flor en fruto, es de suma importancia definiéndose la cosecha futura. Los granos permanecen verdes por un tiempo más sin dejar de crecer, luego se produce un cambio de color denominado envero llegando al color definitivo.

Luego se produce el enriquecimiento de azúcares y la baja progresiva de la cantidad de ácidos orgánicos contenidos en las bayas que conduce a una fase llamada maduración tecnológica.

Manejo del Vivero.

Propagación de la vid.

Las vides pueden ser propagadas por semillas, estacas, acodos o por injerto de púa o de yema, las semillas se usan principalmente para la producción de nuevas variedades.

En la escala comercial las más usadas son las estacas, en el caso de aquellos cultivares de difícil enraizamiento se usan acodos y el injerto de púa o de yema sobre patrones se usa ocasionalmente para aumentar la vida de las cepas, el vigor de las plantas y los rendimientos.

Donde hay organismos del suelo perjudiciales como la filoxera se debe cultivar variedades de especies susceptibles es necesario injertar de púa o de yema las variedades deseadas sobre un patrón resistente.

La semilla de vid germina sin dificultad los mejores resultados se obtienen después de un periodo con estratificación húmeda a 4 o 5 grados por unas doce semanas antes de la siembra.

La mayoría de las variedades de vid se inician fácilmente por estacas de madera dura, el material se debe recolectar durante el periodo de reposo. Se deben usar sarmientos bien desarrollados del año, por lo general de 0.82 a 1.2 cm de diámetro y de 30-40 cm de largo. Una estación de desarrollo en el vivero es suficiente para producir plantas de tamaño apropiado para trasplante de viñedos. En general no se usan sustancias promotoras del enraizado.

Se usa el acodo aéreo o el acodo simple, de trinchera o de montículo.

El injerto de banco se usa con corta frecuencia (injerto de raíz); las pilas se injertan ya sea por el método inglés o de lengüeta en estacas desyemadas, las cuales pueden estar enraizadas o sin enraizar. Esto se hace a fines de invierno o principio de primavera de material previamente colectado en estado latente tanto de la púa como del patrón. En la vid la presencia de aire en la unión del injerto es esencial para una cicatrización adecuada, por lo tanto, no se usan cera para injertar y el material de envoltura no se empalma. Luego de realizado el injerto estos se deben mantener por 3 o 4 semanas en arena mojada a una temperatura de alrededor de 24 grados centígrados.

El Injerto de madera verde es un procedimiento rápido y simple para propagar *Vitis vinífera* sobre patrones resistentes. Una púa de madera verde con una sola yema se injerta durante la estación de crecimiento activo sobre ramas nuevas que salen de una estaca enraizada del año, o de una estaca a mediados de su primera estación de enraizamiento. Para realizarlo se usa un injerto de hendidura.

Injerto de yema es un buen método para establecer variedades de vid sobre patrones resistentes en otoño, se realiza sobre estacas plantadas en el viñedo durante el invierno o en la primavera anterior.

Una forma de injerto es el de astillas, las yemas se injertan en el patrón cerca del nivel del suelo y se cubren con unos 10 a 25 cm de suelo bien pulverizado y húmedo.

Cabe aclarar que en este caso el injerto en T no se usa debido a que la yema es muy grande.

Manejo del cultivo.

Labores culturales del viñedo.

Su propósito es facilitar la distribución del agua de riego, controlar malezas, etc. Dichas labores están en íntima relación con los momentos de riego, por lo tanto, con las épocas de mayor necesidad de humedad, como lo son el comienzo de vegetación (lloro e incitamiento de las yemas).

Otro periodo importante va desde fecundación hasta el envero

Los riegos pueden hacerse por surco o por inundación, el sistema de riego por surco necesita de distintos trabajos de arada

Arada en otoño: es una labor profunda que aporca tierra al pie de la planta protegiendo así a esta de los fríos del otoño e invierno y realizar callejones para la vendimia.

- Arada de principios de primavera: labor superficial produciendo un surco cercano al pie de la planta y un bordo sobre el callejón permitiendo así el riego.
- Arada en el mes de noviembre: labor superficial que se da a floración aporcando tierra a las plantas y tapando el surco, el que ahora quedara en el centro del callejón. En el mes de diciembre los riegos son más necesarios debido al crecimiento de los racimos.
- Arada en los meses de verano: en esta época debido a las mayores exigencias de agua dadas por un aumento de la evapotranspiración los surcos se realizan al pie de la planta. En febrero se disminuye la cantidad de

riegos para aumentar la cantidad de azúcares en los frutos. Durante los meses de marzo-abril se realiza la cosecha por lo que se suspende todas las actividades.

Fertilización.

Necesidades de plantación.

Es necesario antes de la implantación el conocimiento de los cultivos antecesores, ya que algunos tienen necesidades similares a la vid, tales como: Trébol, alfalfa y trigo.

- Ácido fosfórico: durante el periodo vegetativo este cultivo tiene baja necesidad a este nutriente.
- Potasio: elemento clave para la vid, afectando la calidad del producto por ser el responsable del enriquecimiento en azúcares de las bayas. Al igual que el fósforo este nutriente debe ser aplicado en profundidad,
- Calcio y magnesio: el primero solo es utilizado para elevar el PH en suelos ácidos, mientras que el magnesio generalmente está en niveles suficientes en todos los suelos.

Necesidades para la formación.

Si durante el período anterior se realizó un buen manejo de los nutrientes no será necesario ningún tipo de aporte en este momento, salvo de nutrientes como nitrógeno.

Necesidades para la producción.

En esta etapa el comportamiento del viñedo y los análisis químicos tanto de cosecha como de suelo podrían estar orientando al viticultor en la elección de los nutrientes a aplicar.

Se podría decir que, sin llegar hasta las carencias, cuanto más disminuye el vigor de una cepa (sin una restricción hídrica excesiva), más rico es el vino, esto en la

medida en que la disminución del vigor es imputable a la restricción de la alimentación nitrogenada.

Sistemas de conducción.

Persisten dos sistemas el denominado parral sanjuanino (español) y el francés en las "contra espaldas", pero con modificaciones respecto a los originales.

Parral sanjuanino: por lo general se construye el parral a 2mx2m con una altura total que oscila entre 1.8 a 1.9 metros y con una distancia entre poste perimetrales y sus respectivos muertos de 0.75 a 1.5 m.

Este sistema presenta deficiencias en la iluminación y ventilación del fruto, exposición a ataques de enfermedades y dificultad en las labores.

Distribución en el terreno: debe disponerse una avenida perimetral de 5 a 10 metros de ancho, dentro de este cuadro se marcan luego las caras internas donde quedan demarcados los cuarteles del parral.

Estas calles tendrán un mínimo de 4 metros, el ancho de los cuarteles para asegurar un buen aprovechamiento del riego depende de la textura del suelo, no deberá superar los 80 metros, en los suelos arenosos y podrá extenderse hasta 1.50 metros en los suelos arcillosos.

En cuanto al largo de los cuarteles se estima que no debe sobrepasar los 1 000 metros sin que se atravesase una calle.

Sostenes empleados en la construcción del parral.

Postes esquineros: Son los de mayor grosor y se ubican en los cuatro ángulos del cuartel van enterrados de 0.8 a 1 metro, con una inclinación hacia afuera de 45 a 60 grados. Son de madera dura y de una circunferencia de 0.4 metros y una altura de 3 metros.

La madera a emplear debe ser dura y resistente ya que debe durar toda la vida útil del parral (40 años).

Cabeceros o Perimetrales: son los que se colocan en todo el perímetro del parral, constituyendo los extremos de cada fila, deben tener una circunferencia mínima de 0.22 y 3 metros de largo y se entierran de 0.6 a 0.8 metros pudiéndose ser de madera dura o blanda tratada.

Muertos o estacones: pueden ser de piedra, preferentemente plana de 0.5 de largo por 0.4 metros de espesor, con una hendidura por donde se ata el alambre, pero tienen el inconveniente que el alambre se enrede y se oxide, principalmente en suelos salinos, también se usa madera de retama (resistente), anclas de cemento con núcleos de alambre o un travesaño de la misma madera fuertemente atado.

Los muertos se unen por medio de alambres denominados riendas a los esquineros y cabeceras, llevando dos riendas, dos muertos por cada esquinero y una rienda y un muerto por cada cabecero.

Trabas, tutores o varillones: son de madera dura o generalmente blandas atadas, casi siempre de álamo o jarilla y tiene una circunferencia mínima de 12 cm con una altura de 2.5 metros estando enterrados al lado de cada planta.

Alambres usados: Pueden ser dulces o acerados, de alta o mediana resistencia. En los dulces que son de sección circular esta disminuye a medida que aumenta su número de identificación.

Los acerados son de sección ovalada y a medida que aumenta su número de identificación aumenta su diámetro.

Construcción del parral.

En primer lugar, se debe proceder a encuadrar el terreno para ello se determina una línea de base orientada generalmente sobre un lindero de la propiedad.

Una vez determinada esta línea se deben marcar 2 ángulos rectos que luego nos permitirán definir los cuatro lados del cuartel por diferentes métodos, los cuatro lados del cuartel que quedan determinados constituyen las líneas de muertos.

Sobre cada uno de ellos se tensa sin alambre con marcas que van la primera a un metro y las siguientes 2.5 metros, el extremo del alambre se coloca en el vértice del ángulo y se señala cada marca con un trozo de caña de manera de indicar en todo el perímetro del cuartel el lugar donde irán enterrados los muertos.

Seguidamente se hacen los pozos, se entierran, apisonan y riegan, luego se mide a partir de cada una de las líneas de muertos 2 metros hacia adentro.

Los cuatro puntos donde se cortan las líneas de muertos constituyen el lugar donde se entierran los esquineros, sobre esa misma línea se determina también la ubicación de los postes perimetrales o cabeceras. Al igual que para los muertos se coloca una caña en cada marca quedando de tal forma el primer cabecero a 1.5 metros del esquinero y se procede a hacer los hoyos correspondientes.

Al tiempo que se va rellenando, regando y apisonando el hoyo del esquinero se pasan las riendas que lo unen al muerto por las escotaduras correspondientes.

Dispuestos los esquineros con sus correspondientes muertos y riendas se procede al tendido del alambre perimetral y luego de esto se colocan los postes perimetrales, para ello se coloca 1 cada 10 y se lo pinta de blanco en la cabeza y la base recibiendo el nombre de campeones que están perfectamente alineados y ubicados. Estos conforman los puntos a partir de los cuales se alinearán los restantes cabeceros.

Una vez colocados todos estos se proceden a la instalación de las riendas en cada uno y al tendido de los alambres maestros entre 2 cabeceros enfrentados. Colocados estos en ambos sentidos se ubican las trabas o varillones en los puntos

donde se cruzan estos alambres, la parte superior de la traba se une a los alambres maestros.

Sostenes usados en la contra espaldera.

En los extremos de cada contra espaldera van colocadas los cabeceros que tienen 2.5 metros de largo y se entierran con una inclinación de 45 a 60 grados a 1.20 metros, los sostenes interiores de la espaldera son los rodrigones que tienen 2.5 metros de largo y que van enterrados verticalmente a 0.7 y 0.8 metros.

El primer rodrigón se coloca a 3,6 metros del cabecero quedando en ese espacio tres plantas, las demás tienen una separación de 7.2 metros conteniendo 6 plantas, los alambres van a distintas alturas según el sistema de poda.

Construcción de la contra espaldera.

En este caso y a diferencia del parral, primero se coloca las plantas y al año siguiente recién se hace el alambrado.

La distancia entre hileras y entre plantas está dada por el sistema de poda usado como ejemplo usaremos un "bordelés" con una distancia entre hilera de 2.20 metros y entre plantas de 1.20 metros.

Para marcar el cuartel tomaremos una línea de referencia y hacia adentro marcados la línea de base, esta deberá tener la medida que se desee para el callejón o avenida, una vez determinada esta línea se debe marcar los ángulos rectos consecutivos, después se toma un alambre con marcas a 2.20 metros y se coloca sobre la línea de base correspondiente marcando con una cañita el comienzo de cada hilera.

Se traslada el alambre y se repite la operación sobre la línea de pie del cuartel, uniendo con un alambre fino dos cañas enfrentadas queda determinada la línea del surco que se marca con un palito se surquea y se riega. El paso siguiente es marcar sobre el surco el lugar de cada planta y se hace tendiendo alambre con marca a

1.20 y trasladándolo hasta el último surco, para hacer los hoyos se toman nuevamente el alambre marcado a 2.20 metros con el que se unen dos de las cañas enfrentadas y donde este alambre corta el surco se hace el hoyo siempre hacia el mismo lado del alambre.

La operación siguiente es la plantación del barbado.

Sistemas de poda.

Primer verano: se elige el brote más vigoroso y se lo amarra a medida que crece a la traba y se despuntan los restantes brotes, así también las feminelas que se originan sobre el principal.

Primer invierno: se rebaja el sarmiento a la altura del alambre si su crecimiento ha sido vigoroso, eliminando sus feminelas y los restantes sarmientos del tronco.

También se desyema el sarmiento 30 a 40 cm por debajo del alambre, dejando seguidamente 3 o 4 yemas hacia abajo y eliminando las restantes hasta la base. Si en este invierno el sarmiento no alcanza el alambre se lo rebaja hasta donde su sección sea de 8 mm dejándole 3 yemas en su extremo superior y eliminando las restantes.

Segundo verano: se seleccionan los dos brotes opuestos mejor ubicados dejándolos crecer libremente y despuntados los restantes sobre el nudo siguiente al último racimo si los hubiere a fin de retardar su crecimiento.

Segundo invierno: se rebaja a la altura del alambre los dos sarmientos mejor ubicados y más vigorosos dejándole 3 a 4 yemas en sus bases y desyemando el resto.

A estos se los ata al alambre y se elimina la vegetación restante, estos sarmientos constituyen los dos brazos primarios de la planta.

Tercera de invierno: se eligen en cada brazo los dos sarmientos mejores por vigor y posición y luego se repiten todas las operaciones del invierno anterior, de esta manera se obtienen así los cuatro brazos necesarios para el sistema.

Cuarta de invierno: se selecciona en cada brazo los dos sarmientos más basales y mejores para cargador (el superior) y para pitón (el inferior), se ata el cargador a su correspondiente alambre maestro en forma arqueada.

Poda de fructificación: En general se puede decir que existe tres tipos de poda de fructificación poda corta (todo a pitón), poda mixta (pitón y cargador), poda larga (arqueado).

En este caso se elimina en cada brazo el cargador del año anterior, de los dos sarmientos originados en cada pitón, el superior se deja como cargador y se lo ata arqueado al alambre maestro y el inferior se rebaja a nuevo pitón, es decir es una poda mixta.

A continuación, se verá como ejemplo un sistema de poda para la contra espaldera, cabe aclarar que para la contra espaldera existen muchos sistemas de poda, ejemplo de ello son: el cazenave-guyot, cordon royat, maroger, thomery, bordelés en este caso veremos el bórdeles.

Optimo Crecimiento: los dos sarmientos superiores convenientemente rebajados se los deja como cargadores y se los ata arqueados al primer alambre, el o los inferiores los podamos a pitón (2 cargadores-2 pitones).

Mediano crecimiento: dejamos dos cargadores de los sarmientos más vigorosos y mejor ubicados con 4 o 5 yemas en sus bases y desyemo los restantes, atando los cargadores al primer alambre.

Pobre crecimiento: optamos por un cargador y un pitón o bien 2 pitones.

Poda de fructificación.

Formada la planta con 2 cargadores y 2 pitones eliminamos los cargadores del año anterior y dejamos como cargadores nuevos al sarmiento superior de cada pitón y como pitón nuevo al sarmiento basal del pitón anterior.

Agentes climáticos adversos al cultivo de la vid.

Los accidentes climáticos, heladas y granizos principalmente al igual que el viento pueden causar daños muy graves, por lo tanto, es necesario conocer los mecanismos para tratar de combatirlo en la medida de la posible.

Daños por helada.

Heladas de otoño: si la temperatura baja a -2 o -3 grados centígrados las hojas se desecan parcialmente, pero los racimos permanecen intactos, cuando la temperatura disminuye más de -6 grados centígrados no solo se produce el secado de las hojas, sino que, en caso de las uvas estén maduras se produce la pérdida de agua de estas por alteración de las membranas, alimentando la concentración de azúcares solo sirviendo este para vinos licorosos. Si por el contrario las uvas están maduras en forma incompleta al momento de la helada se produce un color tinte rojizo en estas alterándose el sabor de los vinos elaborados.

Heladas de invierno: la resistencia de los cepajes a estas temperaturas (-15 a -20 grados centígrados) depende de distintos factores.

Los cepajes.

Etaapa fenológica en que se encuentra la planta en el momento de producirse la helada (descanso completo, primeros movimientos de savia y lloro o llanto).

Condiciones que acompañan a la helada (con o sin nieve).

Los daños que se producen pueden situarse en brotes, sarmientos y tronco. Para darnos cuenta del daño se hace una hendidura longitudinal en el órgano y si el interior es de color marrón a nivel del líber y en el centro en el caso de yema, se podía estar asegurando que no habrá crecimiento.

Heladas de primavera: son en general heladas negras producidas por vientos polares que producen un descenso brusco de la temperatura.

Métodos de lucha:

Existen dos métodos para combatir las heladas, una es la prevención y otra la lucha activa.

Prevención.

- Elegir cepajes con desborre tardío para parcelas expuestas.
- Podas tardías, lo que contribuirá a demorar el desborre.
- No instalar viñas en hondonadas expuestas a heladas.

Lucha activa.

- Estos son procedimientos costosos basados en dos primicias.
- Reducir el enfriamiento del aire.
- Mantener los órganos de la planta a una temperatura superior al de los daños.

En el primer caso se recalienta el aire directamente quemando combustible, para esto se emplean calentadores los cuales pueden ser pequeños o grandes, cabe aclarar que es conveniente emplear gran cantidad de estufas pequeñas y bien repartidas en la plantación ante que pocas estufas grandes ya que estas provocan la formación de una columna de aire caliente que se escapa hacia las capas altas de la atmósfera.

El segundo se hace por medios de barreras como plástico o humo que homogenizan las capas, minimizando la disminución de la temperatura a nivel de las plantas.

También para limitar el enfriamiento del vegetal se realizan riesgos por aspersión, que lo que hace es mantener las hojas y yemas cubiertas de hielo, permaneciendo estas a cero grados centígrados.

Daños por granizo

Los sitios preferidos por estos fenómenos varían con el estado vegetativo de la planta y el tamaño del granizo.

Los daños más comunes son rotura de hojas y caída de flores o pequeñas bayas. También en algunos casos pueden producirse heridas en sarmientos principalmente cuando las piedras son relativamente grandes.

Como prevención pueden realizarse mayas antigranizo, siempre y cuando el costo de estas se vea justificado por la calidad de la cepa y la frecuencia de este fenómeno en la zona. Las heridas del sarmiento pueden tratarse con frecuencia para evitar la entrada de hongos.

Vientos: Su acción produce efectos mecánicos directos y también la diseminación de enfermedades y plagas. Su acción directa produce rotura de ramas, despegamiento de sarmientos en la base y caídas de las hojas.

Para aquellos cultivos más sensibles una forma de prevenir estos daños es disponer las espalderas en la misma dirección de los vientos predominantes. También se utiliza en la mayoría de los casos cortinas rompe vientos.

2.3 Propiedades nutricionales

El vino tinto goza de muchos beneficios para el cuerpo humano algunos de ellos son:

- Es considerado un alimento completo.
- Es fuente de energía fácil de asimilar.
- Está asociado con la longevidad, pues contiene vitaminas como la A, C y varias del complejo B como: biotina, colina, inositol, ciancobalamina, ácido fólico, ácido nicotínico, piridoxina y tiamina entre otros.
- Contiene pequeñas cantidades de hierro, por lo que se debe ingerir vinos generosos en caso de anemia.
- Es un medio natural de recuperación si es tomado después de un esfuerzo físico.
- El vino tinto, sobre todo si es viejo, es particularmente indicado en períodos de convalecencia, o en el transcurso de enfermedades infecciosas.
- Es un remedio terapéutico en la ansiedad y la tensión emocional, por ello varios expertos consideran que "el vino mantiene en un justo equilibrio la mente y los sentimientos".
- Desarrolla propiedades euforizantes que disminuyen la depresión.
- Es muy recomendado para controlar las anomalías alimenticias ingerir una o dos copas al día ayudan a nivelar el hambre.
- Particularmente es diurético.
- Contiene una fuerte concentración de sales minerales como: calcio, potasio, magnesio, silicio, zinc, flúor, cobre, cromo y el anión mineral sulfúrico que son perfectamente asimilables.
- Tiene acción bactericida investigadores canadienses descubrieron que el vino tinto podía atacar ciertos virus, entre ellos los de la poliomielitis y del herpes.
- Sus propiedades antisépticas son más elevadas cuando el vino es viejo.

- Es antialérgico debido a la concentración de manganeso y de vitamina B, se opone a todo exceso de formación de histaminas, que es el elemento responsable de los fenómenos alérgicos.
- Reduce el riesgo de contraer cáncer, pues contiene sustancias que activan la respiración celular. El consumo moderado protege contra los efectos patológicos de los radicales libres que provocan varios tipos de cáncer.
- Es digestivo ya que es muy rico en vitamina B2, la cual permite eliminar las toxinas y la regeneración del hígado.
- Participan de una manera activa en el metabolismo de las proteínas y de los glúcidos.
- Estimula la segregación de los jugos gástricos, particularmente indicado con las carnes y pescados, pues facilita el proceso digestivo.
- Actúa sobre las fibras lisas de la musculatura intestinal y aumenta así las propiedades peristálticas, siendo un medio suplementario para evitar el riesgo de constipación.
- Diversos estudios realizados por la Organización Mundial de la Salud indicaron que el consumo moderado y habitual de vino estimula los índices de la enzima Ald. DH en el hígado.
- Acelera la depuración del colesterol, pues facilitan y refuerzan la acción de la vitamina C, necesaria para depurar el colesterol.
- Estabiliza las fibras de colágeno que sirven de sostén a diversas arterias.
- Reduce el riesgo de los accidentes cerebrovasculares isquémicos (obstrucción de una arteria del cerebro)
- Disminuye las molestias de la artritis
- Bloquean la progresión de las cataratas y la degeneración macular.
- Evitan los bochornos en la etapa de la menopausia
- Reducen la periodontitis
- La catequina, el resveratrol, y la quercetina se encargan de potenciar nuestro sistema inmunológico.

- Regulan el colesterol, las posibilidades de desarrollar una úlcera, y facilitan la lucha contra la arterioesclerosis.
- Ayuda retrasando la aparición de la pérdida de memoria.
- Evita el desarrollo de tumores en nuestro cuerpo retrayendo el crecimiento de las células que los contienen (La guía del vino, 2017).

A continuación, se van a mencionar los principales nutrientes, la cantidad de dichos nutrientes corresponden a 100 ml de vino tinto.

Tabla 1. Principales nutrientes del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido fólico	0 g.	Fosfolina	5,60 mg.
Grasas saturadas	0 g.	Grasas mono insaturadas	0 g.
Adenina	0 mg.	Grasas poliinsaturadas	0 g.
Agua	89,70 g.	Guanina	0 mg.
Alcohol	9,82 g.	Licopeno	0 ug.
Cafeína	0 mg.	Grasa	0 g.
Calorías	70,72 kcal.	Luteína	0 ug.
Carbohidratos	0,30 g.	Proteínas	0,23 g.
Colesterol	0 mg.	Purinas	0 mg.
Fibra insoluble	0 g.	Quercetina	0 mg.
Fibra soluble	0 g.	Teobromina	0 mg.
Fibra	0 g.	Zeaxantina	0 ug.

Fuente: Los alimentos (2017).

La cantidad de calorías contenidas en 100 ml de vino tinto es de 70.72 kcal, el aporte energético es de aproximadamente un 3% de la cantidad diaria recomendada de calorías que necesita un adulto de mediana edad y de estatura media que realice una actividad física moderada.

A continuación, en la tabla 2 se muestran las vitaminas contenidas.

Tabla 2. Vitaminas del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido fólico añadido	0 ug.	Vitamina A	0,00 ug.
Alfa caroteno	0 ug.	Vitamina B1	0,01 mg.
Alfa tocoferol	0 mg.	Vitamina B12	0,01 ug.
Beta caroteno	0 ug.	Vitamina B2	0,02 mg.
Beta criptoxantina	0 ug.	Vitamina B3	0,09 mg.
Beta caroteno	0 ug.	Vitamina B5	0,04 ug.
Beta tocoferol	0 mg.	Vitamina B6	0,02 mg.
Caroteno	0,00 ug.	Vitamina B7	1,40 ug.
Delta tocoferol	0 mg.	Vitamina B9	1 ug.
Folatos alimentarios	1 ug.	Vitamina C	0 mg.
Gamma tocoferol	0 mg.	Vitamina D	0 ug.
Niacina preformada	0,09 mg.	Vitamina E	0 mg.
Retinol	0 ug.	Vitamina K	0 ug.
Tocoferoles totales	0 mg.		

Fuente: Los alimentos (2017).

El porcentaje de la cantidad diaria recomendada de vitaminas que aportan 100 ml a nuestra dieta es:

- Vitamina B1: 1%
- Vitamina B2: 1%
- Vitamina B3: 1%
- Vitamina B6: 1%
- Vitamina B9: 1%

En la tabla 3 se muestra la cantidad de minerales contenidos.

Tabla 3. Minerales del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Aluminio	0 ug.	Fósforo	14 mg.
Azufre	0 mg.	Hierro	0,90 mg.
Bromo	0 ug.	Yodo	0 mg.
Calcio	7,60 mg.	Magnesio	11 mg.
Zinc	0,05 mg.	Manganeso	0,20 mg.
Cloro	9,90 mg.	Níquel	5 ug.
Cobalto	0,70 ug.	Potasio	93 mg.
Cobre	0,04 mg.	Selenio	0,20 ug.
Cromo	1 ug.	Sodio	4 mg.
Flúor	12 ug.		

Fuente: (Los alimentos, 2017).

La cantidad de proteínas que aportan 100 ml de vino tinto es de 0.23 ml, dichas proteínas se usan en nuestro organismo para crear nuevas proteínas, responsables de construir tejidos, como los de nuestra masa muscular y regular los fluidos del organismo entre otras funciones.

Las proteínas del vino tinto se descomponen en aminoácidos en nuestro organismo para su asimilación.

Las proteínas que el cuerpo sintetiza, además de ser útiles para la creación de nueva masa muscular, también intervienen en funciones fisiológicas sin las cuales, nuestro organismo no podría subsistir.

A continuación, en la tabla 4 se muestran la cantidad de aminoácidos que aporta el vino tinto.

Tabla 4. Aminoácidos del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido aspártico	0 mg.	Leucina	0 mg.
Ácido glutámico	0 mg.	Lisina	0 mg.
Alanina	0 mg.	Metionina	0 mg.
Arginina	0 mg.	Prolina	0 mg.
Cistina	0 mg.	Serina	0 mg.
Fenilalanina	0 mg.	Tirosina	0 mg.
Glicina	0 mg.	Treonina	0 mg.
Hidroxiprolina	0 mg.	Triptofano	0 mg.
Histidina	0 mg.	Valina	0 mg.
Isoleucina	0 mg.		

Fuente: Los alimentos (2017).

En la quinta tabla se puede observar una lista de la cantidad de hidratos de carbono simples.

Tabla 5. Hidratos de carbono simple del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Azúcar	0,17 g.	Lactosa	0 g.
Fructosa	0 g.	Maltosa	0 g.
Galactosa	0 g.	Oligosacaridos	0 g.
Glucosa	0 g.	Sacarosa	0 g.

Fuente: Los alimentos (2017).

En la tabla siguiente, se muestra una lista de la cantidad de ácidos orgánicos.

Tabla 6. Ácidos orgánicos del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido acético	0,23 g.	Ácido oxálico	0 g.
Ácido cítrico	0 g.	Ácido tartárico	0,15 g.
Ácido láctico	0,08 g.	Ácidos orgánicos disponibles	0,25 g.
Ácido málico	0,02 g.		

Fuente: Los alimentos (2017).

Finalmente, se muestra la lista de fitosteroles:

Tabla 7. Fitosteroles del vino tinto.

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Avenaesterol d5	0 mg.	Estigmasterol	0 mg.
Avenaesterol d7	0 mg.	Estigmasterol d7	0 mg.
Beta sitosterol	0 mg.	Fitosterol	0 mg.
Brasicaesterol	0 mg.	Otros fitosteroles	0 mg.
Campesterol	0 mg.		

Fuente: Los alimentos (2017).

2.3 Producción en México

México posee alrededor de 32,000 hectáreas de viñedos, 8% más que en 2015, la mayoría de dichas hectáreas está dedicada al cultivo de uva de mesa, cerca de 5,000 hectáreas se destinan al cultivo de uva para producir vino, de las cuales más de la mitad corresponden a los valles bajacalifornianos (Boullosa, 2017).

De acuerdo con el Consejo Mexicano Vitivinícola, Baja California concentra cerca del 75 % de la producción de vino a nivel nacional, seguido de Coahuila, Querétaro y Aguascalientes.

Zacatecas, Chihuahua, Guanajuato, San Luis Potosí, Puebla, Sonora y Nuevo León tienen una producción menor.

A pesar de que la producción de Coahuila es mucho menor que la de Baja California, tiene un papel muy importante en la historia del vino en México, ya que fue ahí donde se estableció la primera bodega de América.

Por su otra parte Querétaro y Guanajuato han desarrollado una importante cultura enoturística con actividades como la Ruta del Vino y el Queso, vendimias, conciertos, visitas guiadas a bodegas y catas guiadas por enólogos invitados y locales.

A pesar de que Aguascalientes aún no posee muchas bodegas, cuenta con un suelo con buen drenaje y permeabilidad, lo que hace posible el cultivo de uvas como Chardonnay, Riesling, Syrah, Pinot Noir, Cabernet Franc, Nebbiolo, Cabernet Sauvignon, Malbec y Tempranillo, que han dado vinos sorprendentes.

A la fecha, México cuenta con más de 100 bodegas y productores, los cuales colocan en el mercado más de 1000 etiquetas.

Gran parte de este crecimiento está relacionado con el turismo y debe ir de la mano con la meta de colocar a México como un país atractivo ante los ojos de sus millones de visitantes.

Sin embargo, llegar a la mente del consumidor es complicado, ya que es más sencillo que la gente compre de nuevo algo que ya conoce, a que pruebe un vino mexicano por primera vez comprado en su propio país.

Estas entidades han ido colocándose como un atractivo no sólo entre los amantes del vino, también en el mercado más joven, el cual será el responsable del crecimiento sostenido para la industria en un futuro cercano (Boullosa, 2017).

2.3.1 Producción en el exterior

En el Congreso Mundial de la Viña y el Vino número 40, el director general de la Organización Internacional del Vino, presentó un balance global del sector vitivinícola y los viñedos en todo el mundo. Dicho balance habla sobre el potencial vitivinícola de producción, la superficie plantada de viñedos, el consumo mundial de vino y los volúmenes de exportación e importación (El mundo, 2017).

En 2016 la superficie vitícola mundial se situaba en 7.5 millones de hectáreas, la producción mundial de uva alcanzó los 75.8 millones de toneladas, la producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos) se estima en 267 millones de hectolitros y el consumo mundial de vino se calcula en 241 millones de hectolitros (El mundo, 2017).

España sigue a la cabeza de las superficies cultivadas con 998,000 hectáreas, delante de China quien posee 847,000 hectáreas y Francia con 790,000. En 2016

la producción mundial de uvas destinadas a todos los tipos de utilización fue de casi 76 millones de toneladas, la tendencia de producción desde el año 2000 es a la alza, pese a la disminución de la superficie del viñedo; esto se debe principalmente por un crecimiento de los rendimientos, además de una mejora continua de las técnicas vitícolas (El mundo, 2017).

La producción mundial de vino (excluidos zumos y mostos) en 2016 se estima en 267 millones de hectolitros, es decir hubo un retroceso del 3% con respecto a la producción de 2015, el año 2016 estuvo marcado por condiciones climáticas difíciles que afectaron la producción de diversos países (El mundo, 2017).

El nivel de producción en Estados Unidos es de 23.9 millones, en América del Sur las producciones disminuyen notablemente Argentina con 9.4 millones, Chile con 10.1 millones y Brasil con 1.6 millones (El mundo, 2017).

De acuerdo con los datos es posible observar un ligero aumento del consumo mundial en 2016, estimado en aproximadamente 241 millones de hectolitros, los países tradicionalmente consumidores se encuentran en retroceso o estancamiento, lo que representa un beneficio de nuevos polos de consumo (El mundo, 2017).

El período comprendido entre 2000 y 2016 se caracterizó por un desplazamiento del consumo de vino, existe una tendencia creciente a un consumo del vino fuera de su país de producción (El mundo, 2017).

Finalmente Estados Unidos confirma su posición como primer consumidor con 31.8 millones de hectolitros, seguido de Francia con 27.0 millones, Italia con 22.5 millones, Alemania con 19.5 millones y China con 17.3 millones (El mundo, 2017).

2.4 Comercialización en México

El consumo de vino en México ha aumentado en los últimos años generando más de 220 millones de dólares, en el año 2015 se consumió un aproximado de 20 millones de litros, de acuerdo con datos del Consejo Mexicano Vitivinícola y la Organización Internacional de la Vid y el Vino, esta cifra creció 10% en 2016 (Boullosa, 2017).

A través del tiempo es posible observar que el crecimiento de este sector tiene una tendencia a la alza, no se detiene y lleva un ritmo acelerado registrando un crecimiento de 184 % desde el año 2000. Cada vez que el consumidor elige un vino mexicano comienza una cadena que beneficia a cada una de las partes involucradas en su proceso, que va desde la producción hasta la venta (Boullosa, 2017).

Durante el año 2016 se consumieron aproximadamente 89.5 millones de litros de vino, de los cuales sólo el 30% fue de origen mexicano, las ventas generales a nivel nacional se reparten en 59% de vino tinto, 14 % de vino blanco y 12 % de espumoso, mientras que el 15 % restante suma las demás clasificaciones (Boullosa, 2017).

La Organización Internacional de la Viña y el Vino es la institución intergubernamental más importante en la materia a nivel mundial, está integrada por 46 países de los cinco continentes, señaló que a pesar de que el consumo per cápita de vino en México sigue siendo bajo, con sólo 750 mililitros anuales por persona, en comparación a otros países como: España (20 litros), Italia (37 litros) o Francia (47.7 litros), el crecimiento sostenido que ha presentado en los últimos años permite tener una visión optimista del potencial de negocio que existe en México para los productores, dentro y fuera del país (Boullosa, 2017).

Respecto a la estacionalidad Boullosa(2017) señala que el periodo de fin de año es el de mayor compra, el resto del año permanece más o menos constante y es durante marzo, abril y mayo la etapa de compra menos fuerte. Se estima que la producción nacional satisface a menos de un tercio de la demanda, por lo que el

70 % restante se importa de países como España, Francia, Chile, Argentina y Estados Unidos.

Actualmente las exportaciones de vino mexicano resultan una opción atractiva para los productores, éstas se han duplicado desde 2007 y su tendencia es ir al alza. El impulso de esta industria se ha logrado gracias a diferentes actores como; sommeliers, restauranteros, hoteleros y tiendas especializadas que son indispensables para el crecimiento del mercado, ya que de ellos depende la oferta (Boullosa, 2017).

Los eventos de promoción de vino mexicano han sido clave para que el mercado conozca a los productores y sus etiquetas, cada vez son más los festivales que se organizan con este propósito y los productores que se ven dispuestos a invertir en ellos para exhibir sus productos y posicionar sus marcas en el mercado, gozando de la posibilidad de vender al momento, lo que es un importante incentivo (Boullosa, 2017).

El objetivo principal de este sector es entrar en la mente del consumidor más joven para que se impulse el consumo y trasmitan este gusto a las próximas generaciones, de esta forma se logrará que la tendencia de crecimiento no se detenga, obteniendo a mediano plazo colocar a México como un consumidor y productor mucho más importante ante los ojos del mundo (Boullosa, 2017).

En este capítulo se van a explicar los aspectos internos de la empresa a constituir, para ello en primer lugar antes de comenzar la actividad, se deben tomar decisiones importantes.

Entre ellas determinar el giro de la empresa, su clasificación, nombre comercial, misión, visión, valores y análisis FODA correspondiente.

A continuación, se describe de forma más detallada cada uno de los puntos mencionados:

3.1 Clasificación de la empresa.

México tinto es una bodega vinícola que tiene como objetivo colocar y dar a conocer su producto en el mercado nacional e internacional. Ofrecerá diferentes variedades de vino que va desde vinos jóvenes hasta vinos de gran reserva destacando por su calidad.

En una primera etapa solo se contempla la producción de vino tinto, sin embargo, se pretende producir vino blanco a mediano plazo.

Se le va a clasificar como una empresa manufacturera de bienes de consumo final, ya que transforman las materias primas en productos terminados con el fin de satisfacer directamente la necesidad del consumidor.

México tinto es una empresa pequeña, ya que de acuerdo a La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), una empresa se considera como pequeña cuando tiene de 5 a 49 empleados, de igual manera se le clasificara en este rango por la cantidad de botellas producidas (Valencia, 2010).

De igual manera se va clasificar en ese rango por el número de botellas producidas como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 8. Escalas de producción de botellas de vino.

Tamaño de la empresa	Número de botellas producidas
Microempresa o artesanal:	De 1 a 89,000 botellas por año
Pequeña empresa:	De 89,000 a 1,000,000 botellas por año
Mediana empresa:	De 1,000,000 a 2,800,000 botellas por año
Gran empresa:	Más de 2,800,000 botellas por año

Fuente: Elaboración propia con datos de INADEM (2018).

3.1.2 Nombre

El nombre de la empresa es México tinto.

Se escogió este nombre porque se quiere dejar plasmado el nombre de nuestro país en todos los mercados del mundo no solo por su calidez y su riqueza sino por su capacidad para cubrir los estándares de calidad más rigurosos.

A continuación, se muestra el logo de la empresa:

Figura 2. Logo de la empresa.



Fuente: Elaborado por Karen Angélica Calzada Delgado mediante Ilustrator.

3.1.3 Valores

Calidad.

Nuestros clientes son prioridad, la calidad de nuestro servicio y productos es la clave para obtener la satisfacción y aceptación total de los mismos.

