



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO



FACULTAD DE ECONOMÍA

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE MEZCAL DE MÉXICO
A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA 2016”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES

PRESENTA:

MARCELA SUZET PEDRAL LÓPEZ

ASESORA:

M. EN E. MA. LUISA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO.

AGOSTO 2016.

INTRODUCCIÓN

La apertura económica trajo consigo la liberación comercial, de manera que la interacción entre los países se ha vuelto más dinámica, presentándose de manera casi general una economía de mercado, lo que ha dado como resultado un mundo que se ha globalizado. Estados Unidos de América es el principal socio comercial de México; es un país donde los productos mexicanos del sector alimenticio y de bebidas han tenido una gran aceptación.

México se ha convertido no solo en un socio comercial para Estados Unidos, sino que es también un gran espacio de producción de creciente importancia para que las empresas estadounidenses puedan reducir sus costos y competir en mercados globales contra los productos y procesos provenientes de Asia (Oropeza, 2014).

El TLCAN ha generado un mayor intercambio comercial e integración productiva, pero con crecientes niveles de desigualdad, lo que trae consigo un entorno de inestabilidad político-social a nivel regional, pero también hay factores positivos como la transformación de México en un país altamente exportador que estuvo apoyado por la inversión extranjera, la cual proviene fundamentalmente de Estados Unidos, lo que ayudó a incrementar su posición de inversión en México de 15 mil a 102 mil millones de dólares entre 1993 y 2012, significando un multiplicador de 6.6 veces, sin embargo la inversión que realizó Estados Unidos en Canadá partió de una base mayor de casi 70 mil millones de dólares y se multiplico por 5 veces, alcanzando los 351 mil millones de dólares en 2012, estos datos muestran que la relación no ha sido simétrica (Ruiz, 2015).

También es sabido que el comercio internacional tiene muchos fines, permite a las naciones especializarse en la producción de los bienes y servicios donde es más eficiente. Hablando específicamente de la producción de mezcal, México cuenta con cultivos de agave que no requieren cuidados considerables ya que se adaptan perfectamente a las condiciones climatológicas y de suelo de las regiones que cuentan con la denominación de origen.

Las plantaciones de agave para la producción de mezcal se dan en la región de Oaxaca principalmente, Guerrero, Zacatecas, Michoacán, Puebla, Guanajuato, Durango y San Luis Potosí.

El mezcal es la bebida representativa del estado de Oaxaca; es la que le ha dado fama mundial y así mismo la que da empleo a miles de personas, lo que la ha convertido en una de las principales industrias de esta entidad federativa. Según el Banco Nacional de Comercio Exterior el mezcal ha sido identificado como uno de los productos que tiene mayor oportunidad de exportación de México a Estados Unidos de América.

En Oaxaca existen varias empresas que se dedican a la producción de mezcal consideradas pequeñas o medianas empresas, y envasadoras que son las que se dedican a exportar el mezcal.

La empresa Benevá S.A de C.V. es una productora de mezcal en el estado de Oaxaca que cuenta con la tecnología necesaria para realizar este proceso y exporta el producto con certificación del Consejo Regulador de Mezcal, por tanto se considera esta empresa para la realización de la presente tesis.

La hipótesis plantea el análisis del entorno del mercado del mezcal y la planeación para el proceso de exportación permite clarificar las herramientas para la incursión de este producto en el mercado de Estados Unidos de América.

El objetivo es realizar un análisis del mercado del mezcal en México para determinar el procedimiento y las normas a cumplir para el entorno del mercado de Estados Unidos de América.

El capítulo I denominado **Aspectos Teóricos de Comercio Internacional y Dinamismo Económico de México**, sustenta a los cuatro capítulos siguientes, aborda las teorías de comercio internacional, con mención especial a la Teoría del Desfase Tecnológico que es la que respalda el plan de exportación de mezcal, ya que plantea que los bienes y los procesos productivos van cambiando con el tiempo y no tienen

lugar simultáneamente en todos los países. También aborda los tratados de libre comercio que ha firmado México, haciendo mención específica al TLCAN. Por último se define el plan de exportación, cómo es el análisis de mercado, el de competitividad de las empresas y se define el procedimiento de logística y tramites de exportación.

En el capítulo II denominado **El Estado de Oaxaca y su Importancia en la Industria del Mezcal**, se aborda al estado de Oaxaca, sus principales actividades económicas y como ha sido su participación al PIB, principalmente se dedica este capítulo a definir el comportamiento de la industria del mezcal, cuales son todas las características con las que cuenta esta bebida espirituosa, así mismo se hace énfasis al Consejo Regulador del Mezcal quien es el que emite todos los permisos y certificaciones del mezcal. Se define el proceso de producción del mezcal y la cadena productiva del mismo.

En el capítulo III denominado **Análisis de Mercado**, se analiza el comportamiento de la industria de bebidas en Estados Unidos de América y México, también cómo es la demanda de mezcal en ambos países y en los países extranjeros que lo importan. Se realiza el análisis FODA para saber las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene la bebida espirituosa. Se incorpora la fracción arancelaria del mezcal, los requisitos aduaneros para la exportación, las empresas exportadoras de mezcal, analizando específicamente a la empresa Benevá S.A de C.V.

En el capítulo IV denominado **Transporte y Logística**, se abordan los medios de transporte para la exportación, el empaque y embalaje, las regulaciones de envasado para el mezcal, las normas que necesita el producto tanto para su venta nacional como de exportación, el incoterm que se necesita para la exportación de mezcal y los seguros.

El capítulo V **Estudio Financiero y Evaluación Económica**, se refiere a los apoyos para la exportación y la industria del mezcal, se realiza el pronóstico de ventas hasta para el año 2018, el presupuesto de ingresos de la empresa Benevá S.A. de C.V., el presupuesto de egresos, se emite el estado de resultados y se hace la evaluación económica considerando el punto de equilibrio, el valor presente neto, la tasa interna de

rendimiento, cuál sería la razón de liquidez de la empresa y su rentabilidad, por último se valora el periodo de recuperación de la empresa.

ÍNDICE

CAPITULO I ASPECTOS TEÓRICOS DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DINAMISMO ECONÓMICO DE MÉXICO ¡Error! Marcador no definido.

1.1 Teorías que sustentan el Comercio Internacional.....	11
1.1.1 Escuela Neoclásica y sus Antecedentes	11
1.1.1.1 La Teoría del Superávit Comercial	11
1.1.1.2 Ventaja Absoluta	11
1.1.1.2.1 La Ventaja Comparativa	13
1.1.1.2.2 El Modelo Heckscher-Ohlin	15
1.1.1.3 Teorías Alternativas del Comercio Internacional	16
1.1.1.3.1 La Teoría de la Disponibilidad	17
1.1.1.3.2 La Teoría de la Demanda Representativa o Coincidentes	18
1.1.1.3.3 La Teoría del Desfase Tecnológico	18
1.1.1.3.4 El Enfoque Neofactorial.....	20
1.2 Ventajas del Comercio Internacional.....	21
1.3 Desventajas del Comercio Internacional.....	22
1.4 Tratados de Libre Comercio que ha firmado México.....	22
1.5. Resultados del TLCAN.....	23
1.6 Plan de exportación	28

CAPITULO II EL ESTADO DE OAXACA Y SU IMPORTANCIA EN LA INDUSTRIA DEL MEZCAL.....

2.1 Oaxaca Generalidades	35
2.1.1 Aportación de Oaxaca al PIB.....	35
2.1.2 Actividades Económicas de Oaxaca.....	36
2.2 La industria del mezcal en Oaxaca	37
2.2.1 Definición de mezcal.....	37

2.2.2 Tipos de mezcal.....	41
2.2.3 Categorías de Mezcal	41
2.2.4 Denominación de Origen del mezcal	42
2.3 Consejo Mexicano Regulador de la calidad del Mezcal (COMERCAM)	43
2.4 Proceso que realiza el COMERCAM para la certificación del mezcal.....	45
2.5 Proceso de Producción del Mezcal	45
2.5.1 Recolección	46
2.5.2 Cocción.....	46
2.5.3 Triturado	47
2.5.4 Fermentación.....	49
2.5.5 Destilación	50
2.5.6 Refinado	51
2.5.7 Envasado.....	54
2.6 Cadena Productiva de la Industria del Mezcal	56
CAPITULO III ANÁLISIS DE MERCADO	57
3.1 Demanda nacional de bebidas alcohólicas	60
3.1.1 Composición del mercado nacional de bebidas alcohólicas.....	60
3.1.2 Segmentación del mercado nacional de bebidas espirituosas por volumen	60
3.1.3 Comparativo de bebidas espirituosas por el precio promedio de botella de 750ml. en el canal de mayoristas	61
3.1.4 Porcentaje de composición del mercado nacional de bebidas alcohólicas por valor	62
3.2 Exportación del Mezcal	63
3.2.1 Envasado del mezcal para mercado de exportación	63
3.2.2 Entidades que envasan para mercado de exportación.....	65

3.2.3 Procedencia del mezcal de exportación	65
3.2.4 Precio para mercado nacional y de exportación	66
3.3 Análisis FODA para el mezcal mexicano de exportación a Estados Unidos de América.....	66
3.4 Importaciones y Exportaciones de Estados Unidos	67
3.5 Consumo de alcohol en Estados Unidos de América	68
3.6 Requisitos para exportar el Mezcal a Estados Unidos de América	70
3.7 Fracción Arancelaria y Clasificación Arancelaria bajo el Sistema Armonizado	72
3.8 Certificado de exportación de COMERCAM	74
3.9. Requisitos Aduaneros para la exportación del mezcal.....	75
3.10 Empresas productoras de mezcal en el estado de Oaxaca	76
3.11 Empresas Exportadoras de mezcal en Oaxaca, SIAVI (DIEX)	78
3.12 Mezcal “Benevá S.A. de C.V.”.....	79
3.12.1 Proceso de elaboración del mezcal Benevá	79
3.13 Demanda de mezcal en Estados Unidos de América	80
3.14 Productos sustitutos.....	82
CAPITULO IV TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	83
4.1 Medios de Transporte	84
4.2 Empaque y Embalaje	84
4.3 Regulaciones del envasado para el mezcal.....	85
4.4 Comercialización del mezcal.....	87
4.5 Normalización del mezcal	88
4.6 Etiquetado del mezcal.....	89
4.7 Incoterms	91
4.8 Seguros.....	92
4.9 Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT).....	93

4.10 Definiciones Revisadas de Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD) ..	93
CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	94
5.1 Apoyos para la exportación y la industria del mezcal.....	95
5.2 Estudio Financiero	95
5.2.1 Pronóstico de Ventas.....	98
5.2.2 Presupuesto de Ingresos	98
5.2.3 Presupuesto de Egresos.....	103
5.2.4 Estado de Resultados.....	108
5.3 Evaluación Económica	113
5.3.1 Punto de Equilibrio.....	114
5.3.2 Valor Presente Neto (VPN).....	115
5.3.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR).....	117
5.3.4 Razón de Liquidez	118
5.3.5 Rentabilidad Contable (RC)	121
5.3.6 Periodo de Recuperación del Capital (PRC).....	122
Conclusiones.....	122
Anexos	124

CAPITULO I ASPECTOS TEÓRICOS DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DINAMISMO ECONÓMICO DE MÉXICO

1.1 Teorías que sustentan el Comercio Internacional

La teoría moderna del comercio es el fruto de la evolución de ideas del pensamiento económico. En particular de los escritos de los mercantilistas y, más adelante, de los economistas clásicos, Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, fundamentales para proporcionar el marco de referencia de la teoría moderna del comercio.

El pensamiento en torno a la economía internacional se puede clasificar en dos grandes ramas: las finanzas internacionales y el comercio internacional. La primera se trata de una teoría monetaria, centrada en el corto plazo; en cambio la teoría del comercio internacional se preocupa por los aspectos reales de las relaciones económicas entre naciones y por las tendencias en el largo plazo.

En este apartado se destacan algunos aspectos importantes del comercio internacional, así como la evolución del pensamiento acerca de la teoría del comercio internacional, sin embargo solo se abordaran aquellas teorías y escuelas que han conseguido un mayor asentamiento e influencia en el cuerpo teórico del comercio internacional, tratando de reflejar las conexiones entre ellas.

1.1.1 Escuela Neoclásica y sus Antecedentes

1.1.1.1 La Teoría del Superávit Comercial

En los siglos XVI, XVII, y XVIII se realizaron las primeras aportaciones y reflexiones sobre el comercio internacional. Esta corriente de pensamiento se identificó, con posterioridad, con el nombre de mercantilismo. Aunque no llegaron a establecer un cuerpo doctrinal coherente, los mercantilistas coincidieron únicamente en sus análisis de comercio exterior, hasta tal punto que este se llegó a constituir en el eje central de sus teorías (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

Los mercantilistas no se preocuparon por estudiar las causas del comercio internacional, sino que se propusieron determinar las ventajas de los intercambios comerciales para la economía del país. La doctrina del superávit de la balanza comercial que postularon los mercantilistas implicaba que un país se beneficiaría del comercio internacional siempre que el valor de sus exportaciones superase el valor de sus importaciones, ello daría origen a la entrada neta de metales preciosos por el valor equivalente a dicho saldo, lo cual generaría el enriquecimiento del país (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

Para lograr el deseado superávit comercial los mercantilistas propondrían la intervención del Estado, que debía, por una parte, dificultar la entrada en el país de importaciones mediante políticas proteccionistas y, por otra parte, fomentar las exportaciones de los productos nacionales.

Por lo que se refiere a la teoría del desarrollo, el objetivo predominante de los mercantilistas era lo que podríamos considerar la aceleración del ritmo de crecimiento de la producción total. Para alcanzar este objetivo, se postulaba la eficiente y plena utilización de los factores disponibles, sobre todo del trabajo, así como el aumento del stock de estos factores y la capacidad tecnológica y económica para utilizarlos.

Los mercantilistas suponían que no era posible aumentar este doble objetivo a menos que se produjese la intervención del Estado de forma directa o indirecta. En el primero de los casos se trataba de actuaciones concretas para evitar determinados males o fortalecer ciertas situaciones favorables; la intervención indirecta se basaba en la creación de condiciones generales encaminadas al desarrollo económico, tales como dinero satisfactorio para las actividades económicas y facilidades bancarias, impositivas, legales y de transporte. No obstante, la mayor parte de la intervención del Estado se centró en la regulación del comercio exterior y el sector manufacturero, considerados como sectores estratégicos cuyo desarrollo favorable traería consigo el de otros sectores menos estratégicos y dependientes. El papel del Estado en la teoría del desarrollo mercantilista es por tanto esencial.

1.1.1.2 Ventaja Absoluta

Durante el siglo XVIII, el nuevo marco histórico resulto decisivo para el surgimiento de nuevas corrientes de pensamiento económico que en el terreno de la economía internacional criticaron la economía mercantilista y terminaron por establecer el predominio de la escuela clásica.

En este contexto, Adam Smith publica, en 1776, en su investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, donde expone nuevos principios e hipótesis sobre la economía internacional, claramente opuestos a las ideas mercantilistas (Tugores, 2006).

El pensamiento económico de Smith estaba presidido por la existencia de una mano invisible (el sistema de precios), que regulaba el funcionamiento económico de modo natural y sin necesidad de coordinación por parte de las autoridades. Smith trasladó su doctrina liberal al comercio internacional, estudiando sus posibles beneficios para la sociedad y las opciones de política económica para maximizar tales ventajas.

Así para formular su pensamiento sobre el comercio internacional, Smith se basó en la división del trabajo como fuente del crecimiento de la productividad de los trabajadores y de la generación de la riqueza. La división del trabajo lograría un abaratamiento de los costes productivos y economías de escala (Tugores, 2006).

Sin embargo los beneficios de la especialización quedan limitados por la dimensión del mercado. Por ello, Smith propone la liberalización del comercio internacional, con el objetivo de lograr la mayor amplitud posible del mercado y permitir, así, un proceso de división internacional del trabajo más intenso.

Esta ampliación de los mercados nacionales sería una importante función del comercio entre naciones, pero Smith también señaló que, además, el comercio internacional permite la colocación en el exterior de los excedentes productivos nacionales, infiriéndoles un nuevo valor.

Por lo tanto Smith establece la “teoría de la ventaja absoluta”, bajo la cual un país exportaría (importaría) aquellas mercancías en las que tuviera ventaja (desventaja) absoluta de costes respecto a otro país. Esta ventaja vendría dada por un menor coste laboral en el primer país, asumiendo que el trabajo es el único factor productivo empleado y que es homogéneo internacionalmente (Tugores, 2006).

Para Adam Smith la ganancia no se genera en la esfera de la circulación (o sea, en el comercio) ni los metales preciosos representan el fundamento de la riqueza nacional que llevaba a los países mercantilistas a adoptar políticas comerciales ventajosas a fin de aumentar las existencias de oro y de plata. Para Adam Smith, la ganancia o el beneficio se genera en la esfera de la producción y el fundamento de la riqueza nacional es el trabajo que puede alcanzar su máxima expresión (o productividad) si el mercado se expande más allá de ciertos límites. El trabajo es la fuente de la riqueza nacional (Ramales, 2013).

El principio comercial de Smith era el principio de la ventaja absoluta: en un mundo de dos naciones y dos productos, la especialización internacional y el comercio serían benéficos cuando una nación tenga una ventaja de costo absoluta (es decir, utilice menos trabajo para fabricar una unidad de producción) en un producto y la otra nación tenga una ventaja de costo absoluta en el otro producto (Ramales, 2013).

Es decir para que el mundo se beneficie de la especialización, cada nación debe tener un producto en el que sea absolutamente más eficientemente en su producción que su socio comercial esto lleva a que una nación importará los productos en los que tenga una desventaja de costo absoluta y exportará los productos en los que tenga una ventaja de costo absoluta.

Por lo tanto cada nación se beneficia al especializarse en la producción del bien que elabora a un costo menor que la otra nación, mientras que importará el producto que fabrica a un costo mayor, de manera que el mundo utiliza sus recursos de forma más eficiente, como resultado de la especialización, ocurre un aumento en la producción

mundial, que se distribuye a las dos naciones a través del comercio. Todas las naciones se pueden beneficiarse del comercio, de acuerdo con Smith (Chacholiades, 1992).

1.1.1.2.1 La Ventaja Comparativa

Los economistas clásicos consideraban que las ventajas comparativas eran el determinante de los patrones de comercio de los países, ya que según esta teoría un país exporta aquel o aquellos bienes en los que tiene ventaja comparativa e importa los bienes en los cuales no posee esta ventaja. Un país que tiene una tecnología y cantidad de recursos dada por unidad de tiempo, es capaz de obtener un nivel de bienestar mayor si participa en el comercio internacional que si no lo hace, ya que el intercambio le permite disfrutar de un mayor ingreso real y mayor bienestar con los mismos recursos y la misma tecnología.

David Ricardo al igual que Smith, parten de la teoría valor-trabajo, es decir, el valor de los bienes depende de la cantidad de trabajo que estos incorporan; además, el trabajo se considera móvil dentro de un país. La productividad es constante dentro de cada país, pero puede variar internacionalmente debido a la utilización de diferentes técnicas productivas. Hay competencia perfecta, los costes unitarios son constantes, los costes de transporte no se tienen en cuenta y no existen obstáculos al comercio internacional (Tugores, 2006).

Bajo estos supuestos David Ricardo establece la ventaja de la teoría comparativa (o de la ventaja relativa) por lo que un país debe especializarse en la producción de aquellos bienes cuyo coste relativo respecto a otros bienes en el país sea menor al correspondiente coste relativo existente en otro país. De este modo, las mercancías que un país debe exportar no tienen necesariamente que ser las de menor coste internacional, como proponía Smith (Tugores, 2006).

David Ricardo señala que las diferencias entre la productividad del trabajo en los distintos países representa la causa del comercio internacional, suponiendo ello hay otra nueva superación del análisis realizado por Smith. En efecto la productividad

relativa de cada país determinará la dirección de los flujos internacionales de bienes (Tugores, 2006).

Para John Stuart Mill los beneficios que se obtienen del intercambio comercial a nivel internacional son que el comercio internacional basado en las ventajas comparativas da como resultado un empleo más eficiente de los recursos a nivel mundial; la ampliación de mercados, da lugar a innovaciones en los procesos productivos; se incrementa las tasas de ahorro e inversión de la economía, ya que se da una mayor acumulación de capital; se crean nuevas necesidades al tener acceso a nuevos bienes; permite una mayor transferencia tecnológica y mejoras en los procesos productivos (TESOEM, 2009).

1.1.1.2.2 El Modelo Heckscher-Ohlin

Las contribuciones a la teoría del comercio internacional, se pueden distinguir en dos vías complementarias. La primera vendría dada por la reformulación neoclásica de las teorías basadas en la ventaja comparativa. Pero, quizás, las aportaciones más importantes fueron las llevadas a cabo desde una segunda vía, con las investigaciones de los economistas suecos E. Heckscher y B. Ohlin (Chacholiades, 1992).

La contribución fundamental de la teoría neoclásica para el análisis del comercio internacional reside en la explicación de las ventajas comparativas y de la especialización de un país a partir de su dotación factorial. Dicha aportación fue consagrada con el nombre de modelo Heckscher-Ohlin (modelo H-O) (Chacholiades, 1992).

El modelo H-O explica la existencia y composición del comercio internacional a partir de un nuevo concepto, el de la abundancia relativa de los factores de producción de cada país, lo cual originará la ventaja comparativa. Es decir esta teoría compara la abundancia de los factores de producción (trabajo y capital) ocupados por la elaboración de un determinado bien en dos países distintos, considerando el comercio entre esas dos economías (Chacholiades, 1992).

Se parte de que las cantidades disponibles de los factores de producción vienen dadas para cada país, designando así sus respectivas dotaciones factoriales. Por razones geográficas e históricas, cada país, en comparación con el otro, será más abundante en un factor que en el otro (Chacholiades, 1992).

En el modelo H-O tanto la tecnología como las preferencias de los consumidores son consideradas idénticas en los países. Por lo tanto se comparan las técnicas de producción de un bien en dos países distintos, pero con idéntica función de producción, dada la dotación factorial inicial relativa de los dos países conducirá a una determinada estructura comercial entre ellos (Chacholiades, 1992).

Así, siguiendo el teorema H-O, cada país tendrá que especializarse en producir el bien que utiliza, de modo más intensivo, el factor productivo en que está mejor dotado, así los diferentes precios relativos de los factores, debido a las distintas dotaciones factoriales de los países, explican las diferencias de los costes relativos en la producción del bien comparado.

El comercio internacional equivale, por lo tanto, al intercambio de factores productivos, de modo que, en última instancia, cada país compra del exterior su factor escaso y vende al exterior su factor abundante. Esto llevará a que, en el largo plazo, las dotaciones relativas y los precios de los factores productivos se igualen internacionalmente y, en consecuencia también se equipararan los precios de los bienes comerciados. Es lo que se conoce como el teorema de la igualación de precios de los factores (modelo H-O).

1.1.1.3 Teorías Alternativas del Comercio Internacional

Las profundas transformaciones del comercio internacional después de la primera guerra mundial y los resultados de los trabajos empíricos condujeron a que, desde mediados del siglo XX, surgiesen diversas explicaciones alternativas del comercio internacional.

Estas aportaciones fundamentalmente se recogen desde mediados del siglo XX hasta la década de los setenta, a este tipo de teorías se les suele aplicar el calificativo de neotecnológicas.

1.1.1.3.1 La Teoría de la Disponibilidad

La teoría de la disponibilidad fue planteada por Kravis (1956) y se puede englobar en el conjunto de teorías neotecnológicas. Según esta, un país importaría tanto los bienes cuya producción se muestra absolutamente incapaz de realizar porque su oferta es completamente rígida (indisponibilidad absoluta), como aquellos bienes cuya producción es insuficiente, esto es, cuando hay una oferta bastante inelástica tal que, ante un incremento de la producción, los costes crecen muy rápido (indisponibilidad relativa).

Las exportaciones, al contrario, se darían en aquellos bienes en cuya producción el país dispone de una posición dominante y, entonces, una oferta elástica que tiende a sobrepasar las necesidades locales. La disponibilidad o indisponibilidad de los bienes estaría ligada a la existencia o a la carencia de recursos naturales y al ritmo de difusión de las innovaciones. De este modo, la estructura de los flujos comerciales vendría explicada por el nivel comparado de las elasticidades de la oferta nacional y de la extranjera en los productos, además por la comparación del progreso técnico.

Lógicamente, el ritmo de progreso técnico de las industrias de exportación de un país sería más rápido que el correspondiente a las mismas industrias en sus competidores comerciales.

1.1.1.3.2 La Teoría de la Demanda Representativa o Coincidentes

La teoría de la demanda representativa de Linder (1961), pone su atención en las similitudes de renta y gustos de algunos países que realizan un elevado intercambio comercial, considera que el comercio internacional está ligado a ventajas comparativas, el origen de estas ventajas se encuentra en las diferentes dotaciones factoriales en el caso del comercio de productos primarios. Sin embargo, en el comercio de productos

industriales la ventaja comparativa viene explicada por la importancia de la demanda interna del bien de exportación (que Linder designa como demanda representativa).

Para este autor, un bien sólo será susceptible de ser exportado si, previamente, ha sido objeto de una fuerte demanda interna (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

Un gran mercado interno constituye un fuerte incentivo a la innovación y una elevada producción posibilita las economías de escala. Por lo tanto, es la existencia de una fuerte demanda interna la que genera la ventaja comparativa y, entonces, las condiciones para que el producto pueda ser exportado más fácilmente. Más un producto sólo será exportado a un país que lo pueda consumir. Se supone que la calidad y la naturaleza de los productos consumidos dependen del nivel de vida y, por consiguiente, en gran medida, del nivel de salarios. De este modo, un producto demandado en el interior de un país con un determinado nivel de vida, sólo podrá ser exportado a otro de un nivel similar. Esto choca frontalmente con el teorema H-O, puesto que cuanto más similares sean los grados de riqueza de los países, más semejantes serán sus dotaciones factoriales (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

La teoría de Linder proporciona una explicación para una de las principales características del comercio actual (el elevado intercambio comercial entre países industrializados). Así, es la semejanza en rentas nacionales (y, por lo tanto, en patrones de demanda) la que favorece el comercio, al menos, de productos de tipo industrial.

Arad y Hirsch (1981) trataron de conciliar esta teoría de Linder con el modelo H-O. Para ello, introdujeron el concepto de costes de transferencia internacional. Estos costes de transferencia se definen como la diferencia entre los costes incurridos por vender en el extranjero y los de vender en el mercado interno (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

1.1.1.3.3 La Teoría del Desfase Tecnológico

Esta teoría recupera el principio explicativo ricardiano del comercio internacional a partir de las diferencias tecnológicas entre países. Fue planteada primeramente por Posner (1961) y complementada posteriormente por Hufbauer (1966).

Plantea que los bienes y los procesos productivos van cambiando con el tiempo y no tienen lugar simultáneamente en todos los países; y que a pesar de considerar que todas las industrias y factores productivos existen en todos los países, según Posner, las funciones productivas difieren según el grado de desarrollo tecnológico, esta teoría es la que respalda el plan de exportación de mezcal (Chacholiades, 1992).

Estas diferencias en el desarrollo tecnológico entre los países otorgan ventajas comparativas en el comercio internacional. Los países que producen más innovaciones disponen de ventajas en la producción de bienes más intensivos en investigación y desarrollo y los exportarán e importarán de países menos avanzados tecnológicamente, cuya producción requiere técnicas más simples (Chacholiades, 1992).

La razón para buscar la innovación por parte de una determinada empresa viene dada porque, una vez que existe la ventaja tecnológica, puede vender a un precio medio más reducido que sus competidores, disponiendo de una situación monopolística; podrá obtener beneficios extraordinarios e incrementar sus ganancias al ir extendiendo sus mercados. Esta situación perdurará durante un tiempo, hasta que dicha innovación sea difundida y la producción se extienda a otros países, donde podrá ser llevada a cabo por productores nacionales o por inversores extranjeros (Chacholiades, 1992).

Bajo esta premisa, por lo tanto, el comercio surge mientras la nueva tecnología no se difunde, es decir, debido al retraso de la imitación y en otras vías de difusión tecnológica.

1.1.1.3.4 El Enfoque Neofactorial

Los trabajos que se incluyen en esta línea respetan la idea básica del modelo H-O en cuanto a que el comportamiento del comercio internacional puede explicarse a través de las diferentes dotaciones relativas de factores productivos en los diferentes países.

Sin embargo, resulta necesario considerar un mayor número de factores, más allá del trabajo y del capital, sobre los que el modelo H-O está basado. En este sentido, se apunta la necesidad de considerar varias categorías de trabajo como un factor productivo homogéneo. También, sería recomendable tener en cuenta la tierra (o de modo más genérico, los recursos naturales) como factor productivo (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

La inclusión de más de dos factores representa una grave complicación para el modelo H-O, debido a la dificultad para ordenar los productos según su intensidad factorial relativa. Vanek en 1968 propuso una alternativa para resolver este problema, permitiendo la reconsideración del modelo con la inclusión de un número “n” de factores productivos (y, extendiendo el análisis a más de dos países o más de dos productos). A esta extensión del modelo neoclásico se le conoce como el teorema de H-O en su versión del contenido factorial o como modelo Heckscher-Ohlin-Vanek (H-O-V). En este caso, el interés ya no se centra en los bienes intercambiados en el comercio internacional, sino en los servicios factoriales incorporados en dichos bienes. Así, un país exportara los servicios de los factores productivos relativamente abundantes en su economía e impondrá los servicios de sus factores relativamente escasos. Es decir, lo relevante para estudiar el comercio internacional, bajo este punto de vista, pasa a ser el contenido factorial de las exportaciones y de las importaciones (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

Para determinar la abundancia relativa de un factor productivo de un país en un contexto multidimensional como el descrito (muchos países, bienes y factores) se compartirán la participación del mismo y la demanda agregada del país en el conjunto mundial.

De este modo, para que en un país exista abundancia (escasez) relativa de un factor productivo, la participación de la dotación factorial nacional respecto a la dotación mundial del mismo debe ser mayor (menor) que la participación de la demanda agregada de dicho país en la demanda agregada mundial (Carbaugh, Economía Internacional, 2009).

