

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Poyecto de comercialización de mezcal michoacano en México y Estados Unidos

Autor: Rosa Elda Ochoa López

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:
Luis Palomares Vaughan**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





Escuela en Comercio Internacional

“” PROYECTO DE COMERCIALIZACIÓN DE MEZCAL
MICHUACANO EN MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS”

Tesis

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

ROSA ELDA OCHOA LÓPEZ

Asesor:

LAE LUIS PALOMARES VAUGHAN

No. De acuerdo LIC100843

CLAVE16PSU001T

Agradecimientos

A Dios

Gracias por darme la fuerza y el coraje para terminar este proyecto

A mis papas

Por su apoyo incondicional porque son dos personas que me han dado un gran ejemplo para salir adelante, de esfuerzo porque todo el tiempo han trabajado para darnos lo mejor a mí y a mis hermanas, a través de estas líneas les agradezco infinitamente todos sus esfuerzos y decirles que los quiero mucho. Por enseñarme el gran valor de la responsabilidad y por ser un gran ejemplo a seguir, los admiro y los respeto mucho porque han logrado muchas cosas por ser tan luchones.

A mis hermanas

A Ana por ser una amiga incondicional y porque siempre me apoyas, escuchas y ayudas, muchas gracias te quiero hermana.

A María Elena por su apoyo y compañía gracias te quiero.

A Jacobo

Porque desde un principio hasta el día de hoy sigues dándome ánimo para terminar este proceso, por estar ahí siempre que te necesito, gracias, te quiero...

A mis primos, amigos y compañeros

Por acompañarme en las buenas y en las malas por las alegrías por las aventuras que vivimos, por su amistad y confianza gracias... (Natalia, Ari, Amauri, Juan)

A la UVAQ y a mis profesores

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

A mi asesor

Por apoyarme en este largo periodo de realización del proyecto, y estar ahí siempre que lo necesité mil gracias profesor.

Introducción.....	5
Resumen ejecutivo.....	6

Capítulo 1

1.1. Antecedentes	7
1.2. Descripción de la empresa.....	7
1.3. Misión, Visión, Objetivos y metas.....	8
1.4. Portafolio de negocios.....	8
1.5. Cadena de valor.....	9
1.6. Personal clave.....	10
1.6.1. Producción.....	10
1.6.2. Administrativo.....	10
1.6.3. Recursos y capacidades.....	10
1.7. Análisis fortalezas y debilidades	11

Capítulo 2

2.1. Descripción del producto.....	12
2.2. Clasificación arancelaria del producto.....	32
2.3. Principales competidores directos.....	32
2.4. Actividades del desarrollo del mercado.....	33
2.5. Normas y controles de calidad.....	34
2.6. Tecnología, investigación y desarrollo, ventajas competitivas.....	38
2.7. Denominación de origen del Mezcal.....	38
2.8. Valor para el cliente y ventajas competitivas del mercado.....	47

Capítulo 3

3. Selección del mercado meta.....	47
3.1. Situación actual del mezcal, en los ámbitos globales y mercados seleccionados.....	47

3.1.1.	Análisis en el sector de bebidas y licores en México en el 2009.....	49
3.1.2.	Exportaciones.....	50
3.2.	Selección de mercado.....	52
3.3.	Como negociar.....	53
3.4.	Segmentación de mercado.....	55
3.5.	Análisis de la competencia tanto domestica como internacional	58

Capitulo 4

4.	Aspectos operacionales.....	61
4.1.	Definición de objetivos y metas en el mercado seleccionado.....	61
4.2.	Adecuaciones de la mezcla de mercadotecnia	61
4.2.1.	Producto.....	61
4.2.2.	Precio.....	62
4.2.3.	Plaza.....	62
4.2.4.	Promoción.....	63
4.3.	Estrategia de entrada al mercado.....	63
4.4.	Aspectos operacionales.....	63
4.5.	Cotizaciones, INCOTERMS, transporte, seguros.....	64
4.6.	Envase y embalaje.....	65
4.7.	Documentos para exportar.....	65
4.8.	Programa de actividades a corto plazo.....	69

Capitulo 5

5.	Análisis Financiero.....	69
5.1.	Presupuestos y programa de inversiones y fuentes de financiamiento.....	69
5.2.	Situación financiera actual y proyectada.....	70
5.3.	Ventas.....	73
5.4.	Costos.....	73
	Conclusiones.....	79
	Bibliografía.....	82

Introducción

En este trabajo hacemos hincapié en la comercialización de mezcal en el mercado local, estatal, nacional e internacional para la creación de una empresa y conservar la tradición mexicana a través del mundo. Hemos visto que el mercado es muy limitado por la falta de conocimiento de lo que es mezcal y se discrimina un poco de tal modo vamos a crear una forma de comercialización para que eso cambie a través de un plan de mercadotecnia y la creación de una empresa.

Menciona también el proceso productivo del mezcal en Michoacán y como se puede integrar la empresa y saber de que manera se han distribuido todos los materiales de producción.

Aprovechándonos de todas nuestras ventajas, el presente proyecto de comercialización nos muestra un ejemplo de lo que podemos realizar con nuestros productos mexicanos. Y como podemos ayudarlos para que no se pierda la esencia.

Resumen ejecutivo

El mezcal es una bebida alcohólica destilada que se obtiene a partir de la fermentación del jugo de diversos agaves. En México se produce oficialmente en los estados de Oaxaca, Guerrero, Durango, Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato y Tamaulipas; sin embargo, esta bebida también se elabora tradicionalmente en algunas regiones de los estados de Sinaloa, Jalisco, Puebla y Michoacán sin que estos tengan reconocimiento por la exclusión de sus territorios dentro de la región geográfica Denominación de Origen Mezcal, pese a la calidad y exquisitez de algunos mezcales que se producen en ellos. En el caso del estado de Michoacán, por tradición oral, se tiene conocimiento de que la elaboración de esta bebida se ha venido realizando por más de 400 años de manera artesanal mediante un sistema rústico de destilación traído por los españoles de Filipinas, en lugares remotos a pequeña escala, representando una alternativa económica para muchas familias del ámbito rural. En este sentido, el Gobierno del Estado de Michoacán dio inicio a las gestiones para promover la solicitud de inclusión de 29 municipios del Estado, en la declaratoria de Denominación de Origen Mezcal. De lograrse, se modificarán los esquemas de producción y comercialización que a la fecha se han venido manejando, sacando de la informalidad la producción de esta bebida tan arraigada en algunas comunidades de la entidad, en beneficio de los productores y sus familias. Esta investigación hace referencia a los aspectos botánicos, geográficos, sociales, culturales, técnicos y económicos involucrados en el proceso de su elaboración, con la finalidad de contribuir a su difusión, fortalecer la consolidación de la cadena productiva Agave-Mezcal y promover la producción de esta bebida en el estado de manera legal y sustentable.

Capítulo I

1.1 Antecedentes de la Empresa

La Perla de Tzitzio marca con la que comercializa la Empresa Arrollo de Nueces S.P.R. de R.L. Fundada en el 2006 en el Municipio de Tzitzio, Michoacán y dedicada a la destilación de agave fundada por José Guadalupe Pérez Toledo llevando cabo la plantación de planta de agave cupeatra o chino y aprovechando apoyos de la Comisión Nacional de Zonas Áridas (CONAZA) en cuanto a plántula y establecimiento, plantando en esta ocasión 12,000 plantas. Actualmente la organización la conforman 8 socios: 1). J. Guadalupe Pérez Toledo, 2). Fabiola Pérez Zaragoza, 3). María Irma Zaragoza Pulido, 4). J. Jesús García Gonzales, 5). Sara Toledo Martínez, 6). Viridiana Pérez Zaragoza, 7). Ma. Eugenia Hilda Pérez Toledo, y 8). J. Guadalupe Jaime Pérez Toledo.

Se inicia en el rancho denominado las Nueces propiedad del Sr. J. Guadalupe Pérez Toledo ubicado a 3 kms, de la cabecera municipal de Tzitzio, Michoacán.

El Mezcal de la Perla de Tzitzio es un producto 100% de agave, rustico y artesanal, se puede considerar como producto orgánico, ya que se utiliza agaves silvestres.

1.2 Descripción de la Empresa

La actividad de la empresa es principalmente es la extracción del agave y el proceso productivo para la elaboración del mezcal así como el envasado, el etiquetado y la distribución a nivel nacional e internacional.

No obstante de la amplia tecnología disponible el proceso es 100% artesanal lo que brinda un producto de mayor calidad.

1.3 Misión, Visión, Objetivos y Metas

Misión

Tener un producto 100% artesanal de alta calidad que sea competitivo en el mercado nacional e internacional.

Visión

Ser la primera empresa mezcalera a nivel regional que tenga una presencia en el mercado nacional e internacional, y que conserve la tradición mezcalera artesanal de la región.

Objetivos

Preservar esa planta maravillosa que es el maguey chino o agave cupeatra a través de plantaciones en campo y propagando plántula bajo condiciones de invernadero ya que se encuentra en peligro de extinción a parte de conservar la tradición mezcalera del municipio de Tzitzio Michoacán México, de la región del estado ya que el mezcal es parte de nuestra cultura, procesando el producto de manera 100% artesanal.