Pasión por la excelencia.

Pasión es esa fuerza interior implacable que sale del corazón y del alma, generada por elementos más trascendentales que el dinero o metas individuales. Soñamos con una organización con pasión dirigida hacia la excelencia en el desempeño, que implica ponerse metas cada vez más agresivas.

Innovación.

Soñamos con una organización que convierte la innovación en una forma permanente de operar; siempre persiguiendo ideas diferentes para lograr resultados sustancialmente mejores.

Somos una organización formada por personas que están permanentemente desafiando los paradigmas existentes y nuestros métodos de trabajo, un grupo que planifica procesos formales de innovación para lograr que se convierta en un fundamento de su cultura.

Honestidad

Actuar con verdad y justicia en todo momento, siendo coherentes con lo que hacemos y decimos.

3.1.4 Misión

Ser una empresa exportadora de vino tinto que coloque los mejores vinos de nuestro país en los mercados más exigentes, promoviendo la innovación y competencia entre los productores mexicanos.

Siendo un organismo de apoyo para el productor, buscando nuevas oportunidades de comercialización. Formando un vínculo entre el productor y el consumidor estando siempre presente en sus mejores opciones.

3.1.5 Visión

Ser una empresa reconocida y consolidada en la comercialización y distribución de vino mexicano a nivel nacional e internacional, a través de operaciones de comercio exterior, que se distinguen por su confiabilidad, calidad, costos y competitividad.

Fortaleciendo a los productores nacionales y creando una red confiable entre estos y el consumidor final.

3.1.6 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades.
<ul style="list-style-type: none">• Fidelidad de los consumidores de más de 50 años.• Gran cultura vinícola• Tamaño del mercado• El producto es de la mejor calidad.• México cuenta con una gran variedad de vino tinto.• Poca legislación para la elaboración de vinos.	<ul style="list-style-type: none">• Operaciones en divisa.• Competencia elevada.• Los impuestos para el alcohol son altos• Marcas poco reconocidas• Idioma y etiquetado confuso• El país no es reconocido por ser productor.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Evolución de las tecnologías de la información y comercio exterior • Orientación al consume de vino de mayor calidad. • Sofisticación del consumidor británico • Auge del consume en el canal on trade. • Capacidad de adaptación del producto a los distintos canales. • Millenials • Auge del consumo de vinos espumosos. • Aumento de tiendas especializadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Salida del Reino Unido de la Unión Europea. • Volatilidad de la libra esterlina. • Continuo aumento del impuesto sobre el alcohol. • Creciente competencia, en especial de vinos de nuevo mundo. • Existencia de fraudes. • Sequia • Falta de agua para el riego

3.2 Comercialización del producto

Para la comercialización del producto en mención es necesario e importante cumplir con requisitos, como los documentos necesarios para realizar su exportación.

De igual manera se tiene que estudiar todo lo relacionado con su logística, transporte, envase, embalaje, etiquetado y las normas de calidad con la que tiene que cumplir.

3.2.1 Documentos y trámites de exportación

Con base a PROMEXICO (2018) a continuación se menciona la documentación básica exigida para proceso de exportación:

- Factura comercial
- Encargo conferido, que es la autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador.

- Carta de instrucciones para al agente aduanal, dicha carta debe contener información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal.
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Documento del transporte
- Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc.

3.2.2 Transporte y logística

Como ya se mencionó anteriormente el vino es una de las bebidas más antiguas de la humanidad, por lo tanto, también fue uno de los primeros productos de exportación.

En la antigua Grecia se utilizaban odres que son recipiente de cuero de cabra cocidos, para contener líquidos y para su almacenaje se empleaban ánforas llamadas Pithoi. Se cree que los estucos fueron los primeros que llevaron vino a Francia lo transportaban en ánforas selladas con estuco y cerradas con tapones impregnados de aceite o cera (Kohn, 2012).

En los años 120 y 60 A.C. se desarrolló de una manera más activa el comercio de vino en Europa los procedentes de Italia, Francia y España se transportaban en mula, pero ya también se cargaban en barcos para atravesar el Mediterráneo. En Roma se exportaban en ánforas, en los barcos se usaba la doliae que eran cubas de almacenamiento, amontonadas en el centro de las naves de esta manera se aumentaba la capacidad de transporte (Kohn, 2012).

En la Edad Media aparecieron las grandes flotas del vino y centenares de barcos iban hasta Londres y a las ciudades del norte de Alemania. Los ríos también se convirtieron en importantes rutas comerciales, las barricas eran pesadas y difíciles de mover, por lo que el transporte por barco resultaba el más indicado (Kohn, 2012).

Actualmente se exporta en botellas que van embaladas de a 6 o 12 botellas en cajas de cartón corrugado de alta densidad. Estas cajas pueden ir paletizadas o dentro del contenedor bajo el sistema denominado Slip Sheet, es decir, cargas a piso (Kohn, 2012).

Sin embargo, almacenar, mover o transportar vino no está exento de problemas, ya que se trata de una carga delicada que hay que trasladar con seguridad para evitar roturas. Por esta razón y a través de los años las técnicas para transportar esta carga han ido evolucionando y con el desarrollo de la tecnología se han innovado (Tecnovino, 2015).

Los contenedores para botellas apilables cada día son más prácticos, cuentan con sistema de montaje y sujeción mediante tornillo que permite fijar los elementos del contenedor trabajando toda la estructura como un único cuerpo, apilable en 5 alturas está construido en acero perfilado de alta resistencia, su acceso y manipulación es tanto longitudinal como transversal; como se observa en la figura 3 (Tecnovino, 2015).

Figura 3. Contenedor para botellas.



Fuente: Tecnovino (2015).

Su capacidad depende del tipo de botella, está recubierto de pintura epóxica con tratamiento de desengrase fosfatado y pasivado al horno.

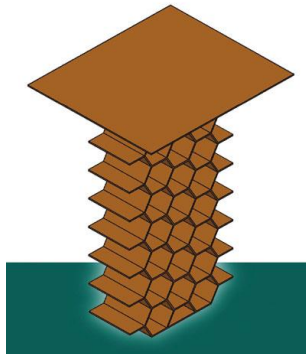
Las principales características de este contenedor son:

- Medidas exteriores: ancho 1180 mm, alto 1003 mm, largo 1005 mm.
- Medidas interiores: ancho 1120 mm, alto 980 mm, fondo 945 mm.
- Peso: 80 kg.

El siguiente elemento es conocido en Estados Unidos como Voidfiller se utiliza en el transporte terrestre en el sector de vinos y bebidas, se usa para rellenar los pequeños huecos existentes entre los pallets y así evitar movimientos de mercancías e inclinaciones durante el traslado (Tecnovino, 2015).

Este elemento resulta muy útil para aquellas paletizaciones que no cubren al 100% la base del pallet. En la figura 4 se puede observar un ejemplo de este elemento.

Figura 4. Voidfiller.



Fuente: Tecnovino (2015).

Los sistemas de rodillos modulares están desarrollados especialmente para el movimiento de cargas, posibilita crear fácil y rápidamente plataformas deslizantes; como se muestra en la figura 5.

Figura 5. Rodillos modulares.



Fuente: Tecnovino (2015)

Con esta herramienta se pueden operar fácilmente, su forma de operación es deslizante y silenciosa y tienen alta capacidad de carga (Tecnovino, 2015).

Otra modalidad de exportación es vino a granel, es decir vino sin embotellar, hace quince años eran muy usados los isotanks o tank containers. Estos contenedores están diseñados para transportar toda clase de líquidos, actualmente es empleado para transportar bebidas inflamables de alto grado alcohólico como whisky, vodka o ron (Kohn, 2012).

Hoy en día el embalaje usado son los flexitanks mejor conocidos como flexibags, representan una alternativa segura y económica de transporte de líquidos a granel no peligrosos, especialmente alimenticios. Estos proveen un ahorro significativo de volumen, en comparación con los isotanks, permitiendo transportar hasta 24.000 litros por contenedor de 20 pies (Kohn, 2012).

Normalmente los vinos embotellados se exportan en contenedores de 20 y 40 pies de largo, sin embargo, para el vino granel en flexitanks se usan contenedores reforzados de 20 pies, debido al gran volumen a embarcar. Por su parte los vinos de alta gama, se transportan generalmente en contenedores refrigerados, que permiten mantener la temperatura entre 16° y 18°C, de manera que este bebestible de alto valor llegue en perfectas condiciones a los mercados internacionales (Kohn, 2012) .

3.2.2.1 Envase y embalaje

En este mercado tanto productores como distribuidores deben estar atentos a la hora de diseñar un sistema integrado y óptimo de envase y embalaje que tenga en cuenta los aspectos de contenido, protección, conservación, acondicionamiento, identificación e información sobre el producto (RE, 2006).

A continuación, se describirán los diferentes materiales utilizados actualmente en el envasado primario de este producto y se determinarán sus características principales. Además se enumerarán las claves principales que intervienen en el

embalaje secundario, este es el encargado de la protección del producto durante el ciclo de almacenado, transporte y distribución (RE, 2006).

También se incluirá un recuadro informativo sobre la normativa vigente aplicable al respecto.

Envase primario

El envase primario es el que está en contacto directo con el producto, es muy importante prevenir las posibles interacciones entre el producto, el envase y el entorno (RE, 2006).

Vidrio

Los envases de vidrio poseen unas características que los hacen idóneos para el envasado del vino, tales como: su capacidad de aislamiento (impermeabilidad, inatacabilidad química y neutralidad con el contenido), transparencia, resistencia mecánica, moldeabilidad, posibilidades de esterilización, aspecto y durabilidad (RE, 2006).

Por sus características inertes es uno de los mejores materiales para el envasado de alimentos, desde el punto de vista de la preservación del ambiente es un material totalmente reciclable. Al utilizar este material para el envasado, es necesario tener en cuenta sus diferentes sistemas de apertura y cierre (RE, 2006).

A continuación, se van a mencionar algunos de ellos.

Tapón de corcho natural

El corcho se utiliza como sistema de cierre de botellas, especialmente de las elaboradas con vidrio, debido a sus cualidades de elasticidad, impenetrabilidad a los líquidos e inalterabilidad, que son indispensables para la conservación del vino. Sin embargo una de las desventajas es que puede conferir al vino sabor a corcho (RE, 2006).

Existen varios tipos de tapones según su estructura y composición

- Corcho natural o aglomerado para vinos tranquilos
- Corcho aglomerado con discos de corcho natural para vinos espumosos
- Corcho colmatado para vinos tranquilos
- Corcho natural de dos y de tres piezas para vinos tranquilos.

Tapón técnico

Está compuesto por una mezcla de granulados de corcho y de constituyente plástico.

Tapón sintético

Existen dos tipos de este y depende del método de fabricación:

- Co extrusión: consiste en el corte de un cable de espuma de micro burbujas de polietileno recubierto con un elastómero termoplástico, este sistema da al tapón uniformidad interior y exterior.
- Inyección: consiste en la inyección a presión del plástico dentro de un molde.

Estos tapones no permiten el crecimiento microbiológico, resultan más limpios, no generan polvo, permiten guardar el vino en posición horizontal ya que a diferencia del corcho tradicional, éste no necesita humedad para permanecer expandido y evitar el paso del oxígeno al interior de la botella.

Una de las diferencias entre este tapón y el de corcho tradicional, es que es menos flexible por lo que su extracción de la botella es más complicada y una vez fuera, es muy difícil volver a introducirlo (RE, 2006).

Cartón para bebidas (Tetra brick)

Estos envases son usados principalmente para la venta de vinos de mesa económicos debido a su bajo costo y fácil manipulación, está formado por seis capas de material que le confieren diferentes propiedades:

1. Polietileno: protección contra la humedad ambiental
2. Papel: estabilidad y resistencia
3. Polietileno: capa adhesiva
4. Capa de aluminio: barrera al oxígeno, al aroma y a la luz
5. Polietileno: capa adhesiva
6. Polietileno: sellado

Esta estructura aporta al envase beneficios como: ahorro de espacio antes y después del envasado, posibilidad de esterilizar toda la superficie de envase, asegura un alto nivel de higiene, alta calidad del producto, buena distribución y es reciclable (RE, 2006).

Bag in box

Consiste en introducir el vino dentro de una bolsa cerrada con una válvula para su dosificación, depositando dicha bolsa dentro de una caja cerrada. Esta bolsa está formada por dos partes una interior de polietileno y una exterior multicapa, incluye una capa que le confiere propiedades barrera, como láminas metalizadas de PET.

Al estar constituida por material flexible, la bolsa reduce su tamaño a medida que el envase se vacía, evitando así el contacto con el aire.

La válvula de descarga puede ser de varios tipos:

- Grifo giratorio: válvula cómoda, segura, de alta estanqueidad y barrera al oxígeno.
- Válvulas de presión: se acciona haciendo presión con los dedos.

- Espigote convencional: actualmente está en desuso por baja estanqueidad. Sólo presenta ventajas en el costo, para vinos de consumo masivo de baja calidad.
- Caja contenedora: su función es contener, proteger la bolsa y la válvula, además de ofrecer una superficie apta para la impresión de la publicidad.

Ofrece múltiples ventajas como un almacenamiento sencillo y económico, debido al reducido espacio que ocupan los envases vacíos, su peso y volumen es reducido, permite una larga duración del contenido, son seguros, a prueba de golpes, cómodos y se pueden fabricar en diversos tamaños y formatos (RE, 2006).

Envases plásticos (PET)

El PET (polietilén tereftalato) es un polímetro lineal con un alto grado de cristalinidad y termoplástico en su comportamiento.

Características principales:

- Resistencia química
- Propiedades térmicas
- Compatible con otros materiales barrera
- Reciclable.

El vino en botella PET tiene muchas ventajas:

- Menor peso, que permite su mejor manipulación y transporte
- Orientado a ser consumido en lugares donde el vidrio está vedado como: espacios públicos, bares con áreas abiertas, conciertos al aire libre, aeronaves y travesías marítimas.

Sin embargo aún no existen estudios sobre el impacto que tendrá este tipo de envases en vinos de mayor calidad (RE, 2006).

Envase de aluminio

El producto es envasado en latas o botellas de aluminio cuyo interior ha sido recubierto con una laca para evitar la corrosión.

Es resistente a la rotura y enfría cinco veces más rápido que el envase de vidrio, pesa un 66% menos, es reciclable y proporciona protección contra los rayos ultravioletas. Actualmente se utiliza para el envasado de vinos afrutados (RE, 2006).

Tetra glax

Recientemente se ha desarrollado un nuevo material al que se le ha dado el nombre comercial de Tetra glax, es un recubrimiento vítreo ligeramente flexible, con características similares a las del vidrio utilizado en la fabricación de botellas. Con este avance se abaratan los costes de producción debido a que es más caro que un cartón para bebidas normal pero más barato que una botella de vidrio, se reducirían los costes de almacenamiento y transporte, es reciclable, cuida del envejecimiento del vino por su opacidad y por su flexibilidad absorbe mejor las vibraciones (RE, 2006).

Embalaje secundario

Se encuentra alrededor del envase primario, su función es asegurar y proteger el producto en las fases de almacenamiento, transporte y distribución, para el vino el embalaje depende en gran medida del tipo de envase primario utilizado por ejemplo, en el caso de latas o cartón para bebidas, se pueden utilizar films retráctiles que envuelven y agrupan al envase primario (RE, 2006).

En general para el vino embotellado se utilizan embalajes de cartón ondulado tipo caja americana, que cumplen la función de protección y agrupamiento. La calidad de la plancha de cartón utilizada conferirá al embalaje características de resistencia que pueden ser comprobadas con la realización de una serie de pruebas (RE, 2006).

Este sistema de envase y embalaje entra a formar parte de una carga paletizada que sufre un ciclo de distribución y transporte, se encuentra expuesta a operaciones de carga, descarga, almacenaje, condiciones ambientales o tipo de transporte al que se vean sometidas (RE, 2006).

Para minimizar los riesgos que el ciclo de distribución, se deberá llevar a cabo una correcta paletización de la carga, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Adecuado sistema de apilamiento y consolidación
- La forma y tamaño del mosaico de paletización
- Una correcta optimización del espacio de carga en el pallet.

Con la finalidad de que la carga paletizada sea lo más estable y compacta posible. Se debe evitar un exceso de embalaje para no aumentar costes o un embalaje insuficiente (RE, 2006).

3.2.2.2 Costos de transporte

Para este apartado es necesario definir bajo que incoterms se van a realizar las ventas del producto en mención, debido a que derivado de esta situación se van a desprender los costos que tiene que cubrir tanto el vendedor como el comprador.

De igual manera es necesario definir el tipo de transporte que se va a utilizar, debido a la naturaleza del proyecto solo se podrá utilizar el transporte aéreo o marítimo.

Como ya sabemos México se encuentra en una posición geográfica privilegiada, está localizado en América del Norte limita con USA al norte, al sureste con Guatemala y Belice, al este con el Golfo de México y el Mar Caribe y al oeste con el Océano Pacífico.

En extensión territorial ocupa la quinta posición en América y el decimocuarto a nivel mundial, respecto a su relieve se caracteriza por ser muy accidentado y alojar

múltiples volcanes, es recorrido por las sierras Madre Oriental y Madre Occidental, que son una prolongación de las Montañas Rocosas (Los mejores destinos, 2018).

Los ríos se agrupan en tres vertientes la del Pacífico, la del Golfo y la interior, el más largo de los ríos es el Bravo que pertenece a la vertiente del Golfo (Los mejores destinos, 2018).

De acuerdo con Invest in Baja (2018) el estado de Baja California cuenta con la infraestructura necesaria para el desarrollo de industrias de transformación y servicios, generando oportunidades de negocio y de inversión para soportar la dinámica economía de la región.

Tiene una posición geográfica estratégica, cuenta con una red carretera moderna y funcional conectada al sistema carretero de Estado Unidos, ferrocarril binacional, aeropuerto internacional y puertos marítimos de alcance regional e internacional, así como 6 cruces fronterizos de los cuales 3 son utilizados para el traspaso de carga y descarga entre México y Estados Unidos, mismos que mueven un aproximado de 2000 contenedores por día (Invest in Baja , 2018).

Invest in Baja (2018) menciona que adicionalmente este estado cuenta con cuatro sistemas inteligentes de cruce rápido a Norteamérica que son FAST Pass, SENTRI, Ready Lane y CT-PAT.

Algunos otros datos relevantes de este estado que menciona Invest in Baja (2018) son:

- Es uno de los tres estados más competitivos de México y el más cercano a Asia
- Distancia a San Diego 20 minutos por carretera y a Los Ángeles 2 horas por carretera
- El Puerto de Ensenada es el puerto mexicano más cercano a Asia y actualmente es operado por Hutchison Group

- Puente peatonal binacional Tijuana-San Diego en el Aeropuerto Internacional de Tijuana con una distancia de 525 metros vinculado a un terminal de 45,000 metros cuadrados en la Mesa de Otay.

Por otro lado, la infraestructura con la que cuenta Reino Unido es muy basta y eficiente, cuenta con puertos de gran importancia como: Felixstowe, Tilbury, Dover, Liverpool, Londres, Southampton, entre otros. La mayoría de estos pertenecen a sociedades portuarias, facilitando así los trámites de documentación en los casos de transferencia interna de mercancías (PROCOMER, 2018).

Las carreteras británicas forman una red de 46,904 Km, los cuales más de 3,520 kilómetros son autopistas, la red ferroviaria cuenta con 16,116 kilómetros en Gran Bretaña y 303 kilómetros en Irlanda del Norte, diariamente se transportan alrededor de 1,000 trenes de mercancía (PROCOMER, 2018).

La infraestructura aeroportuaria está compuesta por 34 aeropuertos, adicionalmente cuentan con zonas para el almacenaje, tiene vuelos con conexión en diferentes ciudades como: Miami, Caracas, París y Madrid (PROCOMER, 2018).

A continuación, en las siguientes tablas se puede observar los datos técnicos necesarios para la logística desde una botella hasta un contenedor

Tabla 9. Datos técnicos por botella de vino.

Datos Botella	
Volumen (ml)	750
Peso bruto (Kg)	1.4
Altura (cm)	31.2
Anchura (cm)	8.24

Fuente: Elaboración propia con datos de Calvente (2018).

Tabla 10. Datos técnicos por caja.

Datos Caja		
	6 unidades	12 unidades
Botellas / Caja	6	12
Volumen (cm ³)	15.11712	28.639008
Peso bruto caja (Kg)	8.4	16.8
Alto caja (cm)	18.1	32.4
Ancho caja (cm)	26.1	25.4
Largo caja (cm)	32	34.8
Material	Cartón	Cartón

Fuente: Elaboración propia con datos de Calvente (2018).

Tabla 11. Datos técnicos por pallet.

Datos Pallet		
	Caja 6 Uds.	Caja 12 Uds.
Euro pallet	120 x 80	120 x 80
Botellas / pallet	462	480
Volumen (cm ³)	1352.64	1691.52
Alto (cm)	140.9	176.2
Ancho (cm)	80	80
Largo (cm)	120	120
Cajas / pallet	77	40
Cajas / capa	11	10
Capas / pallet	7	4
Peso bruto (Kg)	657.1	686
Altura total (cm)	140.9	176.2

Fuente: Elaboración propia con datos de Calvente (2018).

Tabla 12. Datos técnicos por contenedor.

CONTENEDOR 20 PIES		
	Caja 6 Uds.	Caja 12 Uds.
Euro pallet	120 x 80	120 x 80
Pallet/ contenedor	11	11
Botellas / contenedor	5082.00	5280.00
Cajas / contenedor	847	440
Peso bruto (Kg)	9428.10	9746.00

Fuente: Elaboración propia con datos de Calvente (2018).

Es importante mencionar que la determinación de este incoterms va a depender mucho de la negociación que se tenga con el cliente, sin embargo, se pretende que las ventas se hagan bajo EXW y FOB a continuación, se hará una breve descripción de estos términos para tener una mejor comprensión:

- Ex Works (EXW): el vendedor cumple con sus obligaciones al tener los bienes disponibles, para que el comprador los recoja en sus instalaciones u otro lugar designado como: fábrica, almacén, etc.
- Free on Board (FOB): el vendedor entrega las mercancías para su exportación a bordo del buque en el puerto de embarque designado.

El comprador asume todos los riesgos y costos de los bienes a partir de ese momento (Arbour Shipping, 2018).

Para el primer caso no se contempla gastos de ningún tipo, para el termino FOB se contemplan únicamente los gastos de traslado de la bodega vinícola que está ubicada en Valle de Guadalupe al puerto de Ensenada y los trámites de exportación.

Finalmente, en las siguientes tablas se encuentra un estimado de los costos desde Valle de Guadalupe, Ensenada a Londres, Reino Unido. Teniendo como supuesto que el sitio final de entrega de la mercancía se encontrara ubicado en Londres.

Tabla 13. Estimado de costos de transporte por vía marítima.

Tráfico marítimo		
Ruta	Costo	Divisa
Valle de Guadalupe- Puerto de Ensenada	\$ 204.00	USD
Flete principal	\$ 2,300.00	USD
Tibury- Sitio final	\$ 144.00	USD
Total	\$ 2,648.00	

Fuente: Elaboración propia con información de las cotizaciones de transporte.

Este costo se calculó teniendo en consideración que se va a comercializar ya transportar un contenedor de 20 pies

Tabla 14. Estimado de costos de transporte por vía aérea.

Tráfico aéreo		
Ruta	Costo	Divisa
Valle de Guadalupe- Puerto de Ensenada	\$ 190.00	USD
Flete principal	\$ 2,600.00	USD
Heathrow - Sitio Final	\$ 144.00	USD
Total	\$ 2,934.00	

Fuente: Elaboración propia con información de las cotizaciones de transporte.

Respecto al tráfico aéreo no resulta ser una opción conveniente, ya que en efecto es mucho más rápido, pero el costo es más elevado y la cantidad de producto que se consideró en un pallet únicamente, debido a las restricciones que las aerolíneas imponen.

3.2.3 Etiquetado

La Organización Internacional de la viña y el vino define a la etiqueta como toda ficha, marca, imagen u otra materia descriptiva, escrita, impresa, estampada, adherida, grabada o aplicada sobre el embalaje de un vino. De igual manera define al campo visual como toda parte de la superficie del embalaje a excepción de la base, es decir, que pueda ser visto (OIV, 2012).

De acuerdo con la Organización Internacional de la Viña y el Vino (2012) el etiquetado deberá comprender las indicaciones obligatorias, a las cuales podrán agregarse las indicaciones facultativas.

Indicaciones obligatorias

La denominación del producto

El empleo de la palabra vino es obligatorio en el etiquetado del producto, dicho empleo puede completarse con menciones relativas a su tipo o a su clasificación particular.

Indicación geográfica y denominación de origen reconocida.

Es el nombre del país, región o lugar utilizado en la designación de un producto originario de dicha área y reconocida por las autoridades competentes del país correspondiente.

Respecto a los vinos, el reconocimiento de este nombre se da cuando esta:

- Ligado a una calidad y/o a una característica del producto atribuidas al medio geográfico y que comprende los factores naturales o los factores humanos
- Condicionado a la cosecha de las uvas en el país, región, lugar o el área definida.

La indicación del grado alcohólico

La indicación del grado alcohólico adquirido en porcentaje en volumen del producto es obligatoria en el etiquetado, con una tolerancia de 0.5 por 100 vol.

Sin embargo, esta tolerancia puede ser de 0.8 por 100 vol. para los vinos de guarda y los vinos bajo velo.

Este deberá figurar con el signo % y con los términos **volumen o vol.** y podrá estar acompañado por los términos **alcohol o alc.**

La indicación de los aditivos

Se refiere solamente a los aditivos que no se encuentran naturalmente contenidos en el vino de manera significativa.

- Dióxido de azufre cuando este aditivo sobrepasa los 10 mg/l expresado en SO₂ total.
- Ácido sórbico.

Esta mención deberá hacerse bajo la forma **contiene sulfitos** o **contiene dióxido de azufre** u otras expresiones equivalentes.

Sin embargo, los estados pueden no incluir esta indicación cuando la legislación nacional no exija la declaración completa de los ingredientes en los alimentos, a condición de que tales exenciones hayan sido acordadas porque:

- El producto tiene una composición bien conocida,
- La ausencia de la lista de los ingredientes no es perjudicial para el consumidor
- La información que aparecen en la etiqueta permiten al consumidor conocer la naturaleza del producto.

Volumen nominal

Es la cantidad de producto que el envase deberá contener.

El acondicionamiento en volumen de los vinos en envases deberá efectuarse de manera tal que los lotes de estos envases cumplan, en lo que se refiere al volumen nominal, con las prescripciones siguientes:

- El volumen efectivo no debe ser, en promedio, inferior al volumen nominal.
- El volumen efectivo del producto, es el volumen que el envase contiene realmente a la temperatura de 20°C.
- Cualquiera sea la temperatura a la cual el rellenado haya sido efectuado, el control se realiza a 20°C.
- La diferencia en menos sobre la cantidad de un envase es la diferencia entre el volumen efectivo y el volumen nominal.

La diferencia máxima tolerada en menos sobre la cantidad del producto se fija según el cuadro siguiente:

Tabla 15. Volumen nominal de vino tinto.

Volumen nominal en ml	50 100	187	200 250	375	500 700 750 1000	1500	2000	3000	4000	5000	6000	9000	10000
Diferencia máxima tolerada en menos en ml	4.5	8.4	9	11.25	15	22.5	30	45	60	75	90	135	150

Fuente: Elaboración propia con datos de Organización Internacional de la viña y el vino (2012).

Dicho volumen se expresará de la siguiente manera:

- Litro (l) o (L)
- Centilitro (cl)
- Mililitro (ml)

Se escribirá en cifras y se completará con el símbolo o con la indicación con todas las letras de la unidad elegida.

Prescripciones relativas al control de los lotes de envases

El control de los lotes se efectúa por muestreo, se controla el volumen efectivo de cada envase de la muestra y sobre el promedio de estos contenidos efectivos.

Para cada una de estas verificaciones se prevé el plan de muestreo que se describe a continuación:

El lote está constituido por el conjunto de los envases con una misma cantidad nominal, del mismo modelo, de la misma fabricación, rellenos en un mismo lugar y que sean objeto del control; su efectivo se limita a 10,000.

- La muestra se toma al azar en el lote.
- El volumen efectivo de los envases puede medirse directamente con instrumentos de medición volumétrica o indirectamente por pesaje del contenido del envase y medición de su masa.

- Cuando la masa del embalaje es suficientemente variable para inducir un error superior al que ha sido antes fijado, el control es destructivo, es necesaria la apertura de los embalajes.

Control del contenido efectivo de un envase

Para obtener el volumen mínimo tolerado, se deduce del volumen nominal del envase la desviación típica máxima tolerada en menos correspondiente a este volumen.

Los envases del lote que tengan un volumen efectivo inferior al volumen mínimo tolerado serán considerados defectuosos.

Control destructivo

- Si la cantidad de defectuosos encontrada en la muestra es inferior o igual al criterio de aceptación, se aceptará el lote para el control.
- Si la cantidad de defectuosos encontrada en la muestra es igual o superior al criterio de rechazo, no se aceptará el lote para el control.

Control no destructivo:

- Si la cantidad de defectuosos encontrada en la primera muestra es inferior o igual al primer criterio de aceptación se aceptará el lote para el control.
- Si la cantidad de defectuosos encontrada en la primera muestra es igual o superior al primer criterio de rechazo, el lote será rechazado.
- Si la cantidad de defectuosos encontrada en la primera muestra está comprendida entre el primer criterio de aceptación y el primer criterio de rechazo, deberá controlarse una segunda muestra.

Las cantidades de defectuosos encontradas en la primera y la segunda muestra deberán acumularse:

- Si la cantidad acumulada de defectuosos es inferior o igual al segundo criterio de aceptación, el lote será considerado como aceptable para el control;

- Si la cantidad acumulada de defectuosos es superior o igual al segundo criterio de rechazo, el lote será rechazado;

El país de origen

En los intercambios internacionales, el nombre oficial o usual del país de origen deberá mencionarse cuando el producto proviene de uvas cosechadas y vinificadas en dicho país.

La utilización del nombre de un Estado como se menciona en el párrafo anterior estará subordinada al acuerdo de dicho Estado:

- Cuando el vino se elabora en un país diferente de aquel en el cual fueron cosechadas las uvas
- Cuando el vino es el resultado de una mezcla de vinos de diferentes países.

La indicación se presentará bajo la forma substantiva o adjetiva asociada a la palabra **vino**, o de cualquier otra manera por medio de expresiones tales como **producto de...**

Si fuera una mezcla se utilizarán las menciones:

- **Mezcla de vinos de...** o cualquier expresión análoga, cuando el vino es el resultado de mezcla de vinos de varios países
- **Vino obtenido en.... a partir de uvas cosechadas en....** o cualquier otra expresión análoga, cuando el vino se elabora en un país diferente de aquel en el cual las uvas fueron cosechadas

En todos los casos, la indicación de los países deberá respetar el orden decreciente de las proporciones del ensamblaje.

Esta disposición es sin perjuicio de las reglas en materia aduanera.

Nombre y dirección del responsable del envasado

El nombre del responsable del envasado deberá ser:

- El nombre patronímico de la persona física.
- La denominación social de la empresa,
- El nombre comercial de esta última que asume la responsabilidad del producto cuyo envasado realiza por sí mismo o por su cuenta.

La dirección del responsable del envasado conllevará el nombre del lugar en el que se ha efectivamente realizado el envasado; esta dirección se completará, si es necesario, con la de la sede de quien realiza el envasado.

El nombre y las señas del responsable del envasado, deberán expresarse por medio de una formulación de tipo **envasado por...**, **embotellado por...** o **acondicionado por**.

El nombre y la dirección del importador podrán sustituir los del responsable del pre envasado.

Estas indicaciones no deben ser susceptibles de crear una confusión sobre el origen del vino, ni sobre la existencia y la calidad de las personas o empresas mencionadas.

Para evitar las confusiones sobre el origen del vino, se recomienda reemplazar el nombre del lugar o el nombre del responsable por un código cuando estos nombres constituyen una denominación de origen reconocida o una indicación geográfica reconocida a la cual el vino no tiene derecho.

Cundo se delega la operación de envasado el nombre del responsable, se expresa **embotellado para...**, el nombre y las señas del importador deberán expresarse **importado por... o importado y embotellado por...**

Identificación de los lotes

La indicación del número de lote, permite identificar una cantidad definida de un vino producido, será elegida libremente por los operadores de tal manera que pueda distinguirse.

Indicaciones facultativas

Marcas de comercio

- La marca de comercio deberá ser conforme a las reglas fijadas por el derecho nacional.
- No podrá presentar contradicción alguna respecto a la protección de las denominaciones de origen reconocidas y las indicaciones geográficas reconocidas

Por otra parte, no deberá crear confusión en las personas a las que se dirige, ni en lo que concierne a una denominación de origen reconocida, indicación geográfica reconocida ni sobre la procedencia geográfica de los productos.

- No debe crear confusión especialmente sobre el productor, sobre el comerciante, sobre la variedad de viña o sobre la añada.

Personas que participan en el proceso de comercialización

El nombre de una o varias personas, firmas o grupos de personas interesadas en la comercialización de un vino por haber participado:

- En la elaboración
- En la selección
- En el envasado (calificación de responsable del envasado);
- En la distribución (restauración, etc.).

Nombre de la explotación vitícola

Nombre de la explotación vitícola (château, quinta, finca, tenuta, Weingut, manoir, estate, etc.):

- El vino debe proceder exclusivamente de dicha explotación: uvas cosechadas y vinificadas en la explotación designada.

La calificación de la explotación debe corresponder a los usos del país y no debe generar confusión al consumidor;

- El vino deberá tener derecho a una indicación geográfica reconocida o a una denominación de origen reconocida, que deberá mencionarse como tal.

Nombre de la variedad de vid

a) Solamente podrá indicarse si:

- El vino ha sido elaborado a partir de al menos 75% de uvas provenientes de esta variedad;
- Esta variedad es determinante del carácter específico del vino,
- El nombre de la variedad no se presta a confusión respecto a una denominación de origen reconocida o de una indicación geográfica reconocida.

b) Cuando se indica el nombre de dos variedades:

- Dichas variedades deberán indicarse por orden decreciente de importancia;
- Los Estados fijarán el porcentaje mínimo de la variedad que se encuentre en menor cantidad en el vino, que no podrá ser inferior a un 15 %.

c) Excepcionalmente, en los países en los que habitualmente se indican más de dos variedades en el etiquetado del vino, el porcentaje de cada una deberá figurar en la etiqueta.

Añada o año de cosecha

Para llevar esta mención, los vinos deberán haber sido elaborados con uvas procedentes en un 100 % del año indicado.

Sin embargo, por derogación, los Estados productores podrán bajar este porcentaje a 85 %, en la medida en que esta práctica sea tradicional y habitual.

Tipo de vino

Las menciones que se refieren al contenido de azúcar son las siguientes:

- Seco cuando el vino contiene 4 g/l de glucosa más fructosa como máximo o hasta 9 g/l cuando el contenido de acidez total (expresado en gramos de ácido tartárico por litro) no es inferior de más de 2 g/l al contenido de glucosa más fructosa.
- Semiseco cuando el vino contiene más que las cifras mencionadas en el primer apartado y alcanza un máximo de 12 g/l o 18 g/l de acidez total.
- Semidulce cuando el vino contiene más que las cifras indicadas en el segundo guion y alcanza un máximo de 45 g/l.
- Dulce cuando el vino tiene un contenido de glucosa más fructosa 45 g/l como mínimo.

El contenido de azúcar se determinará por medio del método de análisis glucosa + fructosa descrito en el Compendio internacional de los métodos de análisis.

Envejecimiento del vino

El término **vino viejo** o un término equivalente, podrá utilizarse solamente:

- Sí existe una reglamentación nacional que defina las condiciones del envejecimiento;
- Si el tiempo de envejecimiento es al menos igual a 3 años en el caso de los vinos tintos y de 2 años para los vinos blancos.

Menciones tradicionales de calidad

La indicación de las menciones relativas a una calidad superior de vino (Gran vino, vino superior, clásico, vino noble, etc.) deberán cumplir con las condiciones siguientes:

- El vino debe tener derecho a una denominación de origen reconocida o a una indicación geográfica reconocida;
- Las menciones deberán ser atribuidas por un organismo oficial del país de producción y referirse ya sea a la clasificación de los terrenos vitícolas o a criterios de calidad del vino;
- Las etiquetas deberán indicar el año de la cosecha.

Medallas y distinciones la indicación relativa a las medallas o distinciones está subordinada a:

- Que hayan sido concedidas en un concurso no restringido, según las normas concordantes con los criterios definidos por la OIV y sobre un volumen homogéneo y determinado del vino que tenga derecho a una denominación de origen reconocida o a una indicación geográfica reconocida.
- Que exista una prueba documentada.

Que el etiquetado indique el volumen del lote de vino, objeto de la distinción o un número de control oficial. Otras menciones

Bajo reserva de que deberán ser conformes con la reglamentación nacional, podrán figurar igualmente las indicaciones facultativas : menciones o textos que se refieran por ejemplo a la historia del vino o de la firma comercial, recomendaciones destinadas a los consumidores, condiciones naturales o técnicas de la viticultura, de la vendimia y de la elaboración, otras menciones de envejecimiento, condiciones sensoriales, datos analíticos diferentes del grado alcohólico, color del vino, indicaciones de procedencia complementarias, signos gráficos.

Estas indicaciones no deberán ser susceptibles de crear confusión, tanto respecto a las menciones precedentes como respecto a las disposiciones del artículo

Presentación de las indicaciones.

Campo visual

Las indicaciones de la denominación del producto, del índice alcohólico, del volumen nominal y del país de origen deberán figurar en un campo visual único, sin perjuicio de las disposiciones específicas menos restrictivas para el mercado doméstico.

Las indicaciones del nombre y de la dirección del responsable del envasado, de los aditivos, del número de lote y cualquier otra indicación podrán figurar sobre cualquier parte de la etiqueta.

Idioma

El idioma utilizado debe ser fácilmente comprensible para el consumidor.

Si el idioma empleado no fuera comprensible para el consumidor al cual el vino se destina, se deberá remplazar la etiqueta o agregar otra etiqueta en la cual figuren las indicaciones obligatorias en el idioma adecuado.

En los casos previstos en el párrafo anterior, las menciones obligatorias deberán reflejar fielmente aquellas que aparecen en la etiqueta original.