1.2 Ventajas del Comercio Internacional

El comercio Internacional permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países, dejando como consecuencia ventajas tales como, que cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores, los precios tienden a ser más estables, hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos, hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados (exportaciones), equilibrio entre la escasez y el exceso, los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional y que por medio de la balanza de pagos se informa que tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un periodo dado.

La importancia del comercio internacional es que contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que se mide a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente (PIB).

1.3 Desventajas del Comercio Internacional

Algunas de las desventajas que trae consigo el comercio internacional son, el aprovechamiento desleal de los países ricos hacia los países pobres, de los que se compra a precios mucho más económicos que si esos mismos productos fueran producidos en nuestros países por una cuestión simplemente económica.

En la actualidad no todos los países han compartido la idea de que el comercio internacional es favorecido para todas las naciones, por el contrario el enfoque que más ha prevalecido en la historia económica ha sido el de limitar y regular los flujos de

comercio en función de los diferentes intereses económicos, políticos y sociales de los estados (Comercio Internacional y sus ventajas, 2012).

1.4 Tratados de Libre Comercio que ha firmado México

México participa activamente en la firma de tratados comerciales y los ha firmado en tres continentes distintos, esto representa una oportunidad única para el comercio exterior y para la inversión, México cuenta con una posición geográfica privilegiada que lo hace accesible al mundo.

En el cuadro 1 se presenta una relación de los tratados de libre comercio que ha firmado México con otros países.

Cuadro 1.
Tratados de Libre Comercio que ha firmado México

Nro.	TLC	Países que lo integran
1	TLC América del Norte	Canadá, Estados Unidos de América y México
2	TLC Costa Rica	Costa Rica y México
3	TLC G2	Colombia y México
4	TLC Nicaragua	Nicaragua y México
5	TLC Chile	Chile y México
6	TLC Unión Europea	Unión Europea y México
7	TLC Israel	Israel y México
8	TLC Triangulo del Norte	El Salvador, Guatemala , Honduras y México
9	TLC AELC	Islandia, Noruega, Liechtenstein, Suiza y México
10	TLC Uruguay	Uruguay y México
11	TLC Japón	Japón y México
12	TLC Perú	Perú y México
13	TLC Único	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y México
14	TLC Panamá	Panamá y México

Fuente: Secretaría de Economía

TLC México y Costa Rica

Entró en vigor el 1ro de Enero de 1995. Éste fue el primer tratado de Libre Comercio entre México y un país Centroamericano. Con este acuerdo se eliminaron todos los aranceles para las exportaciones mexicanas no agrícolas hacia Costa Rica; además, se establecieron normas que aseguran el trato nacional a los bienes y servicios de ambos países y se fijaron mecanismos para la efectiva eliminación de barreras no arancelarias (PROMEXICO, 2015).

TLC-G2 México y Colombia

Entró en vigor el 1ro de enero de 1995. El tratado incluyó una importante apertura de mercados para los bienes y servicios y estableció reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, contemplando un programa de desgravación para la mayoría del universo arancelario en un período de 10 años, quedando excluida la mayor parte del sector agropecuario. Actualmente, el 97% del universo arancelario se encuentra con 0% de arancel (PROMEXICO, 2015).

TLC México y Nicaragua

Entró en vigor el 1ro de Julio de 1998. Los objetivos del tratado son: estimular la expansión y diversificación del comercio exterior, eliminar las barreras al comercio internacional y facilitar la circulación de productos y servicios, promover condiciones de competencia leal en el comercio exterior, aumentar las oportunidades de Inversión Extranjera Directa (IED), proteger los derechos de propiedad intelectual, crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias (PROMEXICO, 2015).

TLC México y Chile

Entró en vigor el 1ro de Agosto de 1999, como una profundización del Acuerdo de Complementación Económica (ACE) existente desde 1992. Los objetivos de este tratado, son, estimular la expansión y diversificación del comercio entre las partes; eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios; promover condiciones de competencia leal; aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión; proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual; establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las partes, así como en el ámbito regional y multilateral encaminados a ampliar y mejorar los beneficios de este tratado; y crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias (PROMEXICO, 2015).

TLC México y La Unión Europea (TLCUE)

Entró en vigor el 1ro de Julio de 2000 como parte de la estrategia comercial de México, cuyo propósito es garantizar el acceso preferencial y seguro de los productos al mercado más grande del mundo, aún mayor al de Estados Unidos, diversificar las relaciones económicas, tanto por el destino de las exportaciones, como por las fuentes de insumos para las empresas, generar mayores flujos de inversión extranjera directa y alianzas estratégicas entre empresas mexicanas y europeas, para promover la transferencia de tecnología, fortalecer la presencia en el exterior y la posición como centro estratégico de negocios, al ser la única economía del mundo con acceso preferencial a Europa, Estados Unidos, Canadá, y a casi todos los países latinoamericanos (PROMEXICO, 2015).

TLC México e Israel

Entró en vigor el 1 de Julio de 2001, Incluye: el comercio exterior de productos, las compras del sector público, las salvaguardas y la solución de controversias. No incluye disposiciones en temas de Inversión Extranjera Directa (IED). El objetivo general del tratado es crear una Zona de Libre Comercio para intensificar el comercio bilateral y la economía a través de la liberalización de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de los Estados Unidos Mexicanos e Israel. La liberalización comprende el 99% del comercio exterior. En el sector agrario, el 50% de las exportaciones de los Estados Unidos Mexicanos a Israel tienen arancel 0 desde la entrada en vigor del tratado, el 25% tienen acceso inmediato libre de arancel bajo cuota y el 12% acceso con reducciones entre el 25% y 50% sobre los aranceles de importación (PROMEXICO, 2015).

TLC México y El Triangulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras)

Entró en vigor el 1ro de Junio de 2000. Se encuentra enmarcado en una política comercial de apertura, con el fin de promover la competencia y la eficiencia de los mercados, el acceso a nuevas tecnologías y procesos productivos modernos, la eliminación de obstáculos al comercio, la ampliación de los espacios comerciales, así como propiciar un clima atractivo para la inversión (PROMEXICO, 2015).

TLC México y La Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)

Entró en vigor el 1ro de Octubre de 2001. Los objetivos del tratado son: la liberalización progresiva y recíproca del comercio exterior de productos, desarrollar condiciones de competencia leal en el comercio exterior entre México y los países AELC (Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein), la liberalización del comercio exterior de servicios, la liberalización progresiva de la inversión extranjera directa (IED), la protección de los derechos de propiedad Intelectual y, contribuir a la supresión de barreras al comercio internacional, al desarrollo armónico y a la expansión del comercio mundial (PROMEXICO, 2015).

TLC México y Uruguay

Entró en vigor el 15 de Julio de 2004. Incluye: acceso a mercados internacionales; medidas sanitarias, fitosanitarias, comercio exterior de productos y de servicios, la Inversión Extranjera Directa (IED), las normas y disciplinas comerciales, los derechos de propiedad intelectual y la solución de controversias. Desde la entrada en vigor del tratado, el comercio exterior creció un 23%, a pesar de la reducción de las exportaciones del Uruguay, debido sobre todo a los efectos de la crisis mexicana.

TLC México y Japón

Entró en vigor el 1ro de Abril de 2005. El Acuerdo, firmado en el 2004 después de más de dos años de duras negociaciones. Establece la eliminación gradual de aranceles hasta un 90% de los productos en los próximos diez años. Para esa fecha, el 98% de las exportaciones japonesas y el 87% de las exportaciones mexicanas tendrán acceso libre de impuestos a los mercados de cada uno. El Acuerdo reduce de inmediato los aranceles al puerco mexicano ya que se acordó una cuota con tarifas bajas (PROMEXICO, 2015).

TLC México y Perú

Entró en vigor el 1ro de febrero de 2012. Ambas naciones se comprometieron a eliminar los aranceles para todos los productos, con algunas excepciones, en un plazo máximo de 10 años. Los sectores de exportaciones peruanas hacia México son el minero, el de

petróleo y gas natural, el agropecuario y el de maderas y papeles, siendo los de menor representatividad el subsector agrícola y pesquero.

TLC México y Único

Surge con el objetivo de unificar en un solo tratado los tres acuerdos existentes entre:

- México y Costa Rica (en vigor desde 1995),
- El Tratado de Libre Comercio entre México y Nicaragua (en vigor desde 1998) y
- El Tratado entre México y el Triángulo-Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras, en vigor desde 2001).

Después de ocho rondas de negociación, en octubre de 2011 finalizó el proceso para hacer converger los tres Tratados Comerciales antes mencionados, suscribiéndose un Tratado de Libre Comercio Único por parte de los Ministros de Economía y Comercio Exterior de las partes. Entró en vigor el 1ro de Julio de 2013, en el TLC se acordaron Reglas de Origen Comunes para los productos que se exporten a México desde los países de la región; lo que permitirá un comercio más integrado entre los seis países suscriptores, es decir, que podrán acumular origen entre sí, gozando de preferencias arancelarias al hacer uso de los insumos o materias primas de cualquiera de ellos, lo que propiciará encadenamientos productivos en la región y mejorará las posibilidades de abastecimiento interno.

Adicionalmente, el Tratado Único contempla un trato arancelario preferencial para las prendas y complementos de vestir que se clasifiquen en el Capítulo 62 del Sistema Armonizado y que en su producción incorporen insumos originarios de los Estados Unidos; es decir, que las exportaciones de este tipo de mercancías que incorporen insumos originarios de Estados Unidos, podrán ingresar al mercado mexicano haciendo uso de las preferencias arancelarias como si hubiesen sido producidos con insumos de cualquier país centroamericano (SICEX).

TLC México y Panamá

Entró en vigor el 1ro de Julio de 2015. Este tratado reafirmará los lazos de amistad y solidaridad entre sus pueblos; fortaleciendo los esquemas de integración económica

regional, mejor equilibrio en las relaciones comerciales, tomando en consideración sus niveles de desarrollo económico, mediante reglas de beneficio mutuo para su intercambio comercial; por lo que incluye un mercado más amplio y seguro para las mercancías y los servicios producidos en sus respectivos territorios; impulsará la facilitación del comercio promoviendo procedimientos aduaneros que reduzcan costos y aseguren la previsibilidad para sus importadores y exportadores (DOF, 2015).

TLCAN México, Canadá y Estados Unidos (TLCAN)

Entró en vigor el 1º de Enero de 1994, es un acuerdo de amplio alcance que establece las reglas que rigen el comercio y las inversiones. Desde que el tratado entró en vigor se han eliminado gradualmente las restricciones al comercio y a la inversión entre los tres países de la región de América del Norte. El tratado plantea, en un principio, que tendrá ventajas para México tales como: convertirse en un puente de América Latina y Estados Unidos, acceso amplio y permanente de los productos nacionales al mercado estadounidense con efectos favorables para las empresas derivados de las economías de escala, reducción de costos y mayor eficiencia, alcance de la especialización en sectores en los que México tiene ventajas, la posibilidad de tener acceso a mas tecnologías. Además los consumidores se enfrentan a una gama más amplia de productos de distinta calidad y precios (Ruiz, 2015).

1.5. Resultados del TLCAN

El TLCAN ha contribuido a estimular el crecimiento económico y a crear empleos mejor remunerados, asimismo, ha fomentado una competencia mayor en el mercado y ha ampliado la variedad de productos que se comercializan, mejorando así el poder de decisión y de compra de los consumidores, familias, agricultores y empresas, pero también existen algunos indicadores económicos que ayudan a tener una mejor perspectiva de lo que ha representado este tratado como la inversión extranjera que ayuda, a los países integrantes, al fomento del desarrollo económico, por medio del empleo y el comercio exterior, además de la difusión de nueva tecnología que ayuda a incrementar la productividad.

El TLCAN ha generado un mayor intercambio comercial e integración productiva, pero con crecientes niveles de desigualdad. La expectativa en los años noventa era que el ritmo de crecimiento económico se elevaría, pero esto no ocurrió. Desde los años sesenta hasta 2013 se observa en el cuadro 2, que la fase de fuerte crecimiento ocurrió de 1960 a 1981 donde los países con un menor grado de desarrollo son los que tienen un mayor crecimiento, y que en la medida que se desarrollan ese ritmo se reduce, igualándose con el observado en los países industrializados (Ruiz, 2015).

En 1982, con la aparición de la crisis de la deuda, el crecimiento de los tres países se redujo, afectando especialmente a México, tal como se muestra en el cuadro 2. En los años noventa, con la entrada en vigor del TLCAN, la expectativa era que México crecería a un ritmo mayor; sin embargo, lo que se ha observado es sólo un pequeño incremento en la tasa de crecimiento, con una tendencia hacia la homogenización de las tasas entre los países de la región, por lo que el ritmo de crecimiento fue alrededor del 2.5 por ciento promedio anual. Un bajo crecimiento económico para un país en desarrollo como México, implica la imposibilidad de cerrar la brecha de ingreso con los principales socios comerciales. Se observó en México que mientras su ritmo de crecimiento bajaba, su población continuaba aumentando de forma importante (Ruiz, 2015).

En el periodo 1960 a 1981, la tasa de crecimiento económico fue de 6.8 por ciento, lo que permitía reducir la brecha del producto interno bruto (PIB) por habitante con Estados Unidos y Canadá. En el periodo subsiguiente, de 1982 a 1993, la población en México creció a un ritmo anual de 2 por ciento, es decir, por encima del crecimiento económico, lo que llevó a un incremento de la desigualdad con respecto a Estados Unidos y Canadá. De 1994 a 2013, la tasa de crecimiento de la población disminuyó a 1.5 por ciento, pero el crecimiento económico no era suficiente para cerrar la brecha de ingreso, dado que el diferencial entre el crecimiento de la economía y el de la población fue de 1.2 por ciento para México, de 1.6 por ciento para Estados Unidos y de 1.7 por ciento para el caso de Canadá. Esto significó que, lejos de reducirse, la desigualdad continuó intensificándose (Ruiz, 2015).

Cuadro 2.
**México, Canadá y Estados Unidos: periodos de crecimiento económico,
 1960-2013 (tasa de crecimiento promedio anual del PIB)**

Periodo	Canadá	México	Estados Unidos de América
1960-1981	4.80%	6.80%	3.80%
1982-1993	2.50%	2.00%	3.50%
1994-2013	2.50%	2.40%	2.50%

Fuente: Ruiz, Clemente

La parte positiva de la relación de México con Estados Unidos y Canadá ha sido, sin lugar a dudas, el desarrollo de cadenas productivas de valor, mismas que dominan hoy a la economía mundial. Las cadenas de valor a nivel global han sufrido transformaciones a lo largo de los últimos 20 años: a mediados de los años noventa, las cadenas globales de valor eran dominadas por Europa y por los miembros del TLCAN, cuestión que subsiste hasta la fecha, pero en forma declinante; en tanto los países del sudeste asiático, China y los países emergentes de Brasil, Rusia, India, Indonesia, Australia y Taiwán son los que progresivamente han ido creciendo en su participación, en este contexto, la firma del TLCAN ocurrió en un momento oportuno para integrarse a estas cadenas, ya que al reducirse las barreras arancelarias se pudo integrar en procesos de producción complejos y dinámicos, en donde México logró incorporarse exitosamente en las industrias automotriz, electrónica y de productos químicos.

1.6 Plan de exportación

Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional.

El plan de exportación es el plan de mercadotecnia, aplicado a diversos y específicos mercados en el exterior, es necesario diferenciar y hacerlo por separado, debido a que las condiciones del mercado internacional suelen ser muy diversas y diferentes, en cuanto a aspectos como: canales de distribución, perfil, usos y costumbres de los consumidores, además de las diversas complicaciones impuestas por las barreras

arancelarias, no arancelarias, tramitación aduanal, transporte, embalaje, contratación, medios de pago internacionales, y las ventajas y restricciones que surgen de la existencia de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales (Lerma, 2007).

Componentes principales del plan de exportación

- a. El análisis del mercado
- b. El análisis de competitividad de la empresa
- c. Procedimientos de logística y trámites de exportación

a) El análisis del mercado

Estudio de mercado

El propósito de un estudio de mercado es identificar oportunidades comerciales en los mercados extranjeros y brindar información relevante sobre el mercado, intermediarios, canales de comercialización, la competencia, el consumidor y el contexto internacional en que se opera (Lerma, 2007).

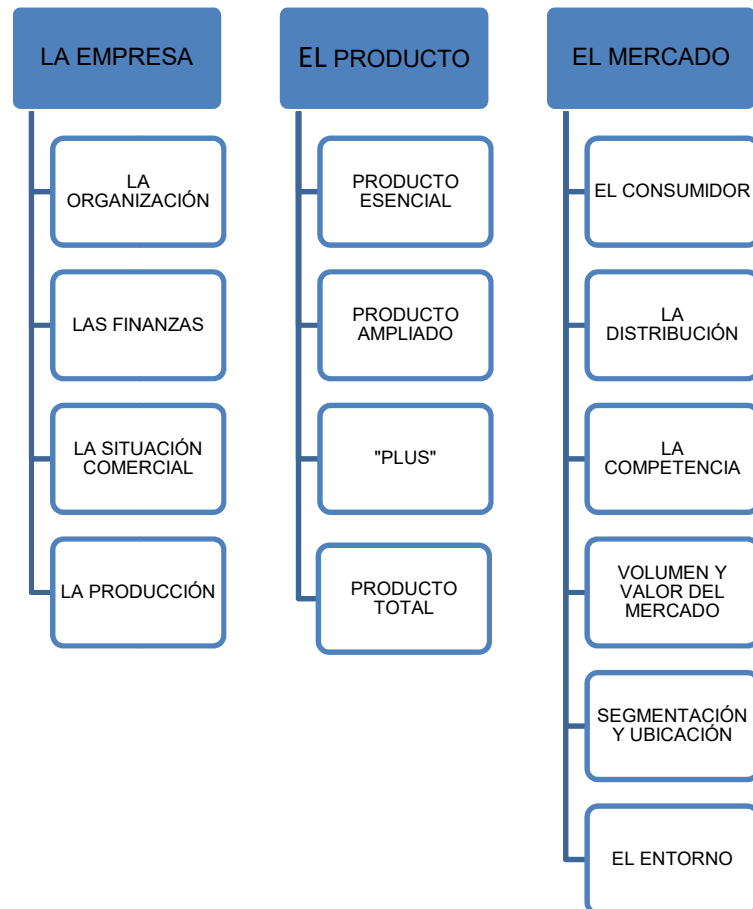
Estudio Producto-Mercado

El estudio Producto-Mercado es la investigación que se realiza, para que una empresa cuente con la información necesaria para decidir la conveniencia de exportar a un determinado mercado externo, para uno o varios productos específicos (Lerma, 2007).

Cuando tenemos un producto con las cualidades necesarias y hemos seleccionado el mercado adecuado, mediante la promoción y con la fijación de un determinado precio, se logra colocar en otros países (Lerma, Alejandro E. Kirchner y Marquez, Castro Enrique, 2014).

El documento que muestra el camino para llegar a otros mercados con nuestros productos, es lo que llamamos plan de exportación (ver esquema 1).

Esquema 1.
**Estructura de datos relevantes para estudios
“Producto/Mercado”**



Fuente: Lerma Kirchner, 2014.

La empresa

Es importante contar con información respecto a la organización, y en especial saber si tiene alguna estructura o asignación de funciones, que apoyen la realización de la comercialización internacional de bienes y servicios. Es importante contar con información, respecto al área de producción, para conocer aspectos vitales como lo es la capacidad de producción que se traduce en una oferta exportable (Lerma, 2007).

El Producto

El producto constituye el objeto de la exportación, pero este no se exporta solo, va contenido dentro de una serie de facilidades y servicios que lo hacen accesible, así como deseable por parte del introductor, comercializador y consumidor, por lo que en

sentido amplio, el producto incluye además el objeto o servicio, al envase, embalaje, y servicios diversos (Lerma, 2007).

Dentro de los datos primordiales del producto, encontramos los siguientes:

1. Su clasificación general y arancelaria.
2. Las especificaciones del producto, como lo son: características, variabilidad y adaptabilidad.
3. Mayor duración.
4. Especificación de insumos.

El Mercado

En cuanto al mercado meta, es vital evaluar su magnitud, así como su tendencia, normatividad y preferencias del consumidor, con vista en la operación exitosa dentro de ese mercado.

El envase y el embalaje

El envase (o empaque) constituye un elemento importante en la obtención de un producto exportable, no solo por la serie de normas que existen a nivel internacional con respecto a éste, ni tampoco por su función primordial de aglutinar y proteger al producto, sino también, que en muchas ocasiones el envase es el elemento que llama la atención del consumidor y en cierta forma, le sugiere que lo compre y lo consuma, que aquello que contiene vale la pena (Lerma, 2007).

El Embalaje

El embalaje tiene por función, la de agrupar y asir los productos para su embarque y posterior transporte hasta los centros de distribución.

La protección que ofrece el embalaje es de tipo diverso, dependiendo la naturaleza del envase y del producto, puede ser: contra el maltrato, humedad, temperatura, radiación, luminosidad, etc. (Lerma, 2007).

b) El análisis y competitividad de la empresa

Comprende los métodos destinados al estudio comparando las fuerzas y las debilidades de la empresa, en relación con sus competidores. Para ser líder en el mercado es imprescindible:

- Contar con un producto vendible
- Un eficaz sistema de comercialización
- Capacidad administrativa, financiera, mercadológica en producción e investigación y desarrollo de la empresa, como entidad total.

El análisis de competitividad es esencialmente, un estudio de la calidad que confronta la posición externa de la empresa esencialmente en producción, el producto, perfil de competitividad, sistemas de comercialización, promoción y servicio durante la venta y la postventa.

c) Procedimientos de logística y trámites de exportación

Estos procedimientos comprenden el proceso de envío del producto de exportación al mercado meta, y todo lo correspondiente a los trámites requeridos para exportar el producto.

CAPITULO II EL ESTADO DE OAXACA Y SU IMPORTANCIA EN LA INDUSTRIA DEL MEZCAL

2.1 Oaxaca Generalidades

El crecimiento económico es fundamental para mejorar las condiciones de vida de la población de cualquier estado, es la consecuencia de un uso adecuado de los diversos instrumentos económicos. Oaxaca ocupa el 22° lugar en cuanto a su aportación del 1.6 al PIB nacional (2014), se ubica muy por debajo del estándar al ocupar los últimos lugares en crecimiento de la economía, al aumentar la pobreza laboral, desigualdad y registrar nulo crecimiento.

Imagen 1.

Entidad de Oaxaca



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal

En la inversión extranjera directa (IED) Oaxaca recibió 180.9 millones de dólares en 2015, lo que represento 0.6 por ciento de la IED recibida en México. El comercio fue el sector que captó más IED en el estado (PROMÉXICO, 2015).

Para 2015, en Oaxaca habitaban 4 millones 021 mil 874 personas, de las cuales la población económicamente activa era de 1 millón 711 mil 751, en cuanto al empleo reporto 1.7 millones de trabajadores principalmente en el comercio y la industria

manufacturera, lo que represento 1.5 por ciento y 2.3 por ciento respecto al personal ocupado en dichos sectores a nivel nacional.

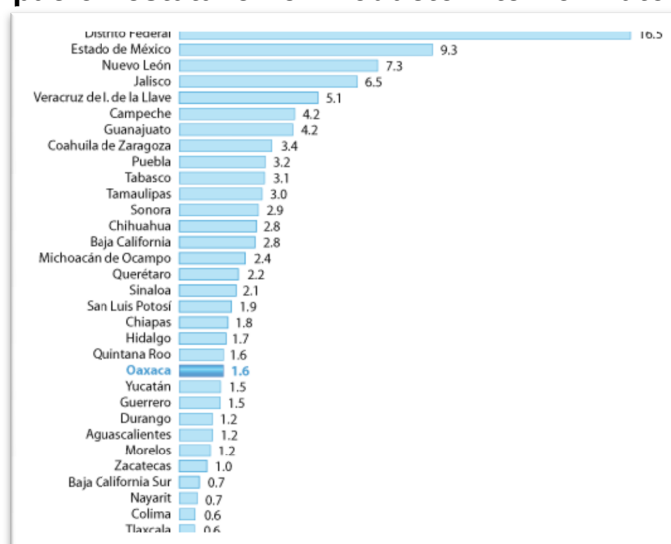
También ha registrado baja productividad, por lo que es una de las entidades con mayor porcentaje de su población sin poder consumir la canasta básica alimentaria con los ingresos laborales de su hogar, porque Oaxaca obtuvo un salario medio de cotización al IMSS de 246.2 pesos en 2015, por debajo del promedio nacional de 294.0 pesos.

En los últimos 20 años, la economía de Oaxaca ha mostrado altibajos que la mantienen estancada y sin acceder a un crecimiento sano, ya que se incrementó de manera considerable el trabajo informal que proporciona desventajas a la entidad (PROMÉXICO, 2015).

2.1.1 Aportación de Oaxaca al PIB

En la gráfica 1 se observa que el PIB nacional de México para el año 2014, el estado de Oaxaca representa en contribución al PIB el 22° lugar, muy por debajo de la entidad de mayor aportación que es el Distrito Federal.

Gráfica 1.
Participación estatal en el Producto Interno Bruto (2014)



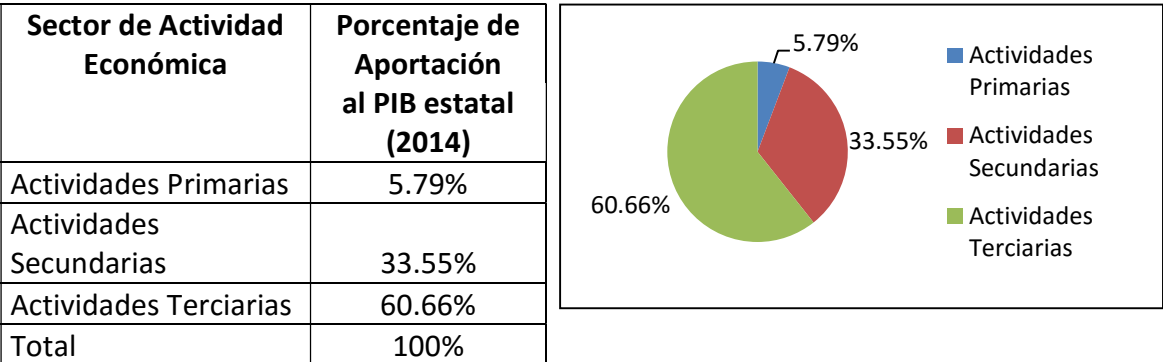
Fuente: INEGI. www.inegi.org.mx

2.1.2 Actividades Económicas de Oaxaca

La entidad participa activamente en el comercio y el turismo, pero muy poco de la industria. En este contexto, la industria del mezcal es una de las más importantes y dinámicas por la cantidad de empleos que genera a través de las exportaciones a algunos países de América, Europa y Asia.

En la gráfica 2 se observan las actividades económicas de Oaxaca y cuál es su aportación al PIB estatal para el año 2014. Las actividades terciarias destacan con el 60.66 por ciento, son las que tienen más relevancia para el estado, ya que es un destino turístico por excelencia y es una clara opción para las oportunidades de negocio internacionales; le siguen las secundarias con el 33.55 por ciento, y por último las actividades primarias con el 5.79 por ciento.

Gráfica 2.
Actividades Económicas de Oaxaca.



Fuente: INEGI

Además de que Oaxaca es reconocido por su turismo y su cultura, también es conocido a nivel mundial por la producción de mezcal, que es una bebida ancestral y espirituosa de la entidad.

2.2 La industria del mezcal en Oaxaca

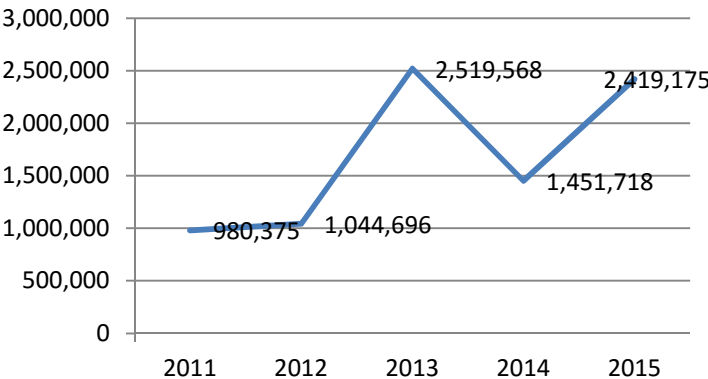
En la actualidad, el estado de Oaxaca es el principal productor de mezcal, dadas las condiciones de la región para la producción del agave con la que se elabora la bebida ancestral, para el año 2014 existían 18,150 hectáreas de agave sembrado y ha sido el principal exportador a Estados Unidos.

En la entidad hay 500 palenques registrados, estos son los lugares donde se produce el mezcal, cantidad que le permite concentrar el mayor número de productores a la entidad, el municipio de Santiago Matatlán es considerado como “La Capital Mundial del Mezcal”, por ser el que tiene el mayor numero de palenques en operación, por lo tanto el mayor productor de mezcal en toda la región.

En 2014, la producción de mezcal a nivel nacional aumento un 48 por ciento con respecto al año 2011, debido al auge que ha ido adquiriendo esta bebida espirituosa y a su demanda en el extranjero, poco a poco la han ido reconociendo más países extranjeros.

La gráfica 3 muestra el crecimiento de la producción de mezcal durante el periodo que comprende del año 2011 al 2015, se puede observar que para el año 2013, hay un alto nivel de producción debido a que se preveía un encarecimiento del agave y se produjo una mayor cantidad para almacenamiento ya que la demanda aumentaba considerablemente. Por consiguiente, para el año 2014 ya no se produjo tanto mezcal por el que ya estaba almacenado y para 2015, vuelve la tendencia ascendente de la producción debido a la demanda que va adquiriendo la bebida. Respecto al año 2011 la producción de mezcal aumento un 147 por ciento para el año 2015.