Metas

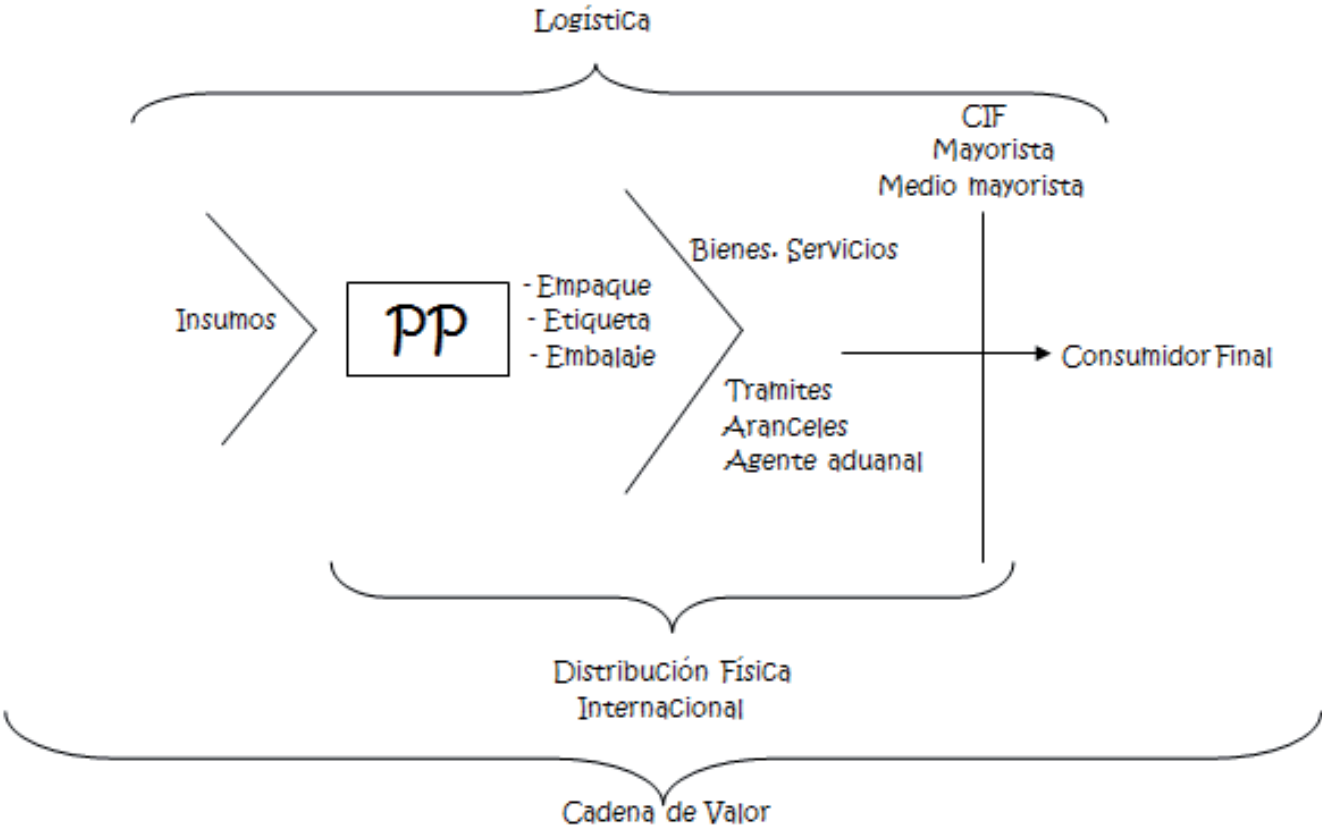
Mantener y mejorar los estándares de calidad, lograr un liderazgo en el mercado nacional, tener gran presencia en mercados extranjeros, posicionar el mercado en el extranjero, incrementar producción, incrementar ventas.

1.4 Portafolio de Negocios

El producto se puede definir como un producto vaca ya que presenta una tasa de crecimiento moderada y una participación relativa en el mercado.

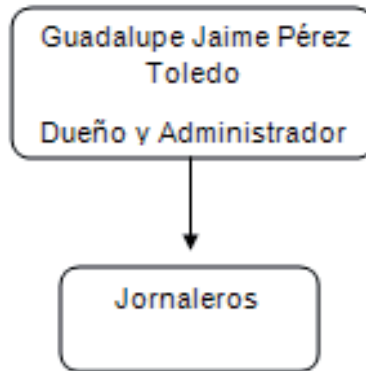
Debido a que solo se está incursionando un solo producto en el mercado no se puede catalogar en diferentes categorías, esperando convertirlo en estrella en cierto tiempo.

1.5 Cadena de Valor



1.6 Personal Clave

1.6.1 De Producción



1.6.2 Administrativo

Cuenta con un administrador J. Guadalupe Pérez Toledo y una tesorera Fabiola Pérez Zaragoza, quienes se encargaran de la planificación, organización, dirección, control de los recursos de la empresa, con el fin de obtener el mayor beneficio posible, este beneficio puede ser social o económico dependiendo esto de los fines que persiga la organización.

1.6.3 Recursos y Capacidades

La empresa tiene para sus operaciones el siguiente equipo e insumos;

- Plantío de agave
- Pila de madera a 60 cm de profundidad, para molienda de la piña.
- Herramientas de labrado
- Hornos
- Leña
- Herramientas de fermentación, extracción y destilación.
- Camioneta pick up
- Fertilizantes naturales

1.7. Análisis Fortalezas y Debilidades.

Fortalezas	Debilidades
Es un producto 100% de agave, rustico y artesanal, se puede considerar como producto orgánico, ya que se utiliza agaves silvestres.	No contar con la Denominación de Origen Mezcal.
La organización de los productores y su agrupación en figuras legales como asociaciones agrícolas y sociedades de producción rural, les permitirá el acceso a diversos programas de apoyo que las diferentes instancias de gobierno promueven.	La producción mezcalera es considerada como una actividad estacional, ya que solo se realiza durante los meses de octubre a mayo, al concluir el temporal de lluvias.
El apoyo de dependencias de Gobierno Estatal como son la Secretaria de Desarrollo Rural (SEDRU) y Secretaria de Economía (SEDECO), han venido trabajando con los productores para la definición de estrategias, políticas y acciones que en corto plazo permitan desarrollar la actividad de una manera legal y sostenible.	Falta de capital de trabajo, Falta de apoyos Espacio reducido dentro de la fábrica. La vía de acceso a la plantación tiene problemas en época de lluvia, por la erosión de esta.
	La mayoría de las “Vinatas”, tabernas o palenques se ubican cerca de los arroyos o ríos, algunas de ellas en el fondo de profundas barrancas.
	Existe una sobreexplotación de las poblaciones silvestres de agaves mezcaleros, en las diferentes regiones productoras de mezcal
	La comercialización del producto (Mezcal), se realiza en pequeña escala y su mercado se circunscribe al ámbito local.
	Se carece de control en los procesos de elaboración de la bebida, en detrimento de su calidad, pese a la existencia de normatividad, la que es desconocida por la mayoría de los productores.

Capítulo 2

2.1 Descripción del Producto

Breve historia del mezcal

Existen varios mitos y leyendas acerca del origen del Mezcal como bebida, una de ellas, quizás la más próxima a la realidad y que se ha difundido por tradición oral desde tiempos remotos, gracias a que fue plasmada en los códices (Orozco, 2000), es aquella en que se manifiesta que en la región de Tequillan, habitada por los tiquilas, pertenecientes a la cultura tolteca, un viejo sabio, llamado “Achio Colli”¹ que significa el primero de los abuelos, había oído en las narraciones de sus antepasados que los dioses encolerizados con los humanos, habían mandado sobre ellos una gran tormenta una tarde de verano, describiéndola de la siguiente manera:

“Un luminoso rayo de luz cayó con fuerza sobre unas plantas silvestres que abundaba en esos lugares. Con el calor del rayo, las plantas ardieron durante algunos minutos y al apagarse el fuego, las largas hojas de los magueyes se habían consumido, quedando solamente los corazones de las plantas, de los que brotaba un líquido lechoso que despedía un seductor aroma. Entre curiosos y asombrados, los indígenas bebieron el néctar y tan agradable les resulto al paladar, que atribuyeron el fenómeno a un milagro de sus dioses, que habían mostrado su perdón regalándoles una bebida que además de alimentarlos, les desvanecía las penas del alma”

Algunos historiadores (Academia Mexicana de Tequila A.C. 2007), hacen referencia a la misma leyenda de la siguiente manera:

¹ “Achio Colli”, en sus narraciones describe a Mayahuel volviendo fértil a la tierra para que diera sus frutos y a Quetzalcóatl, enseñándoles los secretos a los humanos para que los aprovecharan (Orozco, 2000)

“Una tormenta se abatió sobre un campo de agaves y varios rayos cayeron sobre las plantas, cociendo el corazón de las mismas, lo que provocó que el cocimiento, los almidones, se convirtieran en una especie de miel”

La historia continúa diciendo que:

“Cuando la tormenta pasó, el viento llevó hacia unas viviendas próximas habitadas por indígenas un aroma agradable. Uno de ellos sintió curiosidad, se acercó y tomó un pedazo del agave quemado y al probarlo lo sintió dulce. Luego lo ofreció a los demás, descubriendo de esta manera una nueva utilidad para la planta”.

Otra versión habla de que:

“Asombrados, los indígenas vieron brotar el aromático néctar, que bebieron con temor y reverencia, considerándolo como una dádiva divina de Mayáhue², por lo que a partir de ese momento lo utilizaron en sus ritos ceremoniales, creando en sacerdotes, sabios y guerreros estados de euforia”

En cuanto al proceso de fermentación, la misma leyenda narra que:

“Un indígena olvidó el jugo durante varios días y, al regresar a su choza, descubrió un nuevo aroma que envolvía el ambiente. Después observó que del jugo salían pequeñas burbujas que formaban una espuma blanca y espesa. Al probarlo se encontró con un sabor enriquecido y diferente. Luego separó el líquido de la espuma para su consumo”.

² La diosa Mayáhuel era el símbolo de la fecundidad de la tierra en la cultura Mexica. Al ser convertida en maguey, brindó a los mexicas los dones necesarios para sobrevivir. Su nombre posiblemente deriva de Meyahual, con el cual denominaban al centro del maguey cercado por las pencas entrelazadas y se refiere a todos los brazos que florecen para el mismo pueblo (Blomberg, 2000)

“La bebida motivó en el indígena un cambio de personalidad de ahí que el líquido se considerara regalo de los dioses”

Mito o realidad, lo cierto es que el antecedente más cercano a la elaboración del Mezcal como bebida se dio mucho antes de la conquista ya que diversas culturas obtenían del maguey un vino al que denominaban “Mexicalli”, cuando Motolinia posteriormente en sus crónicas mencionaría diciendo:

“Gracias al conocimiento del mezcal (corazón de maguey) se produce un vino al que los indígenas denominaban mexcalli”

Esta bebida se obtenía cocinando los corazones o piñas de las plantas, las cuales posteriormente eran machacadas para así extraer su jugo, el cual colocaban en recipientes de barro donde se fermentaba de la misma forma que se elabora en la actualidad el pulque y el mosto para destilar y obtener Mezcal, la cual era consumida principalmente en ceremonias religiosas.

Después de la conquista se siguió aprovechando de manera integral esta planta y con la introducción del sistema de destilación (técnica árabe aprendida por los españoles en tierras filipinas), se comenzó a producir un vino, el cual se elaboraba siguiendo el proceso tradicional desarrollado por los indígenas hasta la etapa de fermentación, pasando posteriormente al proceso de destilación, para obtener de esta manera un licor al que genéricamente se llamo “Vino Mezcal”.

De acuerdo a las crónicas de la época, esta bebida tuvo mucha aceptación tanto por los indígenas como por los españoles y durante el siglo XVII, el “Vino Mezcal” empezó a exportarse con éxito a España, de la misma forma, el licor obtenido mediante este proceso era tan buena calidad que lego a competir con los españoles y europeos de esa época, razón por la cual el gobierno Virreinal prohibió su elaboración en la Nueva España.

Fue precisamente durante el reinado de Carlos III, cuando se prohibió no solo la exportación a España, sino también, su producción en la Nueva España, para favorecer la producción y consumo de vinos y licores de España, y aunque ni la

producción ni el consumo desaparecieron, si fue un duro golpe a la incipiente industria.

No fue sino hasta el siglo XVIII, cuando ascendió al trono Fernando IV, en que la prohibición fue levantada y la producción y consumo del “Vino Mezcal” se popularizó entre los habitantes de la Nueva España (Orozco, et al, 2000).