Cuando sea lo adecuado para informar eficazmente a los consumidores, la información podrá presentarse en forma de palabras, símbolos o combinaciones de estos. Los cuales deben ser claros, legibles e inequívocos.

Legibilidad

Las indicaciones obligatorias deberán escribirse en caracteres cuya dimensión y color sean claros, indelebles y fácilmente legibles para el consumidor, en condiciones normales de compra y de utilización (OIV, 2012). Recomendaciones de etiquetado.

Es de suma importancia cuidar el aspecto de la etiqueta como de la contra etiqueta, puesto que es la tarjeta de presentación del vino, se recomienda el uso de nombres fáciles de pronunciar por los consumidores y es necesaria la utilización del idioma inglés (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Londres, 2018).

Para la mayoría de los consumidores es suficiente conocer los datos más relevantes como las variedades de uva, la región y el año de la cosecha. También se recomienda colocar advertencias sobre consumo responsable, cabe resaltar que estas no son de carácter obligatorio (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Londres, 2018)

- La siguiente frase: “UK Chief Medical Officers recommend that men do not regularly exceed 3-4 units daily and women 2-3 units daily”.

- Una advertencia para mujeres embarazadas: En forma de logo o la siguiente frase “avoid alcohol if pregnant or trying to conceive”.
- La frase: “Please drink responsibly”

3.2.4 Incoterms

Estos son publicados por la Cámara Internacional de Comercio, este término es el resultado de la abreviación de Términos de Comercio Internacional, son un conjunto de reglas que define las responsabilidades que tienen que cumplir vendedores y compradores para la entrega de bienes y el cumplimiento de los contratos.

Figura 6. Incoterms.

INCOTERMS® 2010 RULES CHART OF RESPONSIBILITY											
	Any Transport Mode		Sea/Inland Waterway Transport				Any Transport Mode				
	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP
Charges/Fees	Ex Works	Free Carrier	Free Alongside Ship	Free On Board	Cost & Freight	Cost Insurance & Freight	Carriage Paid To	Carriage Insurance Paid To	Delivered at Terminal	Delivered at Place	Delivered Duty Paid
Packaging	Buyer or Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Loading Charges	Buyer	Seller*	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Delivery to Port/Place	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Export Duty & Taxes	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Origin Terminal Charges	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Loading on Carriage	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Carriage Charges	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Insurance						Seller		Seller			
Destination Terminal Charges	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller	Seller	Seller	Seller
Delivery to Destination	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller	Seller
Import Duty & Taxes	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Buyer	Seller

Fuente: Arbour Shipping(2018).

A continuación, se van a dar una breve descripción de estos

- **Ex Works (EXW):** el vendedor cumple con sus obligaciones al tener los bienes disponibles, para que el comprador los recoja en sus instalaciones u otro lugar designado como: fábrica, almacén, etc.

El comprador asume todos los riesgos y costos que comienzan cuando recoge los productos en la ubicación del vendedor hasta que los productos llegan a su destino final.

- **Free Carrier (FCA):** el vendedor entrega la mercancía para su exportación al transportista estipulado por el comprador u otra parte autorizada.

El comprador asume todos los riesgos y costos asociados con la entrega de los bienes al destino final, incluido el transporte después de la entrega al transportista y los aranceles aduaneros para importar el producto a un país extranjero.

- **Cost and Freight (CFR):** el vendedor entrega los bienes a bordo del buque en el puerto de embarque para su exportación, cubre el costo del flete en el puerto de destino convenido.

El comprador asume todos los riesgos de los bienes desde el momento en que los bienes han sido entregados a bordo del buque en el puerto de embarque

- **Carriage Paid To (CPT):** el vendedor entrega los bienes para la exportación al transportista, es responsable de los costos de transporte asociados con la entrega de los productos al lugar de destino convenido, pero no es responsable de la adquisición del seguro.

- **Carriage and Insurance Paid To (CIP):** el vendedor entrega los bienes para la exportación al transportista, es responsable de los costos de transporte asociados con la entrega de productos y la obtención de una cobertura de seguro mínima para el lugar de destino convenido.

- **Delivered at Terminal (DAT):** el vendedor entrega los bienes para su exportación y asume todos los riesgos y costos asociados con la entrega de los bienes y su descarga en la terminal en el puerto.

El comprador es responsable de todos los costos y riesgos de este punto en adelante, incluida la liberación de los bienes para la importación en el país de destino designado.

- Delivered at Place (DAP): el vendedor entrega los bienes para su exportación y asume todos los riesgos y costos asociados con la entrega de los bienes al lugar de destino convenido no descargado.

El comprador es responsable de todos los costos y riesgos asociados con la descarga de los bienes y el despacho de aduanas para importar los productos al país de destino designado.

- Delivered Duty Paid (DDP): el vendedor asume todos los riesgos y costos asociados con la entrega de los bienes al lugar de destino convenido listo para la descarga y autorizado para la importación.

Los siguientes incoterms se implementan para el tráfico marítimo:

- Free Alongside Ship (FAS): el vendedor entrega las mercancías para su exportación junto al buque en el puerto de embarque designado.

El comprador asume todos los riesgos y costos de los bienes a partir de ese momento.

- Free on Board (FOB): el vendedor entrega las mercancías para su exportación a bordo del buque en el puerto de embarque designado.

El comprador asume todos los riesgos y costos de los bienes a partir de ese momento.

- Cost, Insurance, and Freight (CIF): el vendedor entrega las mercancías para su exportación a bordo del buque en el puerto de embarque, soporta el costo del flete y el seguro en el puerto de destino convenido, el seguro es solo de cobertura mínima.

El comprador es responsable de todos los costos asociados con la descarga de los productos en el puerto de destino convenido y el despacho de los bienes para la importación.

El riesgo pasa del vendedor al comprador una vez que los bienes están a bordo del buque en el puerto de embarque (Arbour Shipping, 2018).

3.2.5 Barreras al comercio internacional

Estas barreras se utilizan para corregir los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratan de fomentar las exportaciones. En algunos casos las medidas que se utilizan pueden llegar a ser perjudiciales para el resto de los países, por lo que pueden provocar reacciones indeseables (Posada, 2018).

Posada (2018) menciona que existen varios tipos de barreras al comercio exterior que se mencionan a continuación:

- Barreras políticas.

Son impuestas por los gobiernos, pueden ser de manera unilateral o bajo los acuerdos de las instituciones internacionales.

Esta prohibición comercial de determinados bienes o servicios puede ser total o parcial.

- Barreras económicas o arancelarias.

Estas incrementan el precio del bien importado para proteger la entrada de mercancías que pudiera perjudicar el sector económico del país importador. En algunos países estas barreras tienen un mero fin recaudatorio siendo la principal fuente de ingresos de los Estados, esta situación se da principalmente en los países menos desarrollados.

La determinación de esta barrera viene dada por el Arancel que es un impuesto indirecto.

- Barreras jurídicas o no arancelarias

Su misión es la de dificultar el comercio exterior por diferentes motivos como: sanidad pública, defensa de los consumidores, defensa de la naturaleza, medio ambiente, etc.

Contingentes a la importación: Consiste en imponer limitaciones a la importación de mercancías mediante cupos de entrada.

Restricciones voluntarias a la exportación: Ocurren cuando los productores extranjeros determinan voluntariamente el volumen de exportaciones enviadas a un país o de producción.

Un ejemplo de esta barrera es el mercado del petróleo donde los países productores determinan el volumen de producción.

- Barreras técnicas

La finalidad principal de estas barreras es garantizar los estándares de calidad en los productos de importación y asegurar que cumplan con las condiciones mínimas sanitarias y de seguridad técnica.

Normas fitosanitarias y veterinarias: su cumplimiento es obligatorio para productos agrícolas y ganaderos.

Normas técnicas de producción: son las reglas de estandarización y calidad exigibles, tanto en la producción como en el uso de los productos.

Las normas ISO que rigen en el ámbito internacional son las que determinan estas barreras.

Exigencias del material de etiquetado, envase y embalaje: se debe cumplir con el tratamiento de los envases y su reciclado, se debe proporcionar la información de la composición de los productos, que tiene como finalidad la seguridad del consumidor y la protección del medio ambiente.

- Barreras fiscales

Se refiere a los impuestos que se imponen a la entrada de mercancías en un país como el impuesto sobre el valor añadido y los impuestos especiales para el tabaco, alcohol y los hidrocarburos.

Dentro de estas barreras también se encuentran las siguientes:

Subsidios a la producción nacional: el objetivo es ayudar a sectores específicos con esto se mantiene, se amplía la oferta propia del país y se frenan las importaciones.

Subsidios a la exportación: consiste en ayudar a las empresas de un país para frenar la importación de productos mediante subvenciones a las empresas exportadoras, o beneficios fiscales.

Estas prácticas están prohibidas por la Organización Mundial de Comercio y es de obligado cumplimiento para los países miembros, sin embargo, en los productos agrícolas se da con mucha frecuencia siendo su erradicación uno de los objetivos principales de la OMC.

- Medidas de defensa comercial

Hay diferentes instrumentos de fomento a la exportación que pueden ser de tipo comercial, financieros y fiscales.

Los gobiernos brindan apoyo comercial a sus exportadores ofreciéndoles facilidades administrativas, servicios de información y asesoramiento e incluso promocionando directamente los productos originados en el país mediante publicidad, exposiciones y ferias internacionales.

El apoyo financiero a la exportación se refiere a los préstamos y créditos, frecuentemente con tipos de interés muy bajo, los seguros gubernamentales cubren los riesgos empresariales, incluso el riesgo derivado de perturbaciones políticas o bélicas.

También se deben incluir las medidas de tipo monetario que actúan sobre el tipo de cambio haciendo que los productos nacionales resultan más baratos en el extranjero.

Los instrumentos fiscales consisten en las desgravaciones fiscales, la devolución de impuestos y las subvenciones directas. Estos son los menos aceptados internacionalmente, debido a que pueden conducir a situaciones de dumping, es decir que el producto se venda en el extranjero a un precio inferior al nacional e incluso a precios inferiores a su coste.

En los últimos años las denuncias contra el dumping ecológico y social han ido aumentando.

Se le denomina dumping ecológico a las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen con métodos productivos muy contaminantes y perjudiciales para el medio ambiente.

El dumping social se refiere a las exportaciones a precios artificialmente bajos que se consiguen mediante trabajadores mal pagados, trabajo infantil, trabajo de presos, etc. Con el fin de combatir el dumping, los países aplican medidas de tipo arancelario, no arancelario y judicial (Posada, 2018).

3.2.5.1 Restricciones arancelarias y no arancelarias.

Las restricciones al comercio exterior que existen en el Reino Unido son en su mayoría directivas aplicadas por la Unión Europea, la nomenclatura arancelaria de la UE se denomina Nomenclatura Combinada y está basada en el Convenio Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (PROCOMER, 2009).

Los aranceles se calculan en base Ad-valorem, específicos, compuestos, mixtos y variables sobre el valor CIF de las mercancías, los países que no son miembros de la UE están sujetos a las tasas gravadas por el Arancel Común de la Unión Europea. Los productos agrícolas son los que tienen mayor protección arancelaria, seguidos de las industrias manufactureras y el sector de explotación de minas (PROCOMER, 2009).

Todas las importaciones que ingresan al Reino Unido deben ser declaradas ante las aduanas correspondientes y están sujetas al pago de aranceles a menos que la mercancía esté exenta. Se aplican 98 contingentes arancelarios, de los cuales 91 se aplican a productos agrícolas, estos contingentes se administran mediante licencias de importación y son aplicados para carne de bovino, ganado ovino y caprino, pollos, pavos, productos lácteos, patatas, huevos, frutas, legumbres y

hortalizas, trigo, cebada, arroz, almidón, hongos, embutidos, azúcar y jugo de uva (PROCOMER, 2009).

Una de las características e incluso representa una gran ventaja del mercado único de la UE, es la uniformidad en los aranceles y procedimientos aduaneros, estos se pagan una única vez al entrar a la UE. Una vez que ya se cumplieron con los trámites aduaneros y se pagaron dichos impuestos ya no existen más trámites por hacer y los productos pueden circular fácilmente (PROCOMER, 2009).

Requisitos técnicos.

Dentro de la regulación de la UE existen restricciones a ciertas industrias, en específico para el sector agrícola, estos productos deben cumplir con las exigencias de la implementación de la Política Común Agrícola, también se aplican compensaciones sobre las importaciones y exportaciones de productos agrícolas, con el objetivo de favorecer al desarrollo de la agricultura dentro de la EU (PROCOMER, 2009).

PROCOMER (2009) indicame que los productos procedentes de países no miembros de la UE requieren de licencias de importación y los siguientes documentos:

- Documentos correspondientes al embarque.
- Factura comercial, que debe contener nombre y dirección de los vendedores y compradores; lugar y fecha de factura; medio de transporte utilizado; numero, clase y marcado de los paquetes y su orden numérico; descripción comercial exacta de los productos de acuerdo a su clase, calidad, grado, etc. Esta última información debe hacer énfasis en los factores que incrementen o disminuyan el valor de la mercancía; cantidad, precio acordado (costo unitario, costo total, cargos de seguro y transporte); términos de entrega y pago.
- Bill of Landing o Air bill, que es el contrato entre el propietario de las mercancías y la empresa de transporte internacional.

- Certificado de origen o certificado de exportación, que es el documento que certifica que la mercancía que está entrando a la UE son hechas en el país que se está indicando, con el objetivo de aplicar los impuestos, aranceles y restricciones para dicho país.

De igual manera este documento permite hacer valida las tarifas preferenciales.

- Certificado fitosanitario, cuando este sea necesario.
- Revisión del departamento de salud del país destino

Permisos o licencias de exportación.

Se debe de contar con una licencia de importación para productos sensibles como son los textiles, productos de acero, carbón y armas, normalmente esta licencia no representa dificultad y la solicitud corre a cargo del importador. Además de las normas impuestas por la UE el Reino Unido tiene otras normas internas de cumplimiento obligatorio para la normalización y certificación de productos (PROCOMER, 2009).

Este cumplimiento trae como consecuencia que algunos productos requieran de certificación y que tengan que portar algunas etiquetas acreditativas (PROCOMER, 2009).

Regulaciones sanitarias.

Los miembros de la UE aplican la legislación sanitaria y fitosanitaria en coordinación con la comisión europea, La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria es la principal institución encargada del análisis científico de todas las cuestiones sanitarias y fitosanitarias. Para el caso de los productos de origen animal o vegetal se debe presentar un certificado zoosanitario fitosanitario según corresponda (PROCOMER, 2009).

La Comisión de Codex Alimentarius es la encargada de las regulaciones sobre los aditivos alimentarios, residuos de medicamentos veterinarios, plaguicidas, contaminantes, métodos de análisis, muestreo y códigos de directrices sobre

prácticas en materia de higiene. La Oficina Internacional de Epizootias es la encargada de las normas sobre sanidad animal y zoonosis y la Secretaria de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria dirige las normas de preservación de los vegetales en colaboración con organizaciones regionales (PROCOMER, 2009).

Los alimentos genéticamente modificados están regidos por una normativa especial, se debe de enviar una muestra a la autoridad correspondiente del Estado Miembro y después a la Autoridad Europea de la Seguridad del Alimento con el fin de realizar un examen de riesgo. Para cualquier producto de la cadena alimentaria también se debe de considerar el Sistema de Riesgos y de Puntos Críticos de Control, este es un sistema de autocontrol y es exigido para las empresas procesadoras de alimentos (PROCOMER, 2009).

La etiqueta con la marca CE (Conformite Européene) es utilizada en productos manufacturados, dicha etiqueta es una declaración por parte del fabricante de que el producto cumple con los requerimientos de la EU en cuanto a salud, seguridad y protección al medio ambiente (PROCOMER, 2009).

Regulaciones ambientales y de seguridad.

Es obligatorio cumplir con la legislación sanitaria y de protección del medio ambiente ya que en la UE rige el 6° programa de acción ambiental, la directiva del Consejo en el Empacado y el Material de Desecho del Empacado fija las directrices de la regulación ambiental al procesamiento del material de empaque una vez realizada la transacción comercial. Por otro lado la norma NIMF-15 establece las regulaciones para el tratamiento de las mercancías que utilicen embalaje de madera, exige la certificación de cada horno de tratamiento para un tipo de madera específico y un embalaje determinado (PROCOMER, 2009).

Para los productos agrícolas de origen animal o vegetal se debe cumplir con las normas establecidas por la UE, las autoridades del país por donde ingresan los productos exigen un certificado fitosanitario, pueden realizar la inspección, también

es posible que se exija la trazabilidad y es posible que se solicite la notificación de embarques previamente a su llegada al mercado (PROCOMER, 2009),

Junto con el cumplimiento de las medidas sanitarias y de trazabilidad se debe cumplir con las regulaciones sobre contaminantes de los alimentos que rigen la UE, las cuales establecen los límites máximos de contaminantes y residuos químicos aceptables para la salud. Para los productos orgánicos o con la denominación Eco se requiere de una certificación que compruebe su denominación, para que los consumidores al pagar un precio superior por dichos productos se asegure que el producto fue diseñado, producido y empacado, de una forma amigable con el medio ambiente (PROCOMER, 2009).

Cada país tiene sus organizaciones certificadoras la Ecolabel es para toda la UE, también existe otra etiqueta para productos provenientes del comercio justo, es decir, los productos que cumplen con estándares mínimos de condiciones de trabajo, remuneración y que son comercializados a través del comercio alternativo. El aumento de la demanda de dichos productos se debe a que se tiene una mayor conciencia del medio ambiente y el ámbito social, reconocidos por los consumidores por la etiqueta "Fair Trade" (PROCOMER, 2009).

Estandarización

Se empezó aplicar a partir del 2005 donde se les exige a los exportadores de alimentos contar con sistemas que garanticen la trazabilidad de productos, en el Reino Unido además de la normativa de la UE existen otras normas internas de cumplimiento obligatorio sobre la normalización y certificación de productos. El cumplimiento de estas normas trae como consecuencia que algunos productos requieren de certificación y que tengan que mostrar etiquetas, algunos otros sectores se ven regidos por normas llamadas "códigos de conducta" no obligatorias pero se recomienda su cumplimiento (PROCOMER, 2009).

PROCOMER (2009) define a la trazabilidad como la posibilidad de encontrar y seguirle el rastro a un alimento a través de todas las etapas desde la producción, transformación y distribución.

Estos estándares son creados por comités técnicos del Instituto de Normalización de Reino Unido, la regulación de los procesos es desarrollada por el Departamento de Comercio e Industria de Reino Unido, el sistema de estandarización es jerárquico siguiendo el proceso de ISO, en caso de la ausencia de un estándar ISO, prevalece un estándar de la Unión Europea, mientras que en caso de que no existiera éste último se utiliza un estándar nacional y en caso de que no existiera ninguno de los estándares antes mencionados, se aplican los estándares de la industria (PROCOMER, 2009).

Certificaciones

Son garantías por escrito emitidas por agencias certificadoras independientes que aseguran que el proceso de producción cumple con los requisitos establecidos por organizaciones o países, su cumplimiento no es de carácter voluntario, sin embargo el consumidor europeo le da gran importancia a los temas ambientales y los aspectos sociales (PROCOMER, 2009).

Para frutas y vegetales las grandes cadenas de distribución exigen la certificación “EurepGap” que comprueba las buenas prácticas agrícolas, evalúa los productos, uso de fertilizantes, manejo de plagas, respeto de derechos laborales y otros. Otras certificaciones importantes son las ISO-14001 utilizadas en las grandes agroindustrias y la ISO-22000 que rige para los operadores del sector alimentario (PROCOMER, 2009).

Impuesto al valor agregado (IVA)

Este impuesto se aplica a los productos importados y de producción local, generalmente para los productos básicos las tarifas son bajas y para los de lujo altas.

Existen diferentes tasas para diferentes bienes y servicios. De acuerdo con PROCOMER (2009) son las siguientes

- Tasa estándar (21%): bienes o servicios que no se beneficien de las siguientes tasas reducidas:
- Tasa reducida (6%): comida, productos farmacéuticos y viviendas sociales, reparaciones y renovaciones.
- Tasa intermedia (12%): fertilizantes, productos fitosanitarios, tabaco, cigarrillos, gasolina, margarina, música, televisión de pago y ciertas viviendas sociales.
- Tasa nula (0%): periódicos de interés general o revistas publicadas al menos 48 veces al año y productos o bienes reciclados.

Procedimientos para la importación

Cuando se ingresan mercancías que excedan 6,000 GBP se debe llenar una declaración de valoración individual, de acuerdo con las normas SAFE preconizadas por la Organización Mundial de Aduanas la UE implementó un nuevo sistema de control de importaciones llamado Import Control System, que tiene por objetivo volver más seguros los flujos de mercancías al momento de su ingreso (Santander, 2018).

Este sistema de control entró en vigor el 1 de enero de 2011 desde entonces los operadores deben obligatoriamente entregar una declaración sumaria de ingreso a la oficina de aduana del país de llegada, el código aduanero modernizado entró en vigor en el año 2008, los procesos simplificados de transporte aduanero son métodos de declaración electrónica diseñados para mejorar y simplificar los procesos aduaneros para dar el visto bueno a bienes importados en la frontera, una zona franca o de algún almacén aduanero (Santander, 2018).

Los productos importados temporalmente para re-exportación, control, muestra, reparación, demostración profesional, pueden ser admitidos sin el pago de derechos

e impuestos. Los derechos aduaneros y el IVA a la importación se aplican a las mercancías importadas cuyo valor es superior a 135 GBP (Santander, 2018).

3.2.6 Normas de calidad

De acuerdo con la Ley Federal sobre Metrología y Normalización básicamente existen tres tipos de normas:

- Normas Oficiales Mexicanas (NOM)

Estas son regulaciones técnicas de carácter obligatorio regulan los productos, procesos o servicios, cuando éstos puedan constituir un riesgo para las personas, animales y vegetales, así como el medio ambiente en general, entre otros.

- Normas Mexicanas (NMX)

Son elaboradas por un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía. Establecen los requisitos mínimos de calidad de los productos y servicios, con el objetivo de proteger y orientar a los consumidores.

Su aplicación es voluntaria, con excepción de los casos en que los particulares manifiesten que sus productos, procesos o servicios son conformes con las mismas; cuando en una NOM se requiera la observancia de una NMX para fines determinados.

- Normas de Referencia (NRF)

Elaboradas por las entidades de la administración pública para aplicarlas a los bienes o servicios que adquieren, arrienden o contratan, cuando las normas mexicanas o internacionales no cubran los requerimientos de las mismas o sus especificaciones resulten obsoletas o inaplicables (SE, 2018).

Las normas que son aplicables al vino tinto se presentan en la tabla

Tabla 16. Normas aplicables a la producción y comercialización de vino tinto en México.

Nombre	Nomeclatura NOM ó NMX	Fecha	Descripción
Bebidas alcohólicas. Especificaciones sanitarias. Etiquetado sanitario y comercial.	NOM-142-SSA1/SCFI-2014	23/03/2015	Su objetivo es establecer las especificaciones sanitarias y disposiciones de etiquetado sanitario y comercial de las bebidas alcohólicas que se comercialicen en el territorio nacional. Es obligatoria en todo el territorio nacional para las personas físicas o morales que se dedican al proceso o importación de bebidas alcohólicas. Quedan exceptuados de su aplicación los productos para exportación.
Bebidas alcohólicas-denominación, especificaciones fisicoquímicas, Información comercial y métodos de prueba.	NOM-199-SCFI-2017	30/10/2017	Tiene por objeto establecer la denominación, las especificaciones fisicoquímicas y la información comercial que deben cumplir todas las bebidas alcohólicas, a efecto de dar información veraz al consumidor, así como los métodos de prueba y de evaluación de la conformidad aplicables a las mismas.
Bebidas alcohólicas-Bebidas alcohólicas elaboradas a partir del agave -Especificaciones,métodos de prueba e información comercial.	PROY-NOM-186-SCFI-2012	05/07/2012	Este proyecto de norma tiene por objeto establecer las especificaciones fisicoquímicas, la denominación, y demás información comercial , a efecto de dar información veraz al consumidor, así como los métodos de prueba y de evaluación.
Bebidas alcohólicas- Denominación,especificaciones fisicoquímicas,información comercial y métodos de prueba.	PROY-NOM-199-SCFI-2015	29/02/2016	Este proyecto es necesario para definir la denominación de las bebidas alcohólicas, establecer las especificaciones fisicoquímicas, la información comercial y los métodos de prueba. Otra de sus finalidades es evitar un daño inminente a la economía de los consumidores , ya que se busca eliminar la confusión en los mismos a través de proporcionarles información veraz y comprobable respecto de los productos que adquieren. De esta manera, y en beneficio de la colectividad de consumidores de nuestro país, se acotará la comercialización engañosa de dichos productos.

Fuente: Elaboración propia con datos de SE (2018).

De acuerdo con ITC (2017) los 5 países que más importan vino son:

- Estados Unidos de América
- Reino Unido
- Alemania
- China
- Canadá

El país destino que se escogió para este proyecto es Reino Unido debido a que este país también es de los principales consumidores de vino y el que menos produce, el sector agrícola de este país representa menos del 1% del PIB.

Por otro lado, el consumidor británico no es sensible al precio sino a la calidad del producto y dicho vino cuenta con todas las características para poder ser comercializado.

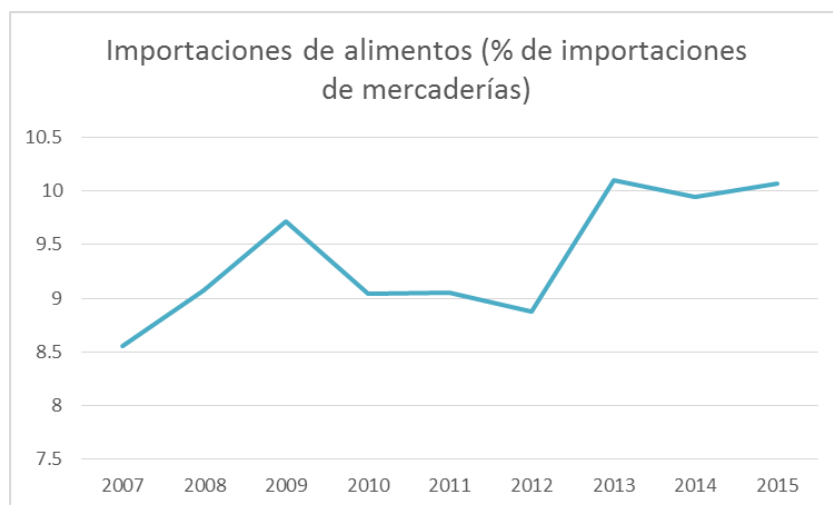
De igual manera el entorno económico de este país es un factor muy importante, la economía del Reino Unido se ha mantenido a través de los años sólida, es conocida por décadas como una de las principales economías basadas en la industria y en el comercio, su PIB se encuentre entre los 5 primeros del mundo, debajo de Estados Unidos, Japón, Alemania y China.

El sector que más aporta al PIB es el de los servicios y producto de las transacciones en la Bolsa de Valores, así como también los servicios financieros de la banca y las compañías de seguros.

Su moneda la Libra Esterlina es una de las monedas que más transacciones logra diariamente en el mercado de las divisas a nivel mundial (Santander, 2017).

Como ya se mencionó anteriormente el sector agrícola no aporta mucho al PIB de Reino Unido esta situación le da una gran ventaja a este proyecto ya que como se observa en la gráfica sus importaciones de alimentos han aumentado considerablemente.

Gráfica 1. Importación de alimentos Reino Unido 2015



Fuente elaboración propia con datos del banco mundial (Banco Mundial, 2017).

4.1 Aspectos económicos

Después de cinco años de crisis la economía británica ha repuntado con fuerza desde 2013 con un crecimiento económico más dinámico que el de otras grandes economías. Sin embargo el 23 de junio de 2016 el Reino Unido votó a favor de abandonar la Unión Europea (Santander, 2017).

En el mismo año el crecimiento económico del país se elevó cerca de 2% del PIB esto se debió principalmente por el consumo privado y el vigor del sector de Servicios, aunque el país no dejará oficialmente la UE en los próximos años la incertidumbre que implica este proceso puede tener consecuencias económicas, ciertas organizaciones internacionales prevén que el Brexit lentificará el crecimiento del Reino Unido en los próximos años (Santander, 2017).

La ministro May preconiza una ruptura clara con la Unión Europea, poner fin a la libre circulación de ciudadanos europeos y a la dependencia de la Corte de Justicia

de la UE, el Brexit podría poner en peligro el estatus de Londres como capital financiera de la eurozona, por consiguiente la UE le indicó al Reino Unido que sin la libre circulación de personas tampoco podrá acceder libremente al mercado único (Santander, 2017).

Los buenos resultados económicos tras el Brexit constituyen un punto positivo para el gobierno, la determinación de EDF de invertir en la central nuclear de Hinckley Point, y la decisión de Facebook y Google de construir sus nuevas oficinas centrales en Londres, constituyen señales de confianza. Sin embargo la libra esterlina se ha devaluado en cerca de 20% desde el Brexit, esto trae como consecuencia el riesgo de degradar el poder adquisitivo de los hogares, encarecer el costo de las importaciones y aumentar la inflación (Santander, 2017).

Como consecuencia de la salida de la UE el gobierno anunció en noviembre que tomará un préstamo no previsto de 122 mil millones GBP, por otra parte la deuda debiera aumentar y representar 90% del PIB en 2017. De igual manera el estado anunció un plan de inversión en infraestructuras con el fin de reforzar la productividad de su economía ya que actualmente es relativamente débil e insuficientes (Santander, 2017).

Los resultados macroeconómicos relativamente buenos esconden fragilidades y profundas desigualdades, el repunte está basado en el consumo y no la inversión o las exportaciones, es financiado por bajos sueldos y el aumento del trabajo precario. De esta forma los trabajadores independientes y aquellos que disponen de contratos sin garantía de un número mínimo de horas trabajadas no cuentan con una cobertura social, dichos trabajadores aumentan con fuerza desde 2008 (Santander, 2017).

En 2016 diferentes empresas fueron denunciadas por sus prácticas abusivas con este tipo de empleados, por otra parte, la tasa de desempleo bajó en este mismo año. Sin embargo uno de cada cinco jóvenes menores de 24 años está desempleado, el desempleo ha sido contenido en parte por el congelamiento de los salarios y la expansión de trabajos de medio tiempo (Santander, 2017).

Principales sectores económicos

El sector agrícola representa menos del 1% del PIB pero es muy productivo, produce principalmente patatas, remolacha, trigo y cebada, la cría de ganado (sobre todo ovino y bovino) sigue siendo una actividad muy importante, el sector pesquero está también muy desarrollado, pero sufre actualmente la disminución del volumen de peces en los lugares tradicionales de pesca (Santander, 2017).

El Reino Unido cuenta con una gran cantidad de recursos minerales, aunque en el pasado fue el décimo mayor productor de petróleo, con grandes reservas de gas natural, actualmente su producción está disminuyendo a gran velocidad. Aun así grupos como BP y Shell siguen siendo líderes mundiales de la industria petrolera (Santander, 2017).

El sector secundario no es muy competitivo las actividades principales son las máquinas herramientas, el material de transporte y los productos químicos, los sectores con gran potencial son las tecnologías de la información, la comunicación, la biotecnología, la aeronáutica, la defensa y las energías renovables. El sector de los servicios emplea a cerca de 80% de la población activa y representa tres cuartas partes del PIB, es la fuerza motriz de la economía, Londres sigue siendo el mayor mercado financiero de Europa, al mismo nivel que Nueva York (Santander, 2018).

4.1.1 PIB

El PIB (Producto Interno Bruto) mide el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de Reino Unido a lo largo de un periodo determinado, también se define como el conjunto de los bienes y servicios finales producidos en Gran Bretaña a lo largo de un año. El Producto Interior Bruto de Reino Unido en 2017 ha crecido un 1.7% respecto a 2016 (Expansión, 2018) .

En la Grafica 2 se puede observar cómo se ha comportado este indicador a través de los años.

Gráfica 2. Crecimiento porcentual del PIB 2000-2016 en Reino Unido



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial (2018).

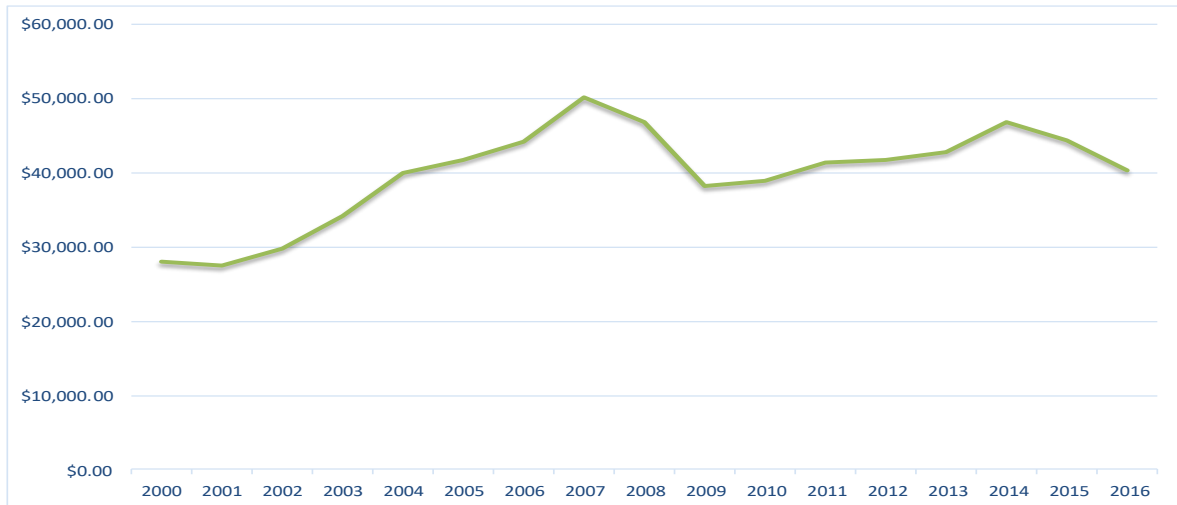
4.1.2 Ingreso per cápita

El PIB per cápita o PIB por habitante, se obtiene dividiendo el PIB entre el número de habitantes. Este indicador es muy útil para comparar el bienestar de los habitantes, ya que representan el valor de los bienes y servicios producidos por cada uno de ellos.

Si ordenamos los países en base a este indicador, Reino Unido se encuentra en buen lugar en cuanto al nivel de vida de sus habitantes, ya que ocupa el puesto número 23 del ranking de 195 países (Expansión, 2018).

En la Grafica 3 se puede observar la tendencia que ha tenido este indicador.

Gráfica 3. PIB per cápita (US\$ a precios actuales) 2000 - 2016, en Reino Unido



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial (2018).

4.1.3 Inflación

De acuerdo con Expansión (2018) el IPC (Índice de Precios al Consumo) o inflación mide la evolución del conjunto de precios de los bienes y servicios que consume la población, está compuesto por:

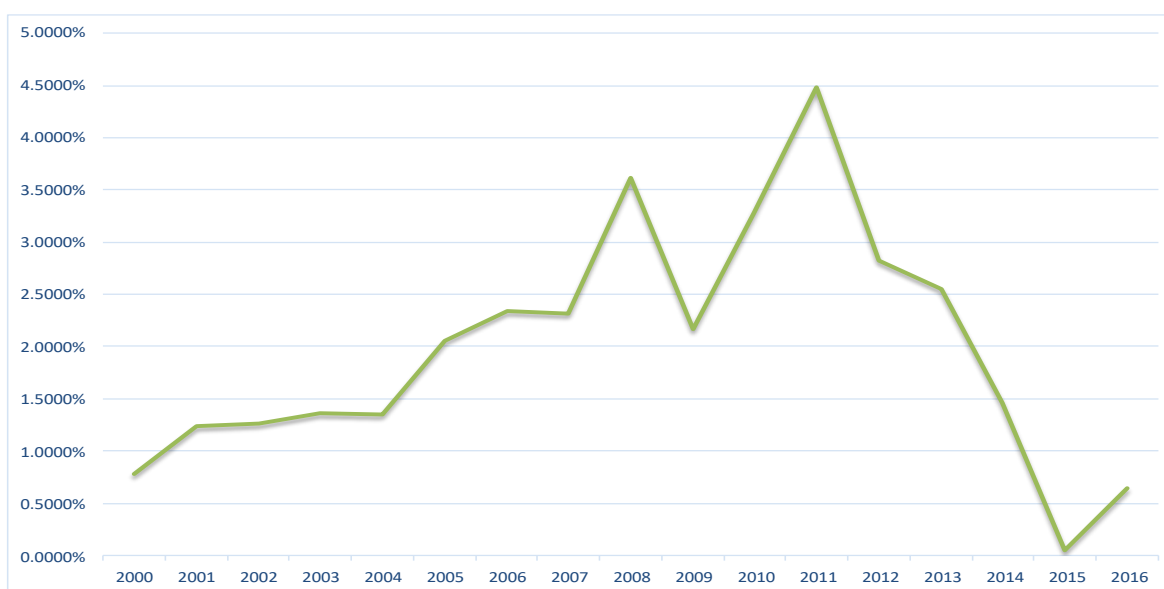
- Alimentación y bebidas no alcohólicas
- Bebidas alcohólicas y tabaco
- Artículos de vestir
- Alquiler de viviendas
- Menaje doméstico
- Medicinas
- Transporte
- Comunicaciones
- Ocio y Cultura
- Enseñanza
- Hoteles, cafés y restaurantes
- Otros bienes y servicios.

La tasa de variación anual en febrero de 2018 ha sido del 2.7%, 3 décimas inferior a la del mes anterior.

La variación mensual del IPC ha sido del 0.4%, de forma que la inflación acumulada hasta ahora del año en curso es del 0%.

En la Gráfica 4 se puede observar que este indicador no ha tenido un comportamiento constante.

Gráfica 4. Inflación, precios al consumidor (% anual) 2000-2016 en Reino Unido



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial (2018).

4.1.4 Tipo de cambio

La decisión que tomó recientemente el Reino Unido de salir de la Unión Europea provocó un cataclismo en los mercados financieros internacionales, las bolsas se desplomaron y la libra esterlina se depreció considerablemente respecto al dólar y el euro. Las especulaciones apuntaban a que la depreciación nominal de la libra tendría efectos negativos sobre las exportaciones de bienes de USA y del resto de la Unión Europea, de igual manera se vería afectado el flujo de turistas británicos (Esteve, 2016).