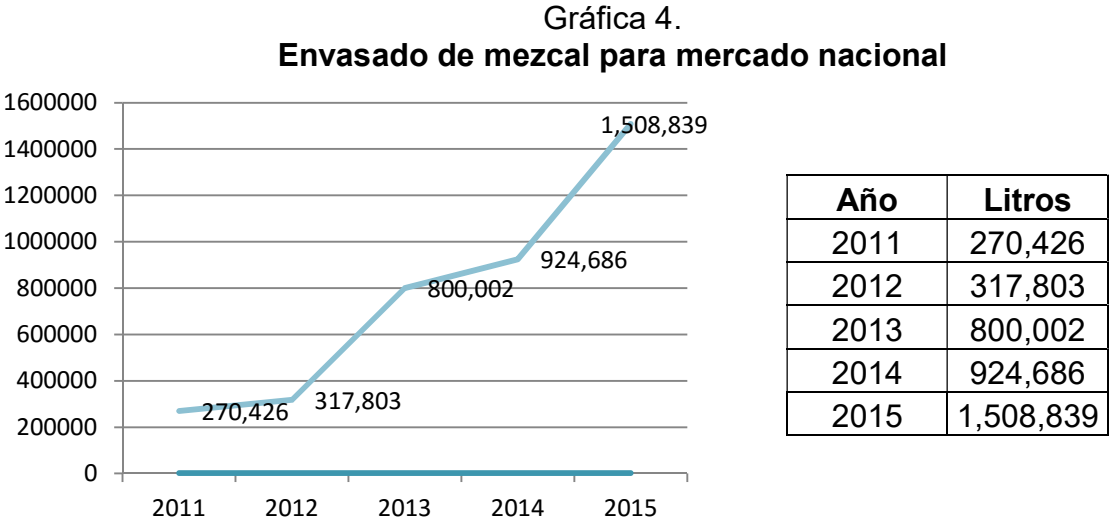
Gráfica 3.
Producción Total de Mezcal 2011-2015



Año	Litros de Mezcal
2011	980,375
2012	1,044,696
2013	2,519,568
2014	1,451,718
2015	2,419,175

Fuente: Informe del Consejo Regulador del Mezcal, 2016

La gráfica 4 muestra el total de litros de mezcal producido que se envasa para el consumo nacional, como se puede observar también hay una mayor tendencia a la alza hacia el consumo, esto repercute positivamente para todos los productores ya que genera mayores ingresos para las familias de la entidad y los demás estados que cuentan con la denominación de origen del mezcal. La producción para consumo nacional aumentó con respecto al año 2011 un 458 por ciento para el año 2015.



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

En el cuadro 3 se presenta la distribución porcentual de la producción de mezcal por entidad, estos resultados reflejan la preponderancia de Oaxaca con el 97.3 por ciento de la producción, con estos datos se observa la importancia de la entidad en la industria del mezcal. El estado de Guerrero es el segundo productor de mezcal con el 1.1 por ciento para el año 2015, el estado de Durango y Zacatecas con el 0.5 por ciento de la producción y los estados de Michoacán, Guanajuato y San Luis Potosí con el 0.2 por ciento de la producción respectivamente para el año 2015.

Cuadro 3.
Producción de Mezcal por entidad

Estado	2011	2012	2013	2014	2015
Oaxaca	77.4%	93.0%	99.4%	93.7%	97.3%
Guerrero	0.3%	1.6%	0.4%	0.4%	1.1%
Durango	0%	0.6%	0%	0.4%	0.5%
San Luis Potosí	0%	0%	0%	0%	0.2%
Zacatecas	22.2%	4.5%	0.1%	0.1%	0.5%
Guanajuato	0%	0.2%	0.1%	0.1%	0.2%
Tamaulipas	0%	0%	0%	0%	0%
Michoacán	-	0%	0%	0.5%	0.2%
Puebla	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

En el cuadro 4 se presenta información del envasado del mezcal y su participación porcentual por estado, se envasa en varias regiones de la denominación de origen, pero también este proceso se lleva a cabo fuera de la DOM, aún así Oaxaca es el principal envasador con el 81.3 por ciento del total para 2015, siguiendo con el 13.5 por ciento fuera de la denominación de origen y el estado de Zacatecas con el 2.9 por ciento, continuando el estado de Guerrero con el 1.3 por ciento, siendo los más representativos para el envasado.

Cuadro 4.
Envasado de Mezcal para Mercado Nacional

Estado	2011	2012	2013	2014	2015
Oaxaca	71.4%	75.1%	90.2%	78.2%	81.3%
Guerrero	0.1%	0.4%	1.0%	0.6%	1.3%
Durango	2.3%	0.0%	0.8%	0.1%	0%
San Luis Potosí	0.4%	0.3%	1.3%	0.1%	0.2%
Zacatecas	19.2%	11.0%	3.4%	6.2%	2.9%
Guanajuato	1.4%	3.0%	0.0%	1.3%	0.8%
Tamaulipas	0%	0%	0.0%	0.8%	0%
Michoacán	-	0%	0.0%	0.1%	0%
Fuera de la DOM	5.4%	10.1%	3.2%	12.6%	13.5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

2.2.1 Definición de mezcal

De acuerdo con la Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, el mezcal se define como una bebida alcohólica regional obtenida por destilación simple o continua de mostos preparados directa y originalmente con los azúcares exclusivamente extraídos de las cabezas maduras de los agaves, previamente hidrolizadas o cocidas, y sometidas a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no.

2.2.2 Tipos de mezcal

Tipo I.- Mezcal 100% agave

Es aquel producto que se obtiene de la destilación y rectificación de mostos preparados directa y originalmente con los azúcares de las cabezas maduras de los agaves, sin mezclar cualquier otro tipo de azúcares.

Tipo II.- Mezcal 80/20%

Es aquel producto que se obtiene de la destilación y rectificación de mostos en cuya formulación se han adicionado hasta un 20% de otros carbohidratos permitidos por las disposiciones legales correspondientes.

En cuanto a la producción de mezcal por tipos (I y II), solo el estado de Zacatecas genera el tipo II a través de dos unidades de producción.

En el cuadro 5 se observa que para el año 2011 se producía una mayor cantidad de mezcal tipo II, pero con las revisiones que se le han ido dando a las normas oficiales, el mezcal se ha producido más del tipo I debido a que es una bebida espirituosa que no necesita más que ser de carácter puro para poder conservar su olor, aroma y sabor, es por eso que solo se permite que se fabrique un nulo porcentaje del tipo II.

Cuadro 5.
Envasado por tipo de mezcal

Mezcal por tipo	2011	2012	2013	2014	2015
I. 100%	92%	98%	99%	97%	99.9%
II. 80/20%	8%	2%	1%	3%	0.1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

2.2.3 Categorías de Mezcal

Mezcal joven (blanco).- producto recientemente obtenido conforme a los estándares establecidos y susceptibles de ser abocado. Por lo general es de color cristalino, sabe y huele esencialmente a maguey (Morales, 2014).

Mezcal reposado.- producto que se deja por lo menos dos meses en recipientes de madera de roble blanco o encino, para su estabilización. Generalmente tiene una coloración amarillenta, con un buque más suave que el mezcal joven y puede ser abocado, es decir se le puede añadir algún color artificial (Morales, 2014).

Mezcal añejo.- producto sujeto a un proceso de maduración de por lo menos un año en recipientes de madera de roble blanco o encino. Tiene coloración café, sabe y huele a madera, aunque mantiene su sabor a maguey si es que es 100% agave (Morales, 2014).

Mezcal Abocado.- es curado con alguna planta u otro ingrediente. En este tipo de mezcal va incluido el típico gusano de maguey (Luna, 2014).

En el cuadro 6 se muestra el envasado de mezcal por categoría a la que corresponde, como se puede observar la preponderancia la tiene el mezcal joven con el 88 por ciento de envasado para el año 2015, el mezcal reposado con el 10 por ciento de la producción y el mezcal añejo con el 2 por ciento de la producción para envasado, con esto se observa que el mezcal joven es el que a través del tiempo se envasa mas.

Cuadro 6.

Envasado del mezcal por categoría

Categoría	2011	2012	2013	2014	2015
Joven	66%	64%	60%	82%	88%
Reposado	25%	32%	33%	16%	10%
Añejo	8%	4%	7%	2%	2%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

2.2.4 Denominación de Origen del mezcal

Se entiende por denominación de origen el nombre de una región geográfica del país que sirve para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico comprendiendo en este los factores naturales y humanos (Olguín, 2013).

En la imagen 2 se muestran las entidades que tienen la denominación de origen del mezcal.

Imagen 2.

Entidades con Denominación de Origen del Mezcal



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

Para el informe del Consejo Regulador del Mezcal (CRM) 2016 ya se encuentra el estado de Puebla como incorporado a la DOM, siendo esto a partir del año 2015 con la participación de 115 municipios abarcando el 53% de toda la entidad, aún no se registra ningún dato respecto a este estado.

El mezcal cuenta con denominación de origen desde 1995, y fue registrada en Ginebra Suiza, México es el único país reconocido para producir mezcal.

El 28 de noviembre de 1994, se publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF), la declaración de protección a la Denominación de Origen del Mezcal, que incluye a los Estados de Durango, San Luis Potosí, Guerrero, Zacatecas y Oaxaca, ampliándose esta protección al municipio de San Felipe Guanajuato, posteriormente a 11 Municipios del Estado de Tamaulipas, a 29 Municipios del Estado de Michoacán y actualmente a 115 municipios del estado de Puebla.

En el cuadro 7 se presentan los estados que están dentro de la DOM para el mezcal, el año en que se fueron incorporando, el número de municipios que se integran y a partir de este dato obtener el porcentaje que representa al estado.

Cuadro 7.
Incorporación a la Denominación de Origen del Mezcal

Estado	Año de Incorporación a la DOM	No. De Municipios	Porcentaje del estado
Oaxaca	1994	570	100%
Guerrero	1994	81	100%
Durango	1994	39	100%
San Luis Potosí	1994	58	100%
Zacatecas	1994	58	100%
Guanajuato	2001	2	4%
Tamaulipas	2003	11	25%
Michoacán	2012	29	26%
Puebla	2015	115	53%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2015

La Denominación de Origen fue el primer paso hacia la consolidación de la acreditación del mezcal como bebida espirituosa.

2.3 Consejo Mexicano Regulador de la calidad del Mezcal (COMERCAM)

Con la finalidad de garantizar y salvaguardar esta denominación se constituye formalmente como Asociación Civil el 12 de diciembre de 1997 El CONSEJO MEXICANO REGULADOR DE LA CALIDAD DEL MEZCAL, A.C. (COMERCAM), con el propósito de ser el organismo de certificación del mezcal con base a lo establecido en la Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones, y unidad de verificación ante la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), que a partir del 2003 hasta la actualidad verifican si el mezcal es producido 100% agave (tipo I), o si es del tipo II (80% de agave y 20% de otros azúcares) generando así mayor certidumbre y credibilidad internacional a la bebida (CRM, Consejo Regulador del Mezcal, 2015).

2.4 Proceso que realiza el COMERCAM para la certificación del mezcal

La certificación inicia con el registro de plantaciones de agave ante el consejo, esto se realiza con la finalidad de identificar donde se encuentran ubicados los plantíos de agave e identificar la variedad y garantizar que se encuentren dentro de la zona protegida por la denominación de origen mezcal.

Posteriormente se certifica la fábrica de mezcal, esto se realiza a través de verificaciones en la fábrica donde el productor debe demostrar en todo momento que no se ha adulterado el producto, desde la entrada de agave hasta la obtención del mismo.

El proceso termina con la obtención de un certificado NOM con vigencia de 6 meses, tiempo en el cual el organismo establece verificación permanente en el proceso de producción, terminando este lapso el productor demuestra que sigue cumpliendo con la norma, se le emite otro certificado NOM por otro periodo igual (Mezcal, 2015).

De igual forma se certifica el proceso de envasado, el envasador debe envasar únicamente el producto que haya sido elaborado bajo supervisión del consejo, es decir, mezcal certificado, y debe demostrar que no haya adulterado el producto desde la recepción del mismo hasta su envasado, el proceso termina con la emisión de un certificado NOM de envasado con vigencia de 6 meses, tiempo durante el cual se

verifican las actividades de envasado, terminado este periodo, si demuestra que sigue cumpliendo con lo establecido en la NOM, se le emite otro certificado NOM por otro periodo igual.

Como parte final del proceso de certificación, en la comercialización al consumidor final, no se puede comercializar mezcal alguno que no haya sido verificado por el organismo desde su producción y envasado, el producto envasado debe de ostentar el sello de certificación del organismo, como distintivo que dicho producto es certificado por el consejo (Mezcal, 2015).

2.5 Proceso de Producción del Mezcal

2.5.1 Recolección

Para la recolección de la materia prima (agave o maguey) son necesarias ciertas condiciones o características, tales como las siguientes: coloración verde-amarillenta en la base de las pencas y parda en la base del maguey, así como la presencia de pencas secas en esta zona. Desde el punto de vista bioquímico, el estado de madurez apropiado lo marca un alto contenido de azúcares que puedan ser aprovechados por los microorganismos para la generación de alcohol (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

En base a estos índices de madurez, existen tres estados jerarquizados:

- **Sazón:** Estado en el cual existe una coloración parda en la base del maguey, puede considerarse como un estado de madurez en el cual el contenido de fructanos (oligosacáridos presentes en el agave) es el adecuado para ser hidrolizados. No es, sin embargo, el estado óptimo de maduración.
- **De pabilo:** Presenta pencas secas en la base del maguey, así como cierta coloración verde-amarillenta en las mismas. Se considera un estado con mayor cantidad de fructanos que el estado sazón.
- **Capón:** Es el estado óptimo de madurez en el cual la cantidad de fructanos contenidos en el maguey es el máximo. Este estado se considera previo a la aparición de inflorescencias, las cuales se originan a partir del “quiotte”. Es necesario mencionar que a partir de la aparición de las inflorescencias todos los

nutrimentos presentes en el maguey se destinan a la alimentación de los frutos que aparecerán posteriormente, siendo por lo tanto inapropiado para la elaboración del mezcal (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006).

La recolección del maguey sigue tres operaciones principales:

- **Corte de las pencas:** Tiene la finalidad de eliminar aquellos órganos de la planta que no son útiles para su procesamiento, tales como las hojas o pencas.
- **Extracción de la piña:** Es la operación de recolección propiamente dicha, para esto se ocupan barretas y la extracción se efectúa desde la base y no desde la raíz, esto con el propósito de no recolectar partes que puedan dar sabores desagradables al mezcal.
- **Rasurado:** Esta operación tiene la función de completar la eliminación de las pencas de tal forma que sólo quede el corazón.

Imagen 3.
Hombre recolectando maguey



Fuente: Ramales, 2000

2.5.2 Cocción

La cocción se lleva a cabo para hidrolizar o transformar los fructanos en fructosa, monosacárido apropiado para que se lleve a cabo la fermentación (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006). Esta operación se lleva a cabo en un horno construido a partir de un agujero cavado en la tierra.

Los materiales utilizados son los siguientes:

- **Leña:** Aunque generalmente se utiliza madera de pino, el tipo de leña utilizada depende del sabor que se le quiera dar al mezcal.

- **Piedras:** Comúnmente se utilizan piedras de río debido a su capacidad de soportar las temperaturas requeridas para la cocción (800-1000° C). Deben ser de tamaño mediano, para tener una transferencia de calor adecuada. Estas piedras pueden ser sustituidas por rocas de monte. Esto depende, como se mencionó anteriormente, del sabor que se le quiera dar al mezcal.
- **Bagazo de maguey:** Se moja antes de ser utilizado y tiene la finalidad de distribuir uniformemente la temperatura a través del horno. Si no se utiliza este material, se corre el riesgo de que en la zona central las piñas se quemen y las orillas queden sin cocer.
- **Tierra:** Se utiliza para cubrir o tapar el horno.

Para realizar la cocción se siguen los siguientes pasos:

- Se coloca la leña en el fondo del horno, apilando leño sobre leño en forma rectangular. Se prende fuego a la leña.
- Se colocan las piedras encima de la leña ya encendida, esperando aproximadamente seis horas a que alcancen el estado rojo-blanco, que es el apropiado para la cocción.
- Se coloca el bagazo mojado.
- Se colocan las piñas partidas a la mitad o en cuartos, dependiendo de su tamaño original.
- Las piñas se tapan con cobijas y costales para después cubrirlas con tierra.
- Se espera de tres a cuatro días para que el cocimiento de las piñas se lleve a cabo de manera adecuada (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006).

Una buena cocción se ve influenciada por los siguientes factores:

- a) Cantidad de leña.
- b) Acomodamiento de leña.
- c) Cantidad de piedras.

Además, debe vigilarse que el horno esté bien cubierto, ya que la entrada de oxígeno puede provocar que las piñas se quemen (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006).

Imagen 4.
Llenando el horno para la cocción



Fuente: Rames, 2000

2.5.3 Triturado

La trituración tiene como finalidad hacer que los monosacáridos obtenidos en la cocción sean más disponibles a la acción microbiana, así como a la captación de microorganismos del medio para favorecer la fermentación (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

El triturado se lleva a cabo generalmente utilizando un molino conocido como “molino egipcio”. Este se conforma de una rueda de aproximadamente 500 kg. de peso unida a un eje y que es tirada por un caballo.

Los pasos que se siguen para que el triturado se lleve a cabo son los siguientes:

- Cortado o rajado de las piñas cocidas, esto con la finalidad de no causar mucho esfuerzo para el caballo al encontrar trozos demasiado grandes.
- Acomodo de los trozos de piña en el centro del molino, con el fin de dar continuidad al machacado.
- Preparación del caballo e inicio de la trituración.
- Traspaso de la pulpa desde el molino a la tina de fermentación. Una tina se llena con una cantidad aproximada de 150 kg. de pulpa (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

Imagen 5.
Acomodando los trozos de piña al centro del molino



Fuente: Rames, 2000

2.5.4 Fermentación

En la fermentación los azúcares contenidos en las piñas se transforman en etanol por medio de la fermentación alcohólica, ruta metabólica propia de las levaduras.

Esta operación se lleva a cabo en tinas de madera durante un tiempo aproximado de ocho a diez días, tomando en consideración la temperatura ambiente (Rames Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

Los pasos a seguir durante la fermentación son los siguientes:

Adición de agua caliente: Cuando se termina de colocar la pulpa triturada se adiciona agua caliente con la finalidad de crear el ambiente apropiado para el crecimiento de los microorganismos. La cantidad de agua incorporada es de aproximadamente 140 litros. Finalizada esta operación, debe esperarse aproximadamente por veinticuatro horas a que alcance el estado apropiado o “punto” para la etapa siguiente. Este estado se caracteriza por la presencia de espuma al abrir la capa de pulpa que cubre la tina y por la existencia del sonido característico de un burbujeo intenso y uniforme en toda la tina.

Adición de agua fría: Alcanzado el estado anterior, es necesario regular el crecimiento de los microorganismos con la finalidad de que no exista una transformación acelerada a alcohol de forma que pueda originarse ácido acético de manera posterior. Para esto se requiere adicionar agua fría en una cantidad aproximada de 300 litros. Tras esta operación debe esperarse aproximadamente dos horas y media para la aplicación de la siguiente etapa (Rames Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

Revoltura: Ya controlado el crecimiento microbiano, debe efectuarse una homogeneización de tal forma que no existan zonas donde la fermentación sea menor o no exista. Para esto se lleva a cabo el mezclado del contenido de la tina, para esto se necesitan dos herramientas simples: el biello, con el cual se separan las capas fibrosas que formarán en bagazo y un palo de madera que se utiliza para realizar la mezcla. Después de realizada la operación debe esperarse por espacio de 36 horas para aplicar la siguiente fase.

Detención de la fermentación: En este paso la intención es alentar lo más posible el ritmo de trabajo de los microorganismos fermentadores. Para esto se permite la entrada de oxígeno a las tinajas de fermentación efectuando el levantamiento de la capa superior de la pulpa que cubre la demás materia fermentada (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006).

Imagen 6.
Pulpa fermentando



Fuente: Ramales, 2000

2.5.5 Destilación

En esta operación se efectúa la separación del alcohol del agua aprovechando para ello sus diferentes puntos de ebullición. El etanol, debido a su estructura molecular, tiene un punto de ebullición más bajo que el agua (78.5o C a nivel del mar), por lo tanto, se separa de ésta al alcanzar esta temperatura (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006).

El dispositivo utilizado para la destilación es el alambique. Este equipo está conformado por cuatro elementos fabricados en cobre debido a su alta conductividad térmica, de tal

forma que facilita la transferencia de calor calentándose y enfriándose fácilmente alcanzando así la temperatura apropiada de separación.

Las partes que conforman el alambique son:

Olla: Esta parte se encarga de contener la mezcla de sustancias a separar, se encuentra enterrada dentro de una estructura cúbica debajo de la cual se colocan leños que generan el calor requerido para la separación del alcohol.

Montera: Se encarga de captar los vapores generados tras el calentamiento de la mezcla y los conduce a la siguiente sección. Por su forma, también se le conoce como “campana”.

Turbante: Es un tubo alargado y se encarga de conducir los vapores hacia la sección de enfriamiento.

Serpentín: Es un tubo en forma de espiral que se encuentra inmerso en un tanque con agua. Tiene la finalidad de enfriar y, por lo tanto, de condensar los vapores provenientes de la olla.

Los pasos para llevar a cabo la destilación son los siguientes:

- **Llenado de la olla:** Con una capacidad de aproximadamente 250 litros. La olla del alambique debe ser llenada con tepache (nombre que se le da al líquido contenido en la tina de fermentación) y bagazo en proporción de 2 a 1, esto es, dos partes de tepache (160 litros, aproximadamente) por parte de bagazo (80 kilogramos, aproximadamente). Es importante mencionar que, además de su aporte alcohólico, el bagazo impide que el vapor salga de manera violenta, arrastrando consigo tepache sin destilar (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).
- **Armado del alambique:** Se colocan la montera y el turbante conectados entre sí y con las partes restantes, se sellan perfectamente todos los sitios de conexión con una especie de pasta llamada *masilla*, la cual proviene de los residuos del maguey después de la destilación. La finalidad del sellado es la de evitar el

escape de vapor el cual, además de causar pérdidas de alcohol, generan un descenso en la presión, provocando que el mezcal que se obtiene salga con menos fuerza, retrasando la operación.

- **Calentamiento y regulación del calor:** Se encienden los leños para generar el calor y se espera por espacio de media hora a que salga un chorro delgado de alcohol el cual se recolecta en garrafones.

Aquí es muy importante el control de la temperatura, debido a que una temperatura muy alta o muy baja tiene repercusiones negativas en la obtención del mezcal:

- Una temperatura muy alta puede causar el arrastre de tepache a los garrafones, además de que calienta demasiado el agua de enfriamiento perdiendo su eficiencia de condensación.
- Una temperatura muy baja provoca que el líquido salga en forma cortada o que simplemente no salga.

Este control se lleva a cabo mediante la adición o eliminación de leños, o bien agregando agua a los leños encendidos para descender la temperatura. El resultado de estas acciones se ve reflejado en el tamaño de chorro, debiendo ser delgado y no salir de manera cortada.

Generalmente se obtienen tres garrafones por olla, reduciéndose su contenido alcohólico por garrafón. Al alcohol o mezcal del primer garrafón se le conoce con el nombre de *punta* y tiene una graduación alcohólica de 60° G. L. (60% v/v). Al mezcal contenido en los dos garrafones siguientes se les conoce con el nombre de *xixe* (se pronuncia shishe) y tienen una graduación alcohólica de 30° G. L. (Gay Lusacc) aproximadamente. Estos últimos garrafones se destinan a otra operación llamada refinación, la cual se explica más adelante (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

- **Vaciado de olla:** Llenados los tres garrafones, la olla se encuentra lista para ser vaciada y cambiarse su contenido. Para ello se apaga el fuego y se desarma el alambique.

- Se extrae el bagazo usando un biello y por medio de la carretilla se transporta y se acomoda en montones afuera del palenque. Este bagazo se seca y se destina, entre otras cosas, a la elaboración de *composta*.
- Posteriormente se drena el líquido restante destapando una abertura existente en la parte inferior de la olla. Es importante mencionar que esta abertura debe estar bien tapada en el momento de la destilación para evitar salidas de vapor antes mencionadas.
- Este paso se realiza hasta que se agota todo el contenido de la tina de fermentación. Finalmente se extrae el bagazo, el líquido y se apaga completamente el fuego.

Imagen 7.

Alambique de destilación



Fuente: Rames, 2000

2.5.6 Refinado

Al mezcal obtenido en la operación anterior se le llama mezcal de primera destilación. Como se mencionó anteriormente, los últimos garrafones de la primera destilación tiene una graduación de alcohol baja para los requerimientos del envasado (43 °G. L.), de ahí que necesiten refinarse para elevar su contenido de alcohol (Rames Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

El equipo a utilizar es el mismo que en la destilación y los pasos a seguir son similares a los de la destilación, así que se mencionarán únicamente las variantes:

1. **Llenado:** La olla se llena con aproximadamente 220 litros de *xixe* obtenido anteriormente.

2. **Calentamiento y control del calor:** Aquí el control del calor debe ser más estricto que en el paso anterior, debido que no existe barrera alguna que detenga la salida violenta de vapor, existiendo mayor probabilidad de pérdidas de alcohol. El alcohol de salida va desde los 80° G. L. hasta la obtención de agua destilada, la cual se conoce con el nombre de “cola”.
3. **Vaciado de la olla:** Para esto únicamente se destapa la salida lateral inferior de la olla; esta es una etapa única, es decir, no existe cambio de contenido.

Imagen 8.
Campana y serpentín del alambique



Fuente: Ramales, 2000

Composición del mezcal

La variación de la graduación alcohólica del mezcal obtenido en las operaciones de destilación y refinación hacen necesaria la aplicación de otra operación conocida como “composición del mezcal” (Ramales Osorio y Ortíz Bravo, 2006).

Esta operación consiste en mezclar los productos de la primera destilación con aquellos obtenidos en la refinación (incluyendo el agua destilada) hasta alcanzar el grado alcohólico requerido para la venta: 43° G. L.

Para saber el contenido de alcohol del mezcal con el que se está trabajando se utilizan desde instrumentos como el alcoholímetro hasta el sentido del gusto.

Maduración

Esta operación consiste en el almacenamiento del mezcal en barricas hechas de roble blanco con la finalidad de dar un aporte especial a las características organolépticas del mezcal, como suavizar el sabor y conferirle una coloración oscura agradable a la vista (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

El período de maduración varía según el tipo de mezcal que se desee obtener:

1. Mezcal reposado: Se almacena por un período de catorce meses.
2. Mezcal añejo: Se almacena por un período de tres años.

Las barricas en las cuales se lleva a cabo el reposado o el añejamiento deben estar en buen estado. Por ello se requiere un lavado que consiste en adicionar piedras pequeñas a las barricas vacías, llenarlas hasta la mitad de su capacidad y hacerlas rodar. El movimiento de las piedras a través de las barricas provoca el arrastre de material indeseable dentro de estas (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

Otra operación de mantenimiento de las barricas consiste en llenarlas con agua con la finalidad de que la madera no se seque, originándose la formación de fisuras o en un caso más grave la fragmentación de estas. Esta operación también se aplica a las tinas de fermentación cuando no están trabajando.

2.5.7 Envasado

Finalmente se realiza la operación de envasado. Esta se realiza en diferentes envases dependiendo de lo que se vaya a envasar: mezcal minero (blanco), añejo, reposado, gusano, pechuga, cremas, etc. (Ramales Osorio y Ortiz Bravo, 2006).

Imagen 9.
Envasado del mezcal



Fuente: Mezcales de Oaxaca

2.6 Cadena Productiva de la Industria del Mezcal

En el año 2015, el Consejo Regulador del Mezcal registró 695 asociados, cada asociado es aquella persona física o moral a la cual el consejo presta los diferentes servicios que ofrece, un asociado puede registrarse en uno o más eslabones y vincularse con el resto de la cadena productiva o bien abarcar la cadena completa.

Imagen 10.
Cadena Productiva de la Industria del Mezcal



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

Las unidades de servicio que se presentan en la cadena productiva del mezcal son productores de maguey, que para el año 2015 hubo un registro de 364, se encuentran los productores de mezcal que para 2015 fueron 586, los envasadores fueron 288 para

2015 y las marcas (comercializador) fueron 467 para el año 2015, respecto a estos datos se tiene que para 2015 el número total de unidades de servicio es de 1,705.

Cuadro 8.
Unidades de servicio de la cadena productiva

Unidades de servicio	2011	2012	2013	2014	2015
Productor de Maguey	146	213	255	301	364
Productor de Mezcal	285	355	435	494	586
Envasador	144	152	187	230	288
Marcas (comercializador)	244	276	322	362	467
Total	819	996	1,199	1,387	1,705

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

Los principales eslabones que conforman la cadena productiva Maguey-Mezcal, son precisamente los productores de maguey o agave, y los productores de mezcal, mismos que se manifiestan como: proveedores de materiales e insumos, que proveen entre otros de: tinas para la fermentación y alambiques de cobre, barriles de roble blanco, mangueras, toneles, botellas para envasado, reactivos químicos para los análisis de azúcar, etc.; jornaleros y empleados, técnicos prestadores de servicios, en el cuarto eslabón se encuentran los envasadores, y el siguiente está conformado por los comercializadores. Cabe destacar que hay un último factor al que se dirige toda la elaboración del mezcal y es el cliente, que conforma el mercado, sea este regional, estatal, nacional o internacional (Berumen, 2009).

- Productores de maguey, que por contar con solo terrenos, únicamente se dedican a la siembra y cultivo de la mencionada materia prima, ya que adolecen de la infraestructura y equipo para producir mezcal, derivado de esta situación, venden o comprometen en venta sus plantaciones a los productores de mezcal.
- Productores de maguey, que no solo siembran y cultivan la materia prima, sino que disponen de la infraestructura y equipo para producir mezcal, mismos que al momento de buscar mercados para su venta, ofrecen su producto a otros productores de marca, ya reconocidos, así como a clientes que disponen de bares y/o restaurantes y que les compran al mayoreo; también, pueden ofrecer

su producto a envasadores, o en todo caso, a través de negocios establecidos en otras localidades de la entidad, expenden su producto.