De igual manera, durante los siglos XVII y XVIII una vez consolidada la conquista, la producción del Mezcal se concentro principalmente en las zonas mineras, la bebida era proporcionado a los trabajadores para mitigar el cansancio con el objetivo de alargar las jornadas laborales; los sitios donde se elaboraba al igual que en algunos casos en la actualidad se ubicaban en las vegas de los ríos y arroyos, que proporcionaban el agua suficiente para realizar el enfriamiento en el proceso de destilación.

Durante el siglo XIX con el desarrollo del modelo hacendario se generaron grandes latifundios gracias a los despojos de predios poseedores, situación que propicio que el cultivo del agave se diera de manera intensiva, incrementándose de igual forma la elaboración de bebidas como el Pulque, el Mezcal y el Tequila, las cuales se comercializaban en las principales ciudades y núcleos poblacionales de la época.

En la actualidad aun no se ha determinado con precisión el lugar de origen de la bebida alcohólica denominada Mezcal, los estados incluidos en la Denominación de Origen se disputan este honor, sin embargo, estudios recientes parecen indicar que el verdadero origen se ubica fuera de esa área, considerando que en el proceso de elaboración, el uso del destilador jugó un papel preponderante.

Estudios etnográficos realizados desde principios del siglo XX con la finalidad de ubicar el posible origen del Mezcal como bebida han confirmado que la elaboración de bebidas alcohólicas fermentadas y destiladas por diferentes culturas en el territorio del país, tuvieron su origen en la porción occidental, de donde posteriormente se difundiría hacia el resto del territorio.

Uno de estos estudios fue el realizado por el explorador y naturalista de origen Noruego Carl Lumholtz, quien en 1902 publicó el libro titulado “Unknown México. Explorations in the Sierra Madre and other regions, (1890-1898)” en el que describe sus travesías por diversas regiones del país donde tuvo contacto con muchas de las etnias que aún existen.

A Lumholtz le llamo mucho la atención un primitivo método de destilación mediante el cual los huicholes, obtenían un licor proveniente de un agave, el cual identifica como “mescal” (sic) y describe lo sencillo del método, que consiste en cocer los corazones de agave sobre piedras calientes cubiertos con tierra para posteriormente ser machacadas y obtener un jugo que se fermenta y se sostiene a cocción en un rustico destilador para obtener finalmente el Mezcal.

Otro detalle que llamo la atención de Lumholtz, fue el empleo de un cazo de cobre para enfriar los vapores generados al interior del alambique e inducir la condensación.

Otro de los trabajos importantes con respecto a la producción de bebidas alcohólicas destiladas de agave en el territorio del país, fue el elaborado por Bruman en 1940, quien asegura que la elaboración de este tipo de bebidas fue difundida a partir de la conquista española y que posteriormente se extendería desde el Istmo de Tehuantepec hasta Arizona, formando una extensa región a la que el denomino la gran región cultural del vino de Mezcal.

Dentro de esta gran región, Bruman delimito otra de menores dimensiones en la que las bebidas elaboradas se basaron en el aprovechamiento de los agaves, a la que llamo el área del “Mezcal-Jocote”, que comprendía el área ocupada por los grupos étnicos que habitaban parte de los actuales estados de Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Colima, Michoacán y Guerrero en el oeste de México.

Bruman concluye que los alcoholes del agave eran obtenidos desde principios del siglo XVI cuando los indígenas que vivían en las faldas del volcán Colima sometieron la bebida fermentada de agave al alambique filipino.

La difusión de esta técnica en los siglos posteriores (XVII y XVIII), según Bruman, fue dirigida al norte, hacia el territorio actual del estado de Jalisco y hacia el sur, a la región de los actuales estados de Michoacán, Guerrero y Oaxaca, para posteriormente llegar a los centros mineros del norte: en los estados de Sonora, San Luis Potosí y Tamaulipas (Bruman 1940, 1944).

Estudios recientes realizados por Colunga y Zizumbo (2006) en la porción occidental del país que comprende parte de los estados de Jalisco y Colima, concluyen que definitivamente el acontecimiento mas importante que dio origen a la producción de bebidas alcohólicas principalmente derivadas de agave, fue la introducción del alambique durante la época colonial, dentro del área cultural del “Mezcal-Jocote” referida por Bruman, y que este suceso se dio por los filipinos traídos por los españoles a las costas de Colima y Jalisco en el Galeón Manila al final del siglo XVI, quienes habían desarrollado la técnica de la destilación gracias a la elaboración de bebidas fermentadas del coco con tecnología propia, usando un aparato diferente a cualquier otro usado en Europa en esa época y que se podría construir con los materiales locales, muy diferente del árabe todavía hecho del cobre, usado por los españoles en ese mismo tiempo.

Antecedentes históricos del Mezcal en el territorio estatal.



El origen del Mezcal como bebida en el estado de Michoacán no tiene una fecha ni ubicación precisa y aunque históricamente se reconoce el aprovechamiento de diversas especies de agave en varias regiones del territorio estatal desde antes de la conquista (Tzintzuntzan y Pátzcuaro), por lo tanto no se sabe con certeza el sitio exacto en el que se produjo esta bebida por primera vez

Documentos con información relativa a los volúmenes de producción son igualmente escasos, ya que después de la época colonial la actividad se concentró en las haciendas que posteriormente por circunstancias históricas fueron motivos de saqueos e incendios durante los diferentes movimientos armados y revueltas suscitados en nuestro país (desde el movimiento de independencia hasta la revolución cristera), durante los cuales se perdió una parte importante de nuestro acervo cultural debido a la quema de documentos y archivos resguardados en muchas de esas fincas.

Sin embargo, como se ha referido, por tradición oral se sabe que la elaboración de mezcal en el estado de Michoacán tiene una antigüedad de más de 400 años (comentado por maestros vinateros), lo cual ha sido confirmada con estudios recientes apoyados en las crónicas y relatos de frailes, naturalistas y exploradores que recorrieron el territorio de la Nueva España.

Los escritos publicados, algunos de los cuales se remontan a la época colonial en los que se describen la forma de vida, costumbres y tradiciones de los grupos étnicos que habitaron los territorios de la Nueva Galicia durante los siglos XVI y XVII y posteriormente las intendencias de Guadalajara y Valladolid en el siglo XVIII son evidencias fehacientes de esta actividad.

Una de las primeras referencias sobre la elaboración de Mezcal en el territorio del Estado de Michoacán es quizá la que aparece en el “**Ensayo Político sobre el Reino de la Nueva España**”, elaborado por el Barón Alejandro Humboldt, notable naturalista alemán quien encabezó una expedición científica que llegó a México en marzo de 1804, acompañado de un nutrido contingente de expertos dibujantes y especialistas de diversas disciplinas de las ciencias naturales, quien se descifró el

sustrato geológico, escalo cimbras, inventarió la flora y la fauna, valuó la arqueología mexicana y la diversidad de sus habitantes trazando un perfil real del territorio.

Humboldt describe en uno de sus apuntes que en su travesía por la región de la entonces intendencia de Valladolid observó que:

“Destilado del pulque se saca un aguardiente muy fuerte que llama mexical o aguardiente de maguey. Me han asegurado que la planta que se cultiva para sacar el jugo de maguey se diferencia esencialmente del maguey de pulque. En efecto me ha parecido más pequeña y de color diferente; pero como no la he visto en flor, no he podido juzgar la diferencia de las dos especies.....pero el mexical está prohibido, porque su uso daña el comercio de los aguardientes de España, sin embargo se fabrica, aunque clandestinamente, en gran cantidad por las intendencias de Valladolid, México y Durango y , sobre todo en el nuevo Reino de León; por manera que la importancia de los aguardientes de Europa, que anualmente se hace por Veracruz, no pasa de 32 mil barriles”

También Villaseñor y León (2006), en su libro: **Madero: Historia de un pueblo de la sierra michoacana**, hacen referencia a la producción de Mezcal y afirman que en la hacienda de “La Concepción”, ubicada en la localidad de Etucuaró, municipio de Madero, desde su fundación en el siglo XVI se fabricaba Mezcal diciendo que:

*“Existió, en el pueblo de Etucuaró una hacienda con sus molinos de caña de azúcar, pues el templado clima de ese sitio era favorable para su cultivo; había también allí una estancia de ganado mayor, es decir un criadero de ganado vacuno y caballar que pastaba libremente en una extensión de 2090 metros por línea, es decir, una área de 18,890 m² aproximadamente. Las estancias de ganado menor, caprino, porcino y lanar median aproximadamente 2786 metros por lado, formando un cuadrado de 776 hectáreas. Así mismo se plantaron los primeros árboles frutales para el cultivo de la papaya, guayaba y **los magueyes que a lo largo de los siglos producen mezcal que era degustado aun por los habitantes de***

la incipiente ciudad de Valladolid en el siglo XVII, o llevado a la ciudad de Pátzcuaro y otras poblaciones”.

Otra referencia importante es el aporte del antropólogo estadounidense George M. Foster (1948), quien realizó un estudio etnográfico en la región de Pátzcuaro entre 1945 y 1946 cuyos resultados publicó en su libro titulado “Los Hijos del Imperio la gente de Tzintzuntzan”, y en que hace referencia en la vida y costumbres de la población mestiza que habitaba en la región del lago de Pátzcuaro, descendientes directos del pueblo Purépecha.

En uno de sus apartados en el que describe el modo de ganarse la vida, Foster señala que una de las actividades que los pobladores de la región realizan de manera cotidiana es la elaboración de Mezcal aclarando:

“En Tzintzuntzan el término mezcal se refiere no al licor destilado con este nombre sino a los corazones de cacto mezcal asados en un horno subterráneo hecho para ese propósito. Este cacto, un tipo de maguey, crece silvestre sobre las cuevas del Tariaqueri.”

Posteriormente, describe de manera precisa la técnica empleada para el cocimiento de las cabezas de agave, lo cual demuestra una clara influencia prehispánica. Foster concluye este apartado afirmando que:

“La bebida destilada parecida al tequila conocida como mezcal, obtenida de este cacto, anteriormente se elaboraba en Tzintzuntzan. Los costos de licencia se elevaron tanto que la industria se transformó en un mal negocio.”

Este comentario resulta importante y tiene relación con la imposición de elevados impuestos que antes de los años 50 exigía a los productores de Mezcal, quienes optaron por realizar esta actividad de manera clandestina, lo confirman las versiones de los actuales maestros Vinateros.

Volumen de Producción de Mezcal en el estado

El volumen total de la producción de Mezcal en el estado no se tiene cuantificado de manera confiable, debido a que no se cuenta con un padrón exacto del número de productores.

Algunos productores estiman que la actual producción en el estado es de 300,000 litros al año³ y que existen alrededor de 700 productores de agave mezcalero, sin embargo los datos con que cuenta la Subdirección de Comercialización de la Secretaría de Desarrollo Rural, indican que la producción formal de Mezcal en la entidad, se aproxima a los 130,000 litros por año, cifra que considera únicamente la producción que se comercializa a través de algunas marcas y el que se produce por algunos maestros vinateros con fama de buena calidad, que generalmente lo elaboran sobre pedido y lo comercializan a granel.