Sin embargo dichas especulaciones no tienen en cuenta la evolución histórica del tipo de cambio nominal de la libra y los factores de su depreciación nominal a largo plazo (Esteve, 2016).

El siguiente gráfico se muestra la evolución del tipo de cambio nominal de la libra respecto al dólar desde inicio del año 2016 hasta la actualidad, la línea roja vertical indica el día del Brexit.

Figura 7. Variación del tipo de cambio del Reino Unido 2016



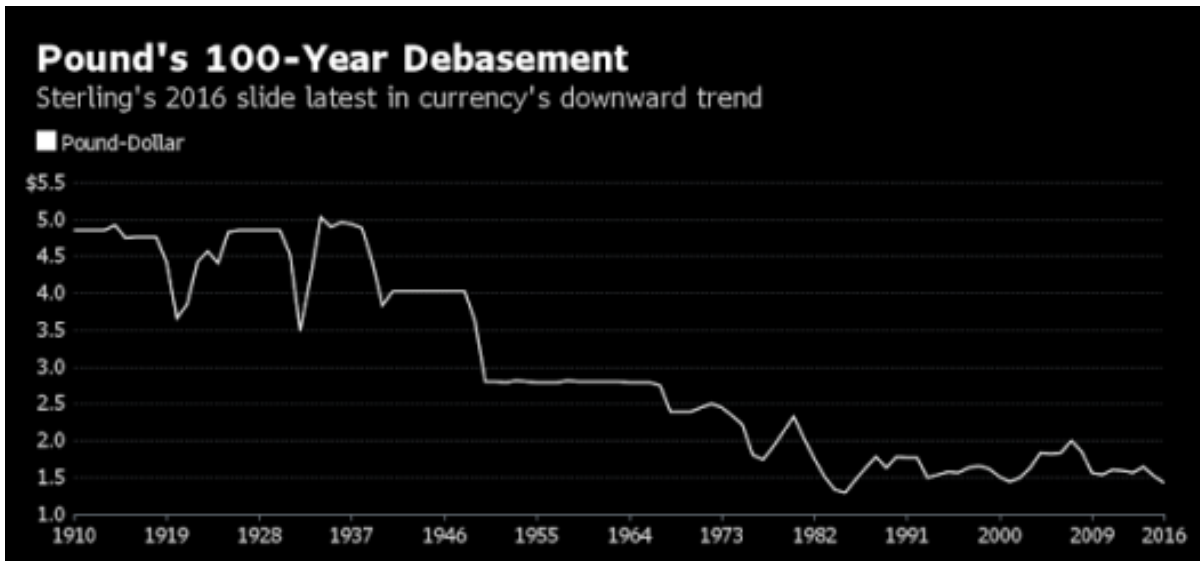
Fuente: Esteve (2016).

El tipo de cambio de la libra respecto al dólar fluctuaba desde comienzos de año y hasta el día de la votación alrededor de 1.45 dólares por libra, después de la votación la libra se depreció fuertemente y el tipo de cambio nominal fluctuó alrededor de 1.32 dólares por libra. Esta depreciación es un reflejo de las expectativas negativas a corto plazo sobre los flujos del comercio internacional, no obstante el tipo de cambio nominal de la libra respecto al dólar y con otras monedas ha registrado una tendencia a la depreciación en el largo plazo (Esteve, 2016).

La siguiente figura nos muestra el periodo desde 1910 hasta la actualidad, se puede observar la evolución del tipo de cambio nominal de la libra respecto al dólar. La libra cotizaba a 2.40 dólares después de la ruptura del Sistema Monetario Internacional de Bretton Woods en el periodo 1971-1973, desde entonces ha

continuado una tendencia a la depreciación nominal, el mínimo desde entonces se situó en 1.079 dólares por libra en febrero de 1985 (Esteve, 2016).

Figura 8. Evolución del tipo de cambio de Reino Unido 1910-2016



Fuente: Esteve (2016).

De acuerdo con Esteve (2016) la depreciación del tipo de cambio nominal de la libra respecto al dólar a largo plazo no depende de las expectativas negativas que se puedan generar en los mercados financieros por acontecimientos como el Brexit. El comportamiento del tipo de cambio nominal a largo plazo de cualquier moneda depende de la influencia conjunta de dos factores:

- Del cambio en los niveles de precios relativos a largo plazo derivados a partir de los factores monetarios internos, es decir, los cambios de la oferta y la demanda de dinero relativa entre los dos países;
- Del cambio en el tipo de cambio real bilateral que mide la competitividad exterior de la economía nacional.

4.1.5 Balanza comercial

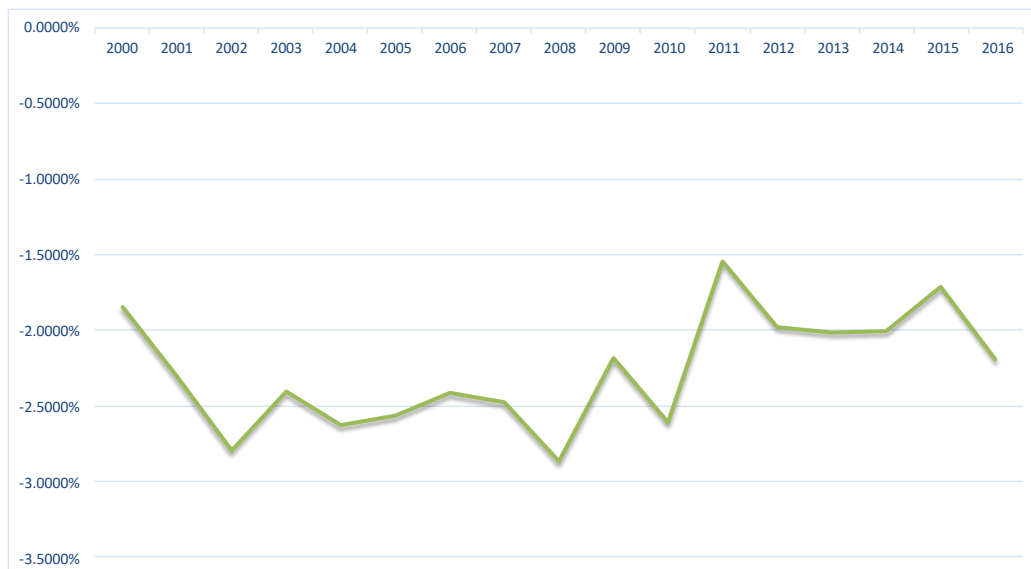
En el año 2017 Reino Unido registró un déficit en su balanza comercial de 176,784.1 millones de euros que corresponde a un 7.61% de su PIB, este es inferior al registrado en 2016 que fue de 204,885.3 millones de euros, es decir el 8.55% del PIB. Esta Variación se debe a que se ha producido un descenso de las importaciones y un incremento de las exportaciones de Reino Unido (Expansión, 2017).

Si tomamos como referencia la balanza comercial con respecto al PIB en 2017 Reino Unido ha ganado posiciones se ha movido del puesto 99 que ocupaba en 2016, hasta situarse en la posición 91 de dicho ranking, tiene un saldo de la balanza comercial medio si lo comparamos con el del resto de los países (Expansión, 2017).

La evolución del saldo de la balanza comercial en Reino Unido en los últimos años, el déficit ha caído respecto a 2016 como ya hemos visto, aunque ha subido respecto al año 2007 cuando el déficit fue de 143,328.5 millones de euros, que correspondía a un 6.38% de su PIB (Expansión, 2017).

En la siguiente grafica se puede observar su comportamiento:

Gráfica 5. Balanza comercial de bienes y servicios (% del PIB) 2000-2016 en Reino Unido



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial (2018).

4.2 Aspectos políticos

Santander (2017) describe la forma de gobierno del país estudiado como una monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria.

Está dividido en cuatro partes llamadas países constituyentes que son:

- Inglaterra
- Escocia
- Gales
- Irlanda del Norte.

Poder ejecutivo

La Reina es el jefe del estado su papel es ceremonial, pero ejerce tres derechos esenciales: a ser consultada, asesorar y el de advertir. Tras las elecciones legislativas de la cámara baja del parlamento el líder de la coalición mayoritaria suele ser designado como Primer Ministro por la Reina para ejercer el cargo durante un período de cinco años, el Primer Ministro es el jefe del gobierno dispone de todos los poderes ejecutivos que incluyen la aplicación de la ley en el país y la gestión de los asuntos diarios, también designa a los componentes del gabinete ministerial (Santander, 2017).

El poder legislativo

La asamblea legislativa es bicameral el parlamento está formado por la Cámara de los Lores (cámara alta), que cuenta con:

- 625 lores vitalicios
- 92 con cargo hereditario y
- 26 clérigos

La Cámara de los Comunes (Cámara Baja) tiene:

- 646 escaños donde sus ocupantes son elegidos mediante el voto popular para un cargo por un período de 5 años.

El gobierno es responsable del Parlamento y depende de él (Santander, 2017).

Principales partidos políticos

Hay tres partidos dominantes en el Reino Unido:

- El Partido del Trabajo nacido del movimiento sindicalista de fines del siglo XIX, es social demócrata de izquierda.
- El Partido Conservador partido de centro derecha, que defiende la economía de libre mercado, un ejército fuerte y valores culturales tradicionales.
- Los Liberales Demócratas partido de centro, tercera fuerza política, que se opuso a la guerra en Irak y defiende los derechos civiles.

Cabe mencionar también al Partido Nacional Escocés y el Partido por la Independencia del Reino Unido que tuvieron una presencia importante en las elecciones de mayo de 2015 (Santander, 2017).

Líderes políticos en el poder:

- Reina: Isabel II (desde febrero de 1952).
- Primer Ministro: Theresa May (desde julio de 2016), Partido Conservador.

Las próximas fechas electorales se tienen previstas para el 5 de mayo del 2022 o antes (Santander, 2017).

4.2.1 Participación del gobierno en los negocios

De acuerdo con Doing Business Reino Unido se ubica en la 7° de 190 países que conforman este ranking, es estudio clasifica a los países por las facilidades que otorga para hacer negocios (Banco Mundial, 2018).

De acuerdo con Santander (2018) la inversión extranjera directa de acuerdo con el Informe Mundial sobre las Inversiones de 2017 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo el Reino Unido es el segundo destino mundial de inversión extranjera directa. Esto se debe a la adquisición de la empresa británica SABMiller PLC por Anheuser-Busch Inbev (Bélgica) por 101 mil millones USD, a consecuencia de esto el país recibió un flujo récord de 253 mil millones USD en 2016.

A pesar de la situación de incertidumbre a consecuencia del Brexit, el Reino Unido sigue teniendo sólidas fortalezas como:

- Londres sigue apareciendo como la capital financiera de Europa
- Gran Bretaña cuenta con una moneda fuerte a pesar de su reciente devaluación
- El país es uno de los mercados europeos más importantes.

El porcentaje más grande de entradas de IED a Gran Bretaña se destina a la industria de servicios financieros, casi la mitad de la inversión actual en el Reino Unido (1 billón GBP) proviene de otros Estados miembros de la UE (Santander, 2017).

De las principales ventajas de este país es la rapidez de los trámites ya que sólo se necesitan 13 días para poner en marcha una empresa, la media europea es de 32 días lo que sitúa al país a la cabeza de Europa y el entorno es favorable para los inversores extranjeros gracias a la baja fiscalidad. Los puntos débiles del país son una gran influencia del sector financiero en el PIB, infraestructura de mala calidad y un alto nivel de competitividad por parte de las empresas extranjeras en el sector industrial (Santander, 2018).

Otro aspecto importante es que las empresas extranjeras reciben exactamente el mismo trato que las empresas británicas, el gobierno británico es un gran defensor de los derechos de todas las empresas inscritas en el registro de sociedades británicas, sea cual sea su nacionalidad o la de su propietario (Santander, 2018).

El Reino Unido tiene 106 tratados bilaterales de inversión con otros países, de los cuales 94 están en vigor, no discrimina entre nacionales y extranjeros en la formación y el funcionamiento de las empresas privadas, las empresas extranjeras que han establecido filiales británicas no suelen encontrar requisitos especiales de nacionalidad con respecto a los directivos o a los accionistas, aunque al menos un directivo de cualquier compañía registrada en Reino Unido debe ser residente habitual en Reino Unido (Santander, 2018).

La expropiación de los activos de una empresa o la nacionalización de una industria requiere una ley especial del parlamento, para el caso de la nacionalización el gobierno británico se conforma al derecho internacional consuetudinario, proporcionando una compensación pronta, adecuada y efectiva. El Departamento de Inversión en Gran Bretaña del Ministerio de Industria y Comercio ofrece sus servicios para informar a las compañías extranjeras sobre las ayudas para establecerse en el país, se han creado zonas para empresas con tal de fomentar el desarrollo industrial y comercial, dichas zonas permiten a las empresas beneficiarse de las exenciones de impuestos (Santander, 2018).

El principal medio de apoyo consiste en el plan de Financiación Selectiva para la Inversión en Inglaterra, que busca fomentar una notable inversión en proyectos proporcionen grandes mejoras en la productividad, la capacitación y el empleo. Se trata de una concesión discrecional que se puede ofrecer a empresas nacionales y extranjeras, para abrir una nueva operación o para ampliar y/o modernizar un área ya existente y está disponible para proyectos de servicios e industria que cumplan ciertos requisitos (Santander, 2018).

4.3 Aspectos sociales y culturales

De acuerdo con Better life index (2018) Reino Unido tiene buenos resultados en casi todas las medidas de bienestar general en comparación con la mayoría de los demás países.

Se sitúa por encima del promedio de la OCDE en cuanto seguridad personal, calidad medioambiental, compromiso cívico, sentido de comunidad, estado de la salud, empleo, remuneración, ingresos, patrimonio, educación, competencias y satisfacción. A continuación, se van a mencionar los factores más importantes como:

Educación.

Este factor es de gran importancia, tener un buen nivel educativo y de competencias es un requisito importante para encontrar empleo, una población bien educada y

bien capacitada es esencial para el bienestar social y económico de un país (Better life index, 2018).

El 81% de los adultos de 25 a 64 años han terminado la educación media superior, esto se da más en el caso de los hombres que en el de las mujeres, ya que el 81% de ellos han terminado con éxito la educación media superior en comparación con el 80% de las mujeres. Los británicos pasan 16.8 años en el sistema educativo entre los 5 y los 39 años de edad (Better life index, 2018).

Hoy en día obtener un título de educación media superior cobra una creciente importancia en todos los países, ya que las competencias necesarias en el mercado laboral se basan cada vez más en los conocimientos. Por consiguiente, las tasas de graduación del bachillerato indican con claridad si un país está preparando a sus estudiantes para cubrir los requerimientos mínimos de ese mercado laboral (Better life index, 2018).

Vivienda

El costo de dicho factor consume una gran proporción del presupuesto familiar y representan el gasto individual más grande para muchas personas y familias, al sumar elementos como el alquiler, gas, energía eléctrica, agua, menaje de casa o reparaciones. Las familias gastan en promedio el 24% de su ingreso bruto ajustado disponible en mantener su vivienda, en términos de servicios básicos, el 99.6% de las personas habitan viviendas con acceso privado a inodoros interiores con descarga de agua (Better life index, 2018).

Empleo

El 74% de la población en edad laboral (entre 15 y 64 años) tiene un empleo remunerado, los salarios y los otros beneficios monetarios que aporta el empleo son aspectos importantes de la calidad en el trabajo las personas ganan 42 835 USD al año (Better life index, 2018).

El porcentaje de la fuerza laboral que ha estado desempleada durante un año o más es en la actualidad es del 1.3%, los trabajadores afrontan un riesgo de 2.6% de pérdida de ingresos en caso de quedar desempleados (Better life index, 2018).

Comunidad

La pertenencia a un grupo social o una comunidad fuerte puede brindar apoyo emocional así como facilitar el acceso a empleos, servicios y otras oportunidades materiales, el 93% de las personas creen que conocen a alguien en quien pueden confiar cuando lo necesiten (Better life index, 2018).

Contar con una red social débil puede limitar las oportunidades económicas, el contacto con otras personas y en última instancia provocar sentimientos de aislamiento (Better life index, 2018).

Medio ambiente

La contaminación del aire en exteriores es un problema medioambiental importante que afecta directamente la calidad de vida de las personas, pese a las intervenciones nacionales e internacionales y a las reducciones de las principales emisiones contaminantes, los efectos de la contaminación del aire urbano en la salud continúan empeorando y la contaminación del aire podría convertirse en 2050 en la principal causa medioambiental de mortalidad prematura (Better life index, 2018).

En el Reino Unido los niveles de partículas PM2.5 son de 11.3 microgramos por metro cúbico, esta cifra es mayor que el límite anual recomendado de 10 microgramos por metro cúbico establecido por la Organización Mundial de la Salud (Better life index, 2018).

El acceso a agua limpia es fundamental para el bienestar humano a pesar de los avances significativos conseguidos en los países de la OCDE en cuanto a la reducción de la contaminación del agua, no siempre es fácil discernir las mejoras en la calidad del agua potable, el 85% de los habitantes dicen estar satisfechos con la calidad del agua (Better life index, 2018).

Salud

La mayoría de los países de la OCDE han observado avances notables en la esperanza de vida de su población en las últimas décadas, gracias a las mejoras en las condiciones de vida, las intervenciones de salud pública y los adelantos en la atención médica (Better life index, 2018).

La esperanza de vida al nacer en Reino Unido es de 81 años, una esperanza de vida más alta por lo general se relaciona con un mayor gasto en atención a la salud por persona, aunque en esta cifra intervienen muchos otros factores, como los estándares y estilos de vida, la educación y el medio ambiente. El 70% de los habitantes de dicho país consideran tener una salud buena (Better life index, 2018).

Satisfacción

La felicidad o bienestar puede medirse en términos de satisfacción ante la vida, la presencia de experiencias y sentimientos positivos. Tales medidas son subjetivas constituyen un complemento útil a los datos objetivos para comparar la calidad de vida entre los países, la satisfacción general ante la vida en una escala del 0 al 10, en promedio le asignaron una puntuación de 6.7 (Better life index, 2018).

Seguridad

La seguridad es un factor determinante para el bienestar de las personas, se cuestionó a los ciudadanos si se sienten seguros al caminar solos de noche por la ciudad o área donde viven, como resultado el 77% de las personas afirman sentirse seguros. La tasa de homicidios es una medida fiable del nivel de seguridad de un país debido a que, a diferencia de otros delitos los asesinatos siempre se denuncian a la policía, según la información más reciente de la OCDE la tasa de homicidios es de 0.2 % (Better life index, 2018).

Balance de vida y trabajo.

La capacidad de combinar el trabajo, los compromisos familiares y la vida personal es importante para el bienestar de una familia, los gobiernos pueden ayudar a contribuir en este asunto al estimular prácticas laborales solidarias y flexibles que

faciliten el logro de un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida personal (Better life index, 2018).

El número de horas que una persona trabaja es un aspecto muy importante, la experiencia sugiere que un horario de trabajo largo puede resultar perjudicial para la salud, poner en peligro la seguridad y aumentar el estrés, casi el 13% de los empleados tienen un horario de trabajo muy largo (Better life index, 2018).

La cantidad y la calidad del tiempo libre son importantes para el bienestar general de las personas y pueden generar beneficios adicionales para la salud física y mental, los empleados de tiempo completo dedican el 62% de su día, 14.9 horas, al cuidado personal y al ocio (Better life index, 2018).

4.3.1 Demografía

Expansión (2018) ubica al Reino Unido en el lugar 21 del ranking de 195 estados que componen la tabla de población mundial, por lo que se le puede considerar como un país con un número de habitantes significativo

La población en el año 2015 fue de 65, 328,556, para el año 2016 se registró una población de 65, 808,573 personas, con un aumento de 426,017 habitantes de los cuales fueron 184, 481 fueron mujeres y 241,536 hombres. Ocupa la 162ª posición de la tabla de densidad, ya que tiene una alta densidad de población de 270 habitantes por Km² (Expansión, 2018).

Sin embargo un 13,07% de la población son inmigrantes, de acuerdo con los últimos datos de la ONU Reino Unido ocupa el lugar 42º entre los países del mundo por porcentaje de inmigración (Expansión, 2018).

Expansión (2018) describe las principales características de la estructura de población.

- La población femenina representa el 50.71% del total, es decir, ligeramente superior a la masculina.
- Su saldo vegetativo es positivo, es decir el número de nacimientos supera al de muertes. Sin embargo, la diferencia no es muy significativa, la tasa de

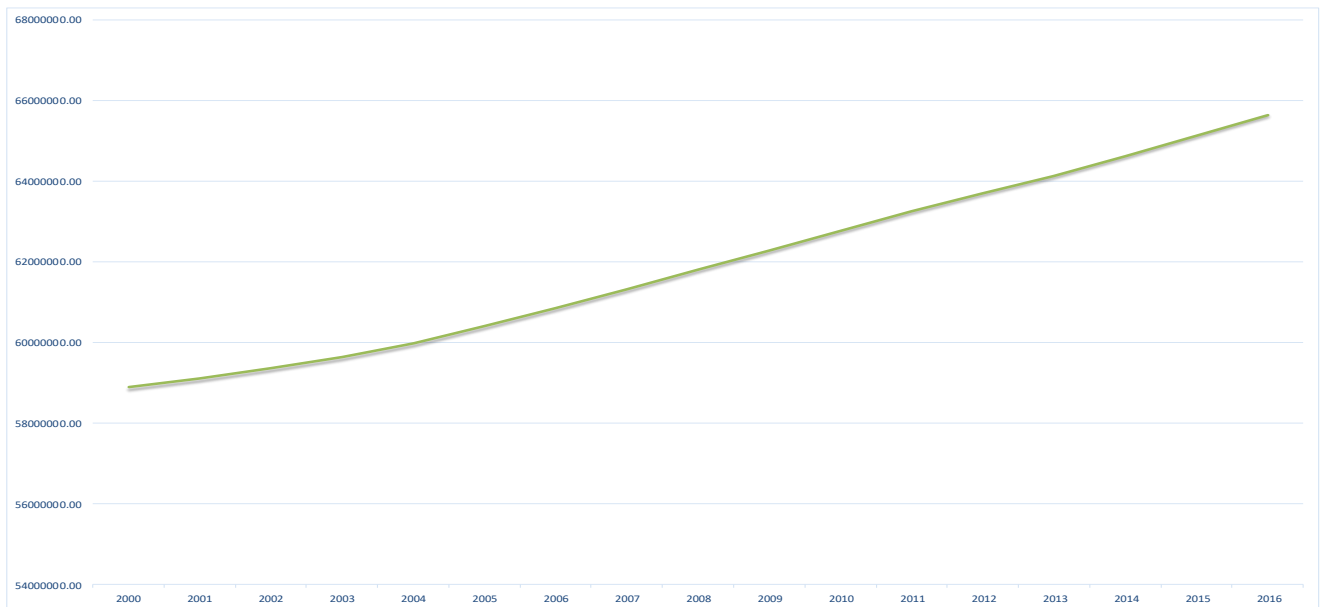
natalidad no es muy elevada y la situación puede variar en los próximos años hasta llegar a un crecimiento cero y a un saldo vegetativo negativo posteriormente.

- La esperanza de vida es de 81 años, en comparación al resto del mundo se considera alta.

Es importante recalcar que Reino Unido está entre los países que ofrece una mejor calidad de vida las personas mayores según el Índice global de envejecimiento (Expansión, 2018).

A continuación, podemos observar en la gráfica como se ha comportado dicho crecimiento.

Gráfica 6. Población del Reino Unido 2000-2016



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial (2017).

4.3.2 Perfil del consumidor

Los consumidores británicos responden de forma favorable a la publicidad y comprarán si encuentran alguna ventaja como: precio, calidad, diseño superior, marca o beneficios para el medioambiente. Es de suma importancia disponer de un servicio de posventa ya que los consumidores no dudan en quejarse y defender sus derechos (Santander, 2018).

Un dato importante son los consumidores más jóvenes que afrontan una serie de desafíos financieros, como el aumento del valor de la vivienda o el peso de la deuda de estudios (Santander, 2018).

Aproximadamente la mitad de los consumidores están dispuestos a pagar más por una marca que apoya una causa importante, cada vez ponen más cuidado en las prácticas éticas de las empresas y muchos afirman que han abandonado ciertas marcas debido a su comportamiento corporativo. Disponen de una cultura del “compre ahora, pague más tarde” suelen solicitar préstamos mediante hipotecas, créditos personales o tarjetas de crédito el gasto con tarjetas de crédito y débito está creciendo rápidamente desde 2008, subiendo cinco veces más rápido que las ganancias, lo que corresponde a una posible señal de burbuja de préstamos por parte de los consumidores (Santander, 2018).

Los bancos están frenando el préstamo con tarjetas de crédito y otros préstamos no seguros por el temor de que la burbuja inmobiliaria pueda transformarse en una crisis que desestabilice el sistema financiero y acarree la insolvencia de los consumidores (Santander, 2018).

En la tabla 17 se puede observar el porcentaje de los gastos que los consumidores designan a diferentes categorías.

Tabla 17. Gastos del consumidor ingles por producto de los gastos totales.

Gastos de consumo por categoría de productos en % de los gastos totales	2011
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	24.5%
Transporte	14.5%
Ocio y cultura	10.4%
Hoteles, cafés y restaurantes	10.0%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	9.1%
Ropa y calzado	5.9%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	5.0%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	3.7%
Comunicación	2.3%
Salud	1.7%
Educación	1.5%

Fuente: Santander(2018).

De acuerdo con Embassy of Argentina London (2018) existen varios tipos de consumidores de vino tinto, a continuación se describirán las características y cualidades que los destacan:

- Adventorous connoisseurs: conforman el 10%, de mediana edad y confiados suelen experimentar en el consumo de distintas variedades de vinos.
- Generation treaters: este grupo de consumidores representan el 11%, son jóvenes que van ganando experiencia, son cautelosos a la hora de elegir y buscan encontrar un vino de su preferencia.
- Kitchen casuuls: representan el 14%, este tipo de consumidores, son de mediana edad, consumen poco vino y están poco comprometidos con este producto.
- Risk averse youngsters: jóvenes con poca confianza en el momento de elegir, esto se debe a que recién se inician en el consumo de vino, representan el 18%.

- Senior sippers: es gente mayor, con poco interés en el consumo de vino y consumidores ocasionales. Representan el 23%
- Mainstream at homers: representan el 24 %, personas de mediana edad que suelen beber vino en casa y se les considera consumidores frecuentes.

4.3.2.1 Características generales

Los habitantes de este país tienen la costumbre de recibir en casa a amigos y conocidos invitándoles a comer, cenar o simplemente a tomar una copa, especialmente durante el fin de semana.

Esta costumbre ha provocado durante los últimos años el aumento de las ventas de bebidas alcohólicas para consumir en casa, ya que el consumo en bares y discoteca ha disminuido, a causa de la prohibición de fumar en lugares públicos.

La tendencia de las reuniones o fiestas en las viviendas está aumentando, pero a pesar de esto el ambiente sin humo favorecer el concepto de eating-out, lo que le da una oportunidad más para los vinos.

Otro factor importante para el 74% de los consumidores, es la variedad de uva a la hora de elegir el vino, esta popularidad de determinadas variedades viene marcada por las modas (Urbina Vinos blog, 2010).

Por otro lado el contenido en alcohol no es un criterio muy tomado en cuenta por el consumidor a la hora de hacer la selección, hay una demanda creciente por los vinos de baja graduación y el 39% de los distribuidores han añadido vinos de esta gama convirtiéndose en un segmento con un potencial de crecimiento elevado (Urbina Vinos blog, 2010).

De acuerdo con Embassy of Argentina London (2018), el consumidor británico tiene algunas preferencias, por ejemplo:

- El 63% de la población prefiere beber en casa, mientras que el 28% prefiere hacerlo afuera.
- Quienes consumen vino al menos una vez por mes en fiestas y celebraciones han pasado de ser un 27% en el año 2013 a un 43% en año 2015.
- En época de verano y primavera se consume más vino.
- 60% de las ventas de vino en supermercados corresponden a descuentos o promociones.
- 1 de 4 consumidores considera importante el etiquetado, se fijan en el color, las imágenes, la tipografía, y el texto.
- A la mayoría de los consumidores les basta con conocer los datos más relevantes como las variedades de uva, la región y el año de la cosecha.
- Identifican Cabernet Sauvignon y Merlot como las variedades dominantes para el vino tinto, Syrah y Grenache para el vino rosado, Chardonnay y Sauvignon Blanc para el vino blanco.

4.3.2.2 Género y edad

Los principales consumidores son las personas de entre 35 y 65 años de edad actualmente este grupo es el principal responsable del incremento de las ventas, ya que el 43% de los consumidores de vino afirman beber ahora más que hace 3 años (Urbina Vinos blog, 2010).

De acuerdo con Urbina Vinos blog (2010) la tendencia de consumo de vino se comporta de la siguiente manera:

Los hombres entre 18 y 34 años consumen un 7% del vino blanco y otro 7% del vino tinto, los hombres mayores de 35 años consumen un 29 % del vino blanco y un 49 % del vino tinto.

Las mujeres entre 18 y 34 años consumen el doble de vino blanco que, de tinto, la cuota de vino blanco consumida por las mujeres es del 16%, mientras que de vino tinto es del 8%, las mujeres mayores de 35 años consumen un 49 % del vino blanco y un 37 % del vino tinto.

El 55% del vino vendido es comprado por mujeres, el 69% de los consumidores de vino blanco corresponde a las mujeres, por otro lado el vino tinto es consumido en el mismo porcentaje tanto por hombres como por mujeres (Urbina Vinos blog, 2010).

4.3.2.3 Nivel de ingreso

Se entiende por ingreso familiar disponible neto ajustado a la cantidad de dinero que una familia percibe o gana, cada año después de impuestos, dinero del que dispone una familia para gastar en bienes o servicios, el ingreso familiar en Reino Unido promedio per cápita es de 28 408 USD al año (Better life index, 2018).

Sin embargo, hay una brecha considerable entre los más ricos y los más pobres; la población situada en el 20% superior de la escala de ingresos gana casi seis veces lo que percibe la población que ocupa el 20% inferior. Por otra parte, el patrimonio financiero familiar es el monto total de los valores financieros que posee una familia, como dinero o acciones en cuentas bancarias, este se estima en 83 405 USD (Better life index, 2018).

Según Urbina Vinos blog (2010) las familias británicas destinan un porcentaje cada vez mayor al ocio, convirtiéndose en el tercer componente más importante del gasto de las familias, este factor favorece la demanda del vino ya que se asocian a situaciones de recreo.

4.3.3 Importancia del consumo de vino tinto en la dieta inglesa

De los 40 millones de personas adultas que habitan en el Reino Unido aproximadamente un tercio son consumidores de vino, la media de consumo es de 32 botellas de 750 mililitros por persona y año, además el 31% beben vino durante las comidas con mayor frecuencia (Urbina Vinos blog, 2010).

Urbina Vinos blog (2010)menciona las principales ocasiones en las que se consume vino:

- a. 30% para tomar una bebida.
- b. 28 % bebida habitual para una cena o comida.
- c. 18 % reuniones con amigos en casa.
- d. 9% para terminar la noche.
- e. 4% para una celebración.

El mercado británico se está convirtiendo en un mercado de valor y sofisticado ya que se consume menos vino barato y más vino de calidad, en consecuencia, de esto se tiene como resultado un vino más caro y que es consumido por alguien más experto. Otro factor importante es el e-commerce como nueva forma de compra por parte de una generación que busca en el vino una experiencia única (Interempresas, 2016).

Este fenómeno está relacionado con diversos factores como la recesión económica internacional, el aumento de los impuestos sobre el alcohol, se reducen los márgenes de beneficio que se obtienen de la venta de los vinos más baratos y la existencia de un consumidor de vino con un gusto cada vez mayor por probar vinos de alta calidad (Interempresas, 2016).

Por otro lado este país es uno de los productores de vino más pequeños de la Unión Europea, se ha logrado posicionar como uno de los principales mercados de referencia a nivel mundial, para muchos vitivinicultores estar presente en Reino Unido supone la mejor puerta de entrada para introducirse incluso en otros países (Interempresas, 2016).

Según datos del primer semestre de 2015 el Reino Unido mantiene la sexta posición mundial en números absolutos de consumo de vino, sólo por detrás de EE UU, Francia, Italia, Alemania y China (Interempresas, 2016).

4.4 Competencia existente

Para que se pueda superar a la competencia, es necesario que conocer quiénes son nuestros competidores y qué están haciendo. Se deben identificar el área geográfica que cubren y la principal ventaja que les ha permitido ganar mercado, ya que con esta información podemos determinar con mayor facilidad, las estrategias de posicionamiento que deberá seguir nuestra empresa para entrar y desarrollarse en el mercado (Contactopyme, 2000).

Contactopyme (2000) en su análisis de la competencia nos ayuda a responder preguntas como:

- ¿Qué tantos competidores existen y quiénes son?
- ¿Cuál es el tamaño de la empresa competidora y su fortaleza financiera?
- ¿Cuál es el importe de las ventas de los competidores?
- ¿Cuál es la calidad del producto, mercancía o servicios ofrecidos por sus competidores actuales y potenciales?

El número de competidores en el área del mercado donde se piensa establecer la empresa, en relación con el mercado potencial, nos dará un indicador de la necesidad de una empresa. Si las empresas existentes no están proporcionando servicios o productos adecuados, un nuevo competidor habrá de captar una parte sustancial del mercado (Contactopyme, 2000).

Contactopyme (2000) menciona que, al identificar a los competidores, es importante saber que éstos pueden ser directos o indirectos.

- Competidores directos: son los que venden el mismo producto o servicio.

- Competidores indirectos: son los que venden productos o servicios a su mercado, aunque no exactamente lo mismo, es decir ellos compiten por el dinero del mercado.

Uno de los principales factores que se deben analizar son las ventas de la competencia potencial, pero también se debe considerar el tipo de cliente a quien vende, las empresas competidoras pueden ser muy productivas, sin embargo pueden estar desatendiendo algunas áreas del mercado (Contactopyme, 2000).

Para cualquier producto o servicio se debe tener un mercado segmentado esto significa que para cualquier grupo de productos o servicios existirán personas que integren el mercado, de todos los niveles de ingresos, grupos sociales y antecedentes (Contactopyme, 2000).

Una vez identificada la competencia, su tamaño y el tipo de mercado al que se dirige, es necesario investigar de qué manera compite para saber qué se va a hacer al respecto y poder descubrir o potenciar una ventaja competitiva. La gran mayoría de las empresas operan dentro de lineamientos bastante estrechos, sin embargo entre estos límites existen medios para destacar del resto (Contactopyme, 2000).

Entender a la competencia es parte fundamental del crecimiento de la empresa, las estrategias de promoción y el éxito en las ventas están influidos por la capacidad que se tenga para hacer distinguir la empresa de los demás. De acuerdo con lo anterior la vieja fórmula, de hacer cosas diferentes, servir a muchos segmentos de mercado o no tenerlos bien definidos y tener un enfoque abierto ya no es funcional (Contactopyme, 2000).

Actualmente las empresas que marcan la diferencia son las que hacen una sola cosa diferente del resto, sirven a pocos segmentos del mercado y tienen

un enfoque definido. Bajo esta perspectiva, el reto se convierte en escoger la dirección estratégica de mercadotecnia donde: exista coherencia con el mercado y las necesidades del cliente, se tenga futuro, se dominen las habilidades distintivas y exista poca competencia (Contactopyme, 2000).

2.3.1 Competidores potenciales

Reino Unido es el mayor importador de vino del mundo, procedente principalmente de Francia, Italia, Australia, España, Nueva Zelandia, Chile, Estados Unidos de América, Alemania, etc.

A continuación, en la gráfica 7 podemos observar el porcentaje de participación que tienen los principales proveedores de vino tinto del Reino Unido.

Gráfica 7. Participación de las importaciones para Reino Unido (%)



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2018).

En el año 2015 Reino Unido alcanzó el mayor volumen de importación hasta la fecha con 1,409 millones de litros, aunque con el menor gasto desde el 2010 ya que gastaron 2,967 millones de libras, estos fue a consecuencia que precio medio un 3.5% (Muinelo, 2016).

La gráfica 8 hace referencia al valor de las importaciones en miles de dolares provenientes de los países ya antes mencionados

Gráfica 8. Valor importado en 2016(miles de USD)



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map (2018).

Algo que tienen en común estos países es que ya tienen muchos años inmersos en esta industria, incluso son pioneros, lo que trae como consecuencia que sean reconocidos en todo el mundo como los principales proveedores ya que su producto es de la mejor calidad.

Respecto a México, no se encuentra en estas graficas ya que como se ha estudiado es un país joven por así mencionarlo en la producción de vino, más sin embargo el producto cumple con todos los estándares de calidad que han sido impuestos por los grandes productores.

Le hace falta mucho impulso a esta industria a nuestro país pero sin lugar a duda es capaz de competir en los mercados más exigentes y sobresalir de la competencia.

4.4.2 Competidores sustitutos

El consumo de bebidas alcohólicas en Reino Unido está liderado por la cerveza con una media de 67.2 litros por habitante al año por lo que se le considera a este país como un gran consumidor de cerveza, sin embargo su consumo se ha reducido considerablemente en los últimos 15 años esto motivado en gran medida por el aumento en la popularidad del vino (ICEX , 2017).

El vino ocupa el segundo lugar, en los últimos 3 años los vinos espumosos y rosados han experimentado un incremento del 60% esto se debe al aumento del consumo por jóvenes mujeres que lo consideran vinos ligeros de beber (ICEX , 2017).

El mercado de la cerveza se encuentra en una fase de madurez y está saturado por una gran multitud de productos entre los cuales la competencia es enorme, sin embargo, se puede decir que todavía existen algunas oportunidades que las empresas podrían aprovechar y que se basan en la sofisticación del producto. La generalización del consumo de la cerveza se ha extendido especialmente entre los llamados millennials, estos demandan productos novedosos e innovadores como la cerveza artesanal, con sabores o baja en calorías y otorga mucha importancia a su presentación (ICEX , 2017).

La variedad rubia continúa siendo la preferida, pero su cuota de mercado está disminuyendo a favor de otras categorías entre las que destaca el crecimiento de la ya mencionada con anterioridad cerveza artesanal, debido a este cambio en la demanda prácticamente todos los pubs y supermercados han incorporado este tipo de cerveza en su oferta y han reducido las categorías convencionales. Por lo que los establecimientos dedicados exclusivamente a

la cerveza han proliferado en algunos además de adquirir el producto es posible su consumo (ICEX , 2017).