- Productores de maguey, que se organizan para elaborar mezcal con algún productor, que disponga de la infraestructura y equipo, una vez obtenido el producto lo canalizan al mercado donde se localizan los clientes en el punto anterior.
- Productores de mezcal, que disponen de la infraestructura necesaria para la producción de su producto, pero que no cuentan terrenos suficientes para la siembra y cultivo de la materia prima, por lo que arrendan tierras para ello, o en su defecto, adquieren siembras y cultivos que les permitan garantizar su abasto.
- Productores de mezcal, que únicamente disponen de la infraestructura y el equipo para la producción del mezcal, pero que no cuentan con terrenos propios para la siembra y cultivo de maguey, debido a ello tienen la necesidad de adquirir la materia prima para su producción, es decir, están supeditados a la compra de la materia prima (Berumen, 2009).
- Los envasadores son los socios que se encargan de introducir el mezcal en botellas de vidrio de diferentes medidas como lo son de 250ml., 500ml., 750ml., y 1lt., el envasado del mezcal no solo se realiza en la zona de denominación de origen, también puede hacerse fuera de esta zona siempre y cuando se obtenga el permiso del Consejo Regulador del Mezcal y el envasado no viole ninguna norma establecida para el mezcal.
- El comercializador es el asociado final, quien se encarga de distribuir el mezcal a los diferentes puntos del mercado nacional y extranjero.

CAPITULO III ANÁLISIS DE MERCADO

3.1 Demanda nacional de bebidas alcohólicas

En México hay gran variedad de bebidas alcohólicas las cuales tienen muchos efectos, no solo se consumen con el fin de diversión o entretenimiento, también los paladares de los consumidores pueden percibir su aroma, su sabor, incluso se consumen por usos religiosos o también se le pueden dar usos medicinales. La industria de las Bebidas alcohólicas tiene una gran variedad y de las cuales se puede hacer mención del vino, el tequila, el brandy y la cerveza, por mencionar algunas. La fabricación de bebidas alcohólicas es una importante actividad económica y de la cual en México dependen muchas familias, en particular, en la entidad de Oaxaca la elaboración de mezcal le da sustento a miles de familias.

3.1.1 Composición del mercado nacional de bebidas alcohólicas

En el cuadro 9 se presentan las categorías de bebidas alcohólicas y cuál es la que representa mayor demanda en el mercado nacional. La cerveza es la que más se consume, después las bebidas espirituosas, en las que entra el mezcal, y siguiendo el vino. Partiendo de este cuadro se puede observar que el mezcal tiene una tendencia positiva para su venta nacional.

En el año 2014 la cerveza demandó 744,869,000.50 cajas con 12 botellas de 750ml. (9 litros), y para las bebidas espirituosas hubo una demanda de 28,782,000 cajas con 12 botellas de 750ml. (9 litros).

Cuadro 9.

Mercado nacional de bebidas alcohólicas

Categoría	2010	2011	2012	2013	2014	%
Cerveza	94%	94%	94%	94%	744,869,000.95	94%
Espirituosa	4%	4%	4%	4%	28,782,000	4%
Vino	1%	1%	1%	1%	10,810,000.75	1%
Bebidas Mezcladas	1%	1%	1%	1%	10,514,000.50	1%
Sidra	0%	0%	0%	0%	422,000.18	0%
					795,399,000.63	

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

3.1.2 Segmentación del mercado nacional de bebidas espirituosas por volumen

El cuadro 10 presenta las bebidas consideradas espirituosas y como ha sido su demanda del año 2010 al 2014, como se observa la preponderancia la tiene el tequila que es una bebida que ha logrado estar en el gusto del consumidor y que al igual que el mezcal en un principio le costó tener el auge y la demanda que tiene ahora, el mezcal, a pesar de que ahora su demanda es muy baja en comparación con la del tequila, podría llegar a ocupar uno de los primeros lugares en el gusto de las personas debido a su producción artesanal, a pesar de estar en los últimos lugares tiene una demanda constante y no ha bajado durante el periodo mencionado.

Cuadro 10.
Bebidas espirituosas por volumen

Categorías	2010	2011	2012	2013	2014
Tequila	30%	29%	29%	28%	28%
Aguardiente	19%	21%	21%	22%	23%
Whisky	9%	10%	12%	13%	14%
Brandy	12%	12%	11%	10%	9%
Ron	9%	8%	9%	8%	8%
Otras Espirituosas	9%	8%	7%	7%	7%
Vodka	6%	6%	5%	5%	5%
Mezclados	5%	5%	5%	5%	4%
Mezcal	1%	1%	1%	1%	1%
Ginebra	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal 2016

3.1.3 Comparativo de bebidas espirituosas por el precio promedio de botella de 750ml. en el canal de mayoristas

El cuadro 11 representa el precio de venta de las bebidas alcohólicas espirituosas que se ofrecen en el mercado nacional al mayoreo para la presentación en botellas de 750ml., como se puede observar el mezcal va adquiriendo mayor valor respecto de un año al otro, al igual que la ginebra, lo que hace notar que el valor del mezcal va en aumento.

Cuadro 11.
Precio promedio por botella de 750ml.

Bebidas alcohólicas	2012	2013	2014	2015
Cognac	\$574.10	\$642.00	\$653.50	\$680.71
Armagnac	\$585.30	\$622.30	\$577.70	\$562.59
Mezcal	\$240.70	\$279.20	\$304.20	\$353.65
Oporto	\$383.50	\$302.30	\$323.20	\$314.79
Whisky	\$284.70	\$282.70	\$280.70	\$269.63
Ginebra	\$149.80	\$169.30	\$185.70	\$254.31
Tequila	\$127.40	\$132.10	\$137.50	\$155.46
Brandy	\$134.50	\$135.60	\$135.90	\$133.76
Vodka	\$124.70	\$126.40	\$126.30	\$126.93
Ron	\$106.60	\$107.80	\$107.60	\$108.40
Aguardiente	\$25.00	\$24.60	\$24.90	\$26.46

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

3.1.4 Porcentaje de composición del mercado nacional de bebidas alcohólicas por valor

En el cuadro 12 se presenta el porcentaje que se ha incrementado el precio del mezcal en comparación con otras bebidas. El mezcal es la segunda bebida con el mayor valor de crecimiento en el mercado, es decir, en lugar de que baje su precio en el mercado, este va en aumento, en cambio hay bebidas para las cuales su precio se comporta hacia la baja. El promedio de crecimiento compuesto (PCC) indica que la ginebra es la bebida con mayor porcentaje de crecimiento, seguida por el mezcal que se cotiza más caro en el mercado.

Cuadro 12.
Valor de las bebidas en porcentaje

Bebida	2013	2014	2015	PCC
Mezcal	0.40	0.60	0.80	49.70
Ginebra	0.40	0.80	1.00	62.80
Aguardiente	3.90	4.00	3.90	10.00
Whisky	20.00	21	20.80	14.70
Tequila	23.50	23.90	24.20	12.80
Oporto	0.10	0.20	0.10	8.90
Ron	7.10	6.80	6.50	4.90
Armagnac	0	0	0	17.10
Vodka	4.40	4	4.20	7.40
Brandy	10.60	9.10	8.50	-0.40
Cognac	1.10	1.80	1.70	2.30
Vinos y otros	28.50	28	28.20	
Total	100	100	100	

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

3.2 Exportación del Mezcal

Las exportaciones de mezcal han aumentado considerablemente, los países se han ido incorporando año con año a la demanda del mezcal y en el cuadro 13 se muestra cómo es que los países han ido adquiriendo esta bebida espirituosa y como ha estado presente en el gusto del mercado extranjero.

Estados Unidos se presenta como el principal importador de mezcal a partir del año 2011 y hasta 2015, en este último año se presenta con el 64% del total de las exportaciones, le sigue Chile con una demanda del 7%, después España con igual el

7%, Inglaterra con el 6% de la demanda, Alemania con el 5%, Australia con el 3%, Panamá con un 2%, Italia igual con el 2% y Canadá con 1%, estos datos son para el año 2015, porque en años anteriores hay países que figuraban con mayor demanda y que no se encuentran entre los mencionados para el año 2015, por ejemplo, para el año 2014 Suecia, Francia y Perú se encontraban dentro de los principales importadores del mezcal (CRM, Informe del Consejo Regulador del Mezcal, 2016).

Cuadro 13.
Estadísticas Anuales de la Exportación de Mezcal (dólares/litros)

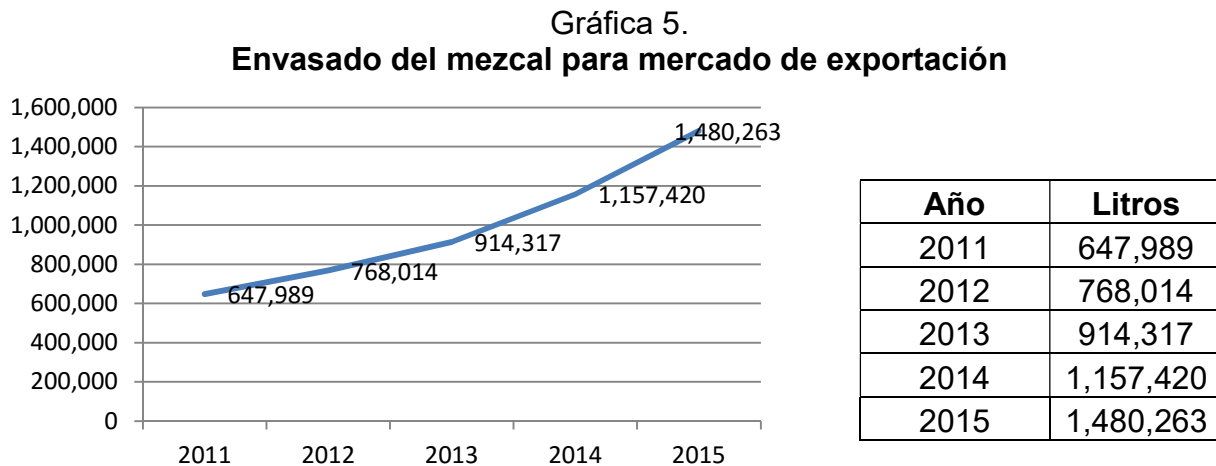
Concepto	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Año	2015	2015	2014	2014	2013	2013	2012	2012
Total	19,796,627	2,076,624	13,357,727	1,899,495	7,501,414	739,732	263,768	22,325
Estados Unidos	12,103,638	950,730	7,725,860	673,369	4,096,889	429,906	89,129	7,073
Australia	440,594	31,794	628,197	38,309	668,958	62,314	95,305	11,890
Chile	246,773	5,106	397,278	77,850	334,348	66,600	0	0
España	664,107	58,844	371,880	23,295	131,771	10,961	0	0
Inglaterra	695,981	57,422	308,374	20,505	231,875	29,132	32,288	969
Francia	85,062	7,467	288,570	32,423	173,462	23,766	0	0
Alemania	794,697	738,261	200,673	836,174	191,623	9,401	0	0
Canadá	234,196	15,790	169,458	9,934	187,433	18,396	17,150	540
Suecia	48,557	3,310	135,355	5,338	64,240	3,922	0	0
Panamá	128,209	24,174	112,500	22,500	36	12	0	0
Países Bajos	276,625	13,406	111,668	11,895	93,663	12,941	0	0
Paraguay	19,900	2,049	23,159	1,680	0	0	27,526	1,740
Japón	32,753	1,915	22,281	901	25,080	1,769	0	0
Italia	390,250	15,503	20,267	470	74,091	8,820	0	0
Guatemala	25,438	2,448	17,541	1,991	119	76	0	0
Suiza	62,869	3,717	17,133	612	4,559	180	0	0
Singapur	71,056	3,733	14,178	967	6,011	216	2,370	112
El Salvador	8,300	750	10,490	1,020	5,474	1,134	0	0
Nueva Zelanda	5,539	372	5,695	347	51,547	5,844	0	0
Letonia	11,410	1,350	5,364	537	54,646	5,367	0	0
Austria	7,812	315	4,260	252	0	0	0	0
Costa Rica	5,895	2,498	3,371	588	6,628	900	0	0
Bahamas	7,680	1,110	3,006	297	0	0	0	0
Islas Caimán	71,683	540	1,367	135	0	0	0	0
Colombia	56,375	3,240	462	22	1,151	56	0	0
China	8,999	270	140	21	22	0	0	0
Bélgica	17,185	398	0	0	0	0	0	0
Brasil	8,915	549	0	0	18,174	1,070	0	0

Dinamarca	39,479	1,793	0	0	2,592	470	0	0
Hong Kong	19,376	1,566	0	0	102,999	554	0	0
Israel	27,335	2,205	0	0	0	0	0	0
Taiwán	60,492	5,823	0	0	0	0	0	0
Uruguay	3,253	90	0	0	0	0	0	0
Sudáfrica	3,849	105	0	0	30,538	3,375	0	0

Fuente: SIAVI, 2016

3.2.1 Envasado del mezcal para mercado de exportación

En la gráfica 5 se muestra el total de litros que se destinan de la producción nacional en total para la exportación, se observa una tendencia positiva de consumo en el mercado extranjero, es decir, la demanda va en aumento.



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

3.2.2 Entidades que envasan para mercado de exportación

El mezcal puede ser envasado fuera de la DOM, siempre y cuando se cuente con el permiso y certificación de COMERCAM. Para el año 2015, Oaxaca se presenta como el principal envasador de mezcal con el 84% de la producción total que se destina a la exportación, después el 12% se envasa fuera de la DOM, el 2% le corresponde a Zacatecas y con el 1% Guerrero y San Luis Potosí (CRM, Informe del Consejo Regulador del Mezcal, 2016).

3.2.3 Procedencia del mezcal de exportación

El estado de Oaxaca es el principal productor de mezcal y para la exportación en el año 2015 se ocupó un total del 95.2% de la producción, Zacatecas exportó el 2.1% de su producción, Guerrero y Guanajuato el 1.6%, Durango y San Luis Potosí el 0.5% y Michoacán el 0.2%, con estos datos se destaca la importancia de la industria del mezcal en Oaxaca (CRM, Informe del Consejo Regulador del Mezcal, 2016).

Para el mercado de exportación, el mezcal que es 100% puro, es decir el tipo I es el que se exporta. Dentro de las categorías del mezcal, el joven se exportó en un 91%, el reposado 8% y el añejo 1%, estos datos son para el año 2015.

Las bebidas espirituosas para el año 2014 representan el 11% del total de las bebidas alcohólicas que se exportan, esto es, se exportaron 3,081,237.22 (miles de cajas de 9 litros) cajas. Dentro de las bebidas espirituosas, el mezcal representa el 0.03% (CRM, Informe del Consejo Regulador del Mezcal, 2016).

3.2.4 Precio para mercado nacional y de exportación

En el cuadro 14 se presentan los litros de mezcal que se destinan a la exportación y al mercado nacional que se producen en el país. También se presenta el precio promedio que tiene la bebida espirituosa tanto en el mercado nacional como en el extranjero, al final se obtienen las ganancias que se generan por la producción de mezcal en el mercado nacional y de exportación respecto al precio por botella producida.

Cuadro 14.
Precio por botella en el mercado nacional y de exportación

Envasado	Litros	Botellas	Precio promedio por botella (pesos)	Precio promedio
Nacional	1,508,839	2,011,785	\$353.00	\$710,160,105.00
Exportación	1,480,263	2,114,662	\$632.80	\$1,338,158,113.60

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2016

3.3 Análisis FODA para el mezcal mexicano de exportación a Estados Unidos de América

FORTALEZAS

- Tiene Denominación de Origen
- Es un producto de manufactura artesanal
- Mano de obra especializada, elaboración total del producto por manos mexicanas
- Certificación de los productores
- Variedades de agave para la elaboración del mezcal
- Condiciones climáticas favorables para la producción del maguey
- La demanda local está consolidada y representa un incentivo de crecimiento para el producto
- No hay restricciones arancelarias para exportar a Estados Unidos

DEBILIDADES

- Altos costos en trámites ante el COMERCAM
- Concentración de la industria en pocas empresas
- Falta de experiencia en mercados extranjeros para la introducción de bebidas espirituosas
- Capital reducido para iniciar operaciones con gran demanda
- Costoso equipo para poner en funcionamiento un molino moderno para el agave y la producción se

OPORTUNIDADES

- La existencia del TLCAN
- Aunque ya tiene presencia en Estados Unidos aún hace falta conquistar otros estados
- Son pocas las bebidas espirituosas destiladas
- Por el gran auge que está teniendo esta bebida ancestral, ha despertado un gran interés por parte de los países destino y la incorporación de nuevos países que demandan el producto
- Incremento de las exportaciones en los últimos años

AMENAZAS

- Existen varias marcas comercializando el mezcal en Estados Unidos, no son muchas pero si hay competencia
- El mezcal compite con otras bebidas de mejor calidad para algunos paladares, pero con pocas de producción artesanal
- Variaciones del tipo de cambio respecto a los países destino
- No existe previsión para la conservación y manejo

incremente considerablemente

sustentable de las especies de
agave

3.4 Importaciones y Exportaciones de Estados Unidos

En 2014 Estados Unidos de América importó 2,019 billones de pesos, por lo que es el importador más grande del mundo, además las importaciones se han incrementado a una tasa del 8.5 por ciento(OEC, 2015). El valor de las importaciones estadounidenses de petróleo crudo provenientes de México pasaron de 27.7 millones de dólares en 2014 a 12.5 millones de dólares en 2015. El comercio de medios manufactureros, en general, y de la industria automotriz, en particular, crecieron, compensando en gran medida las pérdidas del sector energético.

En 2015 los principales productos importados de Estados Unidos son:

- 7.3% automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas, incluso los del tipo familiar,
- 5.7% aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso,
- 4% máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores magnéticos u ópticos, máquinas para registro de datos sobre soporte en forma codificada y máquinas para tratamiento o procesamiento de estos datos,
- 2.9% partes y accesorios de tractores, vehículos automóviles para transporte, vehículos automóviles para transporte de mercancía o para usos especiales,
- 2.8% medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí o sin mezclar, preparados para usos terapéutico o profilácticos, dosificados incluso los administrados por vía transdérmica o acondicionados para la venta al por menor,
- 2.8% aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión,
- 2.2% aceites de petróleo o de mineral bituminoso (aceites crudos),
- 2.1% aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos, incluso los teléfonos de usuario de auricular inalámbrico combinado con micrófono y los aparatos de telecomunicación,
- 1.3% circuitos integrados y microestructuras electrónicas; sus partes,

- 1% aparatos receptores de televisión.

Los principales orígenes de las importaciones de Estados Unidos son:

China 432,000 millones de pesos, Canadá 331,000 millones de pesos, México 291,000 millones de pesos, Japón 128,000 millones de pesos y Alemania 121,000 millones de pesos (OEC, 2015).

En 2014 Estados Unidos figura como el 2° exportador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años sus exportaciones se han incrementado a una tasa anual del 8.5 por ciento. Las exportaciones en 2014 son lideradas por el refinado de petróleo, que representó el 7.11 por ciento de las exportaciones totales, seguidas por coches que representaron el 4.18 por ciento (OEC, 2015).

Las exportaciones mexicanas de automóviles a Estados Unidos se incrementaron para 2015 en 2,400 millones de dólares y de las autopartes en 2,200 millones de dólares bajo el código comercial de autopartes en el resto del sector de equipos de transporte, México también impulsó las exportaciones de tractores para semirremolques en 1,200 millones de dólares, así como de otros vehículos utilizados para el transporte comercial en 600 millones de dólares. En lo correspondiente a las exportaciones de equipo para telecomunicaciones a Estados Unidos por 2,500 millones de dólares. Productos como semiconductores, televisiones de pantalla plana, equipo médico, así como productos agrícolas como aguacates y moras, experimentaron un crecimiento en sus exportaciones.

En 2015 los principales productos exportados de Estados Unidos son:

- 5% aceites de petróleo o de mineral bituminoso (aceites crudos),
- 3.7% automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas, incluso los del tipo familiar,
- 2.9% partes y accesorios de tractores, automóviles para transportes de mercancías,
- 2.3% circuitos integrados y microestructuras electrónicas; sus partes,

- 1.8% maquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores magnéticos u ópticos, maquinas para registro de datos sobre soporte en forma codificada y maquinas para tratamiento o procesamiento de estos datos,
- 1.7% instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluso los de escintógrafo y demás aparatos electrodomésticos, así como los aparatos para pruebas visuales,
- 1.6% medicamentos constituidos por productos mezclados entre sí o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos ó profilácticos, dosificados incluso los administrados por vía transdérmica o acondicionados para la venta al por menor,
- 1.6% aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos, incluso los teléfonos de usuario de auricular inalámbrico combinado con micrófono y los aparatos de telecomunicación por corriente portadora o telecomunicación digital,
- 1.3% oro, incluso el oro platinado, en bruto, semilabrado o en polvo,
- 1.3% habas porotos, frijoles, frijoles de soya.

Los principales destinos de las exportaciones de Estados Unidos son:

Canadá 241,000 millones de pesos, México 194,000 millones de pesos, China 134,000 millones de pesos, Japón 67,005 millones de pesos y Alemania 61,006 millones de pesos (OEC, 2015).

Estados Unidos exporta 450 productos con ventaja comparativa revelada, lo que significa que su participación en las exportaciones mundiales de estos productos es mayor de lo que se esperaría dado el tamaño de su economía y el tamaño del mercado global de estos productos (OEC, 2015).

3.5 Consumo de alcohol en Estados Unidos de América

Estados Unidos es un mercado potencial de consumo de bebidas alcohólicas, la población en un rango de 25 a 69 años de edad destaca con un 56.60 por ciento, lo que indica que el consumo de mezcal sea favorable para este segmento, ya que son personas que perciben un salario mínimo o cuentan con alguna fuente de ingreso para

poder solventar sus gastos en bienes y servicios, así también en sus gustos, diversiones y preferencias.

Cuadro 15.
**Distribución de la población por edades en porcentaje de
Estados Unidos de América**

Edad	%
Menos de 5 años	6.90
De 5 a 14 años	13.30
De 15 a 24 años	14.10
De 25 a 69 años	56.60
Más de 70 años	9.10
Más de 80 años	3.80

Fuente: Santander TradePortal

De acuerdo al análisis de datos de consumo de alcohol realizado por Gallup de Estados Unidos de América de 2001 a 2014 (abarca cerca de 10,000 entrevistas con consumidores adultos), los datos arrojan que siete de cada diez personas adultas en Estados Unidos toma bebidas alcohólicas de forma regular. El porcentaje de estadounidenses que beben alcohol se ha mantenido estable durante los últimos años, respecto al tipo de bebidas; el 41 por ciento de los encuestados señaló a la cerveza como su bebida preferida, especialmente en la región norte-centro de Estados Unidos.

Por su parte, los residentes de las costas del Atlántico y el Pacífico se mostraron más propensos a elegir el vino en comparación con el resto. El 59 por ciento de los encuestados, prefieren consumir otro tipo de bebidas como el vino, vodka, bebidas destiladas, entre otras.

Por sexos, los hombres prefirieron la cerveza antes que el vino, a diferencia de lo ocurrido entre las mujeres quienes prefieren las bebidas destiladas.

En referencia al estatus económico, más del 80 por ciento de las personas que afirmaban ganar al menos 75,000 dólares anuales también se identificaron como bebedores, algo que, en opinión de los encuestadores, demuestra que las personas que beben tienden a ser más adineradas que los abstemios; con lo anterior tenemos que casi dos tercios de los adultos estadounidenses beben alcohol.

Por lo anterior las exportaciones de mezcal Benevá va dirigido a personas jóvenes y maduras, especialmente mayores de 19 años hasta 65 años de edad.

En cuanto a la regularidad en el consumo, el 67 por ciento reportó haber consumido al menos una copa en la última semana. Otro 12 por ciento declaró haber bebido dentro de los últimos tres meses, mientras que un 10 por ciento dijo que su último consumo fue más atrás en el tiempo. Algunos de estos consumidores menos frecuentes incluyen personas que dicen que beben sólo en ocasiones especiales, pero el consumo de bebidas alcohólicas aumenta los fines de semana.

3.6 Requisitos para exportar el Mezcal a Estados Unidos de América

- Registro Federal de Contribuyentes (RFC): mediante este se comprueba la existencia legal de la empresa. Lo expide la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000).
- Registro de Marca: es un nombre, término, símbolo, diseño o cualquier signo visible o bien una combinación de ellos, que sirva para distinguir un producto o un servicio de otros de su misma clase o especie. Existen cuatro tipos de marcas: nominativa, innominadas, tridimensionales y mixtas. Este trámite se realiza ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Es conveniente registrar la marca puesto que se protege la marca en la República Mexicana y se puede hacer en el extranjero. Asimismo, se puede evitar la imitación o copia del producto y el que se aprovechen de su reputación comercial.
- Código de Barras: este elemento ayuda a la identificación de productos para hacer más eficiente y preciso el manejo de la información. Los números de los productos permiten una identificación única de cada producto en cualquier parte del mundo. Para su obtención es necesario acudir a la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico.
- Marbete: según el artículo 3 Fracción XIII de la ley de Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (LIEPS) los marbetes representan “la forma valorada que constituye el signo distintivo de control fiscal y que se adhiere a los envases que

contengan bebidas alcohólicas con capacidad que no exceda a los 5,000 mililitros”. Este elemento es indispensable en términos de la ley, si no se adquiere se estará cometiendo un delito. Para obtenerlo se debe recurrir a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

- Registro en el Padrón Sectorial de Exportadores: se registraran en la Dirección General de Aduanas, la empresa exportadora de mezcal, esto para llevar un control de marcas y poder tener datos precisos de exportación de esta bebida (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000).
- Certificado Fitosanitario Internacional: este documento es indispensable para la exportación del mezcal, por ser un producto agroindustrial debe pasar ciertos controles que indiquen que cumple con los estándares de calidad establecidos. Se obtiene en la Dirección General de Sanidad Vegetal de la Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural.
- Certificado de Origen: es el documento donde se manifiesta que un producto es originario del país o la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Este certificado es necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales. La necesidad de este certificado se expresa en el artículo 36, Fracción I, inciso D de la Ley Aduanera (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000).
- Etiquetado:
 - Palabra Mezcal
 - Tipo y Categoría al que pertenece
 - Marca Registrada en México
 - Contenido, Porcentaje, Nombre o Razón Social
- Aduana:
 - Fracción Arancelaria
 - Pedimento
 - Factura Comercial
 - Certificado de Origen
 - Documento de Embarque

3.7 Fracción Arancelaria y Clasificación Arancelaria bajo el Sistema Armonizado

Cuadro 16.
Fracción Arancelaria

SECCIÓN	IV- PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS.
CAPITULO	22-BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE.
PARTIDA	2208-ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR CON GRADO ALCOHÓLICO VOLUMÉTRICO INFERIOR A 80% VOL; AGUARDIENTES, LICORES Y DEMAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS.
SUBPARTIDA	220890-LOS DEMAS.
FRACCIÓN	22089005-MEZCAL.

Fuente: Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación

TLCAN

De acuerdo al artículo 313 y al anexo 313 del TLCAN:

“.....Tanto Canadá como Estados Unidos reconocerán al mezcal como producto distintivo de México. En consecuencia, Canadá y Estados Unidos no permitirían la venta de mezcal, a menos que se hayan elaborado en México de acuerdo con las leyes y reglamentaciones de México relativas a la elaboración de mezcal”

Barreras arancelarias y no arancelarias

Arancel 0% (ciicex)

a) Exportador:

NOM'S

- NOM-070-SCFI-1994
- NOM-144-SEMARNAT-2004

Certificado de COMERCAM FDA

Food and Drug Administration (FDA)

Cada registro ante la FDA requiere de la siguiente información:

- Tipo de registro (domestica o extranjera)
- Datos de la compañía
- Nombres comerciales que utiliza la compañía
- La categoría del producto como lo identifica la regulación del FDA
- 21.CFR.170.3, en este documento se prevé la clasificación del producto, en el cual se clasifica al Mezcal como n-2

- Proveer el nombre, dirección y teléfono de su agente de Estados Unidos de América.

“Prior Notice Confirmation”.- Se requiere esta forma antes de que las mercancías entren a Estados Unidos de América.

b) Importador de mezcal:

- Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)

Permiso básico de importación (Importer's Basic Permit)

- Oficina en Estados Unidos de América
- Número de Identificación de Empleado (Employer Identification Number)
- Certificado de aprobación de etiqueta (Certificate of Label Approval)
- Registro ante la FDA
- Importador debe de notificar a FDA que llevara a cabo una importación.
- Liquor Control Commission

La importación, distribución, almacenamiento y ventas mayoristas de bebidas alcohólicas están reguladas en los EE. UU. principalmente por la Agencia del Comercio e Impuestos al Alcohol y Tabaco (TTB). La TTB emite permisos para que empresas operen como importadoras y vendedoras mayoristas de bebidas alcohólicas en los EE. UU. La TTB también regula estrictamente las etiquetas que aparecen en todas las bebidas alcohólicas. Cada estado y municipio tiene leyes adicionales que pueden regular en más detalle las operaciones de distribución, importación, almacenamiento y venta mayorista y minorista de bebidas alcohólicas. Además, cada estado y municipio puede emitir su propio permiso para permitir que los negocios realicen estas operaciones.

3.8 Certificado de exportación de COMERCAM

Antes de exportar mezcal se necesita tener un certificado de exportación expedido por el COMERCAM (Anexo 6).

Para esto se tiene que pasar por el siguiente proceso:

- Emitir un dictamen de viabilidad sobre la fábrica

- Tramitar autorización para uso de denominación de origen “Mezcal” por medio del IMPI
- Con lo anterior se empiezan los trámites para emitir la NOM correspondiente
- Con todo lo anterior se puede tramitar el Certificado de Exportación del COMERCAM cuando se necesite, ahí se especifican cantidades y características del mezcal.