En el siguiente cuadro se enlistan algunos de los principales productores de Mezcal en el estado, entre los que destaca la Asociación Agrícola de productores de Agave Mezcalero de Etucuaró, propietarios de la marca **“El Etucuarero”** con una producción anual estimada en 60 mil litros, seguida por el Grupo Vinateras Piedras de Lumbre o Productores de Agave del Sur de Morelia, cuya marca es **“Don Mateo de la Sierra”** y cuya producción asciende a 25 mil litros anuales; el tercer lugar lo ocupa la Asociación de productores e Industrializadores de Maguey S.R.L.MI.; en el municipio de Coalcomán con una producción de 20 mil litros al año y que se comercializa con el nombre de Destilado de Maguey **“Torrecillas”**.

Valor de la producción

Los costos de producción y el valor del producto final son variables y dependen en gran medida de los tiempos de producción (horas invertidas), sin embargo, se estima que el valor promedio del litro de Mezcal a granel oscila entre los 120 y 150

³ Información difundida por Emilio Vieyra Vargas. Presidente de la Asociación agrícola de Productores de Maguey del Sur de Morelia. La Jornada Michoacán 07/12/2007

pesos, incrementándose según la presentación, el tipo (de pechuga) y el material de envase llegando a alcanzar en algunos casos precios por arriba de los 300 pesos.

Principales productores de Mezcal, materia prima utilizada y volúmenes de la producción en el estado de Michoacán.

Grupo de productores o del dueño de la "Vinata"	Localidad	Municipio	Materia prima utilizada	Vol. Aprox. De Producción	Marca
Grupo de Vinateros Piedras de Lumbre	Jesús del monte	Morelia	Agave Cupreata	25,000 litros al año	Don Mateo de la Sierra
Asociación Agrícola Productores de Agave Mezcalero de Etucuario A.A.	Etucuario	Madero	Agave Cupreata y Agave inaequidens	60,000 litros al año	Destilado de Agave Cupreata El Etucuarioño
Miguel Pérez Resendiz (productor independiente)	Oponguio	Erongarícuaro	Agave inaequidens	Dato no disponible	Palomas Mensajeras
Mezcal Real de Otzumatlán	Rio de Parras	Queréndaro	Agave inaequidens	14,000 litros al año	Real de Otzumatlan
Eladio y Santos Pedraza(productores independientes)	Barranca La Laja	La Huacana	Agave inaequidens	1,000 litros al año	Granel
Asociación de Productores e Industrializadores de Maguey S.R.L MÍ.	Comunidad de Torrecillas	Coalcomán	Agave inaequidens	20,000 litros al año	Destilado de Maguey Torrecillas
Sierra Salvador Virrueta Jiménez (productor independiente)	Los Parejos	Chinicuila	Agave inaequidens	1,500 litros al año	Mezcal Tradicional de la Sierra

Vinata Agua del Gallo (producto Independiente)	Rancho el Pinar	Cotija	Agave inaequidens	5,000 litros al año	Granel
---	--------------------	--------	----------------------	------------------------	--------

El proceso de Elaboración de Mezcal en el estado de Michoacán

Recolección.

Para la recolección de la materia prima (agave o maguey) son necesarias ciertas condiciones y 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. En base a estos índices de madurez, encontramos tres estados jerarquizados:

1. **Sazón:** Estado en el cual existe una coloración parda en 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.
2. **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.
3. **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 “quiote”. Es necesario mencionar que a partir de la aparición de inflorescencia 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.

La recolección del *maguey* tiene tres operaciones principales:

1. **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.
2. **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.
3. **Rasurado:** Esta operación tiene la función de completar la eliminación de las pencas de tal forma que solo quede el corazón.

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. 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:

1. **Leña:** Aunque generalmente se utiliza madera de pino, el tipo de leña utilizada depende del sabor que se le quiera dar al mezcal.
2. **Piedras:** Comúnmente se utilizan piedras de río debido a su capacidad de soportar temperaturas requeridas de 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.
3. **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 si cocer.
4. **Tierra:** Se utiliza para cubrir o tapar el horno:

Para realizar la cocción se siguen los siguientes pasos:

1. Se coloca la leña en el fondo del horno, apilando leño sobre leño en forma rectangular. Se prende fuego a la leña.
2. 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.
3. Se coloca el bagazo mojado.
4. Se colocan las piñas partidas a la mitad o en cuartos, dependiendo de su tamaño original.
5. Las *piñas* se tapan con cobijas y costales para después cubrirlas con tierra.
6. Se espera de tres a cuatro días para que el cocimiento de las piñas se lleve a cabo de manera adecuada.

Una buena cocción se ve influenciada por los siguientes factores:

1. Cantidad de leña.
2. Acomodamiento de leña.
3. Cantidad de piedras.

Además, debe vigilarse que el horno esté bien cubierto, ya que la entrada de oxígeno puede provocar que las piñas se quemem.

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 capacitación de microorganismos del medio para favorecer la fermentación.

El triturado se lleva a cabo generalmente utilizando un molino conocido como “molino egipcio”. Este se conforma de una rueda aproximadamente 500kg. 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:

1. Cortado o rajado de las *piñas* cocidas, esto con la finalidad de no causar mucho esfuerzo para el caballo al encontrar trozos demasiado grandes.
2. Acomodo de los trozos de *piña* en el centro del molino, con el fin de dar continuidad al machacado.
3. Preparación del caballo e inicio de la trituración.
4. Traspaso de la pulpa desde el molino a la tina de fermentación.

Una tina se llena con una cantidad aproximada de 150kg. de pulpa.

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.

Los pasos a seguir durante la fermentación son los siguientes:

1. **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 de 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 de sonido característico de un burbujeo intenso y uniforme en toda la tina.

2. **Acción de agua fría:** Alcanzando 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.
3. **Revoltura:** Ya controlado el crecimiento microbiano, debe efectuarse 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 *bieldo*, 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.
4. **Detección 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.

Destilación

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

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:

1. **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.
2. **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”.
3. **Turbante:** Es un tubo alargado y se encarga de conducir los vapores hacia la sección de enfriamiento.
4. **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:

1. **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* sin destilar.
2. **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 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.

3. **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 garrafrones.

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 garrafrones, 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 garrafrones 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 garrafrones siguientes tienen una graduación alcohólica de 30° G.L. (Gay Lussac) aproximadamente. Estos últimos garrafrones se destilan a otra operación llamada refinación, la cual se explica más adelante.

- **Vaciado de olla:** Llenados los tres garrafrones, 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.

Refinación

Al mezcal obtenido en la operación anterior se le llama mezcal de primera destilación. Como se menciona 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.

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 del mezcal 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. (Valdez, 2008)

Capacidad de procesos y programas de producción.

Actualmente se tiene una capacidad de producción de 18,000 litros de mezcal anuales, en donde se producen con el siguiente programa.

Actividad	Cantidad	U. de M.	Días
Jimada (Compra)	6.6	Ton	2
Flete de Piñas	6.6	Ton	1
Cocimiento	5.7	Ton	5
Molido	5.7	Ton	1
Fermentación	5.7	Ton	10
Destilación	600	Litros	2
Homogeneización	600	Litros	1

Nota: Esta información fue proporcionada por el productor de la Perla de Tzitzio.

2.2. Clasificación Arancelaria

Clasificación arancelaria del mezcal según el Sistema Armonizado

Fracción	Descripción
22	Bebidas y licores
22.08	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80 % vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas
22.08.90	Los demás
22.08.90. 99	Los demás

(La Dirección General de Comercio Exterior)

Clasificación arancelaria del Mezcal

Producto	Capítulo	Partida	Subpartida	Fracción
Mezcal	22	08	90	99

2.3. Principales Competidores directos

Producto	Necesidad	Competidores directos	Competidores Indirectos
Mezcal	Precio	Destilado de agave Cupreata El Etucuaño	
	Calidad	Mezcales de la Región	Mezcal Oaxaqueño
	Mercado Local	Otro	Todas

	Empresa	Principales Competidores		
		A	B	C
Capacidad Instalada	18000 lt			
% de Penetración en el Mercado	Menor	Mayor	Mayor	Igual
Servicio *	Bueno	Menor	Menor	Igual
Crédito **	Si se Ofrece	No	No	Igual
Oportunidad ***	Inmediata	Igual	Menor	Igual
Calidad *	Excelente	Regular	Igual	Igual
Precio ****	\$120	Variable	Alto	Igual

Competidor A	Productores de Tequila
Competidor B	Mezcal de Oaxaca
Competidor C	Mezcal Michoacano

***El servicio y la calidad se medirán, con los siguientes parámetros: Mayor (que la empresa), Igual, Ligeramente Menor, Inferior.**

**** De Acuerdo con la Política de cuentas por cobrar.**

***** Se medirá en función de los tiempos de entrega.**

****** En pesos mexicanos.**

2.4. Actividades del desarrollo del mercado.

La Perla de Tzitzio no cuenta con socios en los Estados Unidos de América, es por eso que la empresa utilizará un intermediario para vender su producto en dicho país. Existen varios tipos de intermediarios (Bancomext 2001).

- Agente: es el intermediario entre el productor y el mayorista o minorista. Trabajan normalmente bajo comisión sobre la cantidad total importada y no toman posesión de la mercancía.
- Importador: es el intermediario clave entre los canales de comercialización. Puede o no hacer uso de un agente. Se encarga de hacer llegar la mercancía a los mayoristas y en algunos casos a los minoristas. Tiene la responsabilidad de liquidar todas las obligaciones derivadas de transacción comercial.
- Mayorista: incluyen la venta, y demás actividades comerciales directamente relacionadas con la adquisición de productos, la mayoría de estas personas

que compran con el propósito de revender. Las ventas al mayoreo abarcan las ventas a cualquier empresa, intermediario o cliente excepto al consumidor final.

- Minorista: es el intermediario previo antes de que el producto llegue a las manos del consumidor.
- Distribuidor: compra las mercancías al exportador y las vende por su cuenta en el mercado utilizando su propia fuerza de ventas.

La opción más viable es escoger un importador-distribuidor, el cual se encargará de toda la promoción del mezcal la Perla de Tzitzio.

Se seleccionara un importador-distribuidor según varios criterios:

- Margen que tomará para vender el producto.
- Reputación
- Fuerza de ventas.
- Capacidad.
- Cobertura del territorio.

2.5. Normas y Controles de Calidad

Al interior del país, el mezcal se rige bajo la Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994 que dicta la regularización de la producción de esta bebida y exige su envasado de origen. Con ello se garantiza la calidad originalidad del producto ya que solo existirá el mezcal hecho y envasado en México.

Para ello, el gobierno mexicano en sus diferentes instancias como la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, la Secretaria de Agricultura y Recursos Hidráulicos, el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico, entre otros, dictan la obtención de los siguientes requisitos para exportar mezcal:

- Registro Federal de Causantes.
- Registro de Marca.
- Código de Barras.
- Marbetes.

- Registro en el Padrón Sectorial de Exportadores.
- Certificado Fitosanitario internacional.
- Certificado de origen.