Los vinos espumosos son imprescindibles a la hora de festejar cualquier evento, están intrínsecamente ligados al espíritu de celebración, también se encuentran cada vez más presentes en el acompañamiento de aperitivos, mariscos o dulces (Aldana, 2015).

A continuación Aldana (2015) enlista los vinos que se consumen principalmente:

- Cava

Es producido en España, mayoritariamente en Cataluña la mayoría son secos, de acidez media y con cierto carácter de autólisis de levaduras, el cual puede ser ahumado más que de carácter tostado como ocurre con el champagne.

El clima soleado garantiza una adecuada maduración de las uvas, evitando la adición de azúcar que se lleva a cabo en los champagnes para poder mostrar un paladar sedoso.

Pocos cavas son elaborados para envejecer a largo plazo, y por lo general, mantienen precios de venta medios.

Se elabora con el método tradicional de segunda fermentación natural en botella, también conocido como “méthode champenoise”, que es el mismo método de elaboración que el champán.

Este método se utiliza en la elaboración de espumosos de alta calidad, demanda más mano de obra y los costes de producción son elevados.

- Champagne

Las variedades de uva y sus condiciones determinan la acidez, cuerpo medio y la poca graduación de los champanes, en sus largos periodos de envejecimiento, evolucionan a sabores tostados que, combinados junto a sus notas frutales de manzana y limón, desarrollan una cierta complejidad, reforzada por una duradera crianza del vino en botella.

Las condiciones climatológicas tan inestables y extremadamente variables de una cosecha a otra, obligan a utilizar en numerosas ocasiones uvas de diferentes vendimias que puedan asegurar la calidad del producto final, por tanto, esto influirá en el precio final.

Es producido en Francia exclusivamente de uvas cultivadas y vendimiadas en la región de champagne, es la única región del mundo donde se produce exclusivamente vino espumoso.

Su precio es extremadamente caro

- Prosecco

Desde 2009, la producción de prosecco se divide en dos categorías diferentes: prosecco DOC y conegliano valdobbiadene DOCG prosecco superior.

Los términos “cartizze” y “rive” indican el origen de un viñedo excepcional, estos vinos están destinados a ser consumidos cuando son jóvenes y frescos, no se benefician del envejecimiento en botella y su precio puede variar entre económico y medio.

Es producido en el noreste de Italia, en una zona delimitada de 9 provincias, se elabora bajo el método “charmat”, donde la segunda fermentación tiene lugar en tanques de acero inoxidable.

Según Vinetur (2017) los principales factores por lo cuáles los consumidores prefieren los vinos espumosos es la calidad, la sofisticación, la imagen, tradición, sabor, tendencias, uso social, es refrescante, es muy fácil de acompañar en comidas y la relación calidad precio. Otro factor importante es el peso que le otorgan los consumidores a los principales vinos espumosos consumidos que son el Champagne francés, el Prosecco italiano y el Cava español.

Tanto el Champagne como Prosecco lideran las preferencias de los consumidores del Reino Unido, el Champagne gana la partida en cuanto a calidad lo prefieren el 64% de los encuestados, por sofisticación el 60%, celebraciones el 59%, imagen

el 56% y tradición el 49%. Por otra parte el italiano Prosecco es preferido por ser una bebida de moda por el 33% de los consumidores, en el aspecto social el 46%, para empezar la tarde 39%, por ser refrescante 44%, ideal para comidas 32% y que ofrece la mejor relación calidad precio 46% (Vinetur, 2017).

El Champagne y el Prosecco, son los preferidos por los británicos en cuanto al sabor, con un empate técnico 41%, sin embargo el vino español no consigue ser la bebida preferida por los consumidores británicos, destaca únicamente en su relación calidad precio, por su consumo social y en celebraciones (Vinetur, 2017).

4.5 Mercado Meta

Este concepto hace referencia al consumidor ideal del producto, la segmentación del mercado tiene como objetivo responder de manera eficiente a ese grupo de personas y no a toda la población ya que resulta imposible captar la atención de todos los clientes debido a que existe una gran dispersión en cuanto a costumbres y necesidades de compra (Emprende pyme, 2018).

Para definir este mercado meta es necesario estudiar el comportamiento de los consumidores, existen una serie de variables que se deben de tener en cuenta como edad, genero, condiciones socioeconómicas, ocupación, hábitos e intereses (Emprende pyme, 2018).

De acuerdo con la clasificación del consumidor y las clases sociales el mercado al que se pretende llegar en este proyecto tiene las siguientes características:

- Edad: 35 a 60 años
- Género: Hombre y mujer
- Ocupación: CEO, directores de telecomunicaciones, jueces, directores financieros, dentistas, médicos, ingenieros, oficiales de policía, pilotos, farmacéuticos, científicos, colectivos, electricistas, carteros y asistentes de cocina
- Ciclo de vida: Adulto ya sea casado o soltero

- Clase social: Elite, Clase media acomodada, clase media técnica y los trabajadores nuevos ricos.

4.6 Precio y comercialización

La estrategia de precios que se va a utilizar para este proyecto, consiste en ofrecer un producto similar al que ya existe en el mercado con un precio competitivo, la determinación del precio del producto se fijara con ayuda del análisis de la competencia que ya se realizó con anterioridad.

El producto cuenta con la calidad que el consumidor exige y su precio se encuentra dentro del rango.

Lo que hace que sea competitivo en el mercado, este no se ha calculado bajo ninguna fórmula ya que es una empresa de nueva creación.

Se van a manejar dos tarifas una de ellas es para exportación, en la cual ya se tiene considerado el margen de utilidad para el intermediario y por último la tarifa para venta nacional.

Estas tarifas se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 18. Precio del producto

Tipo de vino	Precio de exportación USD / botella .750 ml	Precio venta nacional MXN / botella .750 ml
Vino Joven	\$ 7.70	\$ 180.00
Vino de crianza	\$ 11.00	\$ 250.00

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, también se tiene contemplado dar servicio de degustaciones, en promedio 160,000 personas visitan esta ruta al año, se pretende captar el 15% de la cifra mencionada anteriormente, s costo de esta degustación tendrá un costo de \$200 pesos.

Comercialización

Para la comercialización del producto se va a colocar una tienda en la bodega vinícola, donde se promocionarán y venderán todas las etiquetas que se producen, de igual manera se pretende apoyar a las marcas nacionales, otorgándoles un espacio para la venta de sus productos ya que es importante recordar que es una zona turística.

Para darle un plus a la marca se contratará un especialista para crear una página de internet interactiva, moderna y actualizada que le permita al cliente conocer los productos con fotografías, es decir, un catálogo virtual, no solo se podrán hacer pedidos y envíos a domicilio si no también el pago se realizará por medio de una transferencia bancaria.

Respecto a la publicidad se pretende tener presencia en todas las redes sociales como son Facebook, Twitter e Instagram, con el objetivo de estar informando a los clientes de los nuevos productos y artículos de interés relacionados con el producto.

Tabla 19. Costo de publicidad

Servicio	Descripción	Precio
Página Web	Diseño de página web y cuentas en las redes sociales, Facebook, Twitter, Instagram.	\$6,000.00

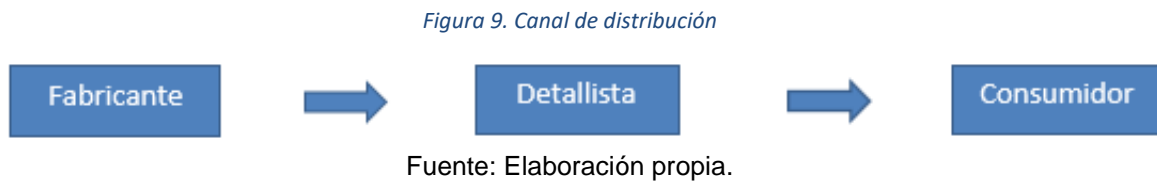
Fuente: Elaboración propia con información de las cotizaciones de publicidad.

Dentro de este apartado también es necesario incluir el canal de distribución que se va a utilizar, Muñoz (2018) considera que son los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final.

Este representa la distribución de un sistema interactivo que implica todos los componentes del mismo que son el fabricante, intermediario y consumidor, según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal (Muñoz, 2018).

Se puede definir como las áreas económicas totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final, el elemento clave radica en la transferencia del derecho o propiedad sobre los productos y nunca sobre su traslado físico (Muñoz, 2018).

La estructura del canal de distribución que se va a utilizar por el tipo de negocio será corta, como se muestra en la siguiente figura:



Al finalizar este capítulo se puede determinar que las condiciones del mercado son aptas para llevar a cabo el proyecto, los análisis de los datos obtenidos nos indican que se puede seguir con la creación de la bodega vinícola, ya que se obtuvo que si hay demanda y población suficiente para ello, además de obtener información relevante a cerca de las preferencias del cliente en cuestión de variedades y costos.

Los objetivos de este estudio son:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización optima, la maquinaria, las instalaciones y la organización requerida para llevar a cabo la producción.

En conclusión, se pretende responder las siguientes interrogantes a dónde, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto (Baca, 2010).

5.1. Materias primas e insumos

Esta es una parte fundamental del proyecto ya que es muy importante tener bien ubicados los insumos y la materia prima.

La actividad de esta bodega es la crianza y embotellado de vino se van a producir 200,000 litros anualmente, los productos a elaborar serán: vino joven tinto, vino tinto de crianza, vino tinta reserva, vino tinto gran reserva.

A continuación, se van a describir las materias primas principales y auxiliares que se van a utilizar para elaborar el vino:

- Uva

También se le conoce como fruto de la vid, maduro e incluso ligeramente pacificado, puede ser estrujado o prensado y capaz de iniciar espontáneamente la fermentación alcohólica”.

El racimo de uva consta de dos partes: la parte leñosa o raspón y la parte carnosa que la conforman los granos o bayas. Estas bayas están formadas por el hollejo o piel, semillas y la pulpa.

El hollejo o piel está constituido por la epidermis, sobre la cual aparece un estrato de pruina, que es una sustancia cerosa donde quedan retenidas las levaduras.

Bajo esta piel se encuentra la pulpa que es un frágil tejido, que libera el mosto o zumo, se encuentran las sustancias odoríferas contenidas en las células más próximas a la epidermis, dichas sustancias constituyen los aromas primarios. Esta zona es la más rica en poli fenoles y sales, además de la más pobre en ácidos.

La parte media de la pulpa contiene la mayor cantidad de azúcares y la más empobrecida en sustancias tánicas, la parte inferior es la que se encuentra más cerca de las semillas, contiene una gran cantidad de ácidos libres y poco contenido en azúcares.

Se debe realizar un seguimiento de la maduración para prever la fecha de recolección, ya que la evolución de la uva comprende un periodo herbáceo, durante el cual la uva es verde y no contiene más de 20 g de azúcares por kilo.

En el periodo de enero es cuando comienza a producirse la coloración de la uva, el grano engorda, adquiere elasticidad y aumenta su contenido en azúcares de forma repentina. En la maduración la uva continúa engordando y acumulando más cantidad de azúcares mientras va perdiendo acidez, de igual manera si la uva permanece mucho tiempo en la cepa ocurrirá una sobresaturación

Materias primas auxiliares

- Anhídrido sulfuroso (SO₂)

Es un gas producido por la combustión del azufre en el aire, presenta múltiples propiedades, las cuales hacen que sea un tratamiento insustituible en cuanto a su utilización en la conservación de los vinos.

Las propiedades que puede transferir a los vinos son las siguientes:

- a) Efectos antioxidantes y antioxidásicos.
- b) Propiedades antisépticas.
- c) Propiedades antimicrobianas selectivas.
- d) Mejora y mantenimiento de los aromas.

Un problema en la adición de este compuesto es sobrepasar la dosis adecuada, ya que si se sobrepasa se le transfieren olores defectuosos.

La cantidad que se le debe adicionar a la vendimia se puede calcular teniendo en cuenta el estado sanitario de la misma, se pueden utilizar dosis de 30-50 mg/l, si existe alguna alteración se utilizarán dosis de 80-100 mg/l, sin sobrepasar en ningún caso los 150 mg/l.

- Agentes clarificantes

Existe una amplia gama de agentes clarificantes, para este caso se va a utilizar albúmina de huevo ya sea clara de huevo fresca, congelada o en forma de polvo.

Dicho clarificante está indicado para vinos tintos debido a su concentración en taninos, ya que respeta la estructura del vino, no arrastra componentes asociados a material colorante y aromático, además no presenta problemas si se sobrepasa la dosis adecuada.

La dosis que se puede utilizar es aproximadamente entre 3 y 8 claras de huevo por barrica (si se utiliza de forma fresca), de 5 a 15 g/hl (en polvo disuelto en 100 - 200ml de agua), o de 75 a 200 ml/hl si se utiliza congelada.

- Levaduras

La cantidad aproximada será de 20- 40 g/hl.

Estas son las responsables de iniciar la fermentación alcohólica, agotando la totalidad de azúcares y reduce la formación de espumas y de subproductos durante el proceso de fermentación.

La dosis adecuada será determinada por el enólogo, sin embargo, una estimación aproximada es de 30g de levadura por cada hectolitro de vino.

- Corchos

Corchomex

Empresa mexicana cuenta con una amplia experiencia en la elaboración de productos de corcho.

Inicialmente únicamente producían productos de corcho aglomerado, posteriormente debido a la alta demanda, iniciaron con la producción de productos de corcho – hule.

Cuentan con una amplia gama de productos como:

- Corcho granulado
- Tapones de corcho
- Láminas de corcho
- Rollos de corcho
- Láminas de corcho – hule
- Rollos de corcho – hule
- Juntas / empaques

Brindan atención a diversas industrias como la del calzado, decoración, automotriz, papelería, mueblería, construcción, envasado de bebidas como: vino, licor y bebidas espirituosas.

Artículos de corcho RVP.

Empresa mexicana posicionada a nivel nacional como el proveedor en el ramo del corcho.

Sus principales mercados están enfocados a la industria automotriz, empaquetaduras, calzado, arquitectura, papelería, línea blanca, vidriera, mueblería, construcción, publicidad, decoración, manualidades y productos de ornato.

Sus productos cuentan con altos estándares de calidad, ofrecen seguridad, garantía y precio en sus productos.

Subermex.

Es una empresa de origen italiano ofrece a los productores de tequila, vinos y licores en general, la experiencia en el ramo del corcho derivando en productos innovadores y de alta calidad.

Cuentan con una amplia gama de productos

- Tapones de corcho natural y corcho aglomerado de tipo: cónico y hongo
- Sintéticos
- Plástico
- Tapones barrica
- Tapas de madera, plástico, madera, aluminio
- Capsulas
- Botellas

Corporativo Distbrand

Es una empresa mexicana ofrece una gran variedad de envases con precios competitivos, también da la opción para desarrollar envases propios.

Ofrecen envases para antibióticos, perfumes, vineras, tapas, tapones, casquillos y accesorios.

Atienden a industrias como: farmacéuticas, alimenticias, vinos, licores, perfumería, bebidas, cosméticos e industrial

Vidrios y formas.

Esta empresa se especializa en la fabricación de envases de vidrio exclusivos y de línea con la más alta calidad, el mejor servicio y precio. Además, garantizan el mejor tiempo de respuesta en el desarrollo de nuevos productos.

Brindan servicios a los principales productores de todas las industrias, además exportan directamente a Estados Unidos de Norteamérica, Centroamérica, el Caribe e indirectamente a todo el mundo.

Jirglass Bottles & Packaging.

Empresa mexicana dedicada a la comercialización y distribución de envases de vidrio para la Industria farmacéutica, alimenticia, química, cosmética, perfumera, vinos y licores.

Cuentan con más de 15 años de experiencia en el mercado, ofrecen un servicio integral desde el proceso de desarrollo de nuevos productos hasta un servicio postventa.

Actualmente son los principales distribuidores de Vitro Envases, sus envases son elaborados bajo estrictas normas de calidad y de acuerdo a las tolerancias marcadas internacionalmente por el "Glass Packaging Institute" (GPI) y por la Norma Oficial Mexicana.

Prisma Envase.

Comercializan envases de vidrio y sus componentes, atendiendo a los diferentes segmentos del mercado como: perfumeras, alimenticias, medicinal, industrial, vinos, licores, garrafones, soderas, veladoras y votivas entre otras.

Están considerado como uno de los principales distribuidores del Grupo Vitro, líder en Fabricación de envases de vidrio mundialmente conocido.

Ofrecen los elementos necesarios para vestir y acondicionar envases, principalmente en la línea perfumera y cosmética, cuentan con molduras exclusivas, tapas, capuchones, válvulas, atomizadores, etc.

A continuación, en la siguiente tabla se presentan los costos de la materia prima e insumos.

Tabla 20. Costos materia prima

Materia prima	Unidad	Precio
Uva para vino joven	Tonelada	\$ 35,100.00
Uva para vino de crianza	Tonelada	\$ 52,650.00
Anhídrido sulfuroso (SO ₂)	Litro	\$ 155.00
Agentes clarificantes	125 gramos	\$ 272.00
Levaduras	50 gramos	\$ 820.00
Botellas	Millar	\$ 8,989.00
Corchos	Millar	\$ 3,000.00
Capsulas	Millar	\$ 1,200.00

Fuente: Elaboración propia.

5.2 Determinación del tamaño del proyecto

El 100% de la capacidad productiva de la bodega vinícola es de 270,000 litros, sin embargo, por cuestiones como fines de semana, días festivos, descanso del personal operativo y la misma capacidad de la maquinaria ya que se necesita mantenimiento por todo esto, solo se está considerando su funcionamiento al 85% de su capacidad.

Se van a procesar 23,333 cajas de vino al año, es decir, 280 toneladas de uva al año de las variedades Merlot, Malbec, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Syrah, Grenache y Tempranillo, se pretende que esta cantidad aumente en futuras campañas.

Se van a elaborar 210,000 litros de vino, de los cuales 84,000 litros serán vino joven y 126,000 litros de vino de crianza, se embotellarán en botellas de .750 ml.

Por lo que se tendrá una producción de 280,000 botellas al año a continuación, en la tabla 20 se puede observar la distribución de dicha producción

Tabla 21. Distribución de la producción.

Tipo de vino	Litros de vino	Porcentaje
Merlot	63,000	30%
Malbec	21,000	10%
Cabernet Sauvignon	42,000	20%
Cabernet Franc	42,000	20%
Syrah	10,500	5%
Grenache	10,500	5%
Tempranillo	21,000	10%
TOTAL	210,000	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el estudio de mercado que se realizó anteriormente existen alrededor de 50,000 establecimientos que venden bebidas alcohólicas y 95,000 centros comerciales

Los principales centros comerciales son:

- LIDL: este supermercado también se encuentra en España, no se distingue por la calidad de sus productos, pero por precio es el más económico
- ASDA: es como un Carrefour suelen estar por las afueras de Londres, no solo venden comida tienen una amplia gama de otros productos y están abiertos las 24 horas del día
- Iceland: es un supermercado peculiar, ya que el 90% de la comida que vende es congelada, la calidad deja bastante que desear, pero es posible encontrar una gran variedad de productos congelados a muy buen precio
- Morrisons: viene a ser algo intermedio entre los supermercados económicos y los normales
- Aldi: se encuentra en la misma situación que Morrisons.
- Sainsburys: es de los supermercados más comunes y que tiene más sucursales distribuidas por todo el centro de Londres, la calidad y variedad es buena y los precios se encuentran dentro de lo normal y son aceptables.

- Tesco: es de los supermercados más comunes y que tiene más sucursales distribuidas por todo el centro de Londres, la calidad y variedad es buena y los precios se encuentran dentro de lo normal y son aceptables.
- The Co-operative: es de los supermercados más comunes y que tiene más sucursales distribuidas por todo el centro de Londres, la calidad y variedad es buena y los precios se encuentran dentro de lo normal y son aceptables.
- Waitrose: supermercado de corte inglés, destaca por su calidad y variedad en productos frescos, pero se paga más caro por esto.
- Marks & Spencer: supermercado de corte inglés, destaca por su calidad y variedad en productos frescos, pero se paga más caro por esto.
- Poundland: es una mezcla entre un supermercado básico y una tienda de chinos española, se pueden encontrar alimentos básicos y envasados, elementos y utensilios para la cocina, oficina y casa en general.
Carece de alimentos frescos como carnes, pescados y verduras, pero se puede encontrar una gran cantidad de bebidas y productos envasados de primeras marcas.

Aparte de estos supermercados también hay tiendas de barrio o mini-supermercados, donde en un reducido espacio se puede encontrar un poco de todo, los precios suelen ser más caros de lo normal (Gozalbo, 2014).

Se pretende tener una penetración del 3% que representa 1,500 establecimientos, respecto a los centros comerciales se pretende tener una penetración del 5% que representa 4,750 establecimientos.

A continuación, en la tabla 22 se puede observar al cálculo realizado a detalle:

Tabla 22. Penetración de mercado inglés.

Penetración de mercado	
Lugares donde venden bebidas alcohólicas	50,000
Se va a tomar el 3% de dichos lugares	1,500
Si se venden 2 botellas al mes en cada establecimiento	3,000
En un año	36,000
Centros comerciales	95000
Se va a tomar el 5% de dichos lugares	4750
Si se venden 4 botellas al mes en cada establecimiento	19,000
En un año	228,000
Total	264,000

Fuente: Elaboración propia.

5.3 Localización

Este análisis tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyendo a minimizar los costos de inversión, y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

De acuerdo con Hernández y Hernández (2001), se deben considerar diversos factores para considerar la ubicación del proyecto.

Los factores son:

- Servicios públicos: Se deben contemplar los servicios básicos y necesarios para la operación tales como luz, agua, drenaje y combustibles, internet.
- Proximidad a los proveedores de insumos: debe analizarse la ubicación de los diferentes proveedores y las distancias que hay entre ellos y la empresa,

con el objeto de considerar los costos de transporte, así como el abasto oportuno y suficiente.

- Proximidad al mercado: contar con una buena ubicación permite tener el servicio en el momento que el cliente lo requiere, así como el fácil acceso con los diferentes proveedores.
- Vías de comunicación y disponibilidad de medios de transporte: contar con las vías de comunicación permite un acceso fácil al establecimiento.
- Mano de obra: se analiza la existencia de mano de obra calificada, tomando en cuenta el costo de transportación a la empresa.
- Seguridad Pública: debido a la situación de inseguridad que priva al país es necesario considerar una zona segura, dónde el grado de vigilancia sea el adecuado y el índice de robo sea el menor posible.
- Urbanización de la comunidad: es útil considerar el grado de desarrollo de una comunidad, tomando en consideración que la comunidad cuente con hospitales, mercados, bomberos, escuelas, etc.

5.3.1 Macro localización

La empresa México Tinto, se encuentra localizada en Valle de Guadalupe, en el municipio de Ensenada, estado de Baja California Norte, Ensenada es uno de los cinco Municipios en que se divide el estado de Baja California Norte, su cabecera es la ciudad de Mexicali, que es también la capital del estado.

La zona es de fácil acceso a la provisión de energía eléctrica, combustibles, proveedores de insumos, servicios de mantenimiento y la provisión de agua es accesible y abundante ya que cuenta con su propio pozo.

La ciudad de Ensenada cuenta con una población de 486,639 habitantes tiene acceso a bancos, servicios de necesidad pública y privada, y se encuentra a 108 km del aeropuerto de Tijuana.

Figura 10. Ubicación geográfica del Valle de Guadalupe, municipio de Ensenada



Fuente: Flickr(2018).

5.3.2 Micro localización

La empresa se encuentra ubicada en el Valle de Guadalupe es una región vinícola, se localiza en el municipio de Ensenada, del Estado de Baja California Norte y se encuentra en las coordenadas GPS: 32.035892 - 116.644350

Se encuentra a 30 Kilómetros de la ciudad de Ensenada, el Valle es en una extensión de zona rocosa-montañosa de 66.353 mil hectáreas sobre los márgenes del Arroyo Guadalupe con una elevación sobre el nivel del mar de 335 metros.

Las condiciones climáticas son muy similares a las del suroeste francés, ya que tiene un micro-clima mediterráneo y que es propicio para las actividades vitivinícolas.

Figura 11. Localización de la empresa México tinto



Fuente: Google maps (2018).

5.2 Descripción del proceso productivo

Con el objetivo de familiarizar al lector con la empresa analizada, a continuación, se va a describir el proceso de elaboración del vino, dicho proceso es considerado milenario, sin embargo, a través de los años ha alcanzado un nivel de complejidad y estándares de calidad sobresalientes.

Y toda gira en torno a la fermentación del zumo de la uva (Vivanco, 2018).

1. Vendimia

Comienza desde la vendimia, que es la cosecha de la uva tradicionalmente esta se realiza en los meses de septiembre y octubre, es muy importante el nivel de azúcar que presenten las uvas ya que de ello depende la posterior fermentación y nivel de alcohol que presentara el producto final.

Es de suma importancia que la uva llegue en buenas condiciones a la bodega, para ello en la vendimia y su transportación se debe ser cuidadoso.

Una vez que se encuentra en la bodega es importante la limpieza cuidadosa de todas las instalaciones que intervienen en el proceso, es decir, depósitos, barricas, línea de embotellado, etc.

Esta actividad va a realizarse de forma manual ya que lo que se quiere es realizar vinos de excelente calidad y con una vendimia mecanizada puede que la uva sufra más.

Dicha vendimia durará aproximadamente 11 días.

La uva se va a recoger en cajas de plástico alimentario de 30 kg y van a ser transportadas y apiladas en remolques de pequeña profundidad hasta la bodega.

2. Recepción y controles de la uva en bodega

Una vez que la uva llegue a bodega será pesada y se realizarán los controles necesarios para comprobar que la calidad sea correcta, descargándose finalmente en la tolva de recepción.

3. Tratamiento mecánico de la vendimia

La uva pasará por una mesa de selección para quitar las impurezas que pudiese haber y seguidamente se realizarán las operaciones de despalillado y estrujado, pudiendo realizar el despalillado o no, decidiendo realizar un despalillado previo al estrujado ya que la calidad gustativa de los vinos se ve incrementada.

El despalillado consiste en la separación de las uvas del resto del racimo, lo que se conoce como raspón, aunque tradicionalmente esta labor se hacía a mano, lo normal es que hoy en día se utilice una máquina

Seguido del despalillado se llevará a cabo el estrujado siendo su finalidad liberar el zumo contenido en las células de la uva, teniendo especial cuidado en no dañar las semillas, ya que de lo contrario podría aportar un sabor amargo al mosto.

Las ventajas del estrujado son:

- Activa la fermentación.
- Facilita la formación del sombrero.
- Facilita la maceración incrementando la disolución de taninos y materia colorante.
- Facilita el empleo de SO₂ permitiendo mejor homogeneización de este.

- Acorta la fermentación y su completa conclusión.

Con la vendimia recién estrujada se adiciona el sulfuroso, de tal manera que se homogeneiza en las tuberías y bombas que conducen el mosto hacia la siguiente máquina.

4. Elaboración y encubado

Se lleva a cabo el proceso de encubado, que consiste en trasegar el mosto hacia los depósitos de fermentación, los cuales no hay que llenar del todo, dejando un espacio libre de 15-20%.

Una vez que el vino está en los depósitos comienza la fermentación alcohólica mediada por levaduras, por las cuales el azúcar que contenía el mosto va a ser transformado en etanol y otros subproductos. Al mismo tiempo que tiene lugar la fermentación, se produce la maceración que consiste en un intercambio de sustancias entre los hollejos y las pepitas y el mosto.

Durante este proceso de fermentación, el dióxido de carbono sube hacia la superficie produciendo un burbujeo y arrastrando consigo las partes sólidas de la mezcla.

Por tal efecto se crea en la superficie lo que se conoce como el sombrero, que es una capa sólida compuesta por hollejos, pulpa y pepitas que flotan sobre el mosto. Para facilitar que las partes sólidas sigan en contacto con el mosto se llevan a cabo las labores de remontado, que es la extracción del mosto por la parte inferior del depósito para reintroducirlo por arriba, regando el sombrero.

5. Estabilización y conservación

Una vez que se llevó a cabo la fermentación malo láctica se lleva a cabo el trasiego, que es el proceso mediante el cual el vino se cambia varias veces de recipiente, con el fin de ir eliminando los sedimentos sólidos y de airear el vino.

Posteriormente se realiza una clarificación, en este proceso se emplean sustancias orgánicas que arrastran las impurezas suspendidas en el vino hacia el fondo de la

barrica y después se realiza el filtrado del vino para eliminar más eficazmente esas impurezas.

6. Crianza

Después de las dos fermentaciones, otro de los puntos de mayor importancia en la elaboración de un vino es el proceso de envejecimiento o de crianza.

El vino obtenido durante los pasos anteriores es introducido en barricas de roble, la madera utilizada se selecciona principalmente por sus propiedades de dureza, permeabilidad y porosidad, es tratada con calor para poder darle forma y al entrar en contacto con el fuego el interior de las barricas presentarán diferentes grados de tostado.

El tipo de roble utilizado ya sea francés o americano, como el grado de tostado o la cantidad de veces que se hayan utilizado las barricas, van a modificar el carácter del vino, ya que esta es el momento cuando el vino adquiere notas aromáticas que durante la cata podremos identificar como tostadas, ahumadas, avainilladas y amaderadas.

Durante la estancia en la barrica se producen una serie de procesos físico-químicos, al mismo tiempo que la porosidad de la madera permite además la micro oxigenación del vino. Con ello, a lo largo del tiempo este va evolucionando y desarrollando sus características.

Un porcentaje del vino va a ser transportado a barricas de madera de roble de 225 litros en las cuales va a sufrir un proceso de envejecimiento en madera durante un periodo de 13 meses

Posteriormente se realiza el bazuqueo que tiene por objeto romper el sombrero de forma manual con la ayuda de una vara o bazuqueador para que se mezcle con el mosto.

El objetivo de ambos trabajos es que los hollejos transfieran ciertas propiedades al vino, este proceso dura según el tipo de vino que se pretende elaborar, entre 10 y 14 días y debe transcurrir a temperaturas no superiores a 29 °C.

Una vez finalizada la fermentación alcohólica se realiza el descube, que es el vaciado del depósito de fermentación, pero en este caso se hace de forma automática ya que los depósitos serán auto vaciantes.

Tras el descube, el producto sólido de la fermentación aún contiene grandes cantidades de vino, por lo que es sometido a un prensado para extraer todo el líquido obteniéndose el vino de prensa, el cual es de menor calidad que el vino escurrido, pero al ser la proporción mucho menor se va a juntar con este vino no afectando en la calidad del mismo.

El vino pasa a un depósito nodriza para poder eliminar los restos de los depósitos de fermentación, y a continuación se vuelve a trasegar a los depósitos auto vaciantes para que se lleve a cabo la fermentación malo láctica.

Por medio de este proceso el ácido málico, uno de los 3 ácidos presentes en el vino junto con el tartárico y el cítrico se convierte en ácido láctico. Este proceso brinda una mayor estabilidad al vino y disminuye su acidez total.

Este segundo proceso de fermentación se lleva a cabo a lo largo de un tiempo de entre 15 y 21 días.

7. Embotellado

La segunda parte del período de crianza del vino, tendrá lugar una vez que se encuentra embotellado, durante este tiempo el vino evolucionará en una atmósfera reductora y asimilará el oxígeno que se introduce en la botella de manera inevitable cuando se cierra con el corcho.

El envejecimiento en botella también importante ya que permite que el vino se estabilice y que los aromas y propiedades que ha adquirido en la bodega encuentren un punto de equilibrio y armonía.

Dependiendo de los tiempos de crianza que se den tanto en bodega como en botella, obtendremos como producto final un vino crianza, reserva o gran reserva.

El vino crianza una vez que finaliza los 13 meses va a ser embotellado para sufrir un envejecimiento de 11 meses en botella.

El vino joven una vez estabilizado y filtrado va a pasar directamente a la embotelladora para poder ser expedido.

Antes de proceder al envasado del vino, es necesario lavar y desinfectar cuidadosamente las botellas.

La línea de embotellado se lleva a cabo la siguiente manera:

- a) Lavado de las botellas.
- b) Llenado: se deja un espacio hueco por las dilataciones que pueda sufrir el vino, esta operación suele acompañarse por la adición desde la misma llenadora, de una atmósfera de gas nitrógeno o gas carbónico para impedir la leve oxidación del vino que se da al contacto con el aire en el trayecto que media desde la llenadora a la botella.
- c) Taponado: la incorporación del tapón de corcho suele ser lo más habitual.
- d) Encapsulado: cápsula que normalmente es una aleación de estaño y aluminio, aparte de ser un elemento estético de la botella asegura la inviolabilidad de la botella.
- e) Etiquetado: colocación de la etiqueta y contra etiqueta.

A continuación se podrán observar en la figura 12 y 13 los diagramas de flujo correspondientes al proceso mencionado con anterioridad.

Figura 12. Diagrama de flujo del proceso de elaboración de vino tinto.

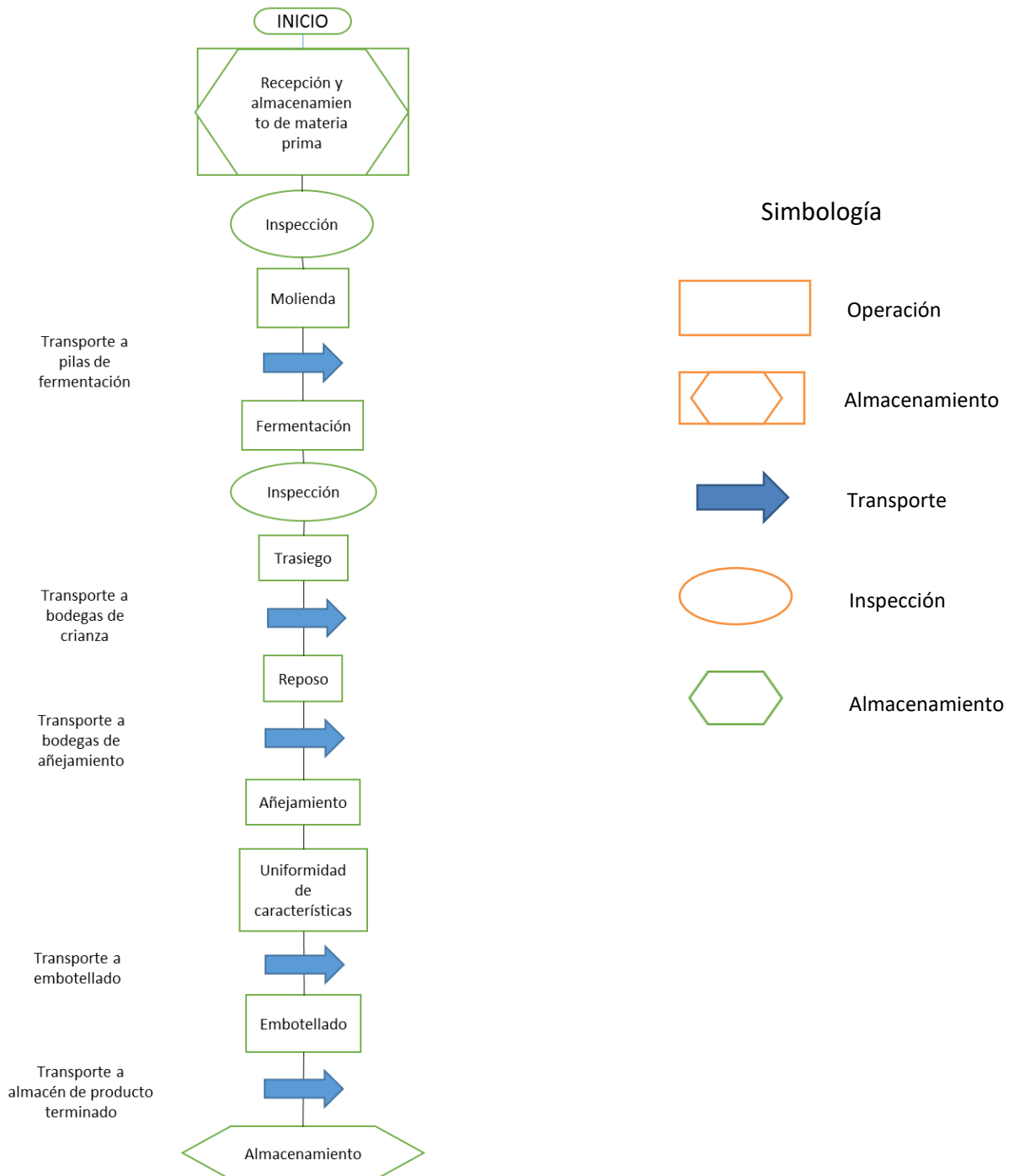
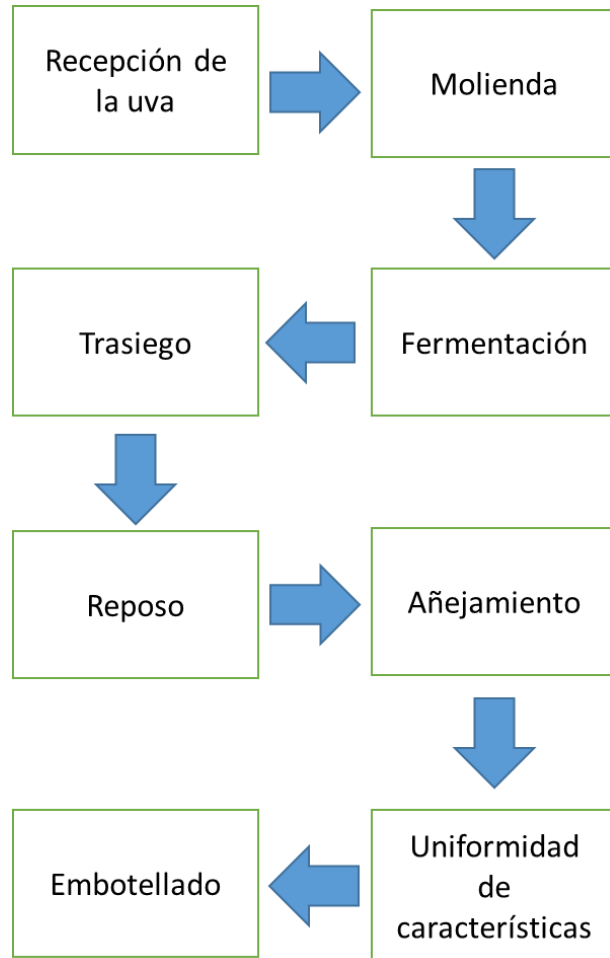


Figura 13. Proceso de elaboración de vino tinto.