El contenido del certificado de exportación del COMERCAM es el siguiente(Jaramillo, 2008):

- Número de cajas de mezcal
- Marca
- Tipo
- Categoría
- Presentación de la botella
- Numero de contraseña oficial NOM (exclusiva de cada empresa)
- Numero de lote
- Nombre de la empresa que solicita el certificado
- Nombre y dirección del destinatario

Tiene vigencia de 6 meses después de su expedición y tiene un costo de \$600.00 MXN

3.9. Requisitos Aduaneros para la exportación del mezcal

- **Clasificación de la fracción arancelaria del producto:** Consiste en la asignación de un código, aceptado universalmente para cada tipo de artículo que se comercializa en los mercados internacionales. Se identifica al mezcal con la fracción arancelaria 22089005 (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000).
- **Pedimento de exportación:** Es la forma oficial aprobada por la SHCP, preparada por el agente aduanal, que es presentada por el transportista en el módulo aleatorio de la aduana mexicana. Permite a la empresa comprobar, ante la SHCP, los aspectos fiscales correspondientes a las exportaciones realizadas, para tramitar la devolución o el acreditamiento del IVA (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000).

Este documento debe contener la siguiente información:

- a. Especificación de la base gravable de impuestos de exportación y de importación en el país destino.
 - b. Descripción de la mercancía, peso, volumen, cantidades y el valor comercial especificado en la factura.
 - c. Datos completos de la compañía exportadora, datos del comprador, país que importa y país destino de la mercancía.
 - d. Referencia de impuestos de exportación cuando así se requiera.
 - e. Condiciones de venta. (Anexo 1)
- **Factura comercial de la empresa:** La presenta la empresa exportadora y debe contener lo siguiente:
 - a. Aduana de salida del país de origen y aduana de entrada del país destino.
 - b. Nombre y dirección del vendedor o del embarcador.
 - c. Nombre y dirección del comprador o consignatario.
 - d. Descripción detallada de la mercancía.
 - e. Cantidades, peso y medidas del embarque.
 - f. Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda y señalar su equivalencia en la moneda nacional.
 - g. Tipo de divisa utilizada.
 - h. Condiciones de la venta (Incoterm)
 - i. Lugar y fecha de expedición, si la factura se compone de dos o más hojas, estas deben numerarse consecutivamente. (Anexo 2)
- **Certificado de origen:** Es el que se menciono anteriormente y se debe mostrar para el desaduanamiento de la mercancía. (Anexo 3) (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000)
- **Documento de embarque:** Funge como prueba del derecho para ingresar la mercancía al país destino.
- **Lista de empaque:** Permite, a diferentes agentes que participan en el proceso de exportación, identificar las mercancías y saber que contiene cada caja o bulto del embarque. Es una garantía para el exportador. (BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial de alimentos procesados, 2000)

- **Póliza de seguro**
- **Certificado FDA**
- **Certificado del COMERCAM** (Anexo 7)

Otros documentos necesarios que solicitan las autoridades de los países importadores, tal como la certificación de buenas prácticas sanitarias, entre otros.

3.10 Empresas productoras de mezcal en el estado de Oaxaca

En el año 2011 a nivel nacional las empresas que se dedican a la elaboración de bebidas destiladas de agave son 603, siendo el estado de Oaxaca quien con 324 pequeñas empresas permanece al frente de la elaboración de mezcal sin embargo no todas las empresas se dedican a exportar el producto (INEGI, 2014).

Según el Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) en el año 2016, también existen un total de 379 empresas que se dedican a exportar bebidas que contienen alcohol etílico, divididas en Business to Business (B2B) con 114 empresas, las que aloja el Directorio de Exportadoras (DIEX) son 165 empresas y las que corresponden al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) son 100 empresas exportadoras (SIAVI, 2016).

De acuerdo al informe del Consejo Regulador del Mezcal para el año 2014 hay 526 empresas asociadas, esto quiere decir que es el total que conforma la cadena productora del mezcal (CRM, 2015).

En el estado de Oaxaca existen 10 empresas destacadas que se dedican a la exportación de mezcal a diferentes partes del mundo siendo Estados Unidos el principal destino de este producto, pero también las exportaciones van dirigidas a países como Polonia, Francia, El Salvador, Canadá, Rusia, Estonia, Australia, Alemania, Japón, República Checa, Suiza y Guatemala entre otros (SIAVI, 2016).

3.11 Empresas Exportadoras de mezcal en Oaxaca, SIAVI (DIEX)

A continuación se presentan las empresas exportadoras de mezcal, estas empresas son las que están establecidas en Oaxaca únicamente pertenecientes a DIEX (SIAVI, 2016) (Ver Anexo 4, para saber a dónde exporta cada una de las empresas).

- Razón Social: Bebidas Excelentes, S.A. DE C.V.
- Razón Social: Compañía de Mezcal Reunión, S.A. DE C.V.
- Razón Social: Del Maguey Single Villague Mezcal, S.A. DE C.V.
- Razón Social: Envasadora de Mezcales de Oaxaca, S.A. DE C.V.
- Razón Social: Exportadora de Mezcales La Reliquia, S.A. DE C.V.
- Razón Social: Licorera Oaxaqueña, S.A. DE C.V.
- Razón Social: Mezcal Embajador, S.P.R. DE R.I.
- Razón Social: Productores de Maguey y Mezcal de San Dionisio Ocotepec, S.C. DE R.L.
- Razón Social: Scorpion Mezcal S.A. DE C.V.
- Razón Social: Mezcal Benevá, S.A. DE C.V.

3.12 Mezcal “Benevá S.A. de C.V.”

Benevá, es una empresa 100% oaxaqueña que surge, gracias al espíritu de lucha de Pedro Mateo López (finado), originario de Santiago Matatlán, Oaxaca, quien aprendió el oficio de mezcalero heredado de sus abuelos, y con visión de futuro, creo un nuevo concepto integral para la elaboración del mezcal aplicando nuevas tecnologías en su planta procesadora de mezcal.

En un menor tiempo, Benevá logra producir una mayor cantidad de mezcal, sin que éste pierda el aroma y sabor tradicional de los palenques, como lo demandan el mercado nacional e internacional (Benevá, s/f).

La planta procesadora de mezcal Benevá ubicada en el Km. 22 de la carretera Oaxaca-Istmo, en el Valle Central de Oaxaca, en la zona considerada como la “Capital Mundial del Mezcal” e instituida con “Denominación de Origen” produce mezcal 100% agave, en sus cuatro variedades: joven, reposado con gusano de maguey, añejo y extra añejo.

Para realizar el estudio financiero se tomó en cuenta la producción de mezcal joven (blanco), reposado y añejo, porque las otras variedades son exclusivas y no se producen en grandes cantidades, además, el Sr. Luis Eduardo comenta que estas categorías de mezcal son para el mercado de exportación. Esta empresa es considerada una mediana empresa. En la empresa trabajan 55 personas en planta y 12 personas en el área administrativa.

Razón Social: Mezcal BENEVA, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 22/01/2001

Sector: Comercial

Domicilio: Colon #518, Col. Centro, C.P. 68000,
Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 1,000,001-2,500,000

Empleados: 51-100



3.12.1 Proceso de elaboración del mezcal Benevá

Benevá realiza el proceso de elaboración de mezcal agroindustrial y la imagen 11 denota los pasos a seguir para su elaboración.

Imagen 11.
Empresa Benevá S.A. de .C.V.



Siembra



Jima o Corte



Traslado a la planta



Preparación del horno



Maguey horneado



Molino de maguey



Receptor de jugos



Formulación



Mosto de maguey



Destilación



Almacenamiento



Añejado en barricas



rea de terminado



Etiquetadora



Traslado de mezcal terminado



Bagazo de maguey



Degradación del bagazo



Bagazo convertido en abono



Interiores de la planta



Fachada principal



Planta Benevá

Fuente: Benevá S.A. de C.V.

El producto es envasado a través de un proceso semiautomatizado. Sin embargo, si se requiere producir mezcal reposado, añejo o extra añejo, éste previamente es

depositado en barricas de roble blanco, donde por la acción del tiempo, adquiere su característico sabor a maderas finas. Para obtener mezcal con gusano, éste previamente es tratado y luego cuidadosamente envasado para obtener su aroma característico.

En el área de producto terminado, cada botella de mezcal es etiquetada y revisada cuidadosamente, para luego ser empaquetada y almacenada, quedando listo el producto para ser distribuido en el mercado nacional e internacional.

3.13 Demanda de mezcal en Estados Unidos de América

Cada año la demanda de mezcal se incrementa en el mercado extranjero y son más los países que se interesan en importar la bebida, Estados Unidos es el principal importador del mezcal. Para 2016 Nueva York es el principal destino de las importaciones de mezcal ya que es la ciudad más cosmopolita e influyente en las preferencias y gustos de las personas. El mezcal es una de las mejores bebidas destiladas y por su proceso artesanal podría ocupar el primer lugar en el gusto de los estadounidenses. Las empresas productoras y envasadoras de mezcal que tienen presencia en Nueva York son principalmente: “Pierde Almas” y ahora está llevando la bebida a California, Texas, Illinois, Nueva Orleans y Boston, “Los Siete Misterios”, “Mezcal Hahakka” y “Mezcal Benevá” .

En Los Ángeles ya se abrió una mezcalería, “Las Perlas”, y también un restaurante en Nueva York dedicado a la cultura del maguey que se llama “Mayahuel”. Hay variedades que se están vendiendo a 120 dólares por botella en las tiendas de EU, especialmente de escasas especies de magueyes silvestres. Y en el mercado informal hay reportes de restaurantes *gourmet* que pagan 1,000 pesos por litro de mezcales de gran calidad, los cuales ni siquiera tienen certificación oficial (De Yong, 2011).

Nueva York es el mayor centro financiero comercial de los Estados Unidos, así como su mayor centro industrial. Con más de 19 millones de habitantes, Nueva York es el tercer estado más poblado de Estados Unidos de América.

Mezcal Benevá colocará el producto en la “Casa Mezcal” donde será comercializado por personal de este restaurant. Benevá enviara las presentaciones de mezcal joven, añejo y reposado a 86 Orchard St., New York, 10002, Estados Unidos. De manera que en la aduana de Nuevo Laredo, Tamaulipas termina la responsabilidad de Benevá al entregar la mercancía al agente en la frontera con Estados Unidos.

Las ciudades más importantes de Estados Unidos son:

- Nueva York
- Los Ángeles
- Las Vegas
- Hollywood
- Miami

3.14 Productos sustitutos

El tequila es una bebida consolidada y posicionada en el mercado nacional e internacional, debido a las medidas para pasar a la industria formal, obtener certificaciones, denominación de origen, derribar mitos y abrirse mercado. El tequila es el producto que se puede considerar como un sustituto casi perfecto del mezcal y con el que tiene que competir en el mercado nacional y extranjero.

Existen diferencias específicas entre ambas bebidas, una de ellas es la materia prima que se utiliza en la producción y en la variedad de agave de la cual se obtienen, es decir, ambas se obtienen de la misma planta pero de distinta variedad; en el caso del tequila, se utiliza el agave tequilana weber variedad azul y para el mezcal se utiliza el agave Angustifolia Haw, que tiene más azúcares y es más grande.

El tequila, es una bebida que adquiere su nombre del pueblo donde se produce, en Tequila Jalisco (occidente de México), y cuyo proceso se ha industrializado totalmente, siendo esta situación la que impone la grandiferencia entre el tequila y el artesanal Mezcal, que se origina en Oaxaca (sur de México). Respecto al sabor, el mezcal tiene un sabor fuerte aromático y el tequila es neutro, y el mezcal en alguna de sus presentaciones lleva gusano y el tequila no.

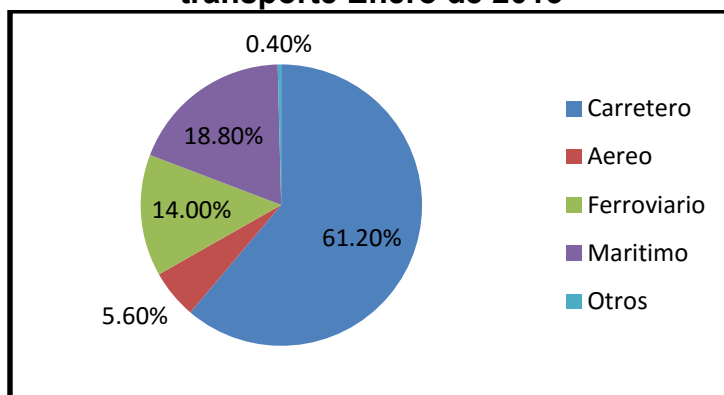
CAPITULO IV TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

4.1 Medios de Transporte

Todos los medios de transporte tienen ventajas e inconvenientes. El medio que sea empleado dependerá en gran medida de los productos a comercializar, de las necesidades y preferencias del exportador, y desde luego de las exigencias de los clientes y de los propios productos.

Un factor muy importante para designar el tipo de transporte utilizado, es el lugar destino del producto. En el caso de las exportaciones mexicanas hacia Estados Unidos de América el medio de transporte más utilizado es el terrestre (ver gráfica 6).

Gráfica 6.
Participación porcentual de la exportación de mercancías según modo de transporte Enero de 2015



INEGI, Balanza Comercial de Mercancías de México, 2015.

Los principales medios de transporte son:

a) Transporte aéreo

Es un medio muy rápido y seguro que, por lo general, necesita poco embalaje y con poco capital asociado a la mercancía; a pesar de todo es el medio de transporte más costoso. No obstante puede ser muy rentable para transportar mercancía de poco volumen y mucho valor.

b) Transporte marítimo

Su principal inconveniente es la lentitud. Tal vez no sea el método más práctico cuando se transportan productos perecederos; pero es el medio más económico para artículos de gran valor en relación peso/volumen, por ejemplo vehículos, aparatos

electrodomésticos, etc. La carga que se maneja en contenedores completos se transporta vía marítima.

c) Transporte terrestre

Este medio de transporte es el más utilizado desde México hasta Estados Unidos de América o viceversa. Es importante considerar los tiempos y si es necesario realizar trasiegos (cambio de camión o contenedor), esto desde luego afectará el tiempo y posiblemente costo de cuadrilla para carga y descarga.

d) Transporte multimodal

Es la combinación de dos o más de los métodos descritos anteriormente.

Los factores a tomar en cuenta para la selección apropiada de transporte, se resumen en:

- a. Precio
- b. Plaza de entrega
- c. Y exigencias especiales del producto.

Dependiendo del medio de transporte que se utilice, el documento se denomina (BANCOMEXT, 12ava Guía Básica del Exportador, 2005):

- Carta de Porte.- Cuando el transporte es terrestre. Para la exportación del mezcal, se utilizara esta carta, porque se enviara vía terrestre. (Anexo 5)
- Conocimiento de embarque (bill of lading).- Cuando el transporte es marítimo.
- Guía aérea (airway bill).- Cuando el transporte es aéreo.
- Talón de embarque.- Cuando el transporte es ferrocarril.

4.2 Empaque y Embalaje

Según su capacidad, aplicación, y forma los envases de vidrio se clasifican en botellas, frascos, potes y ampollas. Ofrecen una gran variedad de diseños en forma, tamaño y color. Los más utilizados son: transparente, ámbar, verde y ópalo.

Cuadro 17.
Ventajas y desventajas del vidrio

Ventajas	Desventajas
Es reciclable, sin límite de reusos.	Es costoso.
Puede ser retornable.	Ocupa espacio y es pesado aún vacío. Pesa más que otro metal.
Impermeabilidad y hermeticidad. Ofrece las mejores propiedades de barrera.	Es frágil. Puede romperse en el llenado, esterilizado o pasteurizado del producto, embalado, paletizado, almacenado, transporte o uso.
Versatilidad de formas.	Es peligroso. Quebrado puede causar daños.
No altera el sabor, aroma de su contenido.	
Transparente permite visualizar el producto.	

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Industrial

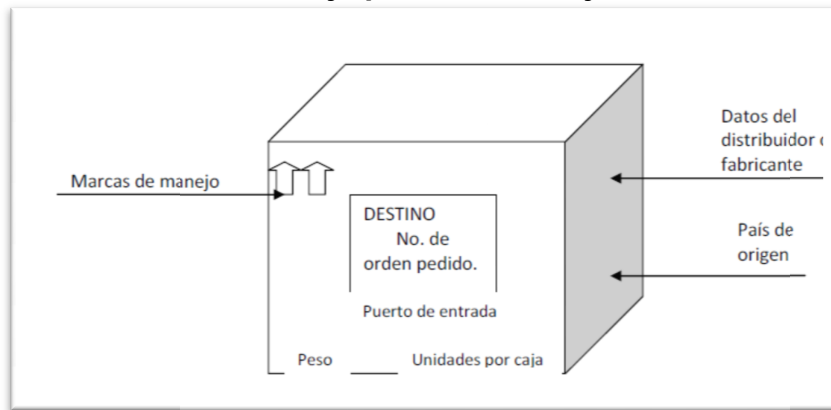
Desde el punto de vista ambiental, el vidrio utiliza una de las materias primas más abundantes en el planeta que es la arena (sílice), pero que no es renovable. Por otra parte, también se utiliza vidrio de envases que ya fueron usados.

Del embalaje o empaçado

Se deben usar cajas de cartón u otro material resistente, para impedir el deterioro de los envases, evitando riesgos. Una vez que el mezcal está envasado en botellas de vidrio en presentación de 750ml., estas se depositan en cajas de cartón resistente con 12 botellas cada una, así se obtendrán los 9 litros que se manejan en las estadísticas del CRM (Granich, 2004).

Para la presentación de la caja hay algunos datos que deben llevar por fuera y en la imagen 12 se observa donde estarán los datos correspondientes.

Imagen 12.
Marcaje para el embalaje



Fuente: UNAM, Facultad de Ingeniería

Del almacenamiento

Los sitios de almacenamiento deben cubrir los requisitos de la Secretaría de Salud, como son los almacenes donde se encuentran las barricas donde se almacena el mezcal para ser añejado o reposado (Granich, 2004).

4.3 Regulaciones del envasado para el mezcal

El envasador del mezcal debe demostrar en todo momento que el producto no ha sido adulterado desde la entrega del producto hasta el envasamiento final del mismo, por lo que el envasado se sujetará a lo siguiente (Granich, 2004):

- El envasador que no produzca el mezcal y/o requiera el producto a granel de un fabricante no podrá mezclar mezcal de diferentes tipos.
- Solo se podrá envasar mezcal que haya sido elaborado bajo la supervisión del organismo de certificación acreditado (en este caso COMERCAM). Por tal motivo debe corroborar que el lote que recibe (la cantidad de mezcal que recibe) cuente con un certificado de conformidad de producto vigente.
- No se deberá envasar simultáneamente producto distinto del mezcal en sus instalaciones, a menos que cuente con programa de envasamiento de mezcal claramente diferenciadas a juicio de la unidad de verificación acreditada que se contrate para supervisar el proceso y haya notificado esta circunstancia a esa unidad de verificación con la debida anticipación a la fecha de inicio de dicho envasado.
- El envasador debe incorporar directamente al envase un sello del organismo de certificación acreditado o de la unidad de verificación acreditada, en la inteligencia que

el diseño del sello permitía colocarlo en forma tal que asegure la integridad del producto.

- El envasador debe llevar un registro actualizado de por lo menos, los documentos siguientes: Notas de remisión, facturas de compra/venta de mezcal y de materiales de envases incluyendo etiquetas. Cuadros comparativos de análisis de especificaciones físico-químicos previos a la comercialización dentro de los parámetros permitidos.
- El envasador podrá envasar mezcal como tal, siempre que el traslado a granel del producto haya sido supervisado por una unidad de verificación acreditada, de conformidad con los mecanismos que previamente apruebe la DGN.
- Los mezcales en sus tipos I y II se deben envasar en recipientes nuevos o reciclados propios de la empresa, resistentes a las distintas etapas del proceso de fabricación y a las condiciones habituales de almacenaje, de tal manera que no contengan o generen sustancias tóxicas u otras sustancias que alteren las propiedades físicas, químicas y sensoriales del producto y autorizados por la Secretaría de Salud.
- Para que el mezcal envasado ostente la leyenda “Mezcal 100% agave” (tipo I) y “Mezcal 80% agave” (tipo II) el envasador deberá contar con los registros de supervisión del organismo de certificación o por la unidad de verificación acreditada, según los mecanismos que previamente aprueba la DGN.

Los mezcales, en sus tipos I y II, pueden ostentar en sus envases la leyenda “ENVASADO DE ORIGEN”, siempre y cuando se envasen en el estado productor, y los mezcales envasados fuera del estado productor deben ostentar la leyenda “ENVASADO EN MÉXICO”, pudiendo utilizar el nombre del estado productor, siempre que el envasador demuestre que la totalidad del mezcal que envasa ha sido adquirido en el estado que en la etiqueta es mencionado como productor. En este caso, el envasador debe comprobar la procedencia de los lotes ante el organismo de certificación acreditado (Norma Oficial Mexicana, s/f).

4.4 Comercialización del mezcal

Se permite la comercialización de mezcal a granel en sus tipos I y II sólo en el territorio de los Estados Unidos Mexicanos. Para mercado internacional no se permite la venta a granel y únicamente puede exportarse en envases hasta de 5 lts.

No se puede comercializar mezcal alguno que no cuente con un certificado vigente expedido por el organismo de certificación acreditado, de modo, que cualquier autoridad competente puede requerir en todo momento la exhibición de dicho certificado o copia de él en el comercio.

La vigencia del certificado no puede ser mayor de 6 meses. El producto embotellado que se exporte o se comercialice en mercado nacional debe ostentar visiblemente sin raspadura alguna el sello del organismo de certificación de producto acreditado o, en su caso, de la unidad de verificación acreditada.

Se prohíbe la reventa a granel de mezcal al consumidor final en el mercado nacional.

La compra y venta de producto a granel entre productores y acopiadores de mezcal será considerada como una operación de materia prima, y por consiguiente, permitida en la NOM, siempre y cuando se realice bajo las condiciones siguientes:

- a) El traslado del producto a granel y la subsecuente recepción debe estar supervisada por un organismo de certificación de producto acreditado, el cual lo hará constar en un registro especial que se tomará en cuenta en el balance de materias primas de la fábrica receptora.
- b) El producto que se reciba puede sufrir un cambio que le dé valor agregado. Así, el mezcal debe ser categorizado como añejo o añejado, joven o reposado.

4.5 Normalización del mezcal

En cuanto a restricciones no arancelarias, el Mezcal solo tiene que cumplir con las siguientes 2 normas, además que la fracción presenta anexos.

La Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas Mezcal-Especificaciones se otorga para la protección prevista a la denominación de origen "Mezcal" para ser aplicada a la bebida del mismo nombre.

Cuadro 18.
Normas del Mezcal

Norma Mexicana	Oficial	Referencia	Publicación	Notas
NOM-142-SSA1-1995		Norma Oficial Mexicana NOM-142-SSA1-1995, Bienes y servicios, bebidas alcohólicas. Especificaciones sanitarias. Etiquetado sanitario y comercial	7/09/1997	Bienes y servicios, bebidas alcohólicas. Especificaciones sanitarias. Etiquetado sanitario y comercial
NOM-070-SCFI-1994		Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994 Bebidas alcohólicas-Mezcal-Especificaciones	6/12/1997	Bebidas alcohólicas-Mezcal-Especificaciones

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Secretaría de Economía, también es importante tener en consideración las regulaciones sanitarias y fitosanitarias que se tienen acordadas entre Estados Unidos de América y México (SEGOB, 1997).

Para la comprobación de las especificaciones establecidas en la NOM, se aplican la norma oficial mexicana y normas mexicanas vigentes que se mencionan a continuación:

- NOM-030-SCFI Información comercial de cantidad en la etiqueta (especificaciones)
- NMX-V-013 Bebidas alcohólicas; determinación de % en volumen (% vol.) a 20°C
- NMX-V-014-S-1986 Bebidas alcohólicas destiladas. Determinación de Alcoholes superiores (aceite de Fussel).
- NMX-V-017-1984 Método de prueba para la determinación del extracto seco y cenizas en bebidas alcohólicas destiladas.
- NMX-V-021-1986 Método de prueba para la determinación de metanol en bebidas alcohólicas.
- NMX-Z-012-1987 Muestreo para la inspección por atributos.

Con la implementación de la NOM-070-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas-Mezcal-Especificaciones, se tienen que normar los grados de alcohol en los mezcales para poder ser certificados, y el rango oscila de 36 a 55 grados (% alcohol en volumen); el ajuste de la graduación, también obedece a que en el mercado existe toda una variedad de gustos en los clientes, por lo que el producto se gradúa de acuerdo a sus

demandantes, respetando el rango tipificado por la norma antes señalada (SEGOB, 1997).

Esta NOM se aplica a la bebida alcohólica elaborada con agaves de las siguientes especies: Agave Angustifolia Haw (maguey espadín); Agave Esperrimajacobi, Amarilidáceas (maguey de cerro, bruto o cenizo); Agave Weberi cela, Amarilidáceas (maguey de mezcal); Agave Patatorumzucc, Amarilidáceas (maguey de mezcal); Agave Salmiana Otto Ex Salm SSP Crassispina (Trel) Gentry (maguey verde o mezcalero); y Otras especies de agave, siempre y cuando no sean utilizadas como materia prima para otras bebidas con denominaciones de origen dentro del mismo estado, cultivados en las entidades federativas, municipios y regiones que señala la Declaración General de Protección a la denominación de origen “mezcal”, en vigor (SEGOB, 1997).

4.6 Etiquetado del mezcal

Las etiquetas del mezcal deben ostentar lo siguiente:

- Contenido de alcohol.
- Identificación del número de lote.
- Leyenda precautoria “El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud”.
- Marca.
- Denominación del producto.
- Contenido neto.
- Nombre, denominación o razón social y domicilio fiscal del productor responsable de la fabricación.
- País de origen.
- Tipo y categoría del mezcal al que pertenece.
- Leyenda “Envasado de origen”, o en su defecto. “Envasado en México”.
- Sello del organismo de certificación.

4.7 Incoterms

Son los términos que permiten acordar los derechos y obligaciones del comprador y del vendedor en las transacciones comerciales internacionales. Estos regulan tres aspectos básicos con el lugar de entrega:

- Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor
- Costos a cuenta del comprador y vendedor, y
- Documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales y agentes privados (por ejemplo: aseguradoras, transportistas, maniobristas, alijadores, etc.)

Imagen 13.
Tabla de Incoterms

INCOTERMS 2010			ORIGEN					DESTINO					APLICABLE AL TRANSPORTE				
			DOCUMENTACIÓN	EMBALAJE	CARGA EN FÁBRICA	TRANSPORTE INTERNO	ADUANA EXPORTACIÓN	GASTOS DE EMBARQUE	TRANSPORTE PRINCIPAL	SEGURO	GASTOS LLEGADA	ADUANA IMPORTACIÓN				ABRANQUES E IMPUESTOS	ENTREGA EN DOMICILIO
E	EXW	EX WORKS	COSTE														
		EN FÁBRICA	RIESGO														
F	FCA	FREE CARRIER	COSTE														
		FRANCO TRANSPORTISTA / PORTEADOR... (origen)	RIESGO														
F	FAS	FREE ALONGSIDE SHIP	COSTE														
		FRANCO A COSTADO DEL BUQUE	RIESGO														
F	FOB	FREE ON BOARD	COSTE														
		FRANCO A BORDO	RIESGO														
C	CFR	COST & FREIGHT	COSTE														
		COSTE Y FLETE	RIESGO														
C	CIF	COST, INSURANCE & FREIGHT	COSTE														
		COSTE, SEGURO Y FLETE	RIESGO														
C	CPT	CARRIAGE PAID TO	COSTE														
		TRANSPORTE PAGADO HASTA	RIESGO														
C	CIP	CARRIAGE & INSURANCE PAID TO	COSTE														
		TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA	RIESGO														
D	DAP	DELIVERED AT PLACE	COSTE														
		ENTREGADA EN LUGAR (de destino acordado)	RIESGO														
D	DAT	DELIVERED AT TERMINAL	COSTE														
		ENTREGADA EN TERMINAL (de destino acordado)	RIESGO														
D	DDP	DELIVERY DUTY PAID	COSTE														
		ENTREGADA, DERECHOS PAGADOS	RIESGO														

COSTE A CARGO DEL VENDEDOR

COSTE A CARGO DEL COMPRADOR

RIESGO DEL VENDEDOR

RIESGO DEL COMPRADOR

Fuente: <http://comarsaspain.com/en/incoterms-2010/>

La empresa envasadora de mezcal Benevá S.A. de C.V. utilizara el incoterm FCA, para la exportación, y su responsabilidad terminara haciendo la entrega de la mercancía en la aduana de Nuevo Laredo, Tamaulipas, de ahí una vez cumpliendo con los términos y condiciones acordadas y pasando a Estados Unidos de América, la responsabilidad será absolutamente del representante aduanal de Casa Mezcal.

4.8 Seguros

El seguro incluye una serie de coberturas para resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías durante su transporte por cualquier medio o combinación de medios. Lo debe contratar quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final.

Las coberturas de los seguros no incluyen los siguientes aspectos: violación a cualquier ley o reglamento; demora; pérdida de mercado; dolo o culpa grave del asegurado; robo en el que intervenga directa o indirectamente un enviado, empleado o dependiente del asegurado; falta de peso por evaporación o pérdida de humedad, así como derrames por envase o embalaje deficientes.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte. La vigencia continúa durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo.

La suma máxima de responsabilidad debe corresponder al total del valor de factura, más fletes, derechos o impuestos de importación y todos los gastos propios de la transacción comercial internacional. El agente aduanal ayudara a la empresa a especificar los términos del seguro que se contratará (BANCOMEXT, 12ava Guía Básica del Exportador, 2005).

4.9 Customs-Trade Partnership Against Terrorism (C-TPAT)

C-TPAT es una iniciativa conjunta entre el gobierno americano y el sector privado cuyo objetivo es construir relaciones de cooperación que fortalezcan la seguridad de toda la cadena de suministro y la seguridad en las fronteras. C-TPAT reconoce que la Aduana puede proveer el mayor grado de seguridad a través de una cercana cooperación entre los propietarios de la cadena de suministro: importadores, transportistas, agentes de aduana, almacenes de depósito, y empresas de manufactura. A través de esta iniciativa, la Aduanas le está solicitando a las empresas importadoras en los Estados Unidos, que fortalezcan sus prácticas de seguridad y

comuniquen a sus socios de negocios a lo largo de la cadena de suministro, sus lineamientos con respecto a la seguridad (Handel, s/f).