Existen también ciertas normas a las cuales deben sujetarse los productores de mezcal al elaborar su producto. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) ha establecido las normas mexicanas pertinentes, que son las que a continuación se describen. (DOF, 1994)

La NOM-070-SCFI-1994 es aplicable a la bebida alcohólica destilada denominada mezcal. En ella se establece que el mezcal es una bebida alcohólica obtenida por la destilación y rectificación de mostos preparados con los azúcares extraídos de las cabezas maduras de agaves. Previamente cocidas y sometidas a fermentación alcohólica. Se tiene entonces que los agaves que se pueden utilizar en la elaboración del mezcal son los que se definen a continuación.

Los agaves deben estar maduros (estado que se alcanza entre los 8 y 10 años de su cultivo) y cultivarse en las entidades federativas, municipios y regiones señaladas en la denominación de origen mezcal. Estos territorios se encuentran en los estados de Durango, Zacatecas, San Luis Potosí, Guerrero, Guanajuato y Oaxaca. En esta norma también se señala que solo hay dos tipos de mezcal Tipo I y tipo II.

Asimismo, en esta norma se establece que para envasar el mezcal deberá demostrarse su calidad (que no esté adulterado) y su procedencia genuina de la región establecida en la denominación de origen de esta bebida. Para verificar esto, es necesario hacer un muestreo del producto bajo la norma mexicana NMX-Z-012.

Esta NOM establece que la venta a granel de mezcal en sus tipos I y II solo estará permitido en el territorio de los Estados Unidos Mexicanos. Se prohíbe pues, la venta a granel para el mercado internacional y únicamente puede exportarse en envases hasta de 51 Lts. Asimismo, todo el mezcal debe contar con la certificación

de autenticidad de la autoridad competente. Esto es con la Dirección General de Normas o con el Consejo Regulador de la Calidad del Mezcal.

En cuanto al etiquetado, la Norma Oficial declara que cada envase debe ostentar una impresión permanente, legible que contenga la siguiente información en idioma español:

1. La palabra “Mezcal”;
2. Tipo y categoría al que pertenece;
3. Marca comercial registrada en México;
4. Contenido neto;
5. Por ciento de alcohol en volumen a 20° C;
6. Sólo para el caso del mezcal tipo I el porcentaje de contenido de agave;
7. Nombre o razón social, domicilio y Registro Federal de Contribuyentes (RFC)
8. En su caso, nombre o razón social, domicilio y RFC del envasador.
9. La leyenda “HECHO EN MEXICO”
10. En su caso, las leyendas “ENVASADO DE ORIGEN” o, en su defecto “ENVASADO EN MEXICO”;
11. Otra información sanitaria o comercial exigida por otras disposiciones legales aplicables a las bebidas alcohólicas.

La NOM-142-SSA1, Norma Oficial Mexicana emitida por la Secretaria de Salud también aplicable al mezcal. Esta se refiere a las especificaciones sanitarias, etiquetado sanitario y comercial. El mezcal, al ser una bebida alcohólica, está sometido a procesos de verificación de calidad. Uno de ellos es el muestreo, esta norma establece los siguientes estándares a seguir:

Muestreo de barriles

Número de barriles con mezcal de un mismo tipo.	Número de barriles a muestrear.
Hasta 50	2
De 51 a 500	3
De 501 a 35,000	5

Fuente: Norma oficial Mexicana emitida por la Secretaria de Salud, NOM-142-SSA1,

Para casos de exportación, como se aclaró anteriormente se pueden emplear envases con capacidad hasta de 51 litros, por lo que se tendrán que llevar a cabo otro número de muestras:

Muestreo de recipientes menores

Número de envases con mezcal y de un mismo tipo	Numero de envases a muestrear
Hasta 150	3
De 151 a 1,200	5
De 1,201 a 25,000	8
Más de 25,000	13

Fuente: Norma oficial Mexicana emitida por la Secretaria de Salud, NOM-142-SSA1,

Es importante mencionar que la misma norma permite que la medida de alcohol para el mezcal varíe entre los 36 y 55 grados GL a 20° C.

En la NOM-030-SCFI-1993, a la que también está sujeto el mezcal, se establece que las unidades de medida que pueden utilizarse, conforme al Sistema General de Unidades de Medida, para el envasado del mezcal son: de 1lt., 700ml, 500ml y 50ml.

Al llenar los registros de las normas descritas anteriormente, los exportadores estarían cumpliendo con la mayoría de los requisitos para su área. Sin embargo, aun existen otros requerimientos que hay que llenar. Por ejemplo, en el área de aduanas, deberá contar con:

- Clasificación de la fracción arancelaria del producto.
- Pedimento de exportación.
- Factura comercial de la empresa.
- Certificado de origen.
- Documento de embarque.
- Lista de empaque.

(DOF, 1994)

2.6. Tecnología, investigación y desarrollo, ventajas competitivas

- La Calidad del producto
- La producción se mantiene con tecnología artesanal adicionando solo la tecnología necesaria para labores como el riego, transporte y embalaje. Una ventaja competitiva es que manejamos el sistema tradicional del mezcal.

2.7. Denominación de Origen Mezcal.

La solicitud de ampliación de la denominación de origen del mezcal, es importante para que obtengan los productores los beneficios que contempla la Declaratoria de

Denominación de Origen del Mezcal, coadyuvando en el desarrollo económico de la región.

Empresas atendidas	
Tamaño	Número
Micro	50
Pequeña	1
Mediana	
Total	51

Objetivo

Promover la ampliación de la Denominación de Origen del Mezcal en el Estado, a fin de lograr una eficaz comercialización de dicha bebida.

Puntos a analizar

- Definición de la situación actual.
- Áreas de influencia productoras de Mezcal.
- Planeación estratégica y Focus Group.
- Ampliación de la Denominación de Origen y mejorar condiciones de comercialización.

Definición de la situación actual.

- Falta de la Denominación de Origen del Mezcal para el Estado.
- Problemas para la Comercialización.
- Técnicas poco adecuadas de envase y embalaje.
- Presentación inadecuada del producto.
- Falta de organización entre los productores.
- No existen estudios adecuados, geológicos, climatológicos, históricos en Michoacán.
- Falta de recursos económicos.

Áreas de influencia Productoras del Mezcal

Regiones incluidas en la Denominación de Origen.

Oaxaca, Guerrero, Durango, San Luis Potosí y Zacatecas. La denominación de origen concede a estos lugares la exclusividad de siembra y cultivo del agave para la producción de Mezcal.

Regiones productoras en Michoacán.

Tierra Caliente-Oriente (Villa Madero, Acuitzio, Huetamo, Tacámbaro, Tzitzio...)

Tepalcatepec-Costa (Coalcomán, Aguililla, Tumbiscatio)

Lerma Chapala (Sahuayo, Jiquilpan, Venustiano Carranza, Vista Hermosa...)

Ampliación de la Denominación de Origen

Dicho Proceso debe realizarse siguiendo los siguientes pasos:

- Trabajo en Focus Group con productores mezcaleros de las 3 regiones productoras del Estado (Tepalcatepec-Costa, Lerma Chapala, Tierra Caliente-Oriente)
- Planeación estratégica e integración de cadenas productivas.
- Estudio Justificativo.
- Planteamiento ante el IMPI
- Esquemas de Comercialización.
- Capacitación, Focus Group, Planeación Estratégica e integración de cadenas productivas:
 1. Capacitación para la definición de objetivos comunes y organización de productores en las tres regiones productoras.
 2. Definición de Objetivos y Estrategias de penetración en el mercado.
 3. Desarrollo de proveedores e integración de cadenas productivas.
- Estudio y planteamiento ante el IMPI:

1. Datos históricos de producción y comercialización en más de 23 municipios del Estado.
2. Identificación y análisis de la situación actual.
3. Análisis de las condiciones Agroclimatológicas.
4. Estudio de la vegetación, variedad de agave cultivado, método de cultivo y proceso de industrialización.
5. Justificación Jurídica.
6. Esquemas de Comercialización:
 - Diseño de esquemas de comercialización.
 - Embases y Embalajes.
 - Desarrollo de Proveedores.
 - Vías y Canales de Distribución.
 - Conocimiento y Aplicación de la NOM-Mezcal.

(CIATEJ, 2005)

Descripción propuesta Técnica

La presente técnica contempla un Estudio Técnico Justificativo que contenga los siguientes aspectos: Datos históricos de la producción de mezcal en las regiones Tierra Caliente-Oriente y Lerma Chapala del estado de Michoacán, condiciones agroclimatológicas de las zonas productoras de mezcal en la región, estudio de vegetación de las variedades de agave cultivado en la región y descripción del proceso de industrialización: que sirvan de soporte para solicitar su inclusión de la actual denominación de Origen del Mezcal; para lo cual se realizaran las siguientes actividades.

Tras 14 años de buscar la DOM para Michoacán y al menos 5 años de haber cumplido formalidades necesarias, sin obtener del IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) ninguna respuesta, favorable o no; el pasado 4 de enero una comisión acudió a una reunión en la Ciudad de México. Al no ser recibida por el Director General, José Rodrigo Roque Díaz, a pesar de haberla agendado y confirmado, alrededor de 160 mezcaleros de 20 municipios realizaron una toma

pacífica de las instalaciones y obtuvieron del Director General Adjunto Alfredo Rendón Algara, el compromiso de respuesta antes del fin de mes.

El pasado 28 de enero dicha comisión sostuvo una reunión con el Director General Adjunto del IMPI, Orlando Cendejas Schotman Director de Promoción Comercial y la representante del gobierno del Estado en México, Yolanda Ruiz Sánchez. En dicha reunión se tomaron acuerdos que fueron ratificados por el entonces Gobernador Leonel Godoy Rangel y el Secretario de Economía, Bruno Ferrari García de Alba.

Ambas partes acordaron guardar absoluta confidencialidad sobre los acuerdos, hasta en tanto no se publicara en el Diario Oficial de la Federación la Modificación a la DOM, para evitar que los actores afectados pudieran intentar detener su implementación: particularmente Oaxaca y Jalisco. Dichos acuerdos no se comentaron ni siquiera con los propios mezcaleros michoacanos.

Acuerdos por parte del gobierno estatal:

- Emitir una opinión favorable por parte del ejecutivo del estado en torno a la “Declaratoria por la que se regula la Marga Agave”, que se encontraba en proceso de dictamen ante la Comisión Federal de la Mejora Regulatoria (COFEMER).
- Etiquetar un recurso de 5mdp y elaborar un expediente técnico dentro del Programa Operativo Anual 2012 que tuviera como objetivo la transferencia de tecnología a los productores de mezcal, así como facilitar a la COMERCAM (Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal) el desarrollo de mecanismos de supervisión y vigilancia para la producción de mezcal en Michoacán.

Acuerdos por parte del gobierno federal:

- Elaboración y firma de declaratoria que incluye a Michoacán en la DOM a más tardar el 1 de febrero.

- Acercamiento con COMERCAM para plantear el apoyo que ofrece Michoacán.
- Solicitar la exención de la MIR (Manifestación de Impacto Regulatorio) ante COFEMER.
- Publicación en el Diario Oficial de la Federación a más tardar el día 13 de febrero.
- Apoyos de Secretaría de Economía para el sector de Agave Mezcal para mejora de calidad y regulación.