5.3 Ingeniera del proceso

A continuación se van a exponer diferentes tablas con la maquinaria utilizada, de acuerdo al proceso de producción, así como sus principales características y cantidades.

1. Vendimia.

Tabla 23. Elementos utilizados para transportar la uva hasta la bodega.

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Cajas de plástico	1,000	Caja Andrea calada	- Caja rejada apilable - Capacidad: 30 kg
Remolque	2	Remolque de cama	- Capacidad: 6,000 kg - N° ruedas: 4 - Volteo con 2 pistones hidráulicos

Fuente: Elaboración propia.

2. Área de recepción.

Tabla 24. Maquinaria utilizada en la zona de recepción.

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Báscula de pesado	1	Sipesa / S-BPS 10x3	- Báscula puente sobresuelo - Metálica y eléctrica - Capacidad: 60,000 kg
Tolva de recepción	1	Magusa COMPUT 1-20	- Tolva con cinta transportadora - Capacidad: 20,000 kg
Analizador Toma muestras	1	Maselli misure / SA13	- Auto-analizador - Medición refracto métrica, de PH, de tonalidad, de acidez

Fuente: Elaboración propia.

3. Área de tratamiento mecánico.

Tabla 25. Maquinaria utilizada en la zona de tratamiento mecánico

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Mesa de selección	1	Agrovín TVC / 3000	- Mesa vibratoria - Acero inoxidable - Producción: 2,000 -10,000 kg/h
Despalilladora- estrujadora	1	Agrovín Modelo TOP / 8	- Despalilladora-estrujadora de dos rodillos - Acero inoxidable - Producción: 7,000 – 8,000 kg/h
Aspiradores de raspón	1	Agrovín ASP 401 / M	-Aspiradores automáticos - Producción: 20 - 30 Tm/h.
Bombas de Vendimia	1	Buchesvaslin DELTA DP 02	- Bomba peristáltica: bomba de vendimia y de vino - Caudal: 3,000 –7,500 l/h.
Dosificador de sulfuroso	1	Casals/modelo para una línea	- Automático - Solución acuosa de sulfuroso

Fuente: Elaboración propia.

4. Área de fermentación y prensado.

Tabla 26. Maquinaria utilizada en la zona de fermentación y prensado

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Depósitos de fermentación y maceración	6	Icespedes AISI 316	- Depósitos de 14,000 litros - Variedad: vino joven - Acero inoxidable - Auto vaciantes
	10	Icespedes AISI 316	- Depósitos de 13,000 litros - Variedad: vino de crianza - Acero inoxidable - Auto vaciantes
Bombas de trasiego y remontados	2	Icespedes Volum 40	- Bomba volumétrica de rodete flexible - Acero inoxidable - Auto aspirantes - Caudal: 10,200 l/h
Prensa	1	Buchesvaslin Bucher JLB 20	- Prensa vertical - Capacidad de llenado en orujo fermentado: 2,000 kg - Capacidad: 20 hl. - Capacidad de vendimia macerada: 5,000 – 7,500 kg

Fuente: Elaboración propia.

5. Área de estabilización.

Tabla 27. Maquinaria utilizada en la zona de estabilización

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Depósitos	14	Icespedes AISI 316	- Depósitos siempre llenos - 15,000 litros - Acero inoxidable
Filtro	1	Icespedes 30 placas	- Placas devastadoras - Superficie 1.2 m ² - 20 placas

Fuente: Elaboración propia.

6. Área de envejecimiento en madera.

Tabla 28. Maquinaria utilizada en la zona de envejecimiento en madera

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Barricas	560	Tonelería El Tequilero	- Barricas de madera de roble - Capacidad de 225 litros
Soporte modular apilable	140	Icespedes	- Capacidad 4 barricas por durmiente - Para barricas de 225 litros - Apilable más de 6 filas
Depósito nodriza	4	Icespedes	- 5,000 litros de capacidad - Acero inoxidable

Fuente: Elaboración propia.

7. Área de embotellado.

Tabla 29. Maquinaria utilizada en la zona de embotellado

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Enjuagadora-llenadora-taponadora	1	Agrovín TLT/ 30 - 32 -6/S	- Para botella tipo bordelesa de .750 ml - Sistema de llenado por gravedad con ligera depresión - Producción: 9,000 botellas/h
Etiquetadora - capsuladora automática lineal	1	Icespedes Etiquetadora capsuladora automática lineal	- Acero inoxidable - 2 cabezas etiquetadoras - Producción 1,200 a 1,500 botellas/h
Encartonadora-embaladora	1	Ausere HAM-E/90 /20	- Acero inoxidable - Producción: 23 cajas/min.

Fuente: Elaboración propia.

8. Área de envejecimiento en botella.

Tabla 30. Elementos utilizados en la zona de envejecimiento en botella.

Maquinaria	Cantidad	Marca o modelo	Características
Packs para botellas de 750 ml	224	Embalajes barrio	-Capacidad del contenedor: 500 botellas de cualquier tipo

Fuente: Elaboración propia.

5.4 Lay out

El lay out es una herramienta que nos ayuda a establecer la distribución de todas las áreas que habrá dentro de la bodega vinícola, por ejemplo: el área de recibo de materia prima, almacén de materia prima, área de molienda, área de fermentación, sala de reposo y añejamiento, área de embotellado, almacén de producto terminado, área de embarques, oficinas administrativas, vestidores y sanitarios.

Así mismo la nave cuenta con 900 m² (69.86 metros de largo y 41.91 metros de ancho), el costo de este terreno es de 17 USD por metro cuadrado, por lo que el costo total es de aproximadamente 300,000 MXN, se van a construir dos plantas.

En la planta baja se encontrarán la recepción, el área de recibo y embarque, área de molienda, área de fermentación, área de reposo y añejamiento, área de embotellado, almacén de producto terminado, almacén de productos de limpieza, almacén de botellas, cartón y etiquetas, sanitarios y tienda.

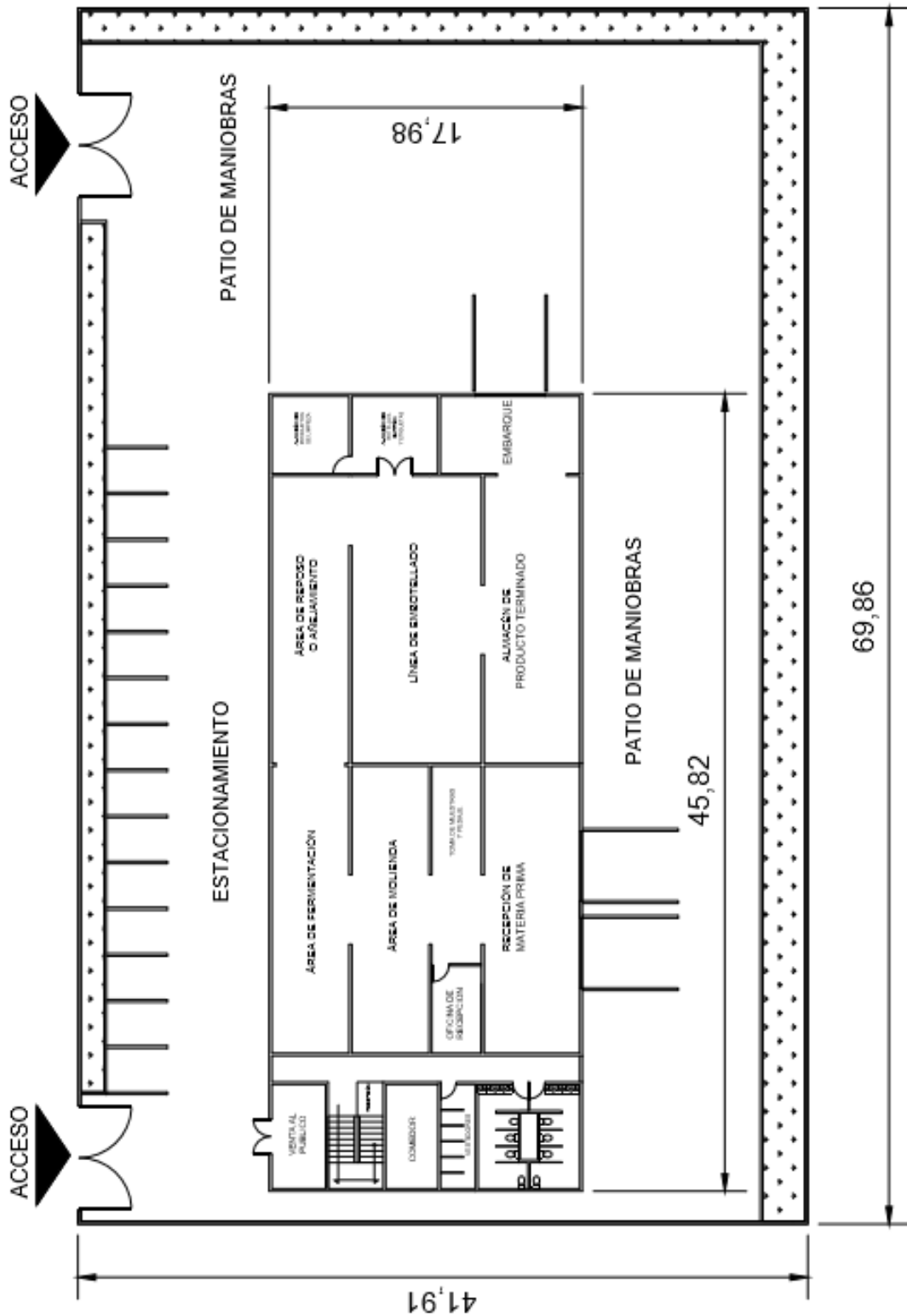
En la planta alta se van a localizar las oficinas administrativas, sala de espera, sala de juntas, comedor, laboratorio, sanitarios y vestidores

Por lo que se refiere a la atención al cliente está será personalizada en la tienda, se contará con un mostrador, computadora, caja registradora, teléfono, estantes que exhibirán las diferentes etiquetas de los vinos producidos y listos para su venta, así como algunos accesorios.

La distribución de las áreas se va a realizar de acuerdo a las necesidades de la bodega con el objetivo de obtener el mejor funcionamiento de los espacios.

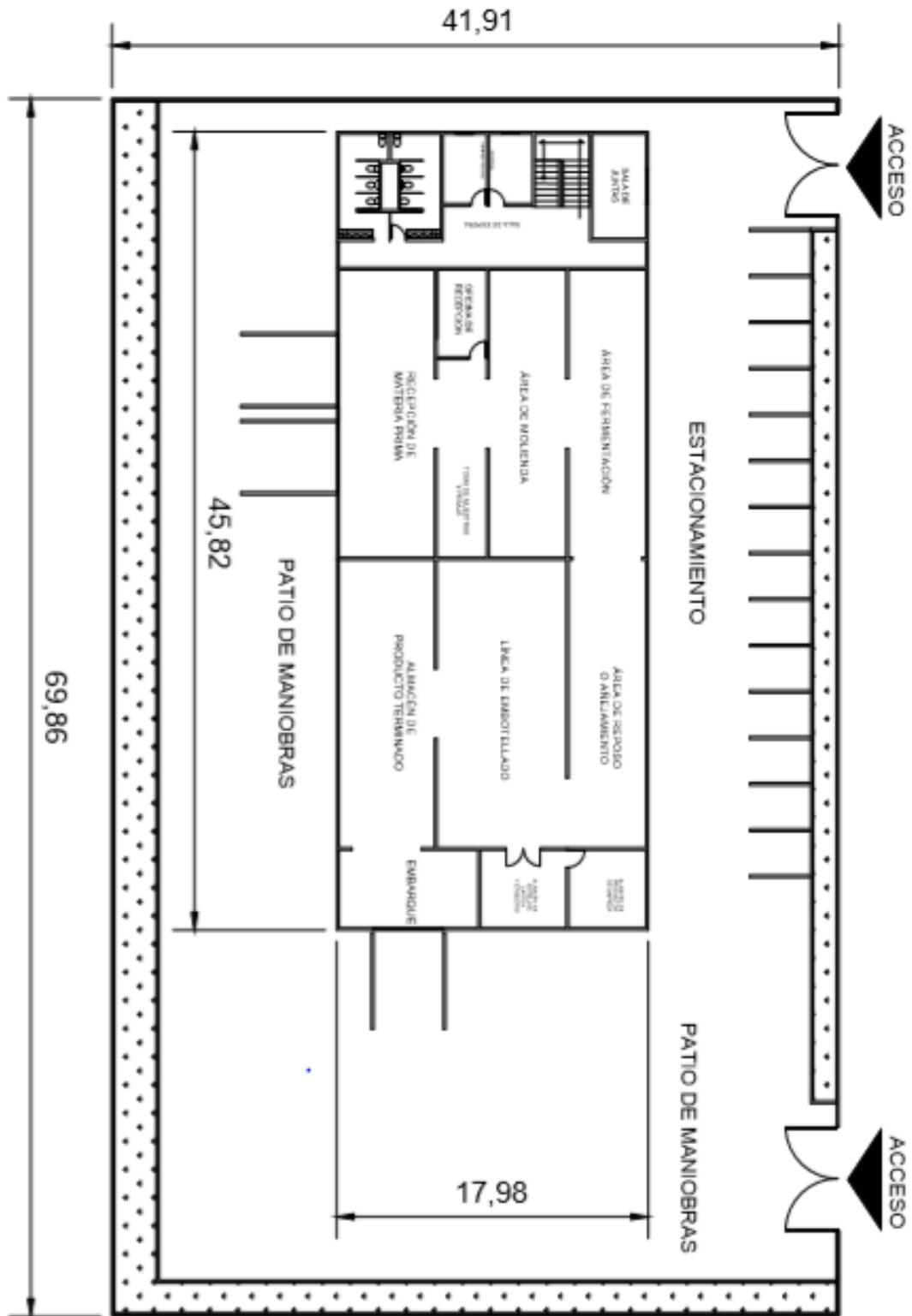
A continuación, se podrán observar los planos de las dos plantas:

Figura 14. Planta baja



Fuente: Elaborado por Mohamed Morales Carmona mediante AutoCAD

Figura 15. Primer piso



Fuente: Elaborado por Mohamed Morales Carmona mediante AutoCAD

En todo momento cada elemento de la organización mantendrá ordenada su respectiva área de trabajo, con el objetivo de que no existan residuos a la vista del público y mantener el orden y la limpieza.

Se contará con un sistema de primeras entradas primeras salidas (PEPS) logrando que el producto siempre sea de calidad.

Los inventarios como el control de las entradas y salidas de mercancía serán cada mes, estos serán aprovechados para determinar con qué frecuencia se van a realizar los pedidos a proveedores y cuantas veces por semana será necesario acudir por la materia prima, claro siempre y cuando se requiera.

De igual manera en la siguiente tabla se puede observar el mobiliario que se requiere para los departamentos administrativos.

Tabla 31. Mobiliario para departamentos administrativos.

Artículo	Precio	Cantidad	Total
Escritorio Mod 9004 E	\$ 999.00	17	\$ 16,983.00
Sillas oficina	\$ 799.00	20	\$ 15,980.00
Sillas extras	\$ 429.00	8	\$ 3,432.00
Archivero 75 x 168 x 50	\$ 1,350.00	5	\$ 6,750.00
Estante mediano	\$ 1,299.00	2	\$ 2,598.00
Estante pequeño	\$ 775.00	2	\$ 1,550.00
Mesa de juntas corporativa 1.70	\$ 2,500.00	1	\$ 2,500.00
Multifuncional HP Oddicejet Pro 8710	\$ 3,198.00	1	\$ 3,198.00
Regulador Sola Basic INET	\$ 358.00	4	\$ 1,432.00
Teléfono con display,speaker y memoria	\$ 345.00	10	\$ 3,450.00
Bote de Basura	\$ 50.00	20	\$ 1,000.00
TOTAL			\$ 58,873.00

Fuente: Elaboración propia con información de cotizaciones.

Al término de este capítulo se concluye que es necesaria una cantidad de \$3,363,873 MXN para los recursos materiales que se requieren para iniciar con la operación de la bodega vinícola.

En este capítulo se va definir la forma jurídica que tomará la empresa detallando las normas y leyes las que tiene que apegarse la empresa, los costos relacionados con los trámites legales, la estructura organizacional y la descripción de los puestos.

La forma jurídica que le es más conveniente a la empresa es una sociedad anónima de capital variable

A continuación, se describirán dichas leyes y los trámites correspondientes a dicha forma jurídica.

6.1 Estudio legal

Para constituir una empresa es necesario conocer la legislación y normas que atañen a su actividad económica.

Conocer estos ordenamientos permite tener una ventaja competitiva sobre las demás empresas, al usar los beneficios que las leyes ofrecen, así como evitar riesgos que impida su desarrollo.

A continuación, se mencionan las leyes básicas que deberá cumplir todo aquel que tiene una empresa

- Ley General de Sociedades Mercantiles

Norma básica que regula a las sociedades mercantiles ya sean anónimas o no, si por estrategia comercial se tiene la necesidad de asociarse con otras personas, con objetivos comerciales iguales o parecidos, es indispensable conocer los tipos de sociedades mercantiles que existen y la forma en que distribuyen las utilidades entre los socios, además de los alcances de la responsabilidad frente a terceros.

Códigos o leyes estatales y normas municipales sobre la apertura de establecimientos.

El estado o municipio en donde se desea abrir la empresa es el que regula el tema de las licencias, el establecimiento tiene que reunir una serie de requisitos, y se deben cumplir varios trámites para obtener el permiso respectivo.

Si se llega a operar sin éste permiso, el empresario puede enfrentarse al cierre del negocio y a sanciones diversas, generalmente expresadas en multas.

- Leyes del Impuesto sobre la Renta y del Impuesto Empresarial a Tasa Única

Todas las empresas en México están obligadas al pago del ISR y del IETU.

Respecto al ISR se grava la modificación del patrimonio, mientras que el IETU grava los flujos de efectivo que se generan, en ambos casos hay la posibilidad de aplicar algunas deducciones, siempre y cuando se cumpla con los requisitos previstos en la ley.

- Ley del Impuesto al Valor Agregado

Este impuesto tiene efectos sobre el consumidor final, pero también repercute en el empresario, por un lado, en las facturas que emite y por otro en los recibos que tiene que pagar.

Se debe realizar un balance entre lo que retiene y lo que pagó para ver que deberá pagar, así como cumplir con una serie de requisitos de forma.

- Ley de Propiedad Industrial

Una marca es el símbolo o signo que sirve para diferenciar los productos o servicios de una misma especie o clase en el mercado, de acuerdo con el artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial.

Esta norma se aplica tratándose de personas físicas empresas dedicadas a la fabricación y venta de productos, o que prestan determinados servicios, y que diseñaron imágenes que las distinguen de su competencia en diferentes niveles.

En nuestro país el derecho al uso exclusivo de una marca se obtiene mediante su registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

- Ley Federal de Protección de Datos

El empresario que vaya a manejar datos personales de trabajadores, clientes y proveedores tiene obligaciones de información, de comunicación y protección de los datos frente al titular y el IFAI.

Es de suma importancia conocer esta ley, ya que las multas en caso de incumplimiento a algunas de sus disposiciones alcanzan los 19 millones de pesos.

- Ley Federal del Trabajo

Si para prestar un servicio o elaborar un producto el empresario requiere contratar a otras personas como subordinadas, se deberá observar las normas que regulan las relaciones laborales éstas se encuentran en la Ley Federal del Trabajo.

- Leyes del Seguro Social e Infonavit

Como consecuencia de una relación laboral surgen otras obligaciones patronales, entre ellas la de cubrir las cuotas de seguridad social y las aportaciones para la vivienda.

La periodicidad de dichos pagos, los conceptos por los que éste procede, las excepciones, y en su caso las sanciones que implican el incumplimiento de su pago, se encuentran reguladas en estas mencionadas con anterioridad leyes (BBVA BANCOMER, 2018).

Respecto a los trámites a realizar, para el correcto establecimiento de la empresa se requiere el cumplimiento de ciertos requisitos y trámites legales ante autoridades gubernamentales, privadas y sociales.

1. Secretaría de Relaciones Exteriores

Para el caso de las sociedades la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), por medio de la Dirección General de Permisos, artículo 27 constitucional, autoriza la

constitución de una sociedad. Aquí la SRE resuelve si la denominación o razón social no está registrada con anterioridad y autoriza la determinación del objeto social.

2. Notario Público/Registro Público de Comercio (en el caso de sociedades)

La constitución de la sociedad se formaliza mediante un contrato social denominado escritura constitutiva, que establece los requisitos y reglas a partir de las cuales habrá de funcionar la sociedad.

Algunos datos que contienen son:

- Datos generales de los socios.
- Objeto social.
- Denominación o razón social.
- Duración de la sociedad.
- Importe del capital social.
- Domicilio social.
- Órgano de administración.
- Vigilancia.
- Bases para la liquidación.

3. Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Dentro del mes siguiente a su constitución y haber realizado situaciones jurídicas que den lugar a presentación de declaraciones periódicas (apertura), se deben solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, donde se recibe una clave que les identifica en lo subsecuente ante la autoridad fiscal.

4. Institución Bancaria

En el banco seleccionado se abre la cuenta de cheques, donde se puede recurrir a solicitar financiamiento, se paga todo tipo de impuestos, servicios tales como

electricidad, teléfonos y gas entre otros y se presentan declaraciones, aun cuando no originen pago.

De igual manera, el patrón y los trabajadores deben inscribirse ante el Sistema de Ahorro para el Retiro e Infonavit, estas contribuciones se depositarán en forma bimestral las aportaciones correspondientes.

5. Sistema de Información Empresarial Mexicano

De acuerdo con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, todas las tiendas, comercios, fábricas, talleres o negocios deben registrarse en el Sistema Empresarial Mexicano (SIEM) con lo cual tendrán la oportunidad de aumentar sus ventas, acceder a información de proveedores y clientes potenciales, obtener información sobre los programas de apoyo a empresas y conocer sobre las licitaciones y programas de compras del gobierno.

6. Coparmex

En forma opcional, el patrón puede inscribirse en la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex).

7. Sindicato

Aunque no existe obligación legal de afiliarse a los trabajadores ante algún sindicato, los trabajadores pueden constituirse en sindicato cuando se conjunten más de veinte trabajadores en activo. En la práctica los diferentes sindicatos, reconocidos por las autoridades del trabajo en el ámbito federal o local, buscan forzar la contratación colectiva de los trabajadores y su respectiva afiliación, por lo que es conveniente entablar pláticas con alguna central obrera antes de constituirse, y así no tener que negociar bajo presión.

8. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

Al iniciar operaciones y posteriormente cada año, se debe dar aviso de manifestación estadística ante la Dirección General de Estadística, dependiente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

9. Secretaría de Economía

Esta secretaría (SE) debe verificar y autorizar todos los instrumentos de medidas y pesas que se usen como base u objeto de alguna transacción comercial. Reglamenta y registra las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) que son obligatorias para ciertos productos (instrumentos de medición y prueba, ropa y calzado, salud, contaminantes, entre otros).

También existen normas opcionales, cuya adopción permite la autorización para el uso del sello oficial de garantía, siempre y cuando se cumplan con las especificaciones de un sistema de control de calidad.

Asimismo, puede emitir, a petición y según previa comprobación, un certificado oficial de calidad. La Secretaría (SE) estipula y controla los registros de las marcas, nombres comerciales, patentes y otras formas de propiedad industrial.

Cuando la empresa tiene accionistas o socios extranjeros se deberá inscribir en el Registro Nacional de Inversión Extranjera que se lleva en la SE.

10. Comisión Nacional del Agua

En caso de no estar conectado a alguna red de agua potable y alcantarillado se debe solicitar permiso ante la Comisión Nacional del Agua para obtener derechos de extracción de agua del subsuelo, y de igual manera se deben registrar las descargas.

En ambos casos se origina el pago de derechos.

11. Registro de facturas electrónicas

De acuerdo con la Regulación de Impuestos de México, todos los contribuyentes están obligados a utilizar el Comprobante de Fiscal Digitales a través de Internet (CFDI) en sus relaciones comerciales, es decir, mudar su facturación en papel a un sistema electrónico con previa aprobación del SAT.

Cada contribuyente debe solicitar al SAT el Certificado Digital Sello (CSD o Certificado de Sello Digital) para generar la CFDI (Factura Electrónica Oficial).

12. Registro Público de Comercio

Ya que el notario publique una transcripción notarial, generalmente se encarga de su inscripción en el Registro Público de Comercio.

Si la empresa no se encuentra registrada, puede crear responsabilidad personal para los accionistas y administradores.

13. Programas de Importación / Exportación

En caso de que se requieran los permisos para programas de maquila, programas de importación temporal para posterior exportación (PITEX) u otros programas similares de importación o exportación pueden obtenerse de la Secretaría de Economía.

14. Otras autorizaciones

Las relativas a la Comisión Federal de Competencia, Comisión Federal de Electricidad, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, entre otras (Instituto Nacional Del Emprendedor, 2018).

6.2 Costos relacionados con los asuntos legales.

La forma jurídica de la empresa en mención será una Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada, se debe tener mínimo dos accionistas y no tiene limitación para los mismos, sus acciones pueden ser transferibles mediante endoso.

El capital mínimo fijo necesario es de \$ 50,000.00 pesos este capital se puede establecer en partes fijas como variables, siempre y cuando el total nunca caiga por debajo de \$ 50,000.00 pesos.

Una vez que se tenga el nombre aprobado por la Secretaria de Economía, ante un Notario Público se debe firmar el acta constitutiva de la sociedad, se debe especificar en este documento el gobierno corporativo, es decir, representantes legal y socios, el objeto social de la sociedad, domicilio fiscal y legal, las provisiones de capital social, los poderes de administración y las disposiciones especiales para la liquidación.

Se tendrá que especificar cómo se suscribirá el capital, cómo se nombrará la Junta Directiva y los funcionarios y qué poderes se otorgarán específicamente a las personas.

La carta y los estatutos deben ser tomados junto con el permiso de la Secretaria de Economía a un Notario Público para formalizar la incorporación (AS Consultores, 2017).

En la siguiente tabla se puede observar un estimado de los gastos de constitución, ya que además de considerar en monto mínimo para establecer la sociedad, es importante considerar los costos de los permisos o licencias que se requieren, algunos de ellos se deben pagar en cuotas a lo largo de 24 meses, aun así, se consideraran en dicho estimado.

Tabla 32. Estimado de costos para la constitución de la una empresa

Trámite	Costo
Capital mínimo fijo	\$ 50,000.00
Agua y drenaje	\$ 527.00
Aviso notarial a la Secretaria de Relaciones Exteriores	\$ 210.00
Líneas telefónicas	\$ 800.00
Permiso de constitución de sociedad.	\$ 965.00
Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio	\$ 500.00
Protocolizar el acta constitutiva ante el Notario o Corredor público.	\$ 8,500.00
Solicitud de uso de suelo y edificación. 24 cuotas por \$962.40	\$ 23,097.60
Solicitud de uso de suelo y edificación. .31 cuotas por \$ 12.43 por m2	\$ 3,467.97
Total	\$ 88,067.57

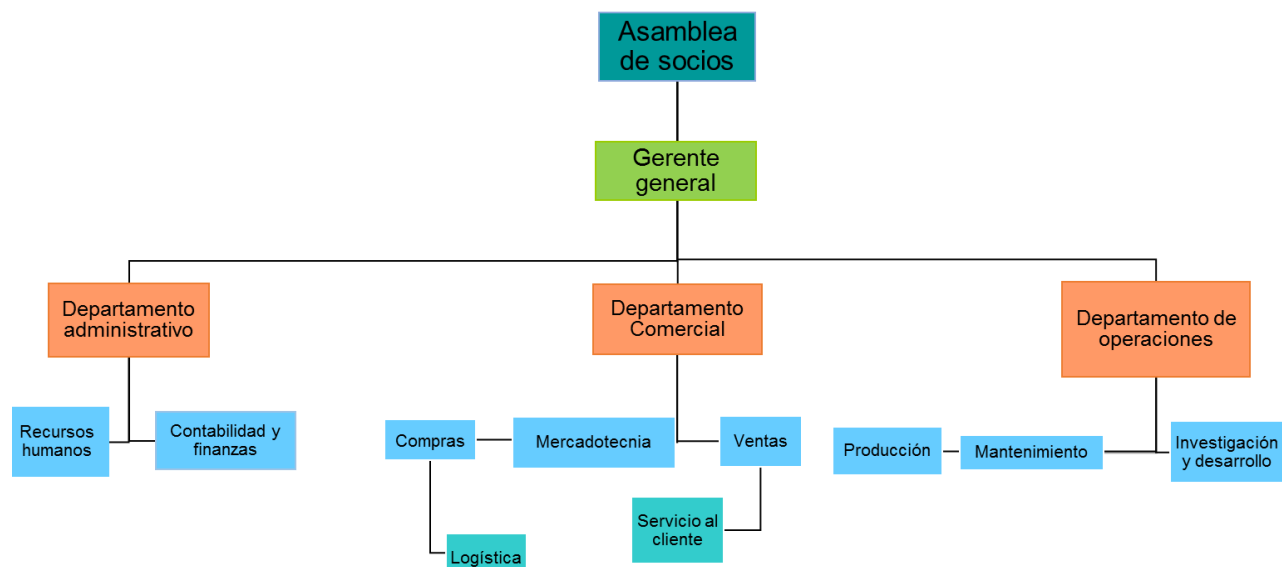
Fuente: Elaboración propia con datos de CONALEP (2018).

6.3 Estructura organizacional.

En este apartado se van a describir los puestos del organigrama, con el objetivo de determinar y definir cuáles son las responsabilidades y funciones de cada persona en la organización.

A continuación, en la figura 16, se puede observar el organigrama de la organización.

Figura 16 Organigrama de la organización.



Fuente: Elaboración propia.

Determinación de los puestos

Asamblea de socios.

- Revisar la situación económica, financiera, administrativa y contable de la empresa.
- Señalar las funciones y remuneración de los miembros de la organización.
- Decretar, conforme lo dispuesto en la ley la distribución de utilidades, fijando el monto del dividendo, la forma y plazos de su pago
- Avaluar los bienes en especie que se reciban como pago de su suscripción de acciones, siempre y cuando se cuente con el voto favorable de la mayoría de los votos presentes.
- Determinar el monto máximo hasta la cual la empresa podrá efectuar donaciones que apoyen causas al beneficio a la comunidad o a sectores específicos y que coadyuven a la promoción de la imagen de la compañía en desarrollo de su responsabilidad social.
- Aprobar los reglamentos de emisión y colocación de acciones.

Gerente general

- Ejecutar y cumplir los acuerdos y decisiones de la asamblea de socios, el presupuesto anual y observar las instrucciones que ésta le imparta, así como cumplir los estatutos, reglamentos y políticas de la organización.
- Designar y remover libremente a los empleados cuya designación no corresponda directamente a la asamblea de socios, escoger libremente al personal de trabajadores, determinar su número, ocupación, remuneración, etc.,
De igual manera hacer los despidos correspondientes, en el marco y de acuerdo con el presupuesto anual y las políticas establecidas por la Junta en éste respecto.
- Ejercer, coordinar, controlar la administración directa y la gestión comercial de la empresa como promotor, gestor y ejecutor.
- Vigilar al personal y sus respectivas actividades, todo dentro de las orientaciones e instrucciones emanadas de la asamblea de socios.
- Constituir los apoderados judiciales o extrajudiciales que, obrando bajo sus órdenes, juzgue necesarios para la adecuada representación de la empresa; delegar en ellos las facultades que estime convenientes, de aquellas que fueren delegables, revocar poderes y sustituciones.
- Organizar el control del funcionamiento interno de la empresa y cuidar que la recaudación e inversión o disposición de fondos se hagan debidamente y velar por la correcta aplicación de fondos y el debido mantenimiento y utilización de los bienes de la empresa.
- Convocar a la asamblea de socios, en los casos previstos en los estatutos, o cuando lo juzgue conveniente o necesario.
- Mantener permanentemente informada a la asamblea de socios del desarrollo de la empresa, presentarle mensualmente para su aprobación un balance de prueba y suministrarle los otros datos y documentos que aquella solicite.

- Proponer a la asamblea de socios las medidas de orden técnico, financiero, económico y jurídico que estime pertinentes para la buena marcha de la Sociedad.
- Someter a la consideración de la asamblea de socios el proyecto de presupuesto, los planes de inversión, los estados financieros y los otros informes periódicos.
- Presentar a la asamblea de socios, las cuentas, inventarios, balance general, estado de pérdidas y ganancias de cada ejercicio.

Departamento administrativo

Contabilidad y finanzas

- Controlar y analizar los registros contables, de acuerdo a lo exigido por la normativa legal, contable y de procedimientos internos de la empresa.
- Supervisar la preparación, analizar y firmar los estados financieros de la empresa.
- Será responsable de la entrega oportuna de los informes contables y/o financieros, para que la empresa cumpla con sus obligaciones el plazo dispuesto por las autoridades externas.
- Gestionar la obtención y aplicación de los recursos financieros de la empresa dentro del marco de cumplimiento de políticas, procedimientos internos y de organismos fiscalizadores.
- Controlar las labores de cobranza, autorizar y ejecutar pago a proveedores y acreedores de la empresa en su conjunto.
- Lograr un equilibrio optimizado en la compra de divisas.
- Proyectar y establecer escenarios futuros de las diferentes variables que afecten la planificación financiera, recomendando los cursos de acción más apropiados.
- Determinación exacta, oportuna y confiable de los impuestos mensuales y anuales, dentro de los plazos legales y reglamentarios.

- Mantener un sistema de costos que permita registrar la gestión de las unidades operativas, por sus programas de producción, sus gastos reales, utilización de personal y distribución de gastos de administración.
- Presentar a la gerencia la información analítica de costos que le permita evaluar la gestión de producción y de los servicios de apoyo en función de sus presupuestos y objetivos preestablecidos.
- Prever y proponer la utilización de los instrumentos financieros destinados a realizar coberturas de moneda, de tasa de interés o similar.
- Coordinar con otros departamentos, la creación y aplicación de procedimientos y normas que faciliten la gestión financiera.
- Asignar y supervisar las actividades de los sub departamentos.
- Supervisar la custodia de bienes del activo fijo del personal a cargo.
- Crear, revisar y controlar la aplicación de procedimientos administrativos contables internos del departamento.
- Como apoderado de la empresa, representarla ante los bancos, firmar los cheques emitidos, pagarés, garantías y otros documentos.
- Relación con asesorías externas fiscales, contables y/o laborales.

Recursos humanos.

- Establecer políticas de recursos humanos en la organización.
- Establecer sistemas de motivación al personal.
- Supervisar el trabajo del personal a su cargo.
- Diseñar estrategias para tener un clima laboral adecuado en la organización.
- Autorizar contratación y despido de personal, incluidos los responsables de áreas, de acuerdo con las políticas de la organización.
- Realizar mediciones continuas del clima laboral.
- Mantener relaciones adecuadas con el sindicato y autoridades laborales.
- Diseñar tabuladores de sueldos basándose en encuestas de salarios y las valuaciones de puesto.

- Supervisar el cumplimiento del reglamento interior de trabajo.
- Atender y resolver problemas por demandas laborales.
- Evaluar de manera continua al personal a su cargo y, en coordinación con los responsables de área, participar en la evaluación del conjunto de los trabajadores de la organización.
- Difundir los derechos y prestaciones sociales y económicas que otorgan la organización y los organismos externos a los trabajadores.
- Revisar, modificar y firmar el contrato colectivo de trabajo, conjuntamente con el responsable de la organización y los miembros del sindicato, así como revisar los salarios en los periodos que establece la Ley.
- Supervisar la implementación de los programas de inducción a la organización.
- Verificar el cumplimiento de la aplicación de los sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad de la organización

Departamento comercial

Compras

- Preparar el plan general de abastecimiento para el año, con base a las programaciones de materiales y suministros requeridos por las diferentes unidades administrativas de la empresa.
- Velar por el correcto cumplimiento de los sistemas y procedimientos establecidos, para la compra y suministro de materiales.
- Buscar y adquirir al precio justo, en la cantidad necesaria, con la mejor calidad, el producto controlado, dentro del menor tiempo posible, con capacidad y disponibilidad adquisitiva asegurada, y con cumplimiento honesto.
- Desarrollar y administrar las compras.
- Establecer proveedores bien evaluados.
- Estar informados de los cambios tecnológicos que puedan surgir en el uso de nuevos materiales, para poder traducirlos en ahorro de costos, mejora de

calidad de materiales o artículos, mejora de servicios de adquisición y distribución.

- Mantener los inventarios al nivel más bajo posible, pero lo suficiente para alimentar satisfactoriamente las necesidades de producción.
- Encontrar y desarrollar fuentes de abastecimiento.
- Localizar nuevos materiales y productos.
- Asegurar buen servicio de los proveedores, incluyendo entrega rápida y calidad adecuada de los artículos.
- Implantar políticas de compra que beneficien a la empresa.
- Desarrollar óptimos procedimientos y controles.
- Mantener un costo de operación económico en el departamento de compras, que estará equilibrado con los buenos resultados obtenidos.
- Informar a los directivos de la compañía sobre cambios de productos o materiales que pudiesen afectar a la organización.
- Reunir información y hacer valoración sobre proveedores actuales y potenciales.
- Mantener comunicación dinámica y constante con los ejecutivos de la empresa, que directa o indirectamente, determinen cuáles serán los programas de producción para conocerlos y tomar oportunamente los pasos para abastecer sus necesidades.
- Cooperar con otros departamentos de la empresa (ventas, recursos humanos, producción, contabilidad, etc.) que soliciten sus servicios.
- Estar al día de los avances existentes en métodos y técnicas de compras.
- Obtener la aprobación de control de calidad sobre nuevos artículos o artículos que requieran un proveedor nuevo, mediante muestras.
- Vigilar que el personal del área cumpla en forma eficiente los procedimientos establecidos.

Logística.

- Asegurar que el proceso logístico sea de carácter integrado, gestionado centralizadamente, respecto del abastecimiento de insumos y materiales necesarios para la producción.

Las características fundamentales de este proceso son: disminución de tiempos de respuesta para mejorar el nivel de satisfacción del área productiva, alta rotación de las materias primas y materiales, disminución de costos por inmovilización y garantizar el mínimo costo por materiales en la operación de la empresa.