4.10 Definiciones Revisadas de Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD)

Los términos RAFTD son aplicados por los norteamericanos cuando los requieren, pero estos términos no son de uso obligatorio, son adoptados si las dos partes se encuentran de acuerdo al momento de acordar la negociación y estos se plasmarán en el contrato establecido.

CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 Apoyos para la exportación y la industria del mezcal

La mayoría de las empresas requieren de financiamiento para lograr sus objetivos y crecer, así mismo requieren de algún tipo de apoyo que les garantice lo que pueden hacer frente a la competencia ya sea nacional o internacional.

Existen diferentes tipos de apoyos dentro de los cuales se encuentran:

- Financiamiento
- Asesoría
- Consultaría
- Capacitación
- Asistencia técnica
- Información

Las principales instituciones que ofrecen alguno de estos apoyos para exportación de algún producto, en México son:

- **La Secretaría de Economía (SE)**

Apoya a las micro, pequeñas y medianas empresas a través de diversas herramientas que comprenden su incubación y desarrollo exitoso; modernización comercial; acceso a financiamiento en condiciones competitivas; innovación tecnológica; integración a cadenas productivas, y desarrollo de oferta exportable.

- **Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)**

Fomenta la participación de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas en los mercados globales, proporcionando financiamiento, capacitación y asistencia técnica, a fin de impulsar el comercio exterior y promover el crecimiento regional y la creación de empleos del país.

- **Nacional Financiera (NAFINSA)**

Ofrece servicios de financiamiento, capacitación y asistencia técnica, para impulsar el desarrollo y la competitividad de las empresas.

- **Consejo Mexicano para la Regulación del Mezcal (COMERCAM)**

Las actividades del COMERCAM inician con el Registro de Predios con Plantaciones de Agave, y la certificación de la fábrica donde se realiza la producción y por lote en caso de producto envasado para comercialización nacional y extranjera. Es el consejo encargado de emitir los permisos necesarios para certificar la calidad del mezcal.

- **Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)**

Suministra información oportuna y confiable sobre las características y ubicación de los establecimientos de comercio, servicios, turismo e industria en el país, sirviendo está como referencia para la identificación de oportunidades comerciales y de negocios para cualquier individuo nacional y extranjero.

Existen también los llamados programas de fomento a las exportaciones los cuales están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas y permiten su incorporación adecuada al mercado mundial.

En el estado de Oaxaca, existen diferentes apoyos por medio de programas para impulsar la industria del mezcal, algunos de estos son:

El apoyo para el programa “Incremento de la producción de destilados de agave” por parte de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico (STyDE) que fue dirigido a 338 productores de mezcal en el estado de Oaxaca en el 2015, con este apoyo se realizó una entrega de equipos a productores de mezcal (dispositivos de infraestructura productiva).

También, se entregó equipamiento en las Regiones de Valles Centrales y Sierra Sur; además de apoyar a los productores con capacitación y consultoría e infraestructura

física en el área de producción. Además hay otros programas que los administra la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, y son los siguientes:

- Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)

Este Programa es un instrumento de fomento a las exportaciones, mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente diversos bienes (materias primas, insumos, componentes, envases y empaques, así como maquinaria y equipo) para ser utilizados en la elaboración de productos de exportación, sin cubrir el pago del impuesto general de importación, del impuesto al valor agregado y de las cuotas compensatorias, en su caso.

- Empresas de Comercio Exterior (ECEX)

El registro de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) es un instrumento de promoción a las exportaciones, mediante el cual las empresas comercializadoras podrán acceder a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo, con el propósito de conjuntar la oferta nacional de mercancías para posicionarlas en el extranjero, de acuerdo a la demanda internacional.

- Registro de la Industria Maquiladora.

El Programa de Maquila de Exportación es un instrumento mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente los bienes necesarios para ser utilizados en la transformación, elaboración y/o reparación de productos de exportación, sin cubrir el pago de los impuestos de importación, del impuesto al valor agregado y, en su caso, de las cuotas compensatorias. Asimismo, para realizar aquellas actividades de servicio que tengan como finalidad la exportación o apoyar a ésta.

- Devolución de Impuestos (Draw Back)

Otro esquema de apoyo a las exportaciones es el de Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores, conocido internacionalmente como Draw Back,

mediante el cual se reintegra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación y posterior exportación de:

- a) materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado;
- b) por la importación de mercancías que se retornan al extranjero en el mismo estado en que fueron importadas; y
- c) mercancías importadas para su reparación o alteración

5.2 Estudio Financiero

5.2.1 Pronóstico de Ventas

Para determinar la oportunidad de crecimiento de la industria del mezcal, se analizaron los datos de los Informes del gobierno de Oaxaca y el informe del Consejo Regulador del Mezcal 2016, a partir de esto se podrá proyectar si la industria del mezcal es viable para un plan de exportación de la empresa **Benevá S.A. de C.V.** que actualmente es una de las exportadoras de mezcal en la entidad de Oaxaca.

En el cuadro 19 se muestra la producción de mezcal en el estado de Oaxaca en el periodo 2010-2014 y, a partir de esta producción se hace un pronóstico sobre la capacidad que tiene la industria para envasarlo y exportarlo.

Cuadro 19.
Comportamiento de la Industria del Mezcal en Oaxaca

Concepto	Unidad de Medida	2010	2011	2012	2013	2014
Producción de mezcal	Miles de litros	810	3,500	3,500	2,500	1,360
Capacidad instalada de envasado	Miles de litros		6,500	7,000	8,200	9,020
Litros envasados	Miles de litros	810	393	330	718	1,749
Exportaciones de mezcal	Miles de litros	336	648	700	900	1,026
Ventas de exportación	miles de dólares		1,900	3,500	8,100	13,652
Precio promedio de exportación	Dólares por litro		7	9	9	38

Fuente: Anexo estadístico del gobierno de Oaxaca

En primer lugar se pronostican las ventas de exportación para los próximos 3 años, tomando como base las ventas iniciales de la exportación del periodo ya mencionado.

En el cuadro 20 se observa que la tendencia de las ventas de exportación aumentarán considerablemente cada año. Para la primera proyección que se realiza en esta tesis, es que para el año 2016 se observa que las ventas de exportación serán de 20,738,000 dólares, para 2017 serán de 24,723,000 dólares y para 2018 serán de 28,709,000 dólares; con esto se observa que las ventas de exportación permanecerán en crecimiento, debido a que el mezcal está bien posicionado y los países que lo importan lo siguen demandando.

Cuadro 20.
Pronóstico de ventas de exportación (miles de dólares)

Concepto	Unidad de Medida	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas de exportación	miles de dólares	1,900	3,500	8,100	13,652	16,752	20,738	24,723	28,709

Fuente: Elaboración propia para las proyecciones. Anexo estadístico del gobierno de Oaxaca.

En el cuadro 21 se muestra la exportación de mezcal del año 2010 al 2015 en litros con los datos del informe del gobierno de Oaxaca y se hace un pronóstico para los siguientes tres años. Como se observa, la exportación de mezcal (litros) va aumentando así como lo demanda el mercado destino. Para el año 2016 que es el primero que se pronostica se presentó un aumento de 155,001 litros, para el año 2017 de 161,000 litros y para 2018 el aumento será de 162,000 litros para el mercado de exportación.

Cuadro 21.
Pronostico de exportación de mezcal en litros

Año	Unidad de Medida	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Exportaciones de mezcal	Miles de litros	336	648	700	900	1,026	1,212	1,367	1,528	1,690

Fuente: Elaboración propia. Anexo estadístico del gobierno de Oaxaca

El cuadro 22 muestra los litros que son envasados en el estado de Oaxaca, a partir de los datos de los informes del Gobierno de la entidad para los años 2010 hasta 2015, y para los siguientes años se hace una proyección de litros envasados. Para el año 2015 la cantidad envasada se comportó de 1,815,000 litros de mezcal, para el año 2016 el pronóstico arroja que será de 1,999,000 litros, para 2017 será de 2,283,000 litros y para 2018 que es el último año pronosticado será de 2,567,000 litros envasados.

Cuadro 22.
Litros envasados en Oaxaca

Concepto	Unidad de Medida	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Litros envasados	Miles de litros	810	393	330	718	1749	1815	1999	2283	2567

Fuente: Elaboración propia. Anexo estadístico del gobierno de Oaxaca

Para el estudio de la empresa **Benevá S.A de C.V.**, se inicia considerando que en el año 2007 producía 40,000 botellas de 750ml. mensualmente, esto solamente para el mezcal blanco (joven); a partir de aquí se proyectaron los datos y se llegó a pronosticar la producción hasta 2018; para la producción de 2015 que se le hizo mención al señor Luis Eduardo trabajador de la empresa, es una cantidad muy próxima a lo que realmente producen según datos que arroja la empresa.

Este comportamiento se contrasto con los porcentajes de crecimiento de bebidas alcohólicas que reportó la Secretaría de Economía.

La producción de mezcal para el año 2014 fue del 82% para el mezcal joven (blanco), del 16% mezcal reposado y de 2% mezcal añejo; para el año 2015 fue del 88% de mezcal joven (blanco), 10% mezcal reposado y 2% mezcal añejo; en base a estos datos se hizo la proyección para los siguientes años, hasta llegar a 2018, considerando el crecimiento en producción, precio y envasado.

En el cuadro 23 de presenta la proyección total de botellas que produce **Benevá S.A de C.V.** de mezcal joven, reposado y añejo.

Cuadro 23.
Proyección de la producción de mezcal Benevá S.A. de C.V. por categoría

Año	Producción de mezcal joven (blanco), botellas de 750ml.	Producción de mezcal reposado, botellas de 750ml.	Producción de mezcal añejo, botellas de 750ml.	Producción Total
2014	578,244	92,520	11,565	682,329
2015	601,920	60,192	12,038	674,150
2016	625,656	62,566	12,513	700,735
2017	649,404	64,940	12,988	727,332
2018	673,188	67,319	13,464	753,971

Fuente: Elaboración propia

En base a información proporcionada por el Sr. Luis Eduardo de la empresa, de la producción total de mezcal de la empresa, se exporta un 30% y se queda en mercado nacional el 70%, por lo que a partir de esta información se proyectaron los siguientes años hasta 2018.

En el cuadro 24 se presenta el comportamiento del mercado destino de la empresa **Benevá S.A. de C.V.**, para el mezcal joven (blanco). Como se observa, en el año 2014 se exportaron 173,473 botellas, para el año 2015 se exportaron 180,576 botellas, para el año 2016 se pronostica que se exporten 187,700 botellas, para el año 2017 194,822 botellas y para el año 2018 se exportarán 201,957 botellas (datos correspondientes al pronóstico). Para el mercado nacional hay un aumento considerable en relación al mercado de exportación, ya que para el año 2014 hubo una producción de 404,771 botellas, para 2015 421,344 botellas, para el año 2016 se pronostica que se produzcan 437,956 botellas, para el año 2017 la producción sería de 454,582 botellas y para 2018 el pronóstico es de 471,231 botellas.

Cuadro 24.

Proyección de botellas destinadas a la exportación y mercado nacional de mezcal joven (blanco)

Año	Botellas de 750ml. que produce mensual	Botellas de 750ml. que produce anual	Botellas para mercado nacional (70%)	Botellas que exporta (30%)
2014	48,187	578244	404,771	173,473
2015	50,160	601920	421,344	180,576
2016	52,138	625656	437,956	187,700
2017	54,117	649404	454,582	194,822
2018	56,099	673188	471,231	201,957

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 25 se presenta el comportamiento de mezcal reposado para la exportación que corresponde al 30% y mercado nacional que es de 70% para la empresa **Benevá S.A de C.V.** Para la exportación, la tendencia del mezcal reposado es: para 2014 exportó 27,756 botellas, para 2015 exportó 18,058 botellas, para 2016 se pronostica

que se exporten 18,770 botellas, para 2017 lo proyectado es de 19,482 botellas y para 2018 se espera que se exporten 20,196 botellas.

En lo correspondiente al mercado nacional, para 2014 se destinaron 64,764 botellas, para 2015 42,134 botellas, para 2016 se pronostica que se destinen 43,796 botellas, para 2017 45,458 botellas y para 2018 se destinaran según lo pronosticado 47,123 botellas.

Cuadro 25.
**Proyección de botellas destinadas a la exportación y mercado nacional de
mezcal reposado**

Año	Botellas 750ml. de que produce anual	Botellas para mercado nacional (70%)	Botellas que exporta (30%)
2014	92520	64764	27756
2015	60192	42134	18058
2016	62566	43796	18770
2017	64940	45458	19482
2018	67319	47123	20196

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 26 se muestran los datos correspondientes a la proyección de botellas destinadas para el mercado de exportación y el mercado nacional de mezcal añejo, como este se produce en menor cantidad, los datos son muy contrastantes con los de mezcal joven que se produce en mayor cantidad. Las botellas que exportó en el año 2014 fueron 3,470 botellas, para 2015 3,611, para 2016 se pronostica que exporte 3,754 botellas, para 2017 3,896 botellas y para 2018 se pronostica que exporte 4,039 botellas. Por el contrario para mercado nacional se destinaron 8,095 botellas en el año 2014, en año 2015 se destinaron 8,427 botellas y para 2016 se pronostica que se produzcan 8,759 botellas, para 2017 9,092 botellas y para 2018 9,425 botellas.

Cuadro 26.
**Proyección de botellas destinadas a la exportación y mercado nacional de
mezcal añejo**

Año	Botellas de 750ml. que produce anual	Botellas para mercado nacional (70%)	Botellas que exporta (30%)
2014	11565	8095	3470
2015	12038	8427	3611
2016	12513	8759	3754
2017	12988	9092	3896
2018	13464	9425	4039

Fuente: Elaboración propia

El precio final que le llega al consumidor en el mercado nacional, por botella de 750ml. en promedio es el siguiente:

Cuadro 27.
Precio promedio por botella de 750ml. (expresado en pesos)

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Precio	240.70	279.20	304.20	353.65	385.40	421.79	458.17

Fuente: Elaboración propia

El precio final en mercado de exportación por botella de 750ml. en promedio es el siguiente:

Cuadro 28.
Precio promedio de exportación 750ml. (expresado en pesos)

Año	2014	2015	2016	2017	2018
Precio	505.02	632.80	711.26	799.46	898.59

Fuente: Elaboración propia

5.2.2 Presupuesto de Ingresos

a) Ingresos por concepto de exportación de mezcal

En el cuadro 29 se presentan los ingresos que genera la empresa **Benevá S.A. de C.V.** por lo que exporta de mezcal joven, tomando en cuenta el precio por botella en el mercado de exportación y haciendo los correspondientes pronósticos para los siguientes años. Para el año 2014 la empresa obtuvo ingresos por concepto de 87,607,334 pesos, para 2015 de 114,268,493 pesos, para el año 2016 se pronosticó

que generara ingresos por 133,503,502 pesos, en el año 2017 se espera el ingreso por concepto de 155,752,396 pesos y para 2018 los ingresos serán de 181,476,541 pesos.

Cuadro 29.

Ingresos por exportación de mezcal joven (blanco) (expresado en pesos)

Año	Ventas por botella (30%)	Precio por botella	Ingresos
2014	173,473	505.02	87,607,334
2015	180,576	632.80	114,268,493
2016	187,700	711.26	133,503,502
2017	194,822	799.46	155,752,396
2018	201,957	898.59	181,476,541

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 30 se presentan los ingresos de mezcal reposado de la empresa **Benevía S.A. de C.V.** en el mercado de exportación. Para el año 2014 la empresa genero ingresos por la cantidad de 14,017,335 pesos, en 2015 los ingresos fueron por 11,427,102 pesos, para 2016 se pronostica que los ingresos sean por la cantidad de 13,350,350 pesos, para 2017 los ingresos serian de 15,575,079 pesos y para 2018 el último año pronosticado los ingresos serán de 18,147,923 pesos.

Cuadro 30.

Ingresos por exportación de mezcal reposado (expresado en pesos)

Año	Ventas por botella (30%)	Precio por botella	Ingresos
2014	27756	505.02	14,017,335.10
2015	18058	632.80	11,427,102.40
2016	18770	711.26	13,350,350.20
2017	19482	799.46	15,575,079.70
2018	20196	898.59	18,147,923.60

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 31 se presentan los ingresos que genera **Benevía S.A. de C.V.** de las exportaciones de mezcal añejo, que como ya se ha mencionado se produce en menor cantidad, para el año 2014 los ingresos fueron por la cantidad de 1,752,419.40 pesos, para el año 2015 los ingresos corresponden a 2,285,040.80 pesos, para 2016 se pronostica que los ingresos asciendan a 2,670,070.04 pesos, para 2017 serían de

3,114,696.16 pesos y para 2018 se pronostica que los ingresos sean de 3,629,405,01 pesos.

Cuadro 31.
Ingresos por exportación de mezcal añejo (expresado en pesos)

Año	Ventas por botella (30%)	Precio por botella	Ingresos
2014	3470	505.02	1,752,419.40
2015	3611	632.80	2,285,040.80
2016	3754	711.26	2,670,070.04
2017	3896	799.46	3,114,696.16
2018	4039	898.59	3,629,405.01

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 32 están los ingresos totales que se generaron en el mercado de exportación, para el año 2014 fueron de 103,377,089 pesos, para 2015 fueron de 127,980,636 pesos y se pronostica que para el año 2016 los ingresos totales sean de 149,523,922 pesos, para el año 2017 de 174,442,172 pesos y por último para el año 2018 los ingresos serían de 203,253,870 pesos.

Cuadro 32.
Ingresos Totales en el mercado de exportación de mezcal “Benevá S.A de C.V.” (expresado en pesos)

Año	Ingresos totales de exportación
2014	103,377,089
2015	127,980,636
2016	149,523,922
2017	174,442,172
2018	203,253,870

Fuente: Elaboración propia

b) Ingresos en el mercado nacional

En el cuadro 33 se presentan los ingresos en el mercado nacional de mezcal joven, para el año 2014 los ingresos fueron de 123,131,338 pesos, para 2015 los ingresos ascendieron a 149,008,306, para 2016 se pronostica que los ingresos sean por la

cantidad de 168,788,242 pesos, para 2017 de 191,738,142 pesos y para 2018 el pronóstico arroja que los ingresos serían por 215,903,907 pesos.

Cuadro 33.
Ingresos en el mercado nacional de mezcal joven (blanco)
(expresado en pesos)

Año	Ventas por botella (70%)	Precio nacional	Ingresos totales
2014	404,771	304.20	123,131,338
2015	421,344	353.65	149,008,306
2016	437,956	385.40	168,788,242
2017	454,582	421.79	191,738,142
2018	471,231	458.17	215,903,907

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 34 se presentan los ingresos de mezcal reposado en el mercado nacional, para el año 2015 las ganancias fueron de 14,900,689.10 pesos, para el año 2016 se pronostica que las ganancias sean de 16,878,978.40 pesos, para el año 2017 las ganancias serán de 19,173,729.80 pesos según lo pronosticado y para 2018 las ganancias serán de 21,590,344.90 pesos.

Cuadro 34.
Ingresos en el mercado nacional de mezcal reposado
(expresado en pesos)

Año	Ventas por botella (70%)	Precio nacional	Ingresos Totales
2014	64764	304.20	19,701,208.80
2015	42134	353.65	14,900,689.10
2016	43796	385.40	16,878,978.40
2017	45458	421.79	19,173,729.80
2018	47123	458.17	21,590,344.90

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 35 se presentan los ingresos de mezcal añejo en el mercado nacional, que para el año 2015 corresponden por la cantidad de 2,980,208 pesos, para el año 2016 se pronostica que los ingresos asciendan a 3,375,718 pesos, para 2017 serán de 3,834,914 pesos y para 2018 los ingresos serán de 4,318,252 pesos.

Cuadro 35.
Ingresos en el mercado nacional de mezcal añejo (expresado en pesos)

Año	Ventas por botella (70%)	Precio nacional	Ingresos Totales
2014	8095	304.20	2,462,499
2015	8427	353.65	2,980,208
2016	8759	385.40	3,375,718
2017	9092	421.79	3,834,914
2018	9425	458.17	4,318,252

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 36 se presentan los ingresos de mezcal **Benevá S.A de C.V.** en el mercado nacional, los cuales para 2015 fueron de 166,889,204 pesos, para el año 2016 se pronostica que los ingresos totales sean por la cantidad de 189,042,939 pesos, para 2017 serán de 214,746,786 pesos y para 2018 el pronóstico fue de 241,812,504 pesos.

Cuadro 36.
Ingresos por ventas en el mercado nacional de Benevá S.A de C.V.
(expresado en pesos)

Año	Ingresos Totales de exportación
2014	145,295,046
2015	166,889,204
2016	189,042,939
2017	214,746,786
2018	241,812,504

Fuente: Elaboración propia

c) Ingresos por concepto de mercado nacional y de exportación

En este cuadro se muestran los ingresos totales que tiene la empresa **Benevá S.A de C.V.** por la producción del mezcal en sus tres categorías y en el mercado de exportación y nacional.

Cuadro 37.
Ingresos por ventas en el mercado nacional y de exportación de la empresa
Benevá S.A de C.V. (expresado en pesos)

Año	Ingreso Total
2014	248,672,134.80
2015	294,869,839.85
2016	338,566,861.24
2017	389,188,958.34
2018	445,066,373.76

Fuente: Elaboración propia

5.2.3 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos es la determinación anticipada de los gastos en que la empresa va a incurrir, estos gastos se dividen en depreciación de la maquinaria, costos de sueldos y salarios, gastos administrativos, gastos de exportación, depreciación de equipo de cómputo y de oficina, los cuales se asocian específicamente para la envasadora **Benevá S.A de C.V.**

Dentro del presupuesto de egresos se encuentran las partidas en que incurren las empresas, y se clasifican de acuerdo a la contabilidad en activos y pasivos.

Los activos se clasifican en:

- *circulantes a corto plazo* donde se encuentra caja, bancos, clientes, documentos por cobrar, deudores, inventarios, papelería y útiles, propaganda y publicidad, rentas pagadas por anticipado.
- *no circulante a largo plazo* donde se encuentra propiedades, planta y equipo.
- dentro de *otros activos* están los terrenos, edificios, mobiliario y equipo de oficina, equipo de transporte, equipo de entrega de reparto, patentes, marcas registradas.

Los pasivos representan todos los recursos de que dispone una empresa para realizar sus fines, que pueden ser aportados por fuentes externas a la empresa (obligaciones con los acreedores para efectuar un pago), ya sea en efectivo, especie, bienes o servicios (Romero López, 2013).

Cuadro 38.
Presupuesto de Egresos 2015

Presupuesto de Egresos de Mezcal "Benevá, S.A. de C.V."

Activos

Concepto	Importe	Acumulado
Maquinaria	\$ 2,926,060.56	
depreciación		\$ 234,084.84
Obra civil	\$ 1,265,000.00	
depreciación		\$ 126,500.00
Equipo de computo	\$ 27,138.20	\$ 27,138.20
Equipo de oficina	\$ 42,073.20	\$ 42,073.20
Equipo de transporte	\$ 120,000.00	
depreciación		\$ 60,000.00
Equipo de reparto	\$ 475,000.00	
depreciación		\$ 118,750.00
Herramientas		
Equipo de protección	\$ 82,246.84	\$ 82,246.84
Capital de trabajo personal de producción	\$ 1,310,127.00	\$ 1,310,127.00
personal de administración	\$ 1,363,905.60	\$ 1,363,905.60
gastos de administración	\$ 37,180.88	\$ 37,180.88
Flete de exportación	\$ 1,013,208.00	\$ 1,013,208.00
Fletes para automóviles	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
Fletes para camión de carga	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
		\$ 4,835,214.56

Pasivos

Caja para botellas	\$ 764,807.42	
Botella	\$ 25,435,737.60	
Etiqueta	\$ 10,947,578.88	
Tarimas	\$ 109,857.80	
Proveedores		\$ 37,257,981.70
Verificación y certificación COMERCAM	\$ 921,144.15	
Análisis COMERCAM	\$ 470,807.01	
Certificado de exportación de COMERCAM	\$ 1,200.00	
Documentos por pagar		\$ 1,393,151.16
Agua		\$ 90,000.00
Consumo de energía		\$ 73,476.00
Teléfono		\$ 14,400.00
Aduana		\$ 3,325.00
Pago Agente Aduanal 3%		\$ 3,839,419.09

Impuesto a bebidas alcohólicas 53%	\$294,869,839.85	\$ 156,281,015.20
ISR 30%		\$ 88,460,951.96
		\$ 287,413,720.11
Total de Gastos		\$ 292,248,934.67

Cuadro 39.
Presupuesto de Egresos 2016

Presupuesto de Egresos de Mezcal "Benevá, S.A. de C.V."

Activos

Concepto	Importe	Acumulado
Maquinaria	\$ 2,926,060.56	
depreciación		\$ 234,084.84
Obra civil	\$ 1,265,000.00	
depreciación		\$ 126,500.00
Equipo de computo	depreciación \$ 8,141.46	\$ 8,141.46
Equipo de oficina	depreciación \$ 4,207.32	\$ 4,207.32
Equipo de transporte	\$ 120,000.00	
depreciación		\$ 60,000.00
Equipo de reparto	\$ 475,000.00	
depreciación		\$ 118,750.00
Herramientas		
Equipo de protección	\$ 82,246.84	\$ 82,246.84
Capital de trabajo		
personal de producción	\$ 1,310,127.00	\$ 1,310,127.00
personal de administración	\$ 1,363,905.60	\$ 1,363,905.60
gastos de administración	\$ 37,180.88	\$ 37,180.88
Flete de exportación	\$ 1,013,208.00	\$ 1,013,208.00
Fletes para automóviles	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
Fletes para camión de carga	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
		\$ 4,778,351.94

Pasivos

Caja para botellas	\$ 794,975.52
--------------------	---------------

Botella	\$	26,398,444.80	
Etiqueta	\$	11,379,725.28	
Tarimas	\$	114,532.60	
Proveedores			\$ 38,687,678.20
Verificación y certificación COMERCAM	\$	921,144.15	
Análisis COMERCAM	\$	470,807.01	
Certificado de exportación de COMERCAM	\$	1,200.00	
Documentos por pagar			\$ 1,393,151.16
Agua			\$ 90,000.00
Consumo de energía			\$ 73,476.00
Teléfono			\$ 14,400.00
Aduana			\$ 3,325.00
Pago Agente Aduanal			\$ 4,485,717.67
Impuestos a bebidas alcohólicas 53%	\$	338,566,861.24	\$ 179,440,436.33
ISR 30%			\$ 101,570,058.37
			\$ 325,758,242.73
Total de Gastos			\$ 330,536,594.67

Cuadro 40.
Presupuesto de Egresos 2017

Presupuesto de Egresos de Mezcal "Benevá, S.A. de C.V."

Activos

Concepto	Importe	Acumulado
Maquinaria	\$ 2,926,060.56	
depreciación		\$ 234,084.84
Obra civil	\$ 1,265,000.00	
depreciación		\$ 126,500.00
Equipo de computo	\$ 8,141.46	\$ 8,141.46
Equipo de oficina	\$ 4,207.32	\$ 4,207.32
Equipo de transporte	\$ 120,000.00	
depreciación		\$ 60,000.00
Equipo de reparto	\$ 475,000.00	
depreciación		\$ 118,750.00
Herramientas		
Equipo de protección	\$ 82,246.84	\$ 82,246.84

Capital de trabajo		
personal de producción	\$ 1,310,127.00	\$ 1,310,127.00
personal de administración	\$ 1,363,905.60	\$ 1,363,905.60
gastos de administración	\$ 37,180.88	\$ 37,180.88
Flete de exportación	\$ 1,013,208.00	\$ 1,013,208.00
Fletes para automóviles	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
Fletes para camión de carga	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
		\$ 4,778,351.94
Pasivos		
Caja para botellas	\$ 825,157.22	
Botella	\$ 27,513,158.40	
Etiqueta	\$ 11,812,066.56	
Tarimas	\$ 118,739.92	
Proveedores		\$ 40,269,122.10
Verificación y certificación COMERCAM	\$ 921,144.15	
Análisis COMERCAM	\$ 470,807.01	
Certificado de exportación de COMERCAM	\$ 1,200.00	
Documentos por pagar		\$ 1,393,151.16
Agua		\$ 90,000.00
Consumo de energía		\$ 73,476.00
Teléfono		\$ 14,400.00
Aduana		\$ 3,325.00
Pago Agente Aduanal		\$ 5,233,265.16
Impuesto a bebidas alcohólicas 53%	\$ 389,188,958.34	\$ 206,270,147.92
ISR 30%		\$ 116,756,687.50
		\$ 370,103,574.84
Total de Gastos		\$ 374,881,926.78

Cuadro 41.
Presupuesto de Egresos de 2018

Presupuesto de Egresos de Mezcal "Benevá, S.A. de C.V."