A la fecha, el gobierno del estado ha cumplido con los acuerdos, para lo cual se envió en su momento al IMPI la propuesta de expediente técnico.

La exención de MIR fue autorizada por COFEMER el pasado 8 de febrero, con lo cual ya solo queda pendiente su publicación en el DOF.

En base a que el acuerdo de publicación para el pasado 13 de febrero está incumplido, además que se tiene información que el gobierno federal busca retrasar o de plano detener la ampliación, los mezcaleros han buscado reunirse con el director del IMPI.

La Unión de Mezcaleros busca un acercamiento con esta administración a través del Secretario de Gobierno, Jesús Reyna García, con el objeto de poder explicar la importancia de este asunto al actual Gobernador, Fausto Vallejo Figueroa.

Es muy probable que además del IMPI o la Secretaría de Economía busquen la ratificación del acuerdo de otorgar 5 mdp a la COMERCAM.

Importancia del Sector Mezcal en Michoacán:

- 700 productores
- 611 familias
- 3,000 empleos directos
- 5,000 empleos indirectos

- 350,000 litros producidos (valor estimado 50 mdp)
- 66 comunidades de alta y muy alta marginación.
- 39 municipios con antecedentes de producción.
- 29 municipios incluidos en solicitud de ampliación.
- 2,800 hectáreas plantadas de agave mezcalero (independiente del agave tequilana)
- 14 marcas registradas con etiqueta apoyadas por CEXPORTA
- 34 productores con certificación de trazabilidad “Perlas de Michoacán”.

Asociaciones para la producción organizada:

- 10 asociaciones de productores (bajo figuras SPR, ARIC, AA y AC)
- 13 municipios cuentan con asociaciones
- 300 productores de agave y mezcal
- Unión de Mezcaleros de Michoacán A.C., propietaria de la marca colectiva Sikuani.
- Sistema Producto Agave y sus derivados A.C. (reconocido por SAGARPA en 2010 y desconocido 2011).

29 Municipios incluidos en solicitud:

- | | | |
|------------------------|-------------------------|----------------------|
| • Acuitzio | • Cojumatlán de Régules | • Madero |
| • Aguililla | • Cotija | • Marcos Castellanos |
| • Ario | • Erongarícuaro | • Morelia |
| • Buenavista | • Hidalgo | • Queréndaro |
| • Charo | • Indaparapeo | • Sahuayo |
| • Chinicuila | • Jiquilpan | • Salvador Escalante |
| • Coalcomán de Vázquez | • La Huacana | • Tacámbaro |
| • Pallares | • Los Reyes | • Tancitaro |

- Tarímbaro
- Tepalcatepec
- Turicato
- Tzitzio
- Venustiano Carranza
- Vista Hermosa

10 Municipios NO incluidos en la solicitud pero que cuentan con agave y/o mezcal:

- Arteaga
- Churumuco
- Coahuayana
- Huetamo
- Jungapeo
- Tocumbo
- Tubiscatío
- Tuzantla
- Tzintzuntzan
- Zitácuaro

Antecedentes DOM:

- 28-nov-1994 publicación DOF de declaración por la que se crea la DOM incluye a 5 estados originales (Oaxaca, Guerrero, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí)
- 12-jun-1997 publicación de Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994 Bebidas Alcohólicas-Mezcal

Solicitudes de Ampliación DOM a partir de su creación

• **Guanajuato**

Solicitud: 11-ago-1997
 Firma: 19-nov-2001 (4 años y 3 meses)
 Publicación: 29-nov-2001 (10 días)

• **Tamaulipas:**

Solicitud: 11-ago-1197
 Firma: 11-feb-2003 (5 años y 6 meses)
 Publicación: 3-mar-2003 (20 días)

• **Michoacán:**

Solicitud: 14-nov-2006 (5 años y 3 meses al día de hoy)
 Publicación extracto: 13-nov-2007
 Plazo oposiciones: 13-ene-2008

Plazo autorización: 13-jun-2008 (6 meses según acuerdo publicado DOF 10-dic-1996, art. VI)

Firma: 1-feb-2012 (5 años y 3 meses)

Otras fechas importantes:

- 1998 - solicitud al IMPI para Michoacán por Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.
- 2006 - Michoacán contratara al CIATEJ para realizar estudio técnico justificativo
- 14-nov-2006 – gobernador Lázaro Cárdenas Batel presenta solicitud de ampliación.
- 9-mar-2007 – Michoacán presenta estudio técnico justificativo y formato único de pago del trámite.
- 24-oct-2009 – acuerdo 232 de exhorto del Congreso Local de Michoacán al IMPI a que amplié la DOM
- 20-ago-2010 – gobernador Leonel Godoy Rangel exhorta al IMPI a resolver.
- 8-oct.2010 – IMPI notifica las oposiciones presentadas, por Oaxaca, Jalisco y Guerrero.
- 3-dic-2010 gobierno del estado contesta en tiempo y forma las objeciones presentadas.
- 12-jul-2011 primera reunión con director general del IMPI, acordado reunión en un mes
- 12-ago-2011 incumplió acuerdo al no reunirse con Michoacán
- Ago-2011 Unión de Mezcales obtiene amparo de juez (exp. 41472011) para ser reconocido
- 4-ene-2012 Reunión IMPI-gobierno Michoacán-mezcaleros (compromiso respuesta 1 mes)
- 28-ene-2012 Reunión IMPI-gobierno acuerdos y trazado de ruta crítica (compromiso publicación 13-feb)
- 1-feb-2012 IMPI firma y envía a COFEMER el resolutivo: “Modificación a la declaración general de protección de la denominación de origen “mezcal”.

- 8-feb-2012 COFEMER autoriza publicación DOF
- 13-feb-2012 rompimiento del acuerdo al no enviar el documento autorizado al DOF para su publicación. (Cendejas Schotman, 2012)

2.8. Valor para el cliente y ventajas competitivas del mercado.

- El diseño de la etiqueta es moderno es exclusivo.
- Respecto a sus competidores mezcaleros de la región es la mejor etiqueta y la que mejor presentación tiene.
- La calidad del producto es muy buena.
- El proceso de exportación del mezcal, en este se pueden encontrar ventajas y obstáculos para el desarrollo de esta industria. Dentro de los primeros retos que hay que vencer se encuentra la irregularidad del volumen de producción que tiene esta bebida. En este aspecto se pueden tomar acciones como la unión de diferentes marcas para satisfacer los pedidos, siempre y cuando los importadores estén de acuerdo.

<u>Código del producto</u>	<u>Descripción del producto</u>	Estados Unidos de América importa desde México				
		<u>Valor en 2006</u>	<u>Valor en 2007</u>	<u>Valor en 2008</u>	<u>Valor en 2009</u>	<u>Valor en 2010 ▼</u>
2208905000	TEQUILA IN CONTAINERS EACH HOLDING NOT OVER 4 LITERS	364.483	420.201	378.890	353.491	443.252
2208905500	TEQUILA IN CONTAINERS EACH HOLDING OVER 4 LITERS	185.815	183.903	206.150	177.062	195.829
2208908000	UNDENATURED ETHYL ALCOHOL OF AN ALCOHOLIC STRENGTH BY VOLUME OF LESS THAN 80% VOL, NESOI	274	9.260	17.183	15.408	18.134
2208907200	MESCAL IN CONTAINERS EACH HOLDING NOT OVER 4 LITERS	1.666	1.805	1.323	1.521	2.593
2208907500	OTHER SPIRITUOUS BEVERAGES, NESOI	2.950	1.524	883	871	1.130

La tabla anterior refleja las ventas de tequila y mezcal durante el periodo 2006-2010 representada en miles de dólares.

3. Selección del Mercado Meta

3.1. Situación actual de la industria o sector domestico y en los mercados preseleccionados.

México es el origen de la familia Agavaceae (75 % del total), a la cual pertenecen ocho géneros, entre ellos la familia del Agave. De 308 especies descritas en esta familia, las cuales se distribuyen en el Continente Americano desde los Estados Unidos hasta Paraguay y Bolivia, en México se localizan 232, de las cuales 151 son endémicas, siendo Oaxaca, Chihuahua, Sonora, Coahuila, Durango y Jalisco los estados de mayor número de especies.

Desde la época precolombiana y hasta nuestros días, los agaves se han utilizado para varios fines: las pencas se convierten en hilos para tejer costales, tapetes, morrales, ceñidores, redes de pesca y cordeles; las pencas enteras sirven como techos de casas; los quiotes secos los usan como vigas y cercas para delimitar terrenos; las púas o espinas como clavos y agujas; raíces como cepillos, escobas y canastas; y el jugo del maguey como miel, pulque y una gran variedad de vinos de agave.

La industria del mezcal está compuesta por los magueyeros, mezcaleros, envasadores y comercializadores. Cada vez se encuentran más integrados para aumentar su eficiencia y dar el mejor valor posible al mercado.

Los conocedores de bebidas espirituosas a nivel mundial señalan al mezcal como una de las pocas bebidas en el mundo que todavía se elabora verdaderamente de forma artesanal, conjugando técnicas prehispánicas y europeas con miles de años de antigüedad.

En estos últimos años se ha tratado de organizar e impulsar fuertemente a la industria del mezcal partiendo de programas financiados por los gobiernos de las regiones mezcaleras del país para la organización de productores (homogenización de calidad del producto y obtención de economías de escala), resiembra de maguey y denominación de origen; la creación del Consejo Regulador del Mezcal para supervisar el cabal cumplimiento de la norma; así como la Cámara Nacional de la Industria del Mezcal. (Agave)

3.1.1. Análisis en el sector de bebidas y licores en México en el 2007

En 2007, de 700 millones 875 mil litros producidos el 78 por ciento, se consumieron en el mercado nacional y el resto (el 22 por ciento) se exportaron a diferentes países de América, Europa y Asia; para el año 2008 la situación fue exactamente la contraria, es decir, de la producción total (850 millones 400 mil litros) el 44 por ciento, se consumieron en el mercado nacional y el 56 por ciento restante se exportaron a diferentes países de los tres continentes anteriormente mencionados.

Año	Producción nacional (litros)	CNA (litros)	CNA, % de la prod. total	Exportaciones (litros)	Exportaciones, % de la prod. nacional
2001	200 875 000	20 238 000	78.0	637 000	22.0
2002	240 109 820	20 997 594	72.9	1 112 226	27.1
2003	300 875 000	40 015 000	68.0	1 860 000	32.0
2004	449 220 000	30 940 000	54.6	3 280 000	45.4
2005	515 500 000	40 500 000	53.0	4 000 000	47.0
2006	650 000 000	40 300 000	47.7	4 700 000	52.2
2007	700 875 000	30 700 000	44.0	4 700 000	56.0

3.1.2. Exportaciones

22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre

2208 Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.

220890 - Los demás.