- Orientar de forma permanente el proceso logístico con base a la planificación de la demanda de materias primas e insumos en general, el desarrollo de la cadena de proveedores, tiempos de demora y niveles de inventarios.

Desarrollando contratos que optimicen y agilicen la gestión del proceso de abastecimiento, con el objetivo de constituir ventajas competitivas sostenibles para los entes productivos de la empresa.

- Mantener antecedentes actualizados sobre acuerdos y tratados comerciales internacionales.
- Mantener y administrar el inventario óptimo en función del nivel de producción esperado, tiempo de respuesta, tiempos de despacho, costos de almacenamiento y financieros del material.
- Coordinar y ejecutar las acciones necesarias, para mantener actualizado el registro de materiales, así como la confiabilidad de la información sobre existencia física de los almacenes.
- Verificar que en todo momento el proceso de adquisición de elementos técnicos y/o provisión de servicios, se embarquen de acuerdo a la legislación vigente, poniendo especial énfasis en el cumplimiento los procesos de comercio exterior.
- Disponer de manera continua con la actualización de procesos de mantención de los repuestos y equipos que se encuentren almacenados.

Verificando que los materiales se encuentren sujetos a distribución inmediata, medidas de conservación, ciclo de vida útil y aquellos que hayan perdido su aplicación de acuerdo a criterios de obsolescencia y/o falta de movimiento.

- Gestionar el resguardo eficiente de los bienes del activo fijo, de acuerdo a los procedimientos que lo normalizan y con los criterios de optimización de costos.
- Prestar apoyo para el funcionamiento de los departamentos internos, en las áreas de transporte, comunicaciones, infraestructura, aseo y ornato, conforme a los recursos asignados.
- Preparar y actualizar los indicadores de gestión como parte de la acción periódica de control y análisis, deberá contener las acciones a realizar, para corregir el desempeño y mantener la gestión enfocada en alcanzar los objetivos definidos en la planificación estratégica.
- Administrar los recursos humanos, financieros y materiales que le sean asignados para el cumplimiento del programa de trabajo anual.
- Informar al gerente general, las novedades y requerimientos adicionales de la gerencia logística para el logro de los objetivos dispuestos.

Mercadotecnia

- Desarrollar el plan y estrategias de publicidad.
- Desarrollar el plan de marketing, en base a las capacidades de la empresa considerando sus fortalezas, debilidades y competencia nacional o internacional.
- Desarrollar las capacidades para la toma oportuna de decisiones estratégicas e identificar oportunidades, amenazas y cambios en los entornos competitivos.
- Analizar el mercado en busca de nuevos negocios, planteando a la gerencia los requerimientos productivos y administrativos asociados a la capacidad instalada y futuros desarrollos que se requieran.

- Preparar y coordinar la materialización de las presentaciones y participación de la empresa, en ferias y eventos.
- Gestionar y controlar permanentemente el grado de cumplimiento en la elaboración de las encuestas de satisfacción al cliente, con el objetivo de generar reportes de gestión de calidad de servicio, mejora continua y acentuar la fidelidad de los clientes.
- Desarrollar un programa permanente de contacto con los clientes, para posteriormente conocer su opinión y situación operativa.

Ventas

- Desarrollar, ejecutar y controlar el plan de ventas de la empresa.
- Generar informes y reportes al gerente, de acuerdo a los requerimientos de la jefatura.
- Mantener actualizados periódicamente los indicadores de gestión, necesarios para una oportuna toma de decisiones relacionadas con: el plan de ventas, cotizaciones emitidas y garantías.
- Recibir solicitudes de productos y servicios que el cliente desea comprar.
- Mantener constante presencia con los clientes, con el propósito de adelantarse a sus necesidades, efectuar seguimiento a los trabajos en ejecución, dando pronta solución a sus solicitudes.
- Velar por la mantención y actualización de la base de datos comercial.

Servicio al cliente

- Manejar las quejas y sugerencias de los clientes, analizar e informar al gerente general.
- Ser el enlace de comunicación entre las necesidades de los clientes y los departamentos comerciales que pueden satisfacerlos.
- Solicitar información sobre la compañía y sus productos o servicios
- Prevención de posibles causas de conflicto con los clientes.
- Coordinación con la logística para garantizar la entrega de esos bienes o servicios.

- Mantener un control permanente sobre las acciones correctivas y soluciones que se brinden a los clientes por sus reclamos.
- Desarrollar un programa permanente de contacto con los Clientes para atender sus reclamos, dar solución en forma oportuna, realizando un seguimiento a los trabajos entregados.

Departamento de operaciones.

Producción

Debido a la naturaleza de nuestra empresa el departamento de producción estará dirigido por un enólogo, las funciones que deberá desempeñar son las siguientes:

- Organizar la producción en base a las exigencias del mercado, las posibilidades técnicas, económicas y legales.
- Colaborar en las decisiones a tomar sobre el diseño, capacidad de maquinaria, utillaje e instalaciones de la bodega, con el objetivo de aumentar la eficiencia de la misma y la calidad de los productos a obtener.
- Gestionar y controlar la calidad del vino, productos derivados y afines en toda la cadena de producción y especialmente en los puntos críticos de las empresas vitivinícolas.
- Controlar las condiciones higiénico-sanitarias, de seguridad y supervisar el cumplimiento de su normativa legal.
- Controlar el cumplimiento de todas las disposiciones legales vigentes que regulen la producción, circulación, etiquetado, comercialización y precios de los productos vitivinícolas, derivados y afines.
- Colaborar en las decisiones a tomar sobre, elección de variedades, y transporte de la vendimia a la bodega.
- Dirigir la selección y recepción, controlar la cantidad y calidad de las materias primas, productos enológicos a utilizar y programar su aprovisionamiento.
- Dirigir la obtención de mostos para vinificación y conservación, realizando los tratamientos físico-químicos, microbiológicos y enzimáticos previos precisos,

en base a la caracterización de la materia prima y el tipo de producto a obtener.

- Controlar la fermentación de los mostos para la obtención de todos los tipos de vinos a elaborar.
- Dirigir los trabajos de bodega, es decir, limpieza, trasiegos, conservación, clarificación, filtración, estabilización de los vinos y controlar su evolución, realizando las prácticas enológicas precisas.
- Dirigir la crianza y envejecimiento de los diferentes tipos de vinos que se sometan a estos procesos.
- Dirigir la elaboración de los diferentes tipos de vinos especiales.
- Dirigir la producción de zumos de uva, mistelas, aperitivos vínicos, vinagres y otros derivados de los mostos y del vino.
- Decidir el destino de los subproductos obtenidos en el proceso y dirigir su aprovechamiento industrial.
- Dirigir la obtención de alcoholes vínicos y la de sus productos derivados.
- Envasar, embotellar y almacenar los distintos tipos de vinos, así como sus derivados.
- Dirigir la puesta en el mercado de los productos finales obtenidos y colaborar en su comercialización y promoción,
- Realizar catas públicas, participar en las catas y concursos públicos o privados que se organicen.
- Gestionar y controlar los residuos generados durante el proceso de producción, así como la emisión de todo tipo de contaminantes, controlando el cumplimiento de las normas legales sobre protección del medio ambiente en todos sus aspectos.
- Controlar los procesos de toma de muestras, control de existencias, peritajes, promoción y desarrollo de cualquier producto relacionado directa o indirectamente con la vitivinicultura.

Mantenimiento.

- Ronda de inspección y control de las instalaciones haciendo un seguimiento
- Conservar en buen estado el cava
- Planear y programar en forma conveniente la labor del mantenimiento.
- Disponer de relevación de máquinas, equipo en general y equipo de trabajo de producción para llevar a cabo las labores de mantenimiento planeado.
- Conservar en buen estado, reparar y revisar maquinaria y equipo de producción.
- Conservar en buen estado y reparar, instalaciones, mobiliario y equipo de oficina.
- Instalar, distribuir o retirar maquinaria y/o equipo para facilitar la producción.
- Revisar las especificaciones estipuladas para la compra de nueva maquinaria, equipo con el objetivo de asegurar que estén de acuerdo con las ordenanzas del mantenimiento.
- Escoger y proveer, en los plazos requeridos, los consumibles y las piezas de recambio necesarios.
- Iniciar y sostener los programas de conservación para la adecuada utilización e instalación de consumibles y reemplazos.
- Proporcionar servicio de limpieza en toda la empresa.
- Juntar, seleccionar y almacenar adecuadamente de desechos reutilizables.
- Preparar estadísticas para su incorporación a los procedimientos y normas de mantenimiento, tanto locales como de toda la empresa.
- Elaborar en tiempo y forma las requisiciones de herramientas, consumibles, refacciones, etc. para ejecutar debidamente los programas de mantenimiento.
- Cerciorarse de que los inventarios de piezas de reserva, accesorios de mantenimiento y partes de repuesto especiales sean conservados en un nivel óptimo.

- Conservar en excelente estado de mantenimiento y operación los dispositivos de seguridad y cuidar de que se conserven las normas de seguridad de la empresa.
- Seleccionar y capacitar al personal para que cumpla con sus responsabilidades.

Investigación y desarrollo.

- Responsable ante la gerencia general de dirigir las funciones de innovación y desarrollo, coordinación e implementando las actividades relacionadas con el área de nuevos.
- Realizar investigaciones o ensayos precisos al progreso de la técnica enológica y las técnicas del control de calidad.
- Dirigir el laboratorio de análisis físicos, químicos, microbiológicos y organolépticos para el control de materias primas, productos enológicos, productos intermedios del proceso de elaboración y productos finales a lo largo de su proceso evolutivo.
- Mejorar los productos y tecnologías ya existentes, dar seguimiento junto con la gerencia general a la evolución tecnológica y evaluar las posibilidades de su implementación en el mercado local e internacional.
- Monitorear los productos y tecnologías para ofrecer oportunidades en el desarrollo de productos.
- Investigar las necesidades y deseos insatisfechos de los clientes para evaluar si es posible competir en el mercado.
- Analizar la información obtenida por el departamento de mercadotecnia sobre cambios o necesidades de nuevos productos.
- Diseñar estrategias para ser competitivos en el mercado.
- Elaborar conjuntamente con el equipo de mercadotecnia la formulación y planes del área.
- Elaborar prototipos requeridos por la dirección general.
- Realizar los diseños y documentaciones de los cambios y nuevos productos.

- Fabricar muestras de productos experimentales.
- Realizar evaluación comercial de los productos y prototipos
- Realizar evaluaciones de los diseños propuestos por el equipo.
- Revisar la calidad de los cambios y prototipos.
- Valorar conjuntamente con el equipo comercial el mercado e introducción de cambios y nuevos productos.

A continuación en la siguiente tabla se encuentran desglosados los sueldos mensuales y anuales de personal operativo y administrativo.

Tabla 33. Sueldo anual y mensual del personal.

Sueldos		
Puestos	Monto mensual	Monto anual
Gerente general	\$ 80,000.00	\$ 960,000.00
Jefe de departamento administrativo	\$ 35,000.00	\$ 420,000.00
Jefe de departamento comercial	\$ 35,000.00	\$ 420,000.00
Jefe de departamento de operaciones	\$ 40,000.00	\$ 480,000.00
Contabilidad y finanzas	\$ 28,000.00	\$ 336,000.00
Recursos Humanos	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00
Compras	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00
Marketing	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00
Ventas	\$ 28,000.00	\$ 336,000.00
Mantenimiento	\$ 18,000.00	\$ 216,000.00
Ayudantes generales (5 personas)	\$ 50,000.00	\$ 600,000.00
Total	\$ 368,000.00	\$ 4,416,000.00

Fuente: Elaboración propia.

En el presente capítulo se encuentra el análisis financiero y la evaluación del proyecto de inversión, previamente ya se ha realizado el análisis de mercado meta, el estudio técnico y organizacional.

Este estudio comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

Los objetivos propuestos para el desarrollo de este capítulo son los siguientes:

- Determinar el monto de la inversión total requerida y el tiempo en que será realizada.
- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- Aplicar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos tangibles e intangibles.
- Analizar costos y gastos incurridos.
- Sintetizar la información económico-financiera a través de estados financieros pro forma.
- Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto.

7.1 Inversión

El monto de inversión total que se requiere para el establecimiento y operación de la bodega vinícola se sintetiza en tres segmentos:

- 1) Inversión Fija.
- 2) Inversión Diferida.
- 3) Capital de Trabajo.

Inversión fija.

Está compuesta por los activos fijos o tangibles, es decir, los bienes propiedad de la empresa como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que les ocasione problemas a sus actividades productivas, se pueden identificar en medida de que su convertibilidad en efectivo es más difícil o tomaría mayor tiempo que en el caso del activo circulante (efectivo, bancos y cuentas por cobrar).

Respecto al costo del terreno, se debe incluir el precio de compra del lote, las comisiones a agentes y honorarios.

Para el costo de equipo y de maquinaria debe verificarse si éste incluye fletes e instalación.

Tabla 34. Inversión fija

Concepto	Monto
Construcción	\$ 8,700,000.00
Terreno	\$ 315,000.00
Maquinaria y equipo	\$ 3,000,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$ 98,873.00
Equipo de la tienda	\$ 15,000.00
Vehículo	\$ 250,000.00
Total Inversión Fija	\$ 12,378,873.00

Fuente: Elaboración propia.

Inversión diferida.

Compuesta por activo intangible, que son los bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos de instalación, contratos de servicios (luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la

empresa, estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa, etc.

Asimismo, estos activos se pueden identificar por ser los bienes o derechos que permitan reducir costos de operación, por ejemplo, los gastos de instalación, primas de seguros, rentas e intereses pagados por anticipado, etc.

Tabla 35. Inversión Diferida

Concepto	Monto
Agua y drenaje	\$3,500.00
Aviso notarial a la Secretaria de Relaciones Exteriores	\$1,500.00
Líneas telefónicas e internet	\$2,000.00
Contrato de energía eléctrica	\$20,000.00
Permiso de constitución de sociedad.	\$2,000.00
Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio	\$3,000.00
Protocolizar el acta constitutiva ante el Notario o Corredor público.	\$10,000.00
Solicitud de uso de suelo y edificación. 24 cuotas por \$962.40	\$24,000.00
Solicitud de uso de suelo y edificación. .31 cuotas por \$ 12.43 por m ²	\$4,000.00
Costo del proyecto de inversión	\$30,000.00
Total Inversión Diferida	\$100,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Capital de trabajo

Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, desde el punto de vista práctico es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa.

Es decir, es necesario financiar la primera producción antes de recibir ingresos, ya que debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con una cantidad en efectivo para solventar los gastos diarios de la empresa.

Todo esto constituiría el activo circulante, por lo que se debe invertir en estos rubros también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como impuestos, algunos servicios y proveedores, convirtiéndose en el pasivo circulante (Baca, 2010).

Tabla 36. Capital de trabajo

Concepto	Monto
Total Inversión en Capital de Trabajo	\$ 3,000,000.00

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se puede observar en la siguiente tabla como se obtuvo esta cifra, se tomó en cuenta el monto de ingresos y egresos del primer año y se dividió en los 12 meses del año.

Para el caso de los ingresos el promedio mensual es de \$4,814,633.33 considerando que es el primer año de operación no podemos contemplar que el primer mes se venda esta cantidad. Para este primer mes se estimó una venta del 20% finalmente esta va aumentando conforme pasan los meses.

El resultado del capital de trabajo es de \$2,952, 045.41, sin embargo se va a redondear a \$3,000,000.00

Tabla 37. Desglose capital de trabajo

Concepto / Periodo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ingresos por ventas	\$962,926.67	\$1,685,121.67	\$2,166,585.00	\$2,888,780.00	\$3,370,243.33	\$3,851,706.67	\$4,814,633.33	\$5,777,560.00	\$7,221,950.00	\$8,184,876.67	\$8,666,340.00	\$8,184,876.67	\$57,775,600.00
Egresos	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$2,588,892.91	\$31,066,714.96
Saldo	-\$1,625,966.25	-\$903,771.25	-\$422,307.91	\$299,887.09	\$781,350.42	\$1,262,813.75	\$2,225,740.42	\$3,188,667.09	\$4,633,057.09	\$5,595,983.75	\$6,077,447.09	\$5,595,983.75	-\$2,952,045.41

Fuente: Elaboración propia.

Y finalmente la inversión total para el proyecto se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 38. Total de la inversión

Concepto	Monto
Total Inversión Fija	\$ 12,378,873.00
Total Inversión Diferida	\$100,000.00
Total Inversión Capital de trabajo	\$ 3,000,000.00
Total Inversión del Proyecto	\$ 15,478,873.00

Fuente: Elaboración propia.

7.2 Financiamiento

Una empresa se encuentra financiada cuando pide capital en préstamo para cubrir sus necesidades económicas, si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión.

Se entiende por dinero barato a los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias, las leyes tributarias de nuestro país permiten deducir de impuestos los intereses pagados por deudas adquiridas por la empresa.

Es decir que cuando se pide un préstamo, hay que tener conocimiento sobre el tratamiento fiscal adecuado a los intereses y pago a principal, que es un aspecto indispensable para realizar la evaluación económica (Baca, 2010)

Para el establecimiento de la empresa se cuenta con el apoyo de los socios cuya aportación al capital social se desglosa en la tabla (numero).

Tabla 39. Aportación de los socios en el capital social de la empresa

Socios	Aportación (\$)	Aportación (%)
Jennifer Morales Carmona	\$4,000,000.00	25.84
José Hernández Flores	\$2,000,000.00	12.92
Mohamed Morales Carmona	\$3,000,000.00	19.38
Jesús Morales Martínez	\$4,000,000.00	25.84
Karen Angélica Calzada Delgado	\$2,478,873.00	16.01
Total	\$15,478,873.00	100

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera se consultó a NAFIN (2018) con el fin de obtener otras fuentes de financiamiento adicionales, que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 40. Financiamiento por crédito

Institución	Tipo de crédito	Tasa de interés anual	Monto	Plazo	Comisiones
Banorte	Crediaactivo Express	17.10%	3 millones de pesos para crédito cuenta corriente	12 meses para crédito revolvente	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
			5 millones de pesos para créditos simples	36 meses para crédito amortizable	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
	Crédito para capital de trabajo/ fijo (Crediaactivo)	15.40%	De \$100,000 hasta 4 millones de UDIS	Hasta 10 años	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
Banregio	Crédito a negocios / Capital de trabajo	Hasta \$250,000: TIIE + 12 \$250,001 - \$1,000,000: TIIE + 11 \$1,000,001 - \$2,000,000: TIIE + 10 \$2,000,001 - \$3,500,000: TIIE + 9 \$3,500,001 - \$5,000,000: TIIE + 8 \$5,000,001 - \$7,500,000: TIIE + 7 \$7,500,001 - \$10,000,000: TIIE + 6	Hasta \$10,000,000	De 1 a 3 años	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
	Crédito a negocios / Adquisición de activos	Hasta \$250,000: TIIE + 12 \$250,001 - \$1,000,000: TIIE + 11 \$1,000,001 - \$2,000,000: TIIE + 10 \$2,000,001 - \$3,500,000: TIIE + 9 \$3,500,001 - \$5,000,000: TIIE + 8 \$5,000,001 - \$7,500,000: TIIE + 7 \$7,500,001 - \$10,000,000: TIIE + 6	Hasta \$10,000,000	De 1 a 7 años.	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
	Crédito a negocios / Crédito emprendedor	14.00%	Desde \$50,000 hasta \$500,000	4 años	Sin comisión por apertura
Afirme	Crédito Pyme Afirme	14.20%	Hasta 9,000,000	De 1 a 5 años	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
Bancomer	Crédito Simple PyME	Desde TIIE+ 5.5% hasta TIIE + 24%	Desde 50,000 hasta 15,000,000	Capital de trabajo: 12,24 o 36 meses Equipamiento o compra de activo fijo: 12,24,36,48 o 60 meses	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
	Tarjeta de Negocios	Desde TIIE +8% hasta TIIE+24%	Desde 50,000 hasta 4,800,000	12 meses	Por apertura hasta el 2% sobre el monto a financiar
Banamex	Crédito Negocios Banamex/Crédito Simple	20.80%	Hasta 15,000,000	Desde 12 meses hasta 60	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
	Crédito Negocios Banamex/Crédito Revolvente	21.30%	Hasta 6,000,000	Desde 12 meses hasta 60	Por apertura el 1% sobre el monto a financiar y .5% de la línea de crédito
Santander	Crédito Agil	22%	Hasta 15,000,000	12 meses	Por apertura el 2% sobre el monto a financiar
	Crédito Simple	Tasa fija de 10%,11%,12% o 16%	Desde 250 mil hasta 8 millones de pesos	36 meses	Por apertura el 1.5% sobre el monto a financiar

Fuente: Elaboración propia con datos de NAFIN (2018).

7.3 Presupuesto de ingresos

Este concepto se refiere a una estimación de entrada de efectivo generada por la venta de productos y servicios que ofrecerá la bodega vinícola, este es útil para la realización del Estado de Resultados y Punto de Equilibrio, para posteriormente realizar la Evaluación Económica del proyecto.

Por consiguiente, será preciso pronosticar el volumen y comportamiento de ambos durante un horizonte de planeación.

Dicha estimación se debe hacer con realismo, teniendo en cuenta los diferentes aspectos que repercuten sobre los ingresos como: la situación económica del mercado meta, la demanda, competencia existente, entre otras.

Para dichos ingresos se calcula que se tendrá un crecimiento anual del 6%. Los conceptos que representarán la entrada para el centro serán los siguientes:

- Venta de vino para exportación.
- Venta de vino para el mercado nacional
- Degustaciones

Para calcular los ingresos se consideraron los siguientes detalles obtenidos en el estudio de mercado:

- El total de habitantes del Reino Unido es de aproximadamente 65,328,556.
- La población que consume vino frecuentemente, se encuentra entre los 35 y 64 años que son aproximadamente 26,797,774 habitantes y representan el 41.02 %
- La media de consumo de vino tinto por persona es de 32 botellas de 750 mililitros al año, es decir que se consumen 857,528,757 botellas al año.
- Se pretende tener una penetración en el mercado del 3.1%, que está representado por la venta de 264,000 botellas al año.
- Alrededor de 160,000 de personas visitan el Valle de Guadalupe al año, se pretende captar el 15% de dichos visitantes, es decir alrededor de 24,000 personas.

El cálculo de los ingresos no incluye promociones debido a la temporalidad con que se aplicarán estos.

Tabla 41. Ingresos por ventas

Concepto / Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por ventas	\$57,775,600.00	\$61,242,136.00	\$64,916,664.16	\$68,811,664.01	\$72,940,363.85	\$77,316,785.68	\$81,955,792.82	\$86,873,140.39	\$92,085,528.81	\$97,610,660.54

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, para el primer año se espera tener ventas por la cantidad de \$57,775,600 MXN proyectado a 10 años, considerando un crecimiento del 6% como ya se mencionó anteriormente, llegando a la cantidad de 97,610,680.54 MXN

7.4 Presupuesto de egresos

De la misma forma que se determinaron los ingresos también es importante que la bodega vinícola cuente con un presupuesto de costos y gastos, que le permitirán saber cuál es el capital que necesita para que sus actividades no se vean interrumpidas y tener siempre registrados los gastos cotidianos del establecimiento.

Dicho presupuesto comprende costos de producción (directos e indirectos), gastos de operación (gastos de venta, de administración y financieros).

Los costos directos de producción se definen como aquellos que intervienen directamente en la producción y los costos indirectos de producción son la mano de obra, materia, etc.

La diferencia entre estos respecto a los primeros, es que éstos operan de manera indirecta al no intervenir en la transformación de materias primas.

Los gastos de operación, son aquellas erogaciones necesarias que en adición a los costos de producción sirven para el funcionamiento normal de la empresa.

Para el incremento se tomará en cuenta la inflación anual y sobre ella se hará la proyección, la inflación promedio para los años posteriores es de 4.13% sin embargo se tomará un incremento del 5% ya que resulta más conveniente sobre estimar que subestimar (HR, 2017).

Tabla 42. Costo de producción

Costo de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Materia prima	\$ 14,287,771.92	\$15,002,160.52	\$15,752,268.54	\$16,539,881.97	\$17,366,876.07	\$18,235,219.87	\$19,146,980.86	\$20,104,329.91	\$21,109,546.40	\$22,165,023.72
Mano de obra	\$1,080,000.00	\$1,134,000.00	\$1,190,700.00	\$1,250,235.00	\$1,312,746.75	\$1,378,384.09	\$1,447,303.29	\$1,519,668.46	\$1,595,651.88	\$1,675,434.47
Electricidad	\$150,000.00	\$157,500.00	\$165,375.00	\$173,643.75	\$182,325.94	\$191,442.23	\$201,014.35	\$211,065.06	\$221,618.32	\$232,699.23
Agua	\$60,000.00	\$63,000.00	\$66,150.00	\$69,457.50	\$72,930.38	\$76,576.89	\$80,405.74	\$84,426.03	\$88,647.33	\$93,079.69
TOTAL	\$15,577,771.92	\$16,356,660.52	\$17,174,493.54	\$18,033,218.22	\$18,934,879.13	\$19,881,623.09	\$20,875,704.24	\$21,919,489.45	\$23,015,463.93	\$24,166,237.12

Fuente: Elaboración propia

El costo de la materia prima es el resultado de adquirir el suficiente material que le permita a la empresa satisfacer la demanda de los 210,000 litros de vino al año, es decir, 280,000 botellas de .750 ml.

De las cuales 84,000 botellas serán de vino joven y 126,000 de vino de crianza, dentro de estas materias primas e tiene contemplada la uva, los elementos complementarios como ácido anhídrido, clarificantes, levaduras, botellas, corchos y capsulas

Así mismo se están considerando el salario del departamento de operaciones y los ayudantes generales, ya que sin este personal no sería posible la producción; el monto final resulta de multiplicar el sueldo mensual por los 12 meses del año.

Y finalmente el costo de la energía y agua que será indispensable para el funcionamiento para la producción del producto.

Tabla 43. Gastos totales

Gastos Totales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Gastos Administrativos										
Sueldos y salarios	\$3,336,000.00	\$3,502,800.00	\$3,677,940.00	\$3,861,837.00	\$4,054,928.85	\$4,257,675.29	\$4,470,559.06	\$4,694,087.01	\$4,928,791.36	\$5,175,230.93
Papelería	\$8,500.00	\$8,925.00	\$9,371.25	\$9,839.81	\$10,331.80	\$10,848.39	\$11,390.81	\$11,960.35	\$12,558.37	\$13,186.29
Teléfono e Internet	\$1,749.00	\$1,836.45	\$1,928.27	\$2,024.69	\$2,125.92	\$2,232.22	\$2,343.83	\$2,461.02	\$2,584.07	\$2,713.27
Total	\$3,346,249.00	\$3,513,561.45	\$3,689,239.52	\$3,873,701.50	\$4,067,386.57	\$4,270,755.90	\$4,484,293.70	\$4,708,508.38	\$4,943,933.80	\$5,191,130.49
Gastos de Venta										
Publicidad	\$3,600.00	\$3,780.00	\$3,969.00	\$4,167.45	\$4,375.82	\$4,594.61	\$4,824.34	\$5,065.56	\$5,318.84	\$5,584.78
Diseño página web/Mantenimiento	\$7,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00	\$1,000.00
TOTAL	\$10,600.00	\$4,780.00	\$4,969.00	\$5,167.45	\$5,375.82	\$5,594.61	\$5,824.34	\$6,065.56	\$6,318.84	\$6,584.78
Gastos Financieros										
Apertura de cuenta	\$10,000.00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	\$10,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Total de Costos y Gastos	\$20,673,820.92	\$21,690,661.97	\$22,775,145.06	\$23,913,852.32	\$25,109,494.93	\$23,438,150.80	\$24,610,008.34	\$25,840,458.76	\$27,132,431.70	\$28,489,003.28

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar los gastos administrativos se deben calcular los gastos en salarios del personal administrativo, los gastos de teléfono e internet y papelería.

En cuanto a los gastos de venta, estos se derivarán de la publicidad, el diseño de la página web así como su mantenimiento y actualización.

Igualmente los gastos financieros son de \$ 10,000 por mantener abierta y con saldo a favor la cuenta bancaria.

7.5 Depreciación y amortización.

La depreciación tiene exactamente la misma connotación que la amortización, la diferencia es que el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos, es decir, se deprecian.

La amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, con el uso y a través del tiempo, su precio no baja o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión (Baca, 2010).

Se toma en consideración como parte de los egresos del proyecto, no en el presupuesto de egresos sino de una manera independiente es el de depreciación y amortización de activos.

La depreciación se va a aplicar a la inversión en obra física y al equipamiento como el costo contable que será de utilidad para un pago menor de impuestos y como una forma de recuperación de la inversión por los activos fijos mencionados,

El método empleado para su cálculo es el Método Fiscal de Línea recta que implica el uso de tasas depreciación y amortización de activos, designadas por la Ley de Impuesto Sobre la Renta, que se aplican a activos fijos y diferidos de un proyecto.

A continuación en la siguiente tabla.

Tabla 44. Depreciaciones y Amortizaciones (10 años)

Concepto	Valor original	Tasa %	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Valor Acumulado	Valor Residual
Depreciación														4,665,000.00
Construcción	8,700,000.00	5%	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	435,000.00	4,350,000.00	4,350,000.00
Terreno	315,000.00	0%	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	315,000.00
Maquinaria y equipo	3,000,000.00	10%	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	300,000.00	3,000,000.00	0.00
Mobiliario de oficina	58,873.00	10%	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	5,887.30	58,873.00	0.00
Equipo de computo	40,000.00	30%	12,000.00	12,000.00	12,000.00	4,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	40,000.00	0.00
Mobiliario de la tienda	15,000.00	10%	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	15,000.00	0.00
Vehículo	250,000.00	25%	62,500.00	62,500.00	62,500.00	62,500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	250,000.00	0.00
II. Amortización														
Agua y drenaje	3,500.00	10%	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	350.00	3,500.00	0.00
Aviso notarial a la Secretaría de Relaciones Exteriores	1,500.00	10%	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,500.00	0.00
Líneas telefónicas e internet	2,000.00	10%	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,000.00	0.00
Contrato de Energía eléctrica	20,000.00	10%	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	20,000.00	0.00
Permiso de constitución de sociedad.	2,000.00	10%	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,000.00	0.00
Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio	3,000.00	10%	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,000.00	0.00
Protocolizar el acta constitutiva ante el Notario o Corredor público.	10,000.00	10%	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	10,000.00	0.00
Solicitud de uso de suelo y edificación.	28,000.00	10%	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	28,000.00	0.00
Elaboración del Proyecto de Inversión	30,000.00	10%	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	30,000.00	0.00
TOTAL I + II														4,665,000.00

Fuente: Elaboración propia.

7.6 Estados Financieros Proforma

Los estados financieros proforma son las proyecciones financieras de un proyecto, con estos se puede tener un panorama del comportamiento que tendrá la empresa en un futuro con base a las necesidades de recursos financieros, los efectos del comportamiento de los costos, gastos e ingresos, el impacto que puede tener el costo financiero, los resultados de utilidades, la generación de efectivo y los dividendos obtenidos.

Se calculan para cierto número de años, con el objetivo de tener una visión del comportamiento futuro del proyecto, el número de años va a depender del tipo de empresa que se emprenda y de la posibilidad de estimar dichas proyecciones lo más apegado a la realidad (ITESCAM, 2014).

7.6.1 Estado de Resultados

Este es un estado financiero básico, ya que la información que nos proporciona corresponde a un periodo determinado. Dicho estado determina el monto por el cual los ingresos superan a los gastos, si el resultado final es positivo se le llama utilidad y si por el contrario es negativo es una pérdida (Guajardo & Andrade de Guajardo, 2008).

La tabla siguiente muestra el estado de resultados proyectado a diez años.

Tabla 45. Estado de resultados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Totales	\$57,775,600.00	\$61,242,136.00	\$64,916,664.16	\$68,811,664.01	\$72,940,363.85	\$77,316,785.68	\$81,955,792.82	\$86,873,140.39	\$92,085,528.81	\$97,610,660.54
Costo de lo vendido	\$15,577,771.92	\$16,356,660.52	\$17,174,493.54	\$18,033,218.22	\$18,934,879.13	\$19,881,623.09	\$20,875,704.24	\$21,919,489.45	\$23,015,463.93	\$24,166,237.12
Utilidad bruta	\$42,197,828.08	\$44,885,475.48	\$47,742,170.62	\$50,778,445.79	\$54,005,484.72	\$57,435,162.59	\$61,080,088.58	\$64,953,650.94	\$69,070,064.89	\$73,444,423.42
Gastos de Administración	\$ 3,346,249.00	\$3,513,561.45	\$3,689,239.52	\$3,873,701.50	\$4,067,386.57	\$4,270,755.90	\$4,484,293.70	\$4,708,508.38	\$4,943,933.80	\$5,191,130.49
Gastos de Venta	\$10,600.00	\$4,780.00	\$4,969.00	\$5,167.45	\$5,375.82	\$5,594.61	\$5,824.34	\$6,065.56	\$6,318.84	\$6,584.78
Gastos financieros	\$10,000.00	\$ -	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Depreciación y Amortización	\$826,887.30	\$ 826,887.30	\$ 826,887.30	\$ 818,887.30	\$752,387.30	\$752,387.30	\$752,387.30	\$752,387.30	\$752,387.30	\$ 752,387.30
Utilidad antes del ISR y PTU	\$38,004,091.78	\$40,540,246.73	\$43,221,074.80	\$46,080,689.54	\$49,180,335.02	\$52,406,424.78	\$55,837,583.24	\$59,486,689.69	\$63,367,424.95	\$67,494,320.85
ISR (30%)	\$11,401,227.53	\$12,162,074.02	\$12,966,322.44	\$13,824,206.86	\$14,754,100.51	\$15,721,927.43	\$16,751,274.97	\$17,846,006.91	\$19,010,227.48	\$20,248,296.25
PTU (10%)	\$-	\$4,054,024.67	\$ 4,322,107.48	\$4,608,068.95	\$4,918,033.50	\$5,240,642.48	\$5,583,758.32	\$ 5,948,668.97	\$6,336,742.49	\$ 6,749,432.08
Utilidad neta	\$26,602,864.25	\$24,324,148.04	\$25,932,644.88	\$27,648,413.73	\$29,508,201.01	\$31,443,854.87	\$33,502,549.94	\$35,692,013.82	\$38,020,454.97	\$40,496,592.51

Fuente: Elaboración propia.

7.6.2 Flujo de Efectivo

El estado de Flujo de Efectivo muestra de donde se originó el efectivo, así como su aplicación en un periodo determinado. Este estado es de utilidad para los administradores para la toma de decisiones en nuevas inversiones, para pagar deudas a corto y largo plazo, entre otros.

El Flujo de Efectivo tiene como propósito dar a conocer cómo el dinero se gastó o invirtió en la empresa y cómo financió las compras (por deuda o por fondos aportados por los accionistas).

Este flujo consta de dos partes en su contenido:

- Entradas: Aportaciones de socios, ventas a corto plazo.
- Salidas: Consta de las inversiones y los gastos a corto plazo.

Tabla 46. Flujo de Efectivo

Año/Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Entradas	\$15,478,873.00	\$57,775,600.00	\$61,242,136.00	\$64,916,664.16	\$68,811,664.01	\$72,940,363.85	\$77,316,785.68	\$81,955,792.82	\$86,873,140.39	\$92,085,528.81	\$97,610,660.54
Aportaciones socios	\$15,478,873.00										
Créditos Bancarios	\$ -	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Ventas al contado		\$57,775,600.00	\$61,242,136.00	\$64,916,664.16	\$68,811,664.01	\$72,940,363.85	\$77,316,785.68	\$81,955,792.82	\$86,873,140.39	\$92,085,528.81	\$97,610,660.54
Caja Inicial		\$3,000,000.00	\$26,708,885.04	\$24,143,232.46	\$25,701,237.80	\$27,355,990.58	\$29,093,611.01	\$32,319,700.76	\$35,750,859.22	\$39,399,965.68	\$43,280,700.93
Salidas	\$12,478,873.00	\$31,066,714.96	\$37,098,903.54	\$39,215,426.36	\$41,455,673.43	\$43,846,752.84	\$44,997,084.92	\$46,204,933.60	\$47,473,174.71	\$48,804,827.88	\$50,203,063.71
Inversión Fija	\$12,378,873.00										
Inversión Diferida	\$100,000.00										
Costo de Producción		\$15,577,771.92	\$16,356,660.52	\$17,174,493.54	\$18,033,218.22	\$18,934,879.13	\$19,881,623.09	\$20,875,704.24	\$21,919,489.45	\$23,015,463.93	\$24,166,237.12
Gastos de Administración		\$3,346,249.00	\$ 3,513,561.45	\$3,689,239.52	\$3,873,701.50	\$4,067,386.57	\$4,270,755.90	\$4,484,293.70	\$4,708,508.38	\$4,943,933.80	\$5,191,130.49
Gastos de Venta		\$10,600.00	\$ 4,780.00	\$4,969.00	\$5,167.45	\$5,375.82	\$5,594.61	\$5,824.34	\$6,065.56	\$6,318.84	\$6,584.78
Gastos financieros		\$10,000.00	\$ -	\$ -	\$-	\$ -	\$ -	\$ -	\$-	\$-	\$-
ISR		\$12,122,094.04	\$12,917,926.18	\$13,760,043.22	\$14,657,689.69	\$15,629,333.49	\$15,629,333.49	\$15,629,333.49	\$15,629,333.49	\$15,629,333.49	\$15,629,333.49
PTU		\$-	\$4,305,975.39	\$4,586,681.07	\$4,885,896.56	\$5,209,777.83	\$5,209,777.83	\$5,209,777.83	\$5,209,777.83	\$5,209,777.83	\$5,209,777.83
SALDO (Entradas-salidas)	\$3,000,000.00	\$26,708,885.04	\$24,143,232.46	\$25,701,237.80	\$27,355,990.58	\$29,093,611.01	\$32,319,700.76	\$35,750,859.22	\$39,399,965.68	\$43,280,700.93	\$47,407,596.83

Fuente: Elaboración propia.

7.7 Evaluación financiera.

La evaluación financiera es fundamental para el proceso de toma de decisiones, sin este estudio la empresa no tiene información necesaria sobre los alcances y riesgos del proyecto.