Activos

Concepto	Importe	Acumulado
Maquinaria	\$ 2,926,060.56	
depreciación		\$ 234,084.84
Obra civil	\$ 1,265,000.00	
depreciación		\$ 126,500.00
Equipo de computo	\$ 8,141.46	\$ 8,141.46
Equipo de oficina	\$ 4,207.32	\$ 4,207.32
Equipo de transporte	\$ 120,000.00	
depreciación		\$ 60,000.00
Equipo de reparto	\$ 475,000.00	
depreciación		\$ 118,750.00
Herramientas		

Equipo de protección	\$ 82,246.84	\$ 82,246.84
Capital de trabajo		
personal de producción	\$ 1,310,127.00	\$ 1,310,127.00
personal de administración	\$ 1,363,905.60	\$ 1,363,905.60
gastos de administración	\$ 37,180.88	\$ 37,180.88
Flete de exportación	\$ 1,013,208.00	\$ 1,013,208.00
Fletes para automóviles	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
Fletes para camión de carga	\$ 300,000.00	\$ 300,000.00
		\$ 4,778,351.94
Pasivos		
Caja para botellas	\$ 855,366.15	
Botella	\$ 28,425,196.80	
Etiqueta	\$ 12,245,073.68	
Tarimas	\$ 122,947.24	
Proveedores		\$ 41,648,583.87
Verificación y certificación COMERCAM	\$ 921,144.15	
Análisis COMERCAM	\$ 470,807.01	
Certificado de exportación de COMERCAM	\$ 1,200.00	
Documentos por pagar		\$ 1,393,151.16
Agua		\$ 90,000.00
Consumo de energía		\$ 73,476.00
Teléfono		\$ 14,400.00
Aduana		\$ 3,325.00
Pago Agente Aduanal		\$ 6,097,616.09
Impuesto a bebidas alcohólicas 53%	\$445,066,373.76	\$ 235,885,178.09
ISR 30%		\$ 133,519,912.13
		\$ 418,725,642.34
Total de Gastos		\$ 423,503,994.28

5.2.4 Estado de Resultados

El estado de resultados, es el estudio que muestra las operaciones que la empresa ha tenido con el plan de exportación, siendo de gran importancia, ya que se determina paso por paso la forma en que se obtienen las utilidades y el resultado del ejercicio de mezcal “**Benevá S.A. de C.V.**”

El cuadro 42 presenta la utilidad neta de la empresa **Benevá S.A de C.V.** después de los gastos en que incurre al producir el mezcal y respectivamente al exportarlo.

Para el año 2015, la empresa obtuvo una utilidad de 2,620,905.33 pesos y sucesivamente se observa como su utilidad va incrementándose de manera considerable, en relación a los gastos que también tiene la empresa, para 2016 se pronostica que la utilidad sea de 8,030,266.33 pesos; para el año 2017, 14,307,031.22 pesos y para 2018 el pronóstico es de 21,562,379.72 pesos; estos datos considerando que la demanda de mezcal sea continua y de manera ascendente para el mercado nacional y el mercado de exportación.

Cuadro 42.
Estado de Resultados Mezcal “Benevá S.A. de C.V.”

Concepto	2015	2016	2017	2018
Ventas de Exportación	\$127,980,636.00	\$149,523,922.00	\$174,442,172.00	\$203,253,870.00
Ventas Nacionales	\$166,889,204.00	\$189,042,939.00	\$214,746,786.00	\$241,812,504.00
(=) Utilidad Bruta	\$294,869,840.00	\$338,566,861.00	\$389,188,958.00	\$445,066,374.00
(-)Gastos de Operación	\$46,898,421.27	\$48,974,416.35	\$51,303,407.74	\$53,547,220.44
(-) Depreciación	\$608,546.24	\$551,683.62	\$551,683.62	\$551,683.62
Subtotal de Gastos	\$47,506,967.51	\$49,526,099.97	\$51,855,091.36	\$ 54,098,904.06
(=) Utilidad de Operación	\$247,362,872.49	\$ 289,040,761.03	\$337,333,866.64	\$390,967,469.94
(-) ISR 30%	\$88,460,951.96	\$101,570,058.37	\$116,756,687.50	\$133,519,912.13
(-) Impuesto a Bebidas Alcohólicas 53%	\$156,281,015.20	\$179,440,436.33	\$206,270,147.92	\$235,885,178.09
Impuestos totales	\$244,741,967.16	\$281,010,494.70	\$323,026,835.42	\$369,405,090.22
Utilidad Neta	\$2,620,905.33	\$8,030,266.33	\$14,307,031.22	\$ 21,562,379.72

Fuente: Elaboración propia

5.3 Evaluación Económica

Los criterios dinámicos son los mecanismos matemáticos y financieros que se emplean en la evaluación del plan de exportación, su objetivo general es determinar la pérdida del valor del dinero a través del tiempo y su posible repercusión en las inversiones realizadas.

Se utilizan para empresas productoras de bienes y servicios y en las inversiones que tienen como fin la creación de infraestructura. Los criterios dinámicos de mayor aceptación son el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) y el Punto de Equilibrio (PE) para determinar si el plan de exportación es financieramente viable.

5.3.1 Punto de Equilibrio

El análisis del Punto de Equilibrio es un método de planeación financiera, que tiene por objetivo proyectar el nivel de ventas netas que necesita una empresa para tener ganancias, o bien, es el punto que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán totalmente los costos, expresándose en valores, porcentaje o unidades y cómo bajando los niveles de producción y venta ocasiona un decremento y por lo tanto pérdidas, por tal razón se deberá analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

Los costos fijos se refieren a aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, como son los costos administrativos y los costos de ventas.

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideran los ingresos provenientes de las ventas, esto es, se parte de que los ingresos totales son igual al precio de venta de cada botella de mezcal multiplicado por la cantidad de botellas vendidas; los costos se refieren a los necesarios para obtener las ventas.

El punto de equilibrio se obtiene de tres formas diferentes dependiendo de la información que se desea conocer.

El punto de equilibrio en unidades monetarias se obtiene con la siguiente fórmula:

$$PE \$ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

La fórmula para obtener el punto de equilibrio en porcentaje, la cual indica la proporción de costos y de ganancias del proyecto es:

$$PE \% = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}} \times 100$$

Por último para obtener el punto de equilibrio en unidades, se emplean los costos variables, así como el punto de equilibrio en valores y las unidades totales producidas, empleando la siguiente fórmula:

$$PE\ U = \frac{COSTOS\ FIJOS\ X\ UNIDADES\ PRODUCIDAS}{VENTAS\ TOTALES - COSTOS\ VARIABLES}$$

En el cuadro 43 se muestra el punto de equilibrio de la empresa “**Benevá S.A. de C.V.**”

El punto de equilibrio en unidades monetarias del año 2015 de la empresa **Benevá S.A. de C.V.** para la elaboración de mezcal fue de 191,219,963 pesos de ingresos por las ventas; para el año 2016 según lo pronosticado es de 126,304,926 pesos de ingresos por las ventas; en el año 2017 el punto de equilibrio es de 97,440,107 pesos, y 2018 el último año pronosticado será de 80,737,461 pesos. En este punto el plan estaría recuperando la inversión, por lo que no tendría ni perdidas ni ganancias.

El punto de equilibrio por unidades explica cuantas botellas son necesarias vender para estar en el nivel en el cual se empiezan a obtener ganancias, el cual fue de 437,179 botellas para el año 2015 y para 2016 se proyecta la venta de 261,414 botellas para obtener este punto de equilibrio, para 2017 182,100 botellas y para 2018 las botellas necesarias para obtener el punto de equilibrio serán de 136,774.

Cuadro 43.
Puntos de Equilibrio para mezcal “Benevá S.A. de C.V.”

Año	CF(\$)	CV(\$)	VT(\$)	PE \$	PE %	PE U
2015	\$ 4,835,214.56	\$ 287,413,720.11	\$ 294,869,839.85	191,219,963	65%	437179
2016	\$ 4,778,351.94	\$ 325,758,242.73	\$ 338,566,861.24	126,304,926	37%	261414
2017	\$ 4,778,351.94	\$ 370,103,574.84	\$ 389,188,958.34	97,440,107	25%	182100
2018	\$ 4,778,351.94	\$ 418,725,642.34	\$ 445,066,373.76	80,737,461	18%	136774

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados son muy notables y es el margen de ganancia de **Benevá S.A de C.V.** porque es una empresa que está consolidada, muy a pesar de la producción que tienen que generar y de las gastos en que incurre la empresa, tiene este margen de ganancia porque ya está posicionada, reconocida en el mercado y porque es una envasadora certificada. Y en Oaxaca y a nivel nacional son muy pocas, y además porque el mezcal cuenta con denominación de origen.

De acuerdo a los datos anteriores, cada año los costos serán menos significativos para la empresa, debido a que se manejan en el supuesto de que son constantes, mientras que sus ganancias se ven incrementadas proporcionalmente cada año.

5.3.2 Valor Presente Neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar planes y proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero de maximizar la inversión, permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las empresas.

Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la empresa tendrá un incremento equivalente al monto del VPN. Si es negativo quiere decir que la empresa reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor. No es otra cosa que el valor monetario que resulta de restar de los Flujos Netos Efectivos (FNE) a la inversión inicial (Urbina, 2010).

Es importante tener en cuenta que el Valor Presente Neto depende de las siguientes variables: la inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.

Para calcular el Valor Presente Neto (VPN) se utiliza la siguiente fórmula:

$$VPN = FNE_1 / (1+r)^1 + FNE_2 / (1+r)^2 + FNE_3 / (1+r)^3 + \dots + FNE_5 + VS / (1+r)^5 - P$$

Donde:

- FNE = se refiere al Flujo Neto de Efectivo, con un subíndice que se refiere al año de prospección.
- r = Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)
- $r = i + p^\circ = 5.7\%$
- i = tasa de interés interbancaria de equilibrio (TIIE) = 3.16 %*
- p° = porcentaje de inflación del último año = 2.54% **
- VS= valor de salvamento obtenido de la depreciación.

- P = Inversión Inicial

*TIIE a 28 días de 2013, 2014 y 2015

**Se toma el promedio de 2.54 de inflación promedio del último año sin contar la inflación total del año 2016.

Cuadro 44.

Valor Presente Neto (VPN) mezcal “Benevá S.A. de C.V.”

periodo	FNE	POTENCIA(1+i,PERIODO)	FNE/POTENCIA
	-4835214.56		-4835214.56
1	\$2,620,905.18	1.0570	\$2,479,569.71
2	\$8,030,266.57	1.1172	\$7,187,535.25
3	\$14,307,031.56	1.1809	\$12,115,032.21
4	\$21,562,379.48	1.2482	\$17,274,151.96
TOTAL			\$34,221,074.57

Valor Presente Neto \$34,221,074.57

Fuente: Elaboración Propia

Con este resultado tenemos que dados los criterios de evaluación que representa el VPN, es aconsejable la inversión; esto significa que el proyectode exportación representa para la empresa una cantidad extra de \$34,221,074.57, a la inversión requerida, al término del tercer año.

5.3.3 Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

La tasa interna de rendimiento (TIR) es un método que proporciona otra medida de la rentabilidad de un negocio o proyecto. Equivale a la tasa de interésque dicho negocio o proyecto le va a dar a la persona que invirtió su dinero.

Así como la tasa de interés de un banco proporciona una medida de la rentabilidad de lainversión en dicho banco, así también la Tasa Interna de Rendimiento de un negocio o proyecto proporciona otra medida de la rentabilidad de la inversión.

La tasa interna de rendimiento es la tasa de interés que hace que el Valor Presente Netode los flujos de efectivo del proyecto sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa que iguala la suma de los FNE a la inversión inicial (Nuñez, 1979).

Para calcular la TIR se utiliza la siguiente fórmula:

$$P = FNE_1/(1+i)^1 + FNE_2/(1+i)^2 + FNE_3/(1+i)^3 + \dots + FNE_5 + VS/(1+i)^5$$

Esta ecuación sirve para saber cuál será el valor real del rendimiento del dinero en esa inversión y se deja incógnita la “i”. Determinándose por aproximaciones hasta que la “i” haga igual la suma de los flujos descontados a la inversión inicial “P”, denominación que permite conocer el rendimiento real de esa inversión.

Suponiendo que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad, la evaluación es como sigue:

TIR > TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento), será conveniente llevar a cabo la inversión, o bien, el rendimiento de la empresa es mayor que el mínimo fijado como aceptable y por lo tanto la inversión es económicamente rentable. TIR < TMAR, no será conveniente llevar a cabo la inversión.

Cuadro 45.
Valor Actual Neto

periodo	FNE	POTENCIA(1+i,PERIODO)	FNE/POTENCIA
	-4835214.56		-4835214.56
1	\$2,620,905.18	1.0570	\$2,479,569.71
2	\$8,030,266.57	1.117249	\$7,187,535.25
3	\$14,307,031.56	1.180932193	\$12,115,032.21
4	\$21,562,379.48	1.248245328	\$17,274,151.96
TOTAL			\$34,221,074.57

Valor Actual Neto VAN \$34,221,074.57

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 46.
Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Tasa de descuento	VAN
0%	\$41,685,368.23
0.057	\$34,221,074.57
10%	\$29,660,490.34
15%	\$25,251,334.58
20%	\$21,603,503.30
25%	\$18,558,030.98

30%	\$15,994,168.06
35%	\$13,819,106.05
40%	\$11,960,732.43
45%	\$10,362,449.23
50%	\$8,979,418.84
55%	\$7,775,810.78
60%	\$6,722,759.69
80%	\$3,606,545.36
100%	\$1,618,832.34
120%	\$279,349.74
125%	\$13,223.83
130%	-\$231,271.05
140%	-\$664,177.96
150%	-\$1,034,362.90
160%	-\$1,353,406.04
TIR	125%

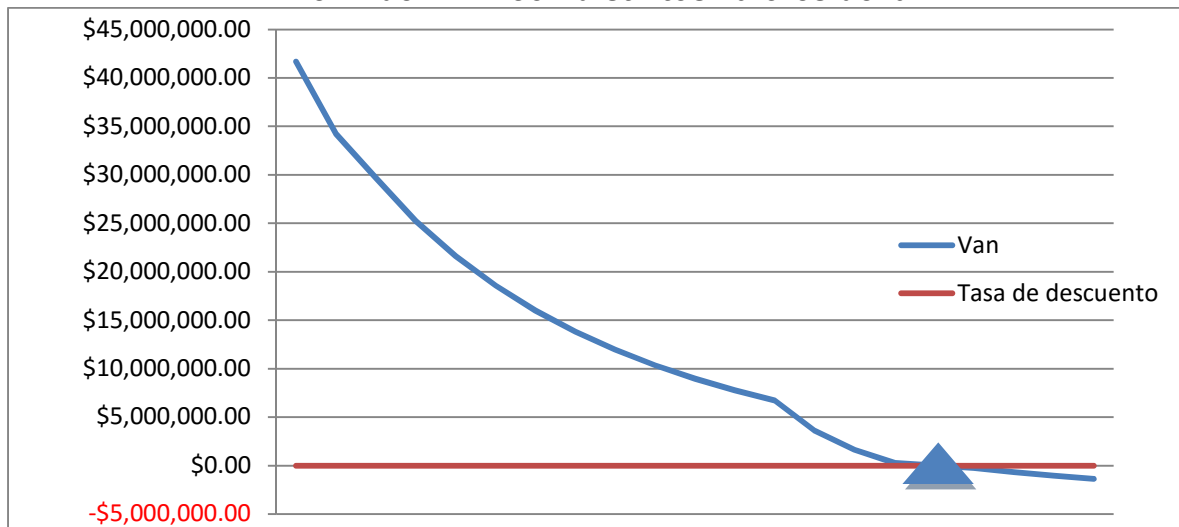
Fuente: Elaboración propia

Un proyecto no puede ser superior al 125% de tasa de descuento, por el hecho de que al serlo, el valor actual neto sería negativo y por lo tanto la inversión no sería rentable. Se puede concluir que para que la inversión sea viable solamente se pueden aceptar proyectos inferiores al 125%.

Si en los datos sustituimos el valor de la TIR, entonces su valor sería de 0 o cerca de 0 entre los valores de 126% y 129%.

En la grafica 7 se muestra el VPN a diferentes valores de la TIR, donde se observa que van en decremento, hasta llegar al punto donde ya no sería rentable el plan de exportación.

Grafica 7.
Perfil del VAN con distintos valores de la TIR



Fuente: Elaboración propia

5.3.4 Razón de Liquidez

Con esta razón se busca conocer si la empresa, como se encuentra en este momento, tiene la capacidad para hacer frente a sus compromisos.

$$\text{Razón de Liquidez} = \text{Ingresos} / \text{Costo de Ventas}$$

El resultado de razón de liquidez es superior a 1 y, con ello se demuestra que es más lo que se tiene como activos que lo que se debe, por ser un número positivo. Por lo tanto, la empresa tiene solvencia para sus gastos.

Cuadro 47.
Razón de Liquidez de mezcal “Beneva S.A. de C.V.”

Año	Razón de Liquidez
2015	1.01
2016	1.02
2017	1.03
2018	1.05

Fuente: Elaboración Propia

5.3.5 Rentabilidad Contable (RC)

La rentabilidad contable es una relación entre la utilidad neta y las inversiones iniciales en los activos fijos, diferidos y circulantes o inversiones totales. Sin embargo, se calcula la utilidad neta por año, pero la rentabilidad contable es distinta para cada uno de los 4 años; ahora bien, para obtener una RC que corresponda a los 3 años de análisis de la empresa se promedian las utilidades netas quedando la fórmula de la rentabilidad contable como sigue:

$$RC = \text{Utilidad Neta Promedio} / \text{Activos Totales}$$

Donde:

- Utilidad Neta Promedio: suma de la utilidad neta entre cuatro
- Activos Totales: inversión fija + inversión diferida

La solución a la ecuación es la que sigue:

$$RC = \$11,630,145.70 / \$292,248,934.67$$

$$RC = 4 \%$$

La empresa “**Benevá S.A. de C.V.**” obtiene una rentabilidad promedio anual del 4 % por cada peso invertido; pero este indicador tiene algunas desventajas ya que no muestra las tendencias en los rendimientos durante el horizonte del proyecto ni la temporalidad de las utilidades.

5.3.6 Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

El periodo de recuperación del capital se obtiene contando el número de periodos que toma, igualar los flujos de caja acumulados con la inversión inicial, o bien, es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial.

Sin embargo, una de las limitaciones más importantes de este método es que no se toman en cuenta los flujos de caja que tienen lugar después del período de recuperación de capital (payback).

- No descuenta por tiempo ni por riesgo
- No hay un valor del plan
- No hay un ranking válido

- Debe ser usado sólo como un indicador secundario.

Cuadro 48.
Periodo de Recuperación del Capital

Flujo Neto de Efectivo	Flujo Acumulado
\$ 2,620,905.18	\$ 2,620,905.18
\$ 8,030,266.57	
\$ 14,307,031.56	
\$ 21,562,379.48	
Inversión inicial	\$ 4,835,214.56
ultimo flujo	\$ 8,030,266.57
por recuperar	\$ 2,214,309.38
PR: años	0.275745439

$$PR = 1 + 0.27 = 1.27$$

Fuente: Elaboración propia

Tomando como referencia a un 100% el primer año, se podría concluir que la recuperación será en promedio al 27% del segundo año, y a partir de ahí la empresa estaría generando ganancias. En otras palabras el periodo de recuperación será de aproximadamente un año y tres meses (1.27).

Conclusiones

La apertura económica ha permitido la modernización de los países para lograr una mayor eficiencia en la producción que a su vez permite exportar a menor costo, ser competitivos en los mercados nacionales e internacionales. El éxito de las exportaciones se debe a la correcta implementación de estrategias comerciales.

Los acuerdos comerciales han permitido que los países se integren de cierta manera mejorando sus relaciones económicas, sociales, culturales, entre otras; las uniones aduaneras también han logrado que los productos de un país entren libres de arancel, pero también se genera el empobrecimiento de los agricultores, porque la riqueza se está generando en las grandes empresas; en cambio en el campo los salarios son muy bajos y no hay crecimiento proporcional en las entidades de la República Mexicana.

El estado de Oaxaca, es uno de los más pobres de la República Mexicana, los salarios en Oaxaca están dentro de la categoría más baja (2015), es un estado altamente marginado, por el hecho de que están 16 grupos étnicos, por lo tanto el nivel de educación es muy bajo.

El estado de Oaxaca cuenta con grandes y reconocidos puertos para vacacionar y el turismo es el que genera mayor derrama económica para la entidad. La industria del mezcal tiene su contribución del 1% del PIB; y aunque es muy baja podría en un futuro cercano generar una mayor aportación al crecimiento de la economía. El mezcal es una bebida espirituosa que está tomando auge en los países, principalmente porque cuenta con denominación de origen lo que permite que la bebida se cotice y se demande aún más en el extranjero.

Para esta tesis se tomo como base la empresa Benevá S.A de C.V. como ejemplo por ser una envasadora y comercializadora de tres categorías de mezcal: que son mezcal joven, mezcal reposado y mezcal añejo. Esta empresa genera ganancias por encima de los 2 millones de pesos (2015).

Las empresas envasadoras como estas son las que más utilidades obtienen, porque compran el mezcal a granel a los palenques que los fabrican en sus pequeñas empresas, los cuales no cuentan con un registro ante el COMERCAM debido a los altos costos que representan para ellos. Por esta situación venden su producto a precios muy bajos para que luego sean envasados y comercializados en grandes cantidades a un precio nacional 4 veces más alto y para mercado internacional hasta 6 veces más alto. Las empresas envasadoras de mezcal tienen que estar registradas ante el COMERCAM, al hacerlo, el Consejo tiene la responsabilidad de expedirle los trámites de permiso de productor, permiso de envasador y permiso de comercializador.

Hace falta que el gobierno federal y estatal diseñe también apoyos a los pequeños productores que son los encargados de la siembra del agave y de la elaboración del mezcal en palenques, en sus hogares o en micro empresas.

La denominación de origen del mezcal se pierde cuando no se envasa en Oaxaca; sino en cualquier otra región de México. En este caso un mezcal que es envasado en Oaxaca lleva en la etiqueta la leyenda “Denominación de Origen”, y en caso contrario se le coloca “Hecho en México”. En este caso aunque Oaxaca es el productor más alto de mezcal la derrama económica no siempre se queda ahí, puesto que también se envasa el producto en otras entidades de México como el Distrito Federal.

Mezcal Benevá es una empresa consolidada en el estado de Oaxaca y que cuenta con la tecnología necesaria para producir y envasar mezcal de excelente calidad y con certificación, desde la selección de su agave hasta el envasado del producto. Llega a recuperar sus inversiones (1 año 3 meses), que después le genera utilidades. Benevá se encuentra alejada del punto de equilibrio porque ahora que es una empresa consolidada no genera más costos que utilidades.

La hipótesis plantea: “El análisis del entorno del mercado del mezcal y la planeación para el proceso de exportación permite clarificar las herramientas para la incursión de este producto en el mercado de Estados Unidos de América”, con la tesis desarrollada se pudo observar que Estados Unidos se presenta como una excelente alternativa para

utilizar la capacidad exportadora de México en la industria del mezcal, sobre todo con la firma del TLCAN que permite que se tengan preferencias arancelarias. Las relaciones comerciales que se han desarrollado y mantenido entre ambos países permite que se tenga un gran panorama sobre la comercialización del mezcal por contar con un trato preferencial.

Cuando se tiene el objetivo de exportar, el marketing internacional es la mejor herramienta para acceder a los diferentes mercados internacionales, ya que se puede incursionar, crecer y permanecer en un mercado mediante la relación estratégica de sus cuatro elementos básicos: precio, plaza, promoción y producto; haciendo posible adaptarse a las necesidades, los gustos y las preferencias de los consumidores del mercado estadounidense.

El objetivo que se planteo en un principio fue el de “realizar un análisis del mercado del mezcal en México para determinar el procedimiento y las normas a cumplir para el entorno del mercado de Estados Unidos de América”, dando como resultado la viabilidad en la exportación del mezcal, ya que al analizar el mercado nacional en cuanto a la producción de mezcal resultó favorable, ya que la demanda que se requiere en el mercado nacional y en el mercado de exportación se alcanza a cubrir con la producción que se genera en el país.

El mezcal cuenta con la denominación de origen por lo cual el producto se exporta con la fracción arancelaria específica para el mezcal: 22089005, de la fracción general “productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados”.

El mezcal ha contado con un desarrollo económico sostenido por parte del gobierno estatal y federal con los apoyos que se le dan a los exportadores de mezcal.

Dentro de los países que principalmente son importadores están: Estados Unidos, Chile, España, Inglaterra, Alemania, Australia, Panamá, Italia y Canadá en el año 2015. Desde que México empezó a exportar mezcal, Estados Unidos se ha mantenido como

el principal importador y estos datos no han cambiado con el paso del tiempo a diferencia de los otros países que en años anteriores habían sido importadores potenciales, y en 2015 se presentan fuera del rango de los 10 principales; debido a preferencias hacia el consumo de otros bienes y servicios o a la importación de otro tipo de bebidas (tequila).

El estado de Oaxaca cuenta con los palenques tradicionales donde se fabrica el mezcal de manera tradicional y destinan parte de su producción a la exportación que es un proceso realizado por las envasadoras, dentro de las cuales se encuentra Benevá S.A. de C.V. que es la empresa con la que se desarrollo el capítulo V estudio financiero de esta tesis. Los resultados fueron positivos para la empresa, en la producción para mercado nacional y para mercado de exportación. En este estudio se observa que las inversiones de la empresa alcanzan a cubrir los gastos requeridos y hay margen de ganancia para la misma. El punto de equilibrio medido en porcentaje indica que para el año 2015 hubo ganancias del 35 por ciento, para el año 2016 serán de 63 por ciento, para 2017 serán de 75 por ciento y para 2018 el último año proyectado las ganancias serán de 82 por ciento.

El VPN es mayor que 0, con lo que se acepta el proyecto y la TIR demuestra que la inversión inicial se recupera en un año y dos meses y tres semanas con lo que se concluye que este plan es viable para la exportación de mezcal a Estados Unidos de América.

BIBLIOGRAFÍA

BANCOMEXT. (2005). 12ava Guía Básica del Exportador. México, Distrito Federal, México: Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

BANCOMEXT. (2000). *Guía de exportación sectorial de alimentos procesados*. Recuperado el 24 de Marzo de 2016, de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/salvatierra_g_a/apendiceG.pdf

Benevá, m. (s/f). *Mezcal Benevá*. Recuperado el 3 de Enero de 2016, de Mezcal Benevá: <http://www.mezcalbeneva.com/home.html>

Berumen, E. M. (Febrero de 2009). *eumed.net*. Recuperado el 4 de Enero de 2016, de Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/492/>

Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional*. Washington: Cengage.

Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional*. México: CENGAGA Learning.

Chacholiades, M. (1992). *Economía Internacional*. Santafé de Bogotá Colombia: McGraw-Hill.

ciicex. (s.f.). *Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y de Exportación: <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>

Comercio Internacional y sus ventajas. (2012). Recuperado el 8 de Enero de 2016, de Descubre. Comparte. Presenta: <http://es.slideshare.net/evayarineth/comercio-internacional-y-sus-ventajas>)

CRM. (2015). *Consejo Regulador del Mezcal*. Recuperado el 2016, de COMERCAM: http://www.crm.org.mx/Quienes_Somos.html

CRM. (Abril de 2016). *Informe del Consejo Regulador del Mezcal*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.crm.org.mx/VIRTUAL/INFORME2016/>

De Yong, L. (20 de Septiembre de 2011). *El laberinto del mezcal*. Recuperado el 4 de Abril de 2016

DOF. (29 de Junio de 2015). *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado el 13 de 05 de 2016, de SEGOB:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5398630&fecha=29/06/2015

Granich, C. I. (Octubre de 2004). *Las leyes que regulan el aprovechamiento del maguey y del mezcal*. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de http://mezcalestradicionales.mx/mezcales_herencia_cultural_y_bio/Ponencias%20PDF/26%20G%20Leyes%20Maguey%20Mezcal.pdf

Handel, C. E. (s/f). *Handel Consultoria Especializada*. Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de CTPAT: <http://www.handel-sce.com/certificaciones/ctpat/index.html>

Jaramillo, P. M. (2008). *Prezi.com*. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de Proyecto de Comercialización Internacional: <https://prezi.com/zgysj8droevz/mezcal-agave-de-cortes/>

Lerma, Alejandro E. Kirchner y Marquez, Castro Enrique. (2014). *Comercio y Marketinh Internacional*. México: Cengage Learning.

Lerma, K. A. (2007). *Comercio y Mercadotecnia Internacional: Metodología para la formulación nde estudios de competitividad empresaril: Guía Práctica*. Thomson.

Luna, R. (9 de Diciembre de 2014). *Mini Guía para tomar mezcal*. Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de <http://matadornetwork.com/es/mini-guia-para-tomar-mezcal/>

Mezcal, C. R. (2015). *Consejo Regulador. Denominación de Origen*. Recuperado el 8 de Abril de 2016, de <http://bacanda.mx/es/content/denominacion-de-origen-y-certificaci%C3%B3n-de-mezcal>.

Morales, N. C. (18 de Junio de 2014). *Mezcal de Zacatecas*. Recuperado el 8 de Enero de 2016, de Descripción del desarrollo de la Industria del Mezcal en Zacatecas: <http://mezcalzacatecas.blogspot.mx/p/regiones-productoras-de-mezcal.html>

Núñez, A. D. (1979). *Estadística Básica para Planificación*. México: Siglo Veintiuno.

OECD. (2015). *Observatory of Economic Complexity*. Recuperado el 20 de MAYO de 2016, de Observatory of Economic Complexity: <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/usa/>

Olguín, A. (2013). *Resolución mediante la cual se otorga la protección prevista a la Denominación de Origen del mezcal. para ser aplicada a la bebida alcohólica del mismo nombre*. México: IMPI.

Oropeza, A. G. (2014). *UNAM*. Recuperado el 10 de Enero de 2016, de Instituto de Investigaciones Jurídicas: http://idic.mx/wp-content/uploads/2014/11/TLCAN20ANOS_UNAM-IDIC_2014_comprimido.pdf

PROMEXICO. (2015). *PROMEXICO*. Recuperado el 2 de MARZO de 2016, de PROMEXICO: <http://www.promexico.org>

Ramales Osorio y Ortiz Bravo. (2006). *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado el 8 de Enero de 2016, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2006/mcro-mezcal2.htm>

Ramales, M. C. (2013). *Biblioteca Virtual*. Recuperado el 12 de Enero de 2016, de Economía Internacional. Apuntes Introdutorios: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1291/1291.pdf>

Romero López, Á. J. (2013). *Contabilidad práctica para no contadores*. México: McGraw Hill.

Ruiz, C. (2015). Reestructuración productiva e integración. TLCAN 20 años después. *Revista Latinoamericana de Economía* , 27-50.

SEGOB. (12 de Junio de 1997). Diario Oficial de la Federación. *NORMA Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, Bebidas alcohólicas-Mezcal-Especificaciones*. México, Distrito Federal, México: Segob.