22089004 Las demás bebidas alcohólicas que contengan aguardiente, o destilados, de agave.

Exportaciones

Valor en dólares y Volumen en L (litros)

Pais	Valor 2010 ene-may	Volumen n 2010 ene-may	Valor 2009 ene-dic	Volumen n 2009 ene-dic	Valor 2008 ene-dic	Volumen n 2008 ene-dic	Valor 2007 jul-dic	Volumen n 2007 jul-dic
Total	1,081,127	387,261	2,325,551	583,980	1,809,519	769,659	429,054	114,710
REINO UNIDO DE LA GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE	318,055	148,230	366,120	170,856	809,883	377,945	183,853	62,504
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	218,194	88,391	428,232	178,233	605,873	299,518	76,041	14,058
PAISES NO DECLARADOS	196,186	6,153	162,163	5,325	95,897	4,866	31,875	1,662
ESPAÑA (REINO DE)	154,008	71,870	253,320	35,809	74,453	25,378	51,291	14,062
AUSTRALIA (COMUNIDAD DE)	95,204	32,000	153,281	30,215	311	126	0	0
PANAMA (REPUBLICA DE)	42,714	11,220	22,140	12,730	46,087	34,828	37,380	8,457
GRECIA (REPUBLICA HELENICA)	36,074	16,279	0	0	0	0	0	0
ARGENTINA (REPUBLICA)	10,752	3,360	4,200	3,600	0	0	0	0
COSTA RICA (REPUBLICA DE)	6,750	9,504	21,838	27,540	13,619	17,096	8,250	6,300
ALEMANIA	2,892	130	0	0	0	0	0	0

(REPUBLICA FEDERAL DE)								
CHINA (REPUBLICA POPULAR)	210	27	850,635	110,115	0	0	0	0
JAPON	74	82	3,237	486	739	84	4,631	44
SINGAPUR (REPUBLICA DE)	10	7	0	0	0	0	0	0
PERU (REPUBLICA DEL)	4	6	0	0	0	0	0	0
AUSTRIA (REPUBLICA DE)	0	0	590	190	0	0	0	0
BELICE	0	0	0	0	0	0	605	231
BRASIL (REPUBLICA FEDERATIVA DE)	0	0	0	0	120	18	0	0
CANADA	0	0	56,184	7,029	57,792	4,383	0	0
REPUBLICA CHECA	0	0	0	0	0	0	7,870	490
CHILE (REPUBLICA DE)	0	0	32	24	0	0	0	0
REPUBLICA DOMINICANA	0	0	0	0	3,304	409	0	0
FRANCIA (REPUBLICA FRANCESA)	0	0	0	0	48	9	0	0
GUATEMALA (REPUBLICA DE)	0	0	66	72	7,602	486	3,600	2,400
HONDURAS (REPUBLICA DE)	0	0	0	0	0	0	3,768	1,200
ISRAEL (ESTADO DE)	0	0	0	0	0	0	19,890	3,300
ITALIA (REPUBLICA ITALIANA)	0	0	0	0	93,791	4,510	0	0
COREA (REPUBLICA DE) (COREA DEL SUR)	0	0	3	4	0	0	0	0
TAIWAN (REPUBLICA DE CHINA)	0	0	1,253	396	0	0	0	0
URUGUAY (REPUBLICA ORIENTAL DEL)	0	0	2,257	1,354	0	0	0	0

Nota: Los datos de exportación presentados en este sistema utilizan el criterio de país comprador. La información estadística publicada por Banco de México e INEGI utiliza el criterio de país destino a partir de 2002.

3.2. Selección de Mercado

El mercado seleccionado es Estados Unidos por el número de habitantes mexicanos que viven en ese país sería el mercado al cual va dirigido el producto. La principal competencia a nuestro producto sería el tequila entonces es importante darlo a conocer empezando por restaurantes mexicanos.

Población mexicana en 21 ciudades norteamericanas

Ciudad	Población	Población mexicana	%
Albuquerque	384,736	70,145	18.2
Chicago	2,783,726	348,040	13.7
Chula Vista	135,163	45,182	33.4
Corpus Christi	257,453	119,864	46.5
Dallas	1,006,831	183,430	18.2
Denver	467,610	74,555	15.9
El Paso	515,342	340,871	66.1
Houston	1,630,672	357,508	21.9
Las Cruces	62,126	25,319	40.7
Los Ángeles	3,485,398	925,141	26.5
Miami	358,548	1,981	0.5
Nueva York	7,322,564	55,698	0.76
Phoenix	983,403	177,534	18
Sacramento	369,365	47,884	13
San Antonio	935,927	483,307	51.6
San Diego	1,110,549	193,080	17.3
San Francisco	723,959	38,326	5.2
San José	782,225	171,200	21.8
Santa Ana	293,742	174,797	59.5
Santa Fe	55,993	8,622	15.3
Tucson	405,390	107,857	26.6



La mayoría de la población mexicana que emigra del país se concentra en el estado de California este sería el primer estado a donde se empezaría a exportar y después claro seguir expandiéndose por todo el territorio norteamericano.

El mezcal en un principio se empezaría a distribuir en restaurantes y súper mercados mexicanos para después ya que se encuentre posicionado establecer su propio local donde se venda exclusivamente este producto michoacano. Haciendo más grande también la línea de productos.

3.3. Como Negociar

Negociar en Estados Unidos

Tener una cita de negocios o una reunión en Estados Unidos, no difiere mucho de otros países europeos o de la cultura occidental. Aunque como todos, tiene sus particularidades.

Antes de decir algo, debemos saber que los americanos no son los reyes de las buenas maneras, y a veces lo dejan bastante patente. Pero como en todo, no es bueno generalizar, y no se puede medir a un colectivo por lo que hacen ciertas personas.

Lo más importante para acudir a una cita de negocios en este país es la puntualidad, así como haber solicitado con tiempo esta cita para el encuentro.

El tratamiento correcto, en un principio, es utilizar Mr. ó Miss con el correspondiente apellido Mr. Baker, Miss Modiaich... Habitualmente los americanos prefieren que los tratemos por su nombre, y en cuanto nos lo indiquen podremos hacerlo de esta forma más directa, Mike, Belinda...

A la hora de las presentaciones, podemos dar nuestra tarjeta de visita. No en todos los casos, ellos nos devuelven la suya. Puede que lo hagan en un próximo encuentro.

El ritmo de las reuniones de trabajo suele ser bastante rápido y les gusta ir al grano, es decir, les gusta conocer los principales puntos de propuesta de forma inmediata. Son buenos negociadores, y hay que tratar de llevarles a nuestro terreno.

Valorar las opiniones expertas y bien contrastadas. Y en cuanto al plano legal, Estados Unidos cuenta con una compleja legislación que abarca a todos los sectores industriales y civiles de la sociedad. Casi siempre es necesario contar con los servicios de un bufete de abogados.

Son muy rígidos en cuanto a políticas de empresa se refiere. Suelen seguir el pie de la letra los dictados de sus jefes y superiores. Sus márgenes de maniobra suelen ser pequeños.

Buena parte de la vida americana gira en torno al trabajo (sino comprueben los días de vacaciones que tienen al año), y por ello el tiempo lo consideran dólares.

No les gusta perder el tiempo (como casi todo el mundo, claro). Los americanos son amigos de los resultados, del dinero. No vacilan a la hora de dar negativa a una propuesta. Son bastantes firmes en sus decisiones.

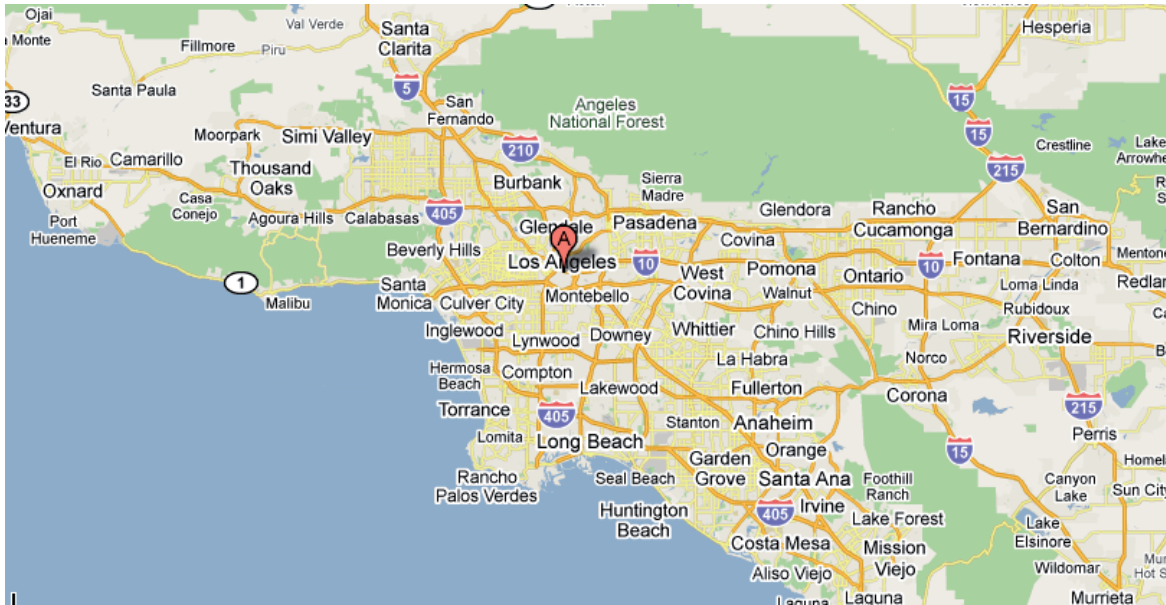
La posición hegemónica de los Estados Unidos, hace que muchas de sus empresas y directivos tengan una “cierta soberbia” a la hora de negociar, aprovechando esta posición dominante o de fuerza con la que se consideran bastante identificados.

Seguramente son los más abiertos a invertir en planes de negocio de cierto riesgo a cambio de “jugosos” porcentajes del negocio. Apuestan por las ideas, no como en otros países como España, donde inversores y bancos no creen en las ideas ni en los proyectos sino en los negocios consolidados.

Para cualquier reunión no debe olvidar vestir de traje, pues los americanos eso suelen ser bastante formales, y les gusta que sus ejecutivos vistan de forma clásica. Tenga en cuenta que la primera imagen es la que cuenta. Toda la informalidad que tienen en el trato y el vestuario fuera de la oficina, se deja en la puerta cuando se entra en la oficina (nos hemos referido a informalidad, no en el sentido de no ser formales, sino de tener una forma desenfadada de vestir y de tratar de forma más directa).

Recuerde presentar un buen plan de negocio con sus propuestas. Los analistas americanos son grandes “admiradores” de los planes de negocio, y los tienen muy en cuenta.