Tiene como objetivo conocer la rentabilidad económica, financiera y social; con el fin de resolver sus necesidades de forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos existentes de la mejor forma.

Actualmente una inversión requiere de una buena estructuración y evaluación, que nos indique la pauta a seguir, en aspectos como: la correcta asignación de recursos, la seguridad de que la inversión será realmente rentable y finalmente tomar una decisión de aceptación o rechazo (Escobar, 2018).

Los principales indicadores de esta evaluación son:

- Punto de equilibrio
- Flujo neto de efectivo
- Costo capital
- Valor presente neto
- Tasa interna de retorno
- Relación beneficio-costos

7.7.1 Punto de equilibrio

Este concepto hace referencia a la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de los costos y gastos en que incurre una empresa, también se le puede definir como la cantidad de ingresos provenientes de la venta de los productos o servicios.

Es necesario calcular el punto de equilibrio de cada año, con el objetivo de conocer si las ventas proyectadas alcanzan a cubrir los costos y gastos del proyecto (Morales & Morales, 2009).

Ventajas de punto de equilibrio:

- Nos permite conocer el volumen de ventas o ingresos necesarios para cubrir los costos totales
- Fijar el nivel mínimo necesario del precio de los productos o servicios, que nos permitan recuperar los costos.
- Establecer la relación costo-volumen-utilidad, que es la variación que sufre el punto de equilibrio a medida que cambian estos costos.
- Identificar los costos fijos y variables que tiene la empresa durante el proceso de operación.

El nivel de equilibrio se obtiene cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni se gana dinero.

Los costos fijos son aquellos cuyo monto es el mismo, sin embargo, tienen cierto límite en cuanto al volumen de producción, es decir, se generan produzca o no la empresa, por ejemplo:

- Rentas
- Sueldos
- Gastos de oficina y la planta en general
- Depreciación del equipo
- Intereses de los préstamos

Los costos variables están relacionados directamente con el volumen de producción, se encuentran en función directa con el volumen de producción, por ejemplo:

- Materia prima
- Materiales
- Servicios requeridos para la producción.
- Procesos de maquinado
- Comisiones de venta

Como conclusión el costo total es la suma de los costos fijos y variables. La fórmula que determina el punto de equilibrio es la siguiente:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{VT}\right)}$$

Dónde:

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

VT = Ventas Totales

Tabla 47. Punto de equilibrio

Concepto	Año 1
Ventas Totales	\$ 57,775,600.00
<i>Costos Fijos</i>	
Salarios de personal administrativo.	\$ 3,336,000.00
Papelería	\$8,500.00
Publicidad	\$ 3,600.00
Teléfono e internet	\$ 1,749.00
Depreciación	\$ 816,887.30
Amortización	\$ 10,000.00
TOTAL CF	\$ 4,176,736.30
<i>Costos Variables</i>	
Materia Prima	\$ 14,287,772.10
Salario personal operativo	\$ 1,080,000.00
Electricidad	\$ 150,000.00
Agua	\$ 60,000.00
Diseño página web	\$ 7,000.00
TOTAL CV	15,584,772.10
Costos totales	19,761,508.40
Punto de Equilibrio	4,176,736.03
Punto de Equilibrio/ Ventas Totales (%)	7.23%

Fuente: Elaboración propia.

7.7.2 Flujo Neto de Efectivo

El Flujo Neto de Efectivo se determina por medio del monto de utilidades netas más la amortización y depreciación del ejercicio. La utilidad neta depende de los ingresos por ventas menos los costos y gastos que obtienen por la fabricación de los productos o prestación de los servicios.

Dichos ingresos costos y gastos dependen de otros factores como:

- Aceptación del producto por parte de los consumidores.
- Nivel de ventas del producto.
- Precio de venta del producto.
- Existencia de productos sustitutos y complementarios.
- Cambios de tecnología de la fabricación y uso de productos.
- Cambio de precios de la materia prima e insumos.
- Cambio de precio de la mano de obra.
- Cambio de precio en el costo del financiamiento.

Si los cambios producen un incremento de las utilidades, el importe de los flujos de efectivo es mayor y en consecuencia, la rentabilidad del proyecto, por el contrario, si la variación de los factores reduce las utilidades del proyecto, el rendimiento será menor al esperado (Morales & Morales, 2009).

Este indicador comprenderá la utilidad neta proyectada durante un período de diez años y los montos correspondientes al pago por amortización y depreciación de los activos de la empresa.

Tabla 48. Flujo Neto de Efectivo

Año/Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por Ventas	\$0.00	\$57,775,600.00	\$61,242,136.00	\$64,916,664.16	\$68,811,664.01	\$72,940,363.85	\$77,316,785.68	\$81,955,792.82	\$86,873,140.39	\$92,085,528.81	\$97,610,660.54
Costos y gastos	\$0.00	\$18,944,620.92	\$19,875,001.97	\$20,868,702.06	\$21,912,087.17	\$23,007,641.53	\$24,157,973.60	\$25,365,822.28	\$26,634,063.40	\$27,965,716.57	\$29,363,952.39
ISR y PTU	\$0.00	\$11,401,227.53	\$16,216,098.69	\$17,288,429.92	\$18,432,275.82	\$19,672,134.01	\$20,962,569.91	\$22,335,033.30	\$23,794,675.88	\$25,346,969.98	\$26,997,728.34
Inversiones: fija y Diferida	\$12,478,873.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	\$3,000,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Valores residuales de Recuperación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$4,665,000.00
FNE	\$15,478,873.00	\$27,429,751.55	\$25,151,035.34	\$26,759,532.18	\$28,467,301.03	\$30,260,588.31	\$32,196,242.17	\$34,254,937.24	\$36,444,401.12	\$38,772,842.27	\$45,913,979.81

Fuente: Elaboración propia.

7.7.3 Costo de capital.

Para establecer cualquier empresa es indispensable realizar una inversión inicial, el capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes como inversionistas, otras empresas, instituciones de crédito o una mezcla de estos.

Antes de invertir, siempre tiene en mente y se espera obtener una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Es una creencia común que la TMAR de referencia debe ser la tasa máxima que ofrecen los bancos por una inversión a plazo fijo, sin embargo, al realizar un balance neto entre el rendimiento bancario y la inflación, siempre habrá una pérdida neta del poder adquisitivo o valor real de la moneda si se mantiene el dinero invertido en un banco (esto es lógico ya que un banco no puede, por el solo hecho de invertir en él, enriquecer a nadie).

Por lo que el banco no debe ser la referencia, esto nos conduce a que, si se ganara un rendimiento igual al índice inflacionario, el capital invertido mantendría su poder adquisitivo, entonces, la referencia debe ser el índice inflacionario.

Pero cuando un inversionista arriesga su dinero, no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, busca que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá de haber compensado los efectos de la inflación.

Si se define a la TMAR como:

$$TMAR = i + f + if$$

Dónde:

TMAR= Tasa mínima aceptable de rendimiento

i = Premio al riesgo, este es el valor en porcentaje del riesgo en que incurre el proyectó en un determinado tiempo por un capital inicial invertido, la tasa de interés a la cual aspiran obtener los inversionistas es del 15%

f = Tasa de inflación promedio de México es de 6.05%, se tomó del mes de agosto del año 2017, con datos del Banco Mundial,

Esto significa que la TMAR que un inversionista le pediría a una inversión debe calcularse sumando dos factores:

- Debe ser tal su ganancia que compense los efectos inflacionarios.
- Debe ser un premio o sobretasa por arriesgar su dinero en determinada inversión (Baca, 2010).

Sustituyendo en la fórmula se obtiene el siguiente resultado:

$$TMAR = 15\% + 6.05 + (15\%)(6.05) = 21.95 \%$$

7.7.4 Valor Presente Neto

El valor presente neto o también llamado valor actual neto es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión.

Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0.

- Si el resultado es < 0 : mostrará cuánto se gana con el proyecto después de recuperar la inversión, por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto.
- Si el resultado es $= 0$: indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido.

Da al inversionista justo lo que quiere ganar y le permite recuperar todo lo invertido.

- Si el resultado > 0 : muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

El valor presente negativo puede incluso indicar que no se obtiene rentabilidad y que parte o toda la inversión no se recupera (Sapag, 2011).

A continuación, se encuentra la formula mediante la cual se puede obtener dicho indicador

$$VPN = S_0 + \sum_{t=1}^n \frac{S_t}{(1+i)^t}$$

VPN = Valor Presente Neto

S₀ = Inversión inicial

S_t = Flujo de Efectivo Neto del período t.

n = Número de períodos de tiempo

i = Tasa mínima aceptable de rendimiento (TREMA)

Tabla 49. Valor Presente Neto

Año	S_t	$(1 + i)^t$	$\frac{S_t}{(1+i)^t}$
S_0	-\$ 15,478,873.00	0	
1	\$ 29,111,492.86	1.2195	\$23,871,662.86
2	\$ 26,665,166.05	1.4872	\$17,930,016.25
3	\$ 28,349,345.03	1.8136	\$15,631,390.61
4	\$ 30,136,580.13	2.2117	\$13,625,948.68
5	\$ 32,013,306.99	2.6972	\$11,869,201.86
6	\$ 34,036,572.39	3.2892	\$10,347,965.94
7	\$ 36,187,259.59	4.0112	\$9,021,589.53
8	\$ 38,473,315.19	4.8916	\$7,865,116.74
9	\$ 40,903,177.65	5.9654	\$6,856,789.34
10	\$ 48,150,807.57	7.2747	\$6,618,895.57
		SUMA	\$123,638,577.37
		VPN	\$108,159,704.37

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar el resultado del VPN que se obtuvo anteriormente, nos indica que es viable aceptar el proyecto, ya que el resultado es mayor a cero, lo que denota un incremento de las ganancias durante el horizonte de planeación del proyecto.

7.7.5 Tasa Interna de Retorno

Conocida también como la tasa interna de rendimiento, este indicador de rentabilidad tiene una gran aceptación, nos permite conocer si es viable invertir en un proyecto, ya que transforma la rentabilidad de la empresa en un porcentaje y este se puede comparar con otras alternativas.

Se define como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos. La tasa interna de rendimiento de una propuesta de inversión, es aquella tasa de interés i que satisface cualquiera de las siguientes afirmaciones (Coss, 2011).

Los criterios para decidir si se acepta o rechaza un proyecto por este método son los siguientes:

- Si la $TIR < a$ la $TMAR$ se rechaza, ya que un proyecto genera menos beneficios que el interés pagado por la banca; ante lo cual sería más atractivo depositar el monto de los recursos disponibles en el banco o en cambio, optar por una alternativa de inversión rentable.
- Si la $TIR = TMAR$, el proyecto es indiferente. De tal manera que los beneficios del proyecto sólo pagarán los costos.
- Si la $TIR > TMAR$, el proyecto se acepta. Lo que significa que el beneficio real que se obtiene con el proyecto es mayor a la tasa de interés que pagan los bancos.

Al utilizar la función de Excel para obtener la TIR, obtenemos lo siguiente:

$$\Rightarrow TIR = 185 \%$$

El resultado de la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento, por lo tanto, se acepta el proyecto, ya que el rendimiento de la inversión de la empresa será mayor que el mínimo fijado aceptable. Lo que demuestra que la inversión es económicamente rentable

7.7.6 Relación Beneficio-Costo

Este indicador compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos incluida la inversión, es decir, nos muestra el rendimiento obtenido por cada peso invertido (Sapag, 2011).

- Si la relación B-C es <1, se rechaza el proyecto.
- Si la relación B-C es =1, la decisión de invertir es indiferente.
- Si la relación B-C es >1, se acepta el proyecto.

$$\text{Relación } B - C = \frac{\text{Beneficios obtenidos}}{\text{Costos incurridos}}$$

Sustituyendo en la fórmula, se obtiene lo siguiente:

$$\text{Relación } B - C = \frac{108,143,577,37}{15,478,873} = 6.98$$

Dicho indicador demuestra que por cada peso invertido en el proyecto se obtendrán 5.98 pesos de ganancia, por lo que el proyecto se acepta.

7.7.7 Periodo de recuperación de inversión

El periodo de recuperación de la inversión es otro criterio utilizado para evaluar la viabilidad de un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado (Sapag, 2011).

Dicho instrumento se calcula bajo la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo Neto de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo Neto de Efectivo del año en el que se recupera la inversión (ITSON, 2018).

Tabla 50. Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo neto de efectivo	Flujo neto de efectivo acumulado
Inicial	-15,478,873.00	-15,478,873.00
Año 1	29,113,077.02	13,634,204.02
Año 2	26,667,278.27	40,301,482.29
Año 3	28,351,457.25	68,652,939.54
Año 4	30,138,692.35	98,791,631.89
Año 5	32,015,419.21	130,807,051.10
Año 6	34,038,684.60	164,845,735.70
Año 7	36,189,371.80	201,035,107.50
Año 8	38,475,427.40	239,510,534.91
Año 9	40,905,289.87	280,415,824.78
Año 10	48,152,919.79	328,568,744.57

Fuente: Elaboración propia.

Una vez obtenida la tabla anterior y al sustituir en la fórmula anterior los datos obtenidos de la tabla, se obtiene el siguiente resultado:

$$PRI = 1 + \left(\frac{15,478,873 - 15,478,873}{29,113,077.02} \right) = 1$$

El tiempo de recuperación del proyecto es de un año, lo que indica que el monto de la inversión que se destine para la instalación del proyecto será recuperable en poco tiempo.

Conclusiones.

Con base en los resultados obtenidos del estudio, análisis y evaluación se acepta la hipótesis “el proyecto de inversión para la producción, comercialización y exportación de vino tinto mexicano es viable, factible y rentable, ya que Reino Unido es un mercado potencial para el consumo de vino tinto de la más alta calidad”.

Para validar la hipótesis se realizó un estudio de mercado en el cual se concluye que efectivamente Reino Unido es un mercado potencial, al ser uno de los principales consumidores y a la vez el que menos produce vino tinto y México cuenta con todos los elementos para cubrir dicha necesidad.

El vino que se produce en nuestro país no tiene el reconocimiento que se merece en el mercado nacional ni en el internacional, en muchas ocasiones el renombre de los vinos se los da automáticamente su lugar de procedencia y no es que sean malos pero el consumidor no se da la oportunidad de degustar los nacionales

Otro aspecto que es muy importante considerar es que México es relativamente joven en comparación a otros países productores y a pesar de esto cuenta con vinos reconocidos a nivel internacional y que además de eso han obtenido importantes premios, es por eso que se debe buscar que se conozcan en los mercados más exigentes.

Los precios y los canales de comercialización se ajustaron a los precios promedio de la competencia directa del proyecto de inversión.

Se dispone de una completa y amplia cotización de costos de instalación, materias primas, insumos y de recursos humanos necesarios para la operación de la bodega; se tienen ubicados a los proveedores de materia prima que cubren los requerimientos de calidad, condiciones de pago y tiempo de entrega de sus productos; se tiene presente la estructura organizacional del personal que laborará acorde a funciones y existe disponibilidad propia de recursos financieros para la instalación del proyecto sin recurrir a préstamos crediticios.

El estudio y la evaluación financiera dan como resultados que la inversión inicial para el proyecto es de \$ 15, 478,873 con una inversión fija equivalente al 79.97%, la inversión diferida del .65 % y un capital de trabajo del 19.38%.

Los estados financieros pro forma mostraron que la situación financiera del proyecto, será estable durante un periodo de 10 años, en virtud de que los ingresos pronosticados solventarán los costos y gastos involucrados. Además, se estimó que el proyecto generará Flujos de Efectivo positivos una vez deducido los montos correspondientes al pago de depreciación y amortización de los activos de la empresa, lo que significa que habrá disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir los costos y gastos que realice la empresa durante el periodo de planeación considerado.

El Valor Presente Neto obtenido es de \$108, 159,704.37 es por tanto mayor a 0, con una Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable del 21.95%, indicando que el proyecto tendrá beneficios futuros.

Respecto a la Tasa Interna de Retorno es del 185% lo cual indica que es mayor a la Tasa Mínima de Rendimiento Aceptable, demostrando el rendimiento esperado donde será mayor al rendimiento mínimo fijado como aceptable.

Respecto a la Relación Costo – Beneficio es del 6.98, señalando que por cada peso invertido en el proyecto se obtendrán 5.98 pesos de ganancia.

El Periodo de Recuperación de la Inversión será de un año y finalmente con todos estos resultados obtenidos en la evaluación del proyecto de inversión se determina que el proyecto es financieramente viable.

Dadas las condiciones de mercado que presenta el proyecto se concluyó que existe un mercado potencial por lo que, desde el punto de vista de viabilidad de mercado, lo que permitió continuar con la secuencia del proyecto.

Por otra parte, se dispone de un terreno con una muy buena ubicación; se cuenta con los permisos legales de construcción y operación que exige el Municipio, el

diseño y distribución de instalaciones propuesto es operativamente funcional acorde a los requerimientos que demanda este tipo de proyecto.

De lo anterior se determinó que el proyecto es financieramente rentable en virtud de los resultados obtenidos mediante la aplicación de métodos y criterios de evaluación que consideran el valor del dinero a través del tiempo.

Bibliografía.

- Adriano, Q. E. (2010). *El comercio exterior de México*. México: Porrúa.
- Agrobit. (11 de Febrero de 2018). *Cultivo de la uva*. Obtenido de [http://www.agrobit.com/Documentos/G_2_Microemp/431_mi000001uv\[1\].htm](http://www.agrobit.com/Documentos/G_2_Microemp/431_mi000001uv[1].htm)
- Aldana, S. (13 de Noviembre de 2015). *Selectus wines*. Obtenido de Champagne, Cava o Prosecco ¿cuál es la diferencia?: <https://www.selectuswines.com/es/champagne-cava-o-prosecco-cual-es-la-diferencia/1706>
- Arbour Shipping. (09 de Abril de 2018). *Incoterms 2010*. Obtenido de <http://www.arbourshipping.com/INCO-terms-2010.asp?route=to>
- Arosemena, P. (2012). El origen del comercio exterior. *Zona franca*, <http://www.revistazonafranca.com/?p=216>.
- AS Consultores. (8 de Febrero de 2017). Obtenido de Constitución de una empresa en México: <http://asconsultores.com.mx/constitucion-una-empresa-mexico/>
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de proyectos de Inversión*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Banco Mundial. (12 de Abril de 2017). *Banco de datos*. Obtenido de <http://databank.bancomundial.org/data/reports.aspx?source=indicadores-del-desarrollo-mundial>
- Banco Mundial. (21 de Marzo de 2018). *Datos*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>
- Banco Mundial. (18 de Marzo de 2018). *Doing Business*. Obtenido de Midiendo regulaciones para hacer negocios: <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/united-kingdom>
- BANCOMEXT. (2000). *Guía básica del exportador*. México: Banco Nacional de Comercio Exterior.
- BBVA BANCOMER. (18 de Mayo de 2018). *Yo soy PyME*. Obtenido de Leyes básicas que debe conocer todo emprendedor: <https://www.yosoypyme.net/nota.aspx?nota=7ea62d02-ead40-436c-91bd-72be231884dd&t=Leyes-basicas-que-debe-conocer-todo-emprendedor>
- Better life index. (19 de Enero de 2018). *Reino Unido*. Obtenido de OECD: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/united-kingdom-es/>
- Boullosa, R. (11 de Septiembre de 2017). *Producción nacional: la industria del vino mexicano*. Obtenido de Revista El Conocedor: <http://revistaelconocedor.com/produccion-nacional-la-industria-del-vino-mexicano/>
- Calvente. (20 de Abril de 2018). *Ficha logística*. Obtenido de Bodegas Calvente: <http://bodegashcalvente.com/documentos/ficha-logistica/FichaLogisticaCalventeGuindaleraTinto.pdf>

- CONALEP. (5 de Mayo de 2018). *Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica*. Obtenido de Constitución de una empresa: <https://sites.google.com/site/emprendetunegocioconalep/protocolizar-el-acta-constitutiva-ante-notario-o-corredor-publico>
- CONAPEME A.C. (13 de Mayo de 2010). Recuperado el 28 de SEMPTIEMBRE de 2012, de PODER EDOMEX: <http://poderedomex.com/notas.asp?id=55096>
- Contactopyme. (1 de Abril de 2000). *Programa de capacitación y modernización del comercio detallista*. Obtenido de Programa de capacitación y modernización empresarial. Análisis de la competencia: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/compe.asp>
- Coss, B. R. (2011). Método del valor presente. En B. R. Coss, *Análisis y evaluación de proyectos de inversión* (pág. 61). México: limusa.
- Curiosfera. (23 de Abril de 2018). *Historia del vino*. Obtenido de <http://www.curiosfera.com/historia-del-vino/>
- Deere, J. (1 de Abril de 2016). *La Vitivinicultura en México*. Obtenido de John Deere: https://www.deere.com.mx/es_MX/our_company/news_and_media/press_releases/2016/apr/john-deere-la-vitivinicultura.page
- EFXTO. (11 de Enero de 2017). *Comunidad Forex*. Obtenido de Exportaciones: <https://efxto.com/diccionario/exportaciones>
- El mundo. (26 de Junio de 2017). *El vino en el mundo*. Obtenido de Periódico El Mundo: <http://www.elmundo.es/metropoli/elmundovino/2017/06/26/59495436e5fdeaef308b4658.html>
- Embassy of Argentina London. (30 de Enero de 2018). *Informe de mercado del vino en el Reino Unido 2016*. Obtenido de Cámara de comercio Argentino-Británica: <http://www.ccab.org.ar/ccab/MisionUK2017/Perfil.de.Mercado-Vino-2016.pdf>
- Emprende pyme. (12 de Febrero de 2018). *Estudio de mercado*. Obtenido de ¿Que es el mercado meta?: <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-mercado-meta.html>
- Escobar, S. L. (8 de Junio de 2018). *Herramientas empresariales*. Obtenido de Evaluación Financiera de Proyectos: Cómo optimizar las decisiones de inversión en su empresa: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/Evaluaci%C3%B3nFinancieradeProyectos%C3%B3mooptimizar.aspx>
- Esteve, V. (21 de Octubre de 2016). *Asociación libre de economía*. Obtenido de Evolución histórica del tipo de cambio nominal de la libra esterlina/dólar, 1910-2016: <https://blogaldeaglobal.com/2016/10/21/evolucion-historica-del-tipo-de-cambio-nominal-de-la-libra-esterlinadolar-1910-2016/>
- Expansión. (10 de Marzo de 2017). *Reino Unido : Balanza comercial*. Obtenido de Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/uk>

- Expansión. (10 de Febrero de 2018). *IPC de Reino Unido*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/ipc-paises/uk>
- Expansión. (9 de Febrero de 2018). *PIB de Gran Bretaña*. Obtenido de Revista Expansión: <https://www.datosmacro.com/pib/uk>
- Expansión. (28 de Febrero de 2018). *Reino Unido-Piramide de población*. Obtenido de Datos macro: <https://www.datosmacro.com/demografia/estructura-poblacion/uk>
- González, J. A., Ceballos, G. M., & Méndez, E. B. (1 de Agosto de 2010). *Obesidad, mas que un problema de peso*. Obtenido de La ciencia y el hombre : <https://www.uv.mx/cienciahombre/revistae/vol23num2/articulos/obesidad/>
- Gozalbo, R. (10 de Mayo de 2014). *Diario de un Londinense*. Obtenido de Los supermercados recomendados: <http://www.diariodeunlondinense.com/varios/supermercados/supermercados-recomendados>
- Guajardo, C. G., & Andrade de Guajardo, N. (2008). *Contabilidad Financiera*. México: McGrawHill.
- Hernández, H. A. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversion*. Ciudad de México: Porrúa.
- Hinojosa, J. A., & Alfaro, H. (2000). Enfoques financiero y económico de las decisiones. En J. a. Hinojosa, & H. alfaro, *Evaluación económico-financiera de proyectos de inversión* (pág. 25). México: trillas.
- HR. (5 de Octubre de 2017). *Escenarios macroeconómicos agosto 2017*. Obtenido de HR Ratings: <https://www.hrratings.com/pdf/1Escenarios%20Macroeconomicos%20agosto%202017.pdf>
- ICEX . (1 de Octubre de 2017). *Estudio del mercado de la cerveza del Reino Unido 2017*. Obtenido de ICEX España exportaciones e inversiones: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017756623.html?idPais=GB>
- IMF. (16 de 02 de 2018). *International Monetary Found*. Obtenido de World Economic Outlook Database: <https://www.imf.org/en/Data>
- INADEM. (10 de Mayo de 2018). *Flujo del proceso productivo y escalas de producción*. Obtenido de Instituto Nacional del Emprendedor: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=14&guia=50&giro=1&ins=955>
- INEGI. (17 de Mayo de 2010). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado el 25 de 02 de 2013, de http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/Proyectos/bd/censos/cpv2010/PT.asp?s=est&c=27770&proy=cpv10_pt

- Instituto Nacional Del Emprendedor. (25 de Enero de 2018). *Guías empresariales*. Obtenido de Marco legal, licencias y permisos para iniciar operaciones:
<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=4&sg=28>
- Interempresas. (27 de Enero de 2016). *Industria vitivinícola*. Obtenido de El mercado británico y estadounidense del vino: en busca de sensaciones:
<https://www.interempresas.net/Vitivinicola/Articulos/148431-El-mercado-britanico-y-estadounidense-del-vino-en-busca-de-sensaciones.html>
- Invest in Baja . (20 de Abril de 2018). *Logística*. Obtenido de Ideal region for business:
<http://www.investinbaja.gob.mx/es/industrias/logistica>
- ITESCAM. (13 de Junio de 2014). *Estados financieros proforma y sus proyecciones*. Obtenido de Instituto Tecnológico Superior de Calkini en el Estado de Campeche:
<https://analisisinterpretaciondeestadosfinancierosunivia.wordpress.com/2014/06/13/estados-financieros-proforma-y-sus-proyecciones/>
- ITSON. (12 de Junio de 2018). *Planeación y evaluación financiera*. Obtenido de Instituto Tecnológico de Sonora:
http://biblioteca.itson.mx/oa/contaduria_finanzas/oa1/planeacion_evaluacion_financiera/p11.htm
- Kamilamba, K. M. (2002). *La globalización vista desde la periferia*. Ciudad de México: Miguel Angel Porrúa.
- Kohn, R. (1 de Noviembre de 2012). *NG Logística*. Obtenido de Embalajes para la exportacion de vinos: <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1328>
- La guía del vino. (4 de Marzo de 2017). *Beneficios para la salud*. Obtenido de El vino:
<http://www.guia-vino.com/beneficios-para-la-salud>
- Llamazares, O. (12 de Enero de 2014). *Global Negotiator Blog*. Obtenido de ¿Qué es un plan de exportación?: <http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Los alimentos. (10 de Agosto de 2017). *Información general acerca del vino tinto*. Obtenido de <https://alimentos.org.es/carbohidratos-vino-tinto>
- Los mejores destinos. (21 de Mayo de 2018). *Ubicación geográfica de México* . Obtenido de Países limítrofes, Norte América, superficie, latitud, altitud y longitud del territorio mexicano.:
http://www.losmejoresdestinos.com/mexico_ubicacion.htm
- Morales, C. J., & Morales, C. A. (2009). *Proyectos de Inversión*. México, D.F: Mc Graw Hill.
- Moreno, J. M. (2015). *Manual del exportador*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Macchi.
- Muinelo, A. (4 de Julio de 2016). *IWS consultores*. Obtenido de Las exportaciones de vino al Reino Unido: <http://www.iwsconsultores.com/las-exportaciones-de-vino-al-reino-unido/>

- Muñoz, R. (7 de Mayo de 2018). *Canales de distribución*. Obtenido de Marketing XXI: <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>
- NAFIN. (01 de Junio de 2018). *Financiamiento*. Obtenido de Nacional Financiera: <http://www.nafin.com/portalnf/content/financiamiento/>
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Londres. (20 de Enero de 2018). *Al margen*. Obtenido de Normativa de etiquetado de vinos para el Reino Unido: <https://almargen.com/normativa-etiquetado-de-vinos-para-el-reino-unido/>
- OIV. (1 de Junio de 2012). *Organización Internacional de la Viña y el Vino*. Obtenido de Norma Internacional para el etiquetado de los vinos: http://www.inv.gov.ar/inv_contenidos/pdf/oiv/Normaetiquetadodevinos.pdf
- OMC. (29 de Enero de 2017). *Comercio de productos agropecuarios*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: <https://www.wto.org/spanish/tratops/agrics/agintro01intros.htm>
- ONU. (27 de Enero de 2005). *El estado mundial de la agricultura y la alimentación*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/008/a0050s/a0050s02.pdf>
- Pineda, A. (26 de 01 de 2016). *El economista*. Obtenido de Reino Unido duplicará su comercio con México: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Reino-Unido-duplicara-su-comercio-con-Mexico--20160129-0012.html>
- Posada, R. (13 de Febrero de 2018). *Centro Europeo de Posgrado*. Obtenido de Barrera al comercio exterior: <https://www.ceupe.com/blog/barreras-al-comercio-exterior.html>
- PROCOMER. (Abril de 1 de 2009). *Reino Unido*. Obtenido de Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Reino%20Unido.pdf>
- PROCOMER. (24 de Abril de 2018). *Logística de exportación a Reino Unido*. Obtenido de Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica: <https://www.procomer.com/downloads/logistica/ru/2013%20Analisis%20Logistico%20de%20Reino%20Unido.pdf>
- PROMEXICO. (19 de Febrero de 2018). *Pasos para exportar*. Obtenido de <http://www.promexico.gob.mx/es/mx/pasos-exportar>
- RE. (30 de Noviembre de 2006). *Envases y embalajes en el sector del vino*. Obtenido de Revista de Enología: http://www.acenologia.com/ciencia77_1.htm
- Salomón, A. (2004). La industria vitivinícola. *Horizonte sectorial*, 1-14.
- Santander. (1 de Octubre de 2017). *Reino Unido: Política y economía*. Obtenido de Trade Portal: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/reino-unido/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=35&memoriser_choix=memoriser

- Santander. (24 de Marzo de 2018). *Reino Unido: Inversión Extranjera*. Obtenido de Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/reino-unido/inversion-extranjera?#administrative>
- Santander. (17 de Mayo de 2018). *Reino Unido: Llegar al consumidor*. Obtenido de Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/reino-unido/llegar-al-consumidor>
- Santander. (13 de Enero de 2018). *Trámites aduaneros en el Reino Unido*. Obtenido de Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/reino-unido/tramites-aduaneros-importacion>
- Santander. (14 de Abril de 2018). *Trámites aduaneros en el Reino Unido*. Obtenido de Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/reino-unido/tramites-aduaneros-importacion>
- Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Santiago de Chile: Pearson.
- SE. (10 de Mayo de 2015). *Comercio exterior*. Obtenido de Secretaria de Economía: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>
- SE. (25 de Marzo de 2018). *Catálogo Mexicano de Normas*. Obtenido de Secretaría de Economía : <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/normalizacion/catalogo-mexicano-de-normas>
- SE. (20 de Marzo de 2018). *Secretaría de economía*. Obtenido de Catálogo de normas oficiales mexicanas: <http://www.economia-noms.gob.mx/noms/consultasAction.do>
- Tecnovino. (5 de Mayo de 2015). *Novedades en almacenaje, movimiento de cargas y transporte de vino*. Obtenido de El portal para el profesional de la industria vitivinícola: <http://www.tecnovino.com/novedades-en-almacenaje-movimiento-de-cargas-y-transporte-de-vino/>
- Trade Map. (23 de Marzo de 2018). *Estadísticas de comercio para el desarrollo Internacional de las empresas*. Obtenido de Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|826|||2204|||4|1|1|1|1|1|2|1|1
- Urbina Vinos blog. (4 de Agosto de 2010). *Perfil del consumidor del vino en el Reino Unido*. Obtenido de Urbina Vinos blog: <http://urbinavinos.blogspot.mx/2010/08/perfil-de-consumidor-de-vino-en-el.html>
- Valencia, J. R. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Ciudad de México: CENGAGE Learning.
- Vinetur. (25 de Julio de 2017). *¿Por qué gusta tanto el vino espumoso en Reino Unido?* Obtenido de <https://www.vinetur.com/2017072528987/por-que-les-gusta-tanto-el-vino-espumoso-a-los-britanicos.html>

Vivanco. (15 de Marzo de 2018). *¿Como es el proceso de elaboración de vino tinto?* Obtenido de <https://vivancoculturadevino.es/blog/2016/05/26/diferencias-entre-crianza-reserva-y-gran-reserva/>

Anexo 1 Encuesta

1. ¿Cuáles son los principales desafíos a los que se enfrenta la industria vinícola en nuestro país?
2. ¿Cuánta es la inversión aproximada que se requiere para un proyecto de este tipo?
3. ¿Cuánto es el tiempo de recuperación en la inversión de un viñedo?
4. ¿Cuáles son los principales obstáculos a los que se enfrenta un inversionista?
5. Sabemos que el vino tinto es un producto que no está presente en la dieta diaria del consumidor mexicano ¿Qué considera usted que es necesario para llegar a la mente del consumidor?
6. ¿Por qué en ocasiones el vino nacional es más caro que el internacional?
7. ¿Si hay más de 100 casas vinícolas en el país, porque en los centros comerciales la oferta de vino nacional es muy reducida?
8. ¿Qué áreas de oportunidad existen en la cadena de suministro?
9. ¿Qué acciones considera que son necesarias para darle impulso a este sector?
10. ¿Cuentan con apoyos o programas por parte del gobierno para el desarrollo e innovación?
11. ¿El vino mexicano cuenta con la calidad necesaria para competir con los grandes productores como por ejemplo Francia, Italia, España, etc.?
12. ¿Cuál es su ventaja competitiva?
13. ¿Qué desafíos enfrenta el vino nacional en el extranjero?
14. Respecto al cambio climático ¿Cuáles son las principales amenazas que enfrenta el sector?

Anexo 2 Índice de Gráficas, Tablas, Imágenes y Figuras

Índice de figuras

Figura 1. Consumo del vino en México 2016.	10
Figura 2. Logo de la empresa	67
Figura 3. Contenedor para botellas.....	72
Figura 4. Voidfiller	73
Figura 5. Rodillos modulares	73
Figura 6. Incoterms.....	97
Figura 7. Variación del tipo de cambio del Reino Unido 2016	119
Figura 8. Evolución del tipo de cambio de Reino Unido 1910-2016	120
Figura 9. Canal de distribución.....	147
Figura 10. Ubicación geográfica del Valle de Guadalupe, municipio de Ensenada	159
Figura 11. Localización de la empresa México tinto	160
Figura 12. Diagrama de flujo del proceso de elaboración de vino tinto.....	166
Figura 13. Proceso de elaboración de vino tinto.	167
Figura 14. Planta baja.....	174
Figura 15. Primer piso	175
Figura 16. Organigrama de la organización.....	187

Índice de tablas

Tabla 1. Principales nutrientes del vino tinto.....	56
Tabla 2. Vitaminas del vino tinto.....	57
Tabla 3. Minerales del vino tinto.....	58
Tabla 4. Aminoácidos del vino tinto.	59
Tabla 5. Hidratos de carbono simple del vino tinto.	60
Tabla 6. Ácidos orgánicos del vino tinto.....	60
Tabla 7. Fitosteroles del vino tinto.....	61
Tabla 8. Escalas de producción de botellas de vino.	67
Tabla 9. Datos técnicos por botella de vino.	82
Tabla 10. Datos técnicos por caja.....	83
Tabla 11. Datos técnicos por pallet.....	83
Tabla 12. Datos técnicos por contenedor.	84
Tabla 13. Estimado de costos de transporte por vía marítima.	85
Tabla 14. Estimado de costos de transporte por vía aérea.....	85
Tabla 15. Volumen nominal de vino tinto.	88
Tabla 16. Normas aplicables a la producción y comercialización de vino tinto en México.	111
Tabla 17. Gastos del consumidor ingles por producto de los gastos totales.....	132
Tabla 18. Precio del producto	145
Tabla 19. Costo de publicidad	146
Tabla 20. Costos materia prima	154

Tabla 21. Distribución de la producción.....	155
Tabla 22. Penetración de mercado inglés.	157
Tabla 23. Elementos utilizados para transportar la uva hasta la bodega.	168
Tabla 24. Maquinaria utilizada en la zona de recepción.	168
Tabla 25. Maquinaria utilizada en la zona de tratamiento mecánico.....	169
Tabla 26. Maquinaria utilizada en la zona de frementación y prensado	170
Tabla 27. Maquinaria utilizada en la zona de estabilización.....	171
Tabla 28. Maquinaria utilizada en la zona de envejecimiento en madera	171
Tabla 29. Maquinaria utilizada en la zona de embotellado	172
Tabla 30. Elementos utilizados en la zona de evejecimiento en botella.....	172
Tabla 31. Mobiliario para departamentos administrativos.	176
Tabla 32. Estimado de costos para la constitución de la una empresa	186
Tabla 33. Sueldo anual y mensual del personal.	200
Tabla 34. Inversión fija	202
Tabla 35. Inversión Diferida	203
Tabla 36. Capital de trabajo	204
Tabla 37. Desglose capital de trabajo	205
Tabla 38. Total de la inversión	206
Tabla 39. Aportación de los socios en el capital social de la empresa.....	207
Tabla 40. Financiamiento por crédito	208
Tabla 41. Ingresos por ventas.....	210
Tabla 42. Costo de producción.....	211
Tabla 43. Gastos totales	7-212
Tabla 44. Depreciaciones y Amortizaciones (10 años).....	214
Tabla 45. Estado de resultados	216
Tabla 46. Flujo de Efectivo	218
Tabla 47. Punto de equilibrio	222
Tabla 48. Flujo Neto de Efectivo	224
Tabla 49. Valor Presente Neto	228
Tabla 50. Periodo de recuperación de la inversión.....	231

Índice de graficas

Gráfica 1. Importación de alimentos Reino Unido 2015.....	113
Gráfica 2. Crecimiento porcentual del PIB 2000-2016 en Reino Unido	116
Gráfica 3. PIB per cápita (US\$ a precios actuales) 2000 - 2016, en Reino Unido.....	117
Gráfica 4. Inflación, precios al consumidor (% anual) 2000-2016 en Reino Unido	118
Gráfica 5. Balanza comercial de bienes y servicios (% del PIB) 2000-2016 en Reino Unido.....	121
Gráfica 6. Población del Reino Unido 2000-2016.....	130
Gráfica 7. Participación de las importaciones para Reino Unido (%).	139
Gráfica 8. Valor importado en 2016(miles de USD)	140