SICEX. (s.f.). *Sistema Integrado de Comercio Exterior*. Recuperado el 3 de Junio de 2016, de Banco Central de Reserva de El Salvador: https://www.centrex.gob.sv/scx_html/TLC%20Mexico-Centroamerica.html

TESOEM. (2009). *Tecnológico de Estudios Superiores Oriente del Estado de México*. Recuperado el 5 de Enero de 2016, de Economía Internacional: <http://www.tesoem.com>

Tugores, J. Q. (2006). *Economía Internacional. Glabalización e Integración Regional*. España: McGraw-Hill.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

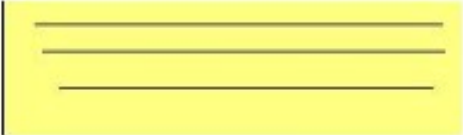
ANEXOS

Anexo 1. Pedimento

PEDIMENTO										<i>Página 1 de N</i>	
NUM. PEDIMENTO:			T. OPER CVE. PEDIMENTO:			REGIMEN:			CERTIFICACIONES		
DESTINO:		TIPO CAMBIO:		PESO BRUTO:		ADUANA E/S:					
MEDIOS DE TRANSPORTE				VALOR DOLARES:							
ENTRADA/SALIDA:		ARRIBO:		SALIDA:		VALOR ADUANA:					
						PRECIO PAGADO/VALOR					
						COMERCIAL:					
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR											
RFC:					NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:						
CURP:											
DOMICILIO:											
VAL. SEGUROS		SEGUROS		FLETES		EMBALAJES		OTROS INCREMENTABLES			
CODIGO DE ACEPTACION:			CODIGO DE BARRAS				CLAVE DE LA SECCION				
							ADUANERA DE DESPACHO:				
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:											
FECHAS				TASAS A NIVEL PEDIMENTO							
				CONTRIB.		CVE. T. TASA		TASA			
CUADRO DE LIQUIDACION											
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES					
						EFFECTIVO					
						OTROS					
						TOTAL					

Anexo 2. Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL

EMPRESA EXPORTADORA: Direccion: Telefono / Fax: E-mail:							
Señores: EMPRESA IMPORTADORA: Direccion: Atencion: INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°				Nombre de Contacto: Nuestra referencia: N° Cliente: N° de Orden de Pedido:			
La mercancia ha sido enviada en: Dimensiones Embalaje: Grossweight (Peso Bruto): Netweight (Peso Neto): Marks (marcas): Via: Made in:				Fecha:			
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
INCOTERM:				TOTAL FACTURADO			

Anexo 3. Certificado de Origen

Tratado de Libre Comercio de América del Norte

Certificado de Origen

(Instrucciones al Reverso)

Llenar a máquina o con letra de molde

1. Nombre y domicilio del exportador:		2. Período que cubre: D D M M A A De: / / / / / / / / A: / / / / / / / /			
3. Nombre y domicilio del productor:		4. Nombre y domicilio del importador:			
Número de Registro Fiscal:		Número de Registro Fiscal:			
5. Descripción del (los) bien(es)	6. Clasificación arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Productor	9. Costo Neto	10. País de Origen
Declaro bajo protesta de decir verdad que:					
- La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que será responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. - Los bienes son originarios del territorio de una o más de las partes y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 o en el Anexo 401. Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.					
11. Firma autorizada:		Empresa:			
Nombre:		Cargo:			
Fecha: D D M M A A / / / / / /		Teléfono:		Fax:	

Anexo 4. 10 Empresas Exportadoras de Mezcal, SIAVI 2016

Razón Social: Bebidas Excelentes, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 01/01/2008

Sector: Industrial

Domicilio: Carretera Internacional Km7.5 S/N, Paraje Hacienda Blanca, C.P. 68258, San Pablo Etla, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 250,001-1,000,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Añejo	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Polonia	
		Francia	
		Rusia	
Mezcal con Gusano	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Polonia	
		Francia	
		Rusia	

Razón Social: Compañía de Mezcal Reunión, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 31/12/1996

Sector: Comercial

Domicilio: Prol. De Magnolia No. 303, Libertad, C.P. 68090, Abejones, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 250,001-1,000,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Añejo	22089099	Estados Unidos	Exportación

Razón Social: Del Maguey Single Villague Mezcal, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 01/01/2008

Sector: Industrial

Domicilio: Macedonio Alcalá No. 402-7, Centro Histórico, C.P. 68000, Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 250,001-1,000,000

Empleados: 251-500

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Crema de Tequila	22087001	Estonia	Exportación
Mezcal	22060099	Estonia	Exportación
Mezcal Reserva Especial	22089099	Estonia	Exportación

Razón Social: Envasadora de Mezcales de Oaxaca, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 16/05/2002

Sector: Industrial

Domicilio: Pino Suarez No. 604, Oaxaca Centro, C.P. 68000, Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 250,001-1,000,000

Empleados: 26-50

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Reposado	22089099	Estados Unidos	Exportación

Razón Social: Exportadora de Mezcales La Reliquia, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 01/01/2008

Sector: Industrial

Domicilio: Privada de Vicente Guerrero No. 105, Col. Candiani, C.P. 68130, Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 0-50,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Añejo	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Australia	
Mezcal con Gusano	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Australia	
Mezcal Reposado	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Australia	

Razón Social: Licorera Oaxaqueña, S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 31/12/1990

Sector: Industrial

Domicilio: Díaz Ordaz 400 altos esq. Calle de las Casas, Col. Centro, C.P. 68000, Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 0-50,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal con Gusano	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Alemania	
		Canadá	
		El Salvador	

Razón Social: Mezcal Embajador, S.P.R. DE R.I.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 25/01/2006

Sector: Industrial

Domicilio: Diagonal Margaritas 113, Col. Reforma, C.P. 68050, Oaxaca de Juárez, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 0-50,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Añejo	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Japón	
		Canadá	
		República Checa	
		Suiza	
Mezcal con Gusano	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Japón	
		Canadá	
		República Checa	
		Suiza	
Mezcal Reposado	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Japón	
		Canadá	
		República Checa	
		Suiza	
Mezcal Joven	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Japón	
		Canadá	
		República Checa	
		Suiza	

Razón Social: Productores de Maguey y Mezcal de San Dionisio Ocotepec, S.C. DE R.L.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 01/01/1983

Sector: Industrial

Domicilio: Morelos No. 18, Col. Centro San Dionisio Ocotepec, C.P. 70495, Abejones, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 0-50,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Añejo	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Guatemala	
		Canadá	
Mezcal Reposado	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Guatemala	
		Canadá	
Mezcal	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Guatemala	
		Canadá	

Razón Social: Scorpion Mezcal S.A. DE C.V.

Tipo de exportador: Directo

Inicio de Exportación: 01/01/2007

Sector: Industrial

Domicilio: Piru No. 610, Col. Centro, C.P. 71238, San Agustín de las Juntas, Oaxaca.

Rango de ventas (dls): 2,500,001-5,500,000

Empleados: 0-25

Producto			
Descripción	Fracción Arancelaria	Países	Operación
Mezcal Añejo	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	
Mezcal con Gusano	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	
Mezcal Ultramarine	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	
Mezcal Reposado	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	
Mezcal Joven	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	
Mezcal	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	
Mezcal Reserva Especial	22089099	Estados Unidos	Exportación
		Suiza	

Anexo 5. Carta Porte



SCAFANDRA SOFTWARE FACTORY SA DE CV

R.F.C.:

Régimen Fiscal:

Cliente:

R.F.C.:

Conductor:

Placas:

Vehículo:

Kilometros:

ORIGEN

DESTINATARIO:

DESTINO

REMITENTE O EXPEDIDOR:

DOMICILIO:

SE RECOGERÁ EN:

FECHA O PLAZO PREVISTO DE ENTREGA:

DESIGNACIÓN Y/O DESCRIPCIÓN DE LAS MERCANCÍAS TRANSPORTADAS

PESO

ESTIMADOS

METROS CÚBICOS

LITROS

MATERIAL O RESIDUO PELIGROSO: SI ☐ NO ☐

VALOR DECLARADO: \$

CARTA PORTE - FACTURA
(INGRESO)

Folio Fiscal:

Lugar de Expedición:

Certificado SAT:

Fecha Timbrado:

Serie: Folio:

Certificado del Emisor:

Fecha Emisión:

Cantidad	Unidad	Concepto	Precio Unitario	IVA	Retención	Retención	Importe
----------	--------	----------	-----------------	-----	-----------	-----------	---------

Anexo 6. Solicitud para renovación del certificado de exportación

Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal, A.C. CRM

SOLICITUD PARA RENOVACIÓN DEL CERTIFICADO DE EXPORTACION

INFORMACION DEL SOLICITANTE:

Empresa/ persona física:	
Representante legal:	
Numero de cliente:	
Domicilio fiscal:	
Correo electrónico/ teléfono:	
Fecha de la solicitud:	

INFORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE EXPORTACION:

Num. de certificado:				
Fecha de emisión:				
Fecha de vencimiento:				

MOTIVOS POR LOS CUALES SE SOLICITA LA RENOVACION:

☐ VENCIMIENTO
☐ OTROS (especifique):

ANEXOS:

- ☐ Certificado(s) de Exportación solicitado(s)
☐ Otros (especifique):

y declara bajo protesta de decir la verdad:

- a) que los datos contenidos en la presente solicitud son ciertos y,
b) que ha leído y comprendido el contenido completo el documento DC-03 ESQUEMA DE EVALUACIÓN DE LA CONFORMIDAD, vigente, los artículos 52, 56, 57, 74 y 80 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN) y la NOM-070-SCFI-1994. Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones, vigente.

LA EMPRESA A TRAVÉS DE SU REPRESENTANTE LEGAL Y/O AUTORIZADO SE COMPROMETE A CUMPLIR CON:

1. La Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994 "Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones", en vigor.
2. Los Criterios Autorizados por la Dirección General de Normas (DGN), de la norma NOM-070-SCFI-1994 "Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones", en vigor.
3. Cubrir las tarifas correspondientes al servicio solicitado.
4. Cubrir los gastos por concepto de viáticos de los verificadores asignados para el proceso.

CONSIDERACIONES:

1. Este formato es de distribución gratuita, por tanto se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando este no sea alterado en su diseño y sea presentado impreso su anverso (página 1) y reverso (página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño carta.
2. Esta solicitud se tramitará únicamente si está completamente requisitada, firmada y rubricada en todas sus hojas por el representante autorizado o legal y la información de la solicitud debe ser requisitada toda por el mismo medio utilizado para su llenado, sin tachaduras ni enmendaduras.
3. No se le dará trámite a la presente solicitud en caso de faltar cualquiera de los anexos solicitados, incluyendo el pago correspondiente por concepto del servicio de verificación y emisión de Certificados. La fecha propuesta para la actividad será considerada si el ingreso de la solicitud se registra con 10 días hábiles de anticipación a la fecha propuesta, también podrá considerarse la fecha propuesta si la solicitud se hace hasta con 2 días de anticipación siempre y cuando, la unidad de verificación cuente con personal disponible en el área donde se ubica la empresa que solicita el servicio.
4. La firma de esta solicitud implica la aceptación del Contrato de prestación de servicios (vigente).

Nombre y firma del solicitante

*Campo para uso exclusivo del personal del
Organismo de Certificación CRM

N° DE
SOLICITUD:

Anexo 7. Certificado de Exportación

Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal, A.C.
CRM

SOLICITUD DE DICTAMEN DE CUMPLIMIENTO CON LA NOM / EMISIÓN DEL
CERTIFICADO DE EXPORTACIÓN

INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE:

Empresa/ persona física:	
Representante legal/ responsable de las instalaciones:	
Numero de cliente:	
Domicilio fiscal:	
Correo electrónico/ teléfono:	
Fecha de la solicitud:	
Fecha propuesta para la actividad:	

La empresa a través de su representante legal y autorizado solicita el servicio dictamen de Cumplimiento con la NOM y emisión de Certificado de Exportación:

INFORMACIÓN DEL SERVICIO:

Domicilio donde se encuentra el producto: _____

Características del producto					
No. de lote granel:					
No. de lote envasado:					
Marca:	1	2	3	4	5
Tipo:					
Categoría:					
Contenido Alcohólico:	% Alc. Vol.	% Alc. Vol.	% Alc. Vol.	% Alc. Vol.	% Alc. Vol.
Contenido Neto x botella:					
Abocantes y/o ingredientes:					
No. de botellas totales:					
No. de cajas:					
No. de análisis de laboratorio:					
Fracción Arancelaria:					
INFORMACIÓN ADICIONAL: ESCRIBIR EN ESTE ESPACIO LOS NOMBRES DE LAS MARCAS CODIFICADAS CON NÚMEROS SI EL ESPACIO NO ES SUFICIENTE					

Información del destinatario	
Nombre:	
Domicilio:	
Ciudad :	
País:	
Aduana de salida:	

y declara bajo protesta de decir verdad:

- a) **que los datos contenidos** en la presente solicitud **son ciertos** y,
- b) **que ha leído y comprendido** el contenido completo de los documentos DC-04 PROCESOS Y REQUISITOS DE CERTIFICACION, DC-07 DESCRIPCION DE LA INFORMACION COMERCIAL, y DC-03 ESQUEMA DE EVALUACION DE LA CONFORMIDAD, vigentes, el artículo 74 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (LFMN) y la NOM-070-SCFI-1994. Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones, vigente.

Cofre de Perote No. 325. Col. Volcanes, Oaxaca, Oaxaca. C.P.68020
www.crm.org.mx atencionclientes@crm.org.mx Teléfonos: 01 (951) 517 45 79 y 01 (951) 206 18 58

FC-70/03
Página 1 de 2

Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal, A.C.

CRM

SOLICITUD DE DICTAMEN DE CUMPLIMIENTO CON LA NOM / EMISIÓN DEL CERTIFICADO DE EXPORTACIÓN

LA EMPRESA A TRAVÉS DE SU REPRESENTANTE LEGAL Y/O AUTORIZADO SE
COMPROMETE A CUMPLIR CON:

1. La Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994 “Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones, en vigor”.
2. Los Criterios Autorizados por la Dirección General de Normas (DGN), de la norma NOM-070-SCFI-1994 “Bebidas Alcohólicas-Mezcal Especificaciones, en vigor”.
3. Lo establecido en los siguientes documentos: DC-06 USO ADECUADO DEL SELLO DE CERTIFICACIÓN, MARCA E IMAGEN CORPORATIVA DEL COMERCAM, DC-05 USO ADECUADO DE LA CONTRASEÑA OFICIAL NOM y DC-14 PROCESO PARA LA AUTORIZACIÓN DE USO DEL SELLO DE CERTIFICACIÓN Y EMISIÓN DE CERTIFICADOS PARA PRODUCTO ENVASADO.
4. Cubrir las tarifas de verificación para el envasado previamente al inicio de dicho proceso y la emisión de certificado(s).
5. Cubrir los gastos por concepto de viáticos del verificador asignado para el proceso.

ANEXOS:

1. Copia de solicitud de pedido del importador y copia de la factura o preforma.
2. Dos juegos de etiqueta/botella por presentación y marca con la contraseña oficial NOM, mismos que deberán ser revisados(as) y aprobados(as) previamente por el Organismo de Certificación, aplica cuando se solicite el servicio de envasado por primera vez y por cada nueva presentación que envase.

3. Una muestra del embalaje con el signo distintivo del CRM y contraseña oficial NOM, previamente aprobados por escrito por el Organismo de Certificación (en caso de que los ostente).
4. Comprobante del depósito del pago por el servicio solicitado y la emisión de los Certificados.

CONSIDERACIONES:

1. Este formato es de distribución gratuita, por tanto se autoriza su libre reproducción, siempre y cuando este no sea alterado en su diseño y sea presentado impreso su anverso (página 1) y reverso (página 2) en una sola hoja de papel blanco y en tamaño carta.
2. Esta solicitud se tramitará únicamente si está completamente requisitada, firmada y rubricada en todas sus hojas por el representante autorizado o legal y la información de la solicitud debe ser requisitada toda por el mismo medio utilizado para su llenado, sin tachaduras ni enmendaduras.
3. No se le dará trámite a la presente solicitud en caso de faltar cualquiera de los anexos solicitados, incluyendo el pago correspondiente por concepto del servicio de verificación y emisión de Certificados.
4. Los clientes que ya obtuvieron la autorización de las botellas/etiquetas/embalaje y/o publicidad por escrito por este Organismo de Certificación, necesitarán volverlos a presentar solamente en caso de que hayan realizado alguna modificación a alguno de los elementos antes descritos.
5. El CRM podrá cancelar los servicios de certificación si el cliente no cuenta con los insumos necesarios para realizar la actividad., por lo que en caso de cancelación, debe ingresar nuevamente su solicitud a este Organismo de Certificación.
6. La fecha propuesta para la actividad será considerada si el ingreso de la solicitud se registra con 10 días hábiles de anticipación a la fecha propuesta, también podrá considerarse la fecha propuesta si la solicitud se hace hasta con 2 días de anticipación siempre y cuando, la unidad de verificación cuente con personal disponible en el área donde se ubica la empresa que solicita el servicio.
7. La firma de esta solicitud implica la aceptación del Contrato de prestación de servicios (vigente).

En caso de solicitar el envasado de producto en proceso de Certificación (antes de contar con los resultados de análisis fisicoquímicos), los sellos de Certificación se entregarán hasta constatar el cumplimiento del apartado 6.1.1 de la NOM-070-SCFI-1994 a través del Informe de Resultados de análisis fisicoquímicos. El Certificado por lote se emitirá hasta constatar que el producto cumple con la NOM-070-SCFI-1994.	
El muestreo para constatar lo anteriormente descrito, se realizará:	
☐ Antes de envasar	☐ Después de envasar

Nombre y firma del solicitante.

*Campo para uso exclusivo del personal del Organismo de Certificación CRM

N° DE
SOLICITUD:

Anexo 8. Ruta de Oaxaca a Nuevo Laredo, Tamaulipas

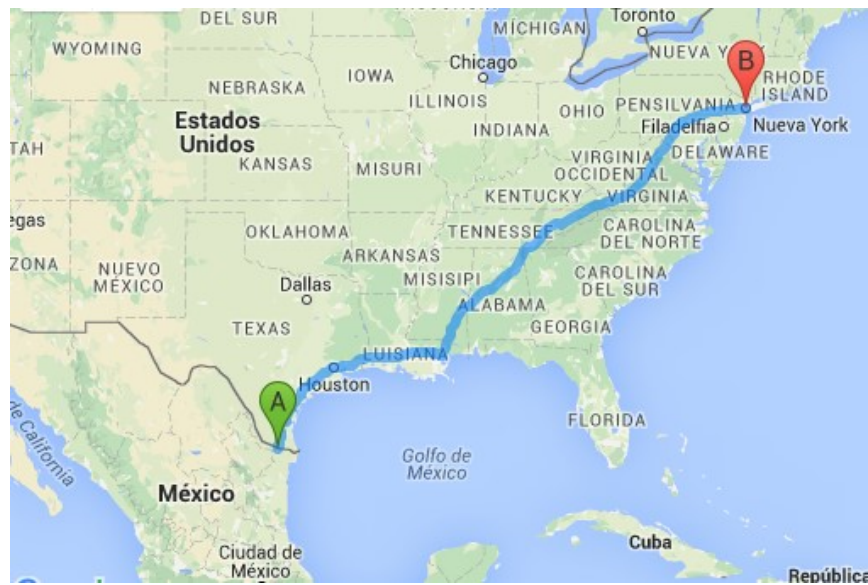
Ruta de Oaxaca a Nuevo Laredo, Tamaulipas



Nombre	Edo.	Carretera	Long.(km)	Tiempo(hrs)	Caseta o puente	Automóvil
Oaxaca - San Pablo Etla	Oax	Zona Urbana	8.000	00:12		
San Pablo Etla - Entronque Nochistlán	Oax	Mex 135D	76.000	00:41	Huitzo	70.0
Entronque Nochistlán - San José Mahuatlán	Pue	Mex 135D	108.540	00:59	Suchixtlahuaca	60.0
San José Mahuatlán - Entronque Tehuacán	Pue	Mex 135D	30.370	00:16	Mahuatlán	25.0
Entronque Tehuacán - Cuacnopalan	Pue	Mex 150D	41.000	00:22	Tehuacán	35.0
Cuacnopalan - Entronque Acatzingo	Pue	Mex 150D	37.000	00:20		
Entronque Acatzingo - Entronque Puebla	Pue	Mex 150D	42.270	00:23	Amozoc	55.0
Entronque Puebla - Entronque Lib. N. Cd. de México	Pue	Mex 150D	30.000	00:16	San Martín	30.0
Lib. N. Cd. México (Ent. Aut. Mex-Pue - Ent. Jilotepec)	Mex	Mex M40D	176.370	01:36	Querétaro/Texmelucan	315.0
Ent. Jilotepec - Palmillas	Oro	Mex 057D	60.000	00:33	Palmillas	70.0
Palmillas - Entronque El Colorado	Oro	Mex 057D	40.000	00:21		
Libramiento de Querétaro (Ent. El Colorado - Ent. Buena Vista)	Oro	Mex 057D	37.500	00:20	Chichimequillas	40.0
Entronque Buenavista - Entronque La Pila	Gto.SLP	Mex 057	154.000	01:32		
Libramiento de San Luis Potosí	SLP	Mex 057D	33.760	00:18	San Nicolás de los Jassos	59.0
Entronque San Elías - Entronque Matehuala	SLP	Mex 057	158.103	01:34		
Libramiento de Matehuala	SLP	Mex 057D	14.200	00:07	Matehuala	23.0
Entronque Matehuala II - Puerto México	NL	Mex 057	197.000	01:58		
Puerto México - Entronque La Carbonera	Coah	Mex 057D	32.000	00:17	Pto. México/Huachichil	55.0
Libramiento de Sotillo	Coah	Mex 057D	21.000	00:11	Ojo Caliente	35.0
Ojo Caliente - Entronque Santa Catarina	NL	Mex 040	33.000	00:19		
Lib. Monterrey (Ent. Santa Catarina - Ent. Autódromo)	NL	N. L. s/h	31.000	00:16	Lincoln	109.0
Entronque Autódromo - Entronque Aeropuerto	NL	Mex 085	15.000	00:09		
Mty. (Ent. Aeropuerto) - La Gloria	NL	Mex 085D	123.100	01:06	Sabinas	205.0
La Gloria - Nuevo Laredo	Tams	Mex 085	70.000	00:42		
Totales			1,569.320	14:58		1,186.0

Anexo 9. Ruta de Nuevo Laredo, Tamaulipas a Nueva York, Estados Unidos

Ruta de Nuevo Laredo, Tamaulipas a Nueva York, Estados Unidos



Anexo 10. Costos

Cotización de equipo de protección de personal



Anteojos de protección: precio unitario \$38.50, si son más de 20 el precio sería \$35.88, y si compra más de 70 el precio sería \$32.38. Comprara 2 veces al año, es decir, cada 6 meses, por lo tanto, son 50 trabajadores, al año son 100 piezas por \$32.38, el costo total anual es \$3,238



Calzado ocupacional: precio unitario \$226.20 y en planta los ocupan 48 trabajadores, entonces el costo es de \$10,857.60, la compra se hará 2 veces por año, entonces el costo total sería de \$21,715.20



Casco contra impacto menor: estos los ocupan solamente los trabajadores que están en destilación y almacenamiento y por supuesto el ingeniero que está supervisando todo el proceso, por lo tanto los cascos necesarios son 10, pero se compraran 12 anualmente, el costo total es de \$1,155, si el precio unitario es de \$96.25.



Guantes: no todos los empleados utilizan los guantes, pero aún así se compraran 45 pares cada 6 meses, si el costo por par es de \$228, el costo total sería de \$20,520 (son caros porque son para uso industrial)



Pantalla facial: no en todos los procesos se ocupa, los empleados que se consideran que la utilizaran son 25 en total, si el precio unitario es de \$149.63, entonces el costo total es de \$3,740.75 anualmente.



Tapones auditivos: se comprara una caja que contiene 200 piezas por par cada año \$1,190.



Ropa de trabajo

- Bata: se compraran 55 al precio de \$158, seria, \$8,690, pero se compraran cada 6 meses, el costo total es de \$17,380.
- Cofia de prolipropileno, el pqte. con 100pzas. cuesta \$96.25, se comprara cada 2 meses, el costo anual será de \$577.50.
- Cubre bocas, el pqte. con 100pzas. cuesta \$115.50, se comprara cada mes, el costo total anual será de \$1,386

Precios cotizados en ULINE.mx el día miércoles 8 de junio de 2016

Equipo de protección del personal

Concepto	Precio
anteojos de protección	\$ 3,238.00
calzado ocupacional	\$ 21,715.20
casco contra impacto	\$ 1,155.00
guantes	\$ 20,520.00
pantalla facial	\$ 3,740.75
taponos auditivos	\$ 1,190.00
bata	\$ 17,380.00
cofia	\$ 577.50
cubrebocas	\$ 1,386.00
Costo total anual	\$ 70,902.45
con IVA	\$ 82,246.84

Fuente: Elaboración propia

Salario del personal de la planta

Salarios

Personal en planta	No. Personas	Salario/día	salario mensual	Salario anual
Chofer que traslada el agave a la planta	1	\$ 99.20	\$ 2,182.40	\$ 2,182.40
Preparación en el horno	5	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 10,730.50
Maguey horneado	5	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 10,730.50
Molino del maguey	5	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 10,730.50
receptor de jugos	3	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 292.65
Formulación	4	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 8,584.40
Mosto de maguey	3	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 6,438.30
Destilación	4	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 8,584.40
Almacenamiento	5	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 10,730.50
Añejado en barricas	3	\$ 97.55	\$ 2,146.10	\$ 6,438.30
Area de terminado	5	\$ 87.40	\$ 1,922.80	\$ 9,614.00
Etiquetadora	2	\$ 87.40	\$ 1,922.80	\$ 3,845.60
Velador	2	\$ 85.95	\$ 1,890.90	\$ 3,781.80
Intendente	3	\$ 87.40	\$ 1,922.80	\$ 5,768.40
Traslado del mezcal operador terminado de maquinaria	5	\$ 97.50	\$ 2,145.00	\$ 10,725.00
Costo total mensual				\$ 109,177.25
Costo total anual				\$ 1,310,127.00

Fuente: Elaboración propia

Salario del personal administrativo

Personal en oficina	No. De personas	Salario mensual	Total Anual
Gerente General	1	\$ 28,500.00	\$ 342,000.00
Contador	1	\$ 16,500.00	\$ 198,000.00
Secretaria	3	\$ 10,500.00	\$ 126,000.00
Ingeniero de producción	3	\$ 49,500.00	\$ 594,000.00
Ayudante General	2	\$ 4,294.00	\$ 51,528.00
Chofer	2	\$ 4,364.80	\$ 52,377.60
		\$ 113,658.80	\$ 1,363,905.60

Fuente: Elaboración propia

Las cotizaciones se hicieron con los datos que emite la Secretaria del Trabajo y Previsión Social, en el rubro de Salarios mínimos, establecidos por la ley para el estado de Oaxaca.

Costos de Equipo de Cómputo

Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total
PC	\$ 5,999.00	2	\$ 11,998.00
Multifuncional	\$ 3,799.00	3	\$ 11,397.00
precio total	IVA	precio final	depreciación
\$ 23,395.00	\$ 3,743.20	\$ 27,138.20	\$ 8,141.46

Fuente: Elaboración propia

Costos de Equipo de Oficina

Descripción	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Escritorio	\$ 3,699.00	5	\$ 18,495.00
Silla para oficina	\$ 599.00	2	\$ 1,198.00
Silla secretarial	\$ 239.00	10	\$ 2,390.00
librero	\$ 649.50	4	\$ 2,598.00
Mesa de juntas	\$ 6,199.00	1	\$ 6,199.00
Sillas para mesa de junta	\$ 539.00	10	\$ 5,390.00
precio total	IVA	precio final	depreciación
\$ 36,270.00	\$ 5,803.20	\$ 42,073.20	\$ 4,207.32

Fuente: Elaboración propia

Costos de Papelería

Descripción	\$	Cantidad	Total	IVA	Total anual
Papel carta	\$ 509.00	2	\$ 1,018.00	\$ 162.88	\$ 1,180.88
Varios oficina			\$ 36,000.00		36,000
			\$ 37,018.00		\$ 37,180.88

Fuente: Elaboración propia

Catalogo de Office Depot, consultado el 8 de Junio de 2016

Benevá ya cuenta con toda la maquinaria para realizar el proceso de envasado de mezcal, así que solamente se tomara el costo de depreciación de la maquinaria.

Depreciación de la maquinaria

Descripción	Unidades	Costo unitario	Costo total	IVA	Costo Total	Depreciación
Montacargas	1	\$ 350,000.00	\$ 350,000.00	\$ 56,000.00	\$ 406,000.00	\$ 32,480.00
Envasadora	1	\$ 665,260.00	\$ 665,260.00	\$ 106,441.60	\$ 771,701.60	\$ 61,736.13
Destilador	3	\$ 185,000.00	\$ 555,000.00	\$ 88,800.00	\$ 643,800.00	\$ 51,504.00
Tanque de almacenamiento	3	\$ 147,000.00	\$ 441,000.00	\$ 70,560.00	\$ 511,560.00	\$ 40,924.80
Fermentador	3	\$ 170,402.00	\$ 511,206.00	\$ 81,792.96	\$ 592,998.96	\$ 47,439.92
						\$ 234,084.84

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar el ISR se consulto la:

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de diciembre de 2013 TEXTO VIGENTE última reforma publicada DOF 18-11-2015

TÍTULO II DE LAS PERSONAS MORALES DISPOSICIONES GENERALES Artículo 9.
Las personas morales deberán calcular el impuesto sobre la renta, aplicando al resultado fiscal obtenido en el ejercicio la tasa del 30%.

El cálculo para saber el porcentaje que paga la Industria de Bebidas Alcohólicas se consulto en la página de internet <http://losimpuestos.com.mx/ieps-impuesto/>, para hacer el descuento correspondiente en “Calcula el IEPS 2016”.