3.4. Segmentación de Mercado



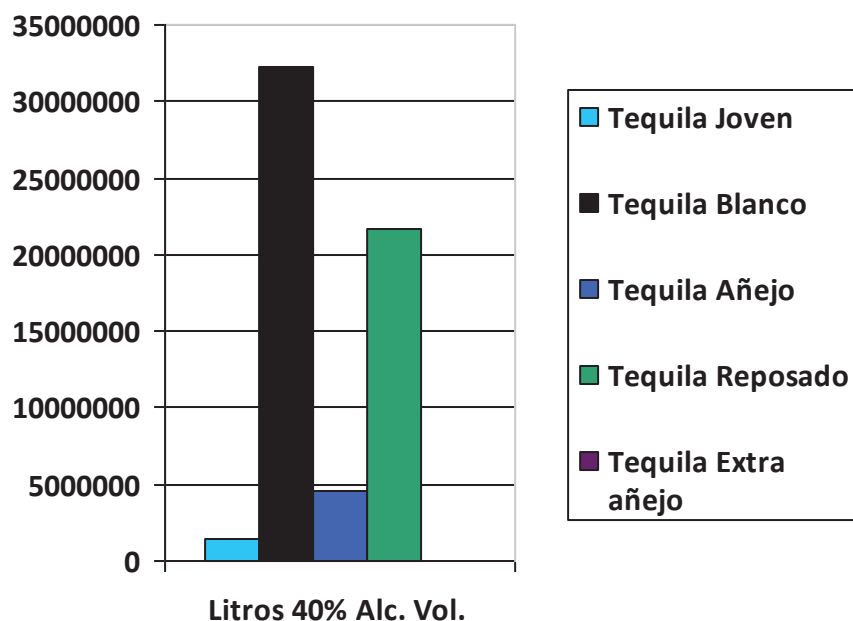
Criterios de Segmentación	
Geográficos	
Región	Los Ángeles, Región Sur, California.
Tamaño de la ciudad o área estadística metropolitana.	Superficie Total: 1,290.6 km ² Tierra: 1,214.9 km ² Agua: 75.8 km ²
Población	Total: 4'094,764 hab. Densidad: 3.168 hab/km ² Pobl. Urbana: 12'175,434 hab. Pobl. Metropolitana: 17'786,419 hab. Pobl. Mexicana: 925,141 hab.
Clima	Templado y Seco
Demográficos	

Ingreso	46,436 en el 2009 Según Banco Mundial 46,859 en el 2009 Según FMI Dólares Americanos
Estatus Migratorio	Casi cuatro de cada diez (37.0%) mexicanos en los Estados Unidos son personas nacidas en el extranjero, en contraste con un 38.1% del total de hispanos y 12.5% de la población estadounidense en general. La mayoría de inmigrantes mexicanos (63.4%) llegó a los Estados Unidos en 1990 o después. Dos de cada diez inmigrantes mexicanos (22.0%) son ciudadanos estadounidenses
Lenguaje	La mayoría de mexicanos (61.6%) habla inglés proficientemente. ² El 38.4% de mexicanos que tienen 5 a más años de edad reportan hablar inglés menos que muy bien, en comparación con 37.3% de todos los Hispanos en EE.UU.
Edad	0-14 años: 20,1% (Hombres 31.257.108 /mujeres 29.889.645) 15-64 años: 67,1% (Hombres 101.825.901 / mujeres 102.161.823) 65 años y mas 12,7% (Hombres 16.263.255 / mujeres 22.426.914) (2008 est.) Los mexicanos son más jóvenes que la población hispana y estadounidense en general. La edad mediana de los mexicanos es de 25 años. Las edades medianas de toda la población estadounidense y de los hispanos en general son 36 y 27 años respectivamente.
Estado Civil	Menos de la mitad de mexicanos (48.2%) e hispanos en general (46.5%) están casados.
Fertilidad	El 38% de mujeres de origen mexicano entre los 15 y 44 años, que dieron a luz 12

	<p>meses antes de la encuesta, no estaban casadas. Esto fue menor que el porcentaje de todas las mujeres hispanas en los Estados Unidos—38.8%— y que el porcentaje para el total de mujeres estadounidenses—34.5%.</p>
Dispersión Regional	<p>Casi cuatro de cada diez mexicanos (36.7%) vive en California, y uno de cada cuatro (25.2%) vive en Texas.</p>
Nivel Educativo	<p>Las personas de origen mexicano tienen más bajos niveles educativos que la población hispana en general. El 9% de mexicanos de 25 años a más—comparados con el 12.9% de todos los hispanos en los Estados Unidos—ha obtenido por lo menos el grado de bachillerato universitario.</p>
Ingreso	<p>La mediana anual de ingreso personal para los mexicanos de 16 años a más fue de \$20,368 en el 2008. La mediana de ingresos para toda la población hispana en los Estados Unidos fue de \$21,488.</p>
Pobreza	<p>La proporción de personas de origen mexicano que vive en condiciones de pobreza (22.3%) es mayor que en la población estadounidense (12.7%) y similar que el 20.7% de los hispanos en general.</p>
Seguro de Salud	<p>Un tercio de mexicanos en los estados unidos (34.8%) no cuenta con seguro de salud, en contraste con el 31.7% de todos los hispanos y 15.4 para la población estadounidense en general. Además, el 20.4% de los mexicanos menores de 18 no tiene seguro médico.</p>
Propiedad de Viviendas	<p>El porcentaje de propietarios de viviendas entre los mexicanos (50.5%) es similar que este porcentaje para todos los hispanos (49.1%) y al 66.6% de toda la población estadounidense. (California)</p>

3.5. Análisis de la competencia tanto domestica como internacional
 Exportación de tequila a Estados Unidos.

Categoría	Litros 40% Alc. Vol.
Tequila Joven	1'465,042.31
Tequila Blanco	32'211,283.87
Tequila Añejo	4'626,862.56
Tequila Reposado	21'647,046.01
Tequila Extra Añejo	64,709.38



En Estados Unidos se venden 11 millones de cajas de tequila al año, en México se comercializan 8 millones, según datos de la empresa transnacional de bebidas Brown Forman y dueños de Tequila Casa Herradura.

Detallan que el consumo en Estados Unidos se da principalmente por las “margaritas”, ya que por hora, los estadounidenses se beben 185 mil margaritas.

En México, el principal consumo de tequila se da en la región centro y bajío, y a nivel nacional el consumo de esta bebida se da en las “palomas”, donde la empresa tiene registrado un consumo de 100 mil por hora.

“Estados Unidos es el país con mayor venta de tequila en el mundo, por encima de México. De las 20 millones de cajas de tequila que se venden en el mundo, México tiene el segundo lugar”, comento Mark Overdyk, director de la compañía en el relanzamiento de tequila Jimador.

Esto significa que 50% del consumo de tequila se lo lleva Estados Unidos, 35% México, 15% el resto del mundo.

En el 3er. Lugar está Alemania, seguido de Canadá luego Grecia; entre los menos consumidores destacan Sudáfrica y República Checa, con menos de 100 mil cajas al año. (Martínez, 2008)

De acuerdo con datos del Consejo Regulador del Tequila, las exportaciones de esta bebida se han incrementado a Estados Unidos en los últimos años.

Agregan que de enero a agosto de 2004, México exportó a Estados Unidos 40 millones de litros y para el mismo periodo de este 2008 las ventas llegaron a 53.2 millones de litros.

Las cifras del Consejo Regulador detallan que en las exportaciones de tequila, Estados Unidos juega un papel importante, ya que tienen una participación de 78%.

El crecimiento de la categoría de tequilas en el mundo ha seguido creciendo; cada vez se vende más tequila, cerca de 20 millones de cajas y los principales consumidores son Estados Unidos y México.

En 2011, las exportaciones de tequila totalizaron 164 millones de litros, contra 152.5 millones comercializados en 2010, según el Consejo Regulador del Tequila (CRT)

De tal forma que el año pasado las exportaciones representaron casi 63 por ciento de la producción de tequila, la cual completó 261 millones de litros, según datos del mismo organismo.

En ese periodo casi 70 por ciento de las exportaciones de tequila se enviaron a Estados Unidos, pero, a decir del representante del CNIT, países emergentes como Brasil, India, Rusia y China, así como otros de América Latina, han incrementado el consumo de esta bebida.

Por el contrario, en México el consumo de esta bebida se ha contraído en los últimos años, derivado de la migración a nuevas categorías como el whisky, cognac y otros.

El año pasado, el consumo de tequila reportó una baja de 1.6 por ciento, según el CRT. Ante esto, el vicepresidente del organismo que agrupa a las principales empresas productoras de tequila, como Casa Cuervo, dijo que a lo que aspiran este año es que el mercado no siga cayendo más.

Datos de la encuestadora de mercados Nielsen reportaron que entre noviembre de 2010 y el mismo mes de 2011, el volumen de venta del whisky se incrementó un promedio de 24 por ciento, mientras que la categoría de cognac subió 30 por ciento.

En contraste categorías como tequila y vodka tuvieron crecimientos ínfimos de 2 por ciento, mientras que otras como el ron y brandy cayeron 5 por ciento. (Maldonado, 2012)

Capítulo 4. Aspectos Operacionales

4.1. Definición de Objetivos y metas en el mercado seleccionado

- Incrementar considerablemente la venta de mezcal en el territorio nacional.
- Con la ayuda de chefs crear una bebida con mezcal que sea buena y que se pueda hacer popular y así poder enfocarse en un mercado joven ya que para este mercado no es de su agrado tomarlo solo, como se acostumbra.
- Conseguir la Denominación de Origen Mezcal.
- Expandiéndonos comenzando por Estados Unidos de América ya que es un mercado potencial por la gran cantidad de Mexicanos que se encuentran en ese territorio y que por estar lejos de su país valoran más las tradiciones de su país.
- Llegar a ser igual o más populares que el tequila en Estados Unidos.

4.2. Adecuaciones de la Mezcla de mercadotecnia.

4.2.1 Producto

Características



- Botella de 500 ml
- 100% Agave.
- 100% Natural.
- 50% Alc. Vol.



- Botella de 750 ml
- 100% Agave.
- 100% Natural.
- 50% Alc. Vol.

4.2.2. Precio

Producto	Precio de Venta
A Granel	\$ 70.00
Botella de 3/4 ml	\$ 130.00
Botella (nueva)	\$ 300.00

4.2.3 Plaza

En el extranjero:

- Restaurantes y tiendas Mexicanas ubicadas en el estado de California principalmente en la zona sur del estado.

En México:

- En supermercados especializados en venta de vinos y licores al mismo tiempo en restaurantes o bares.

4.2.4. Promoción

- Publicidad. (Ferias, Trípticos, Calendarios,
- Degustaciones. (En restaurantes, en bares)

- Promociones.
- Creación de bebidas. (Contratar un chef para que nos ayude a mezclar sabores y pueda salir una buena bebida).

4.3. Estrategia de Entrada al mercado.

La empresa pretende posicionarse en el mercado nacional como una bebida más convencional, en el mercado internacional iniciando enfocándose en el mercado mexicano que habita en el estado de California en Estados Unidos de América.

4.4. Aspectos Operacionales

Aduana de Exportación: Tijuana, Baja California.

Tijuana tiene en población la quinta más grande de México. Se le conoce como la esquina de México o la puerta de México. Conforman junto a la ciudad de Rosarito, Tecate, San Diego (California), la zona metropolitana transnacional más grande de México, con poco más de 5 millones de habitantes.

Administrador a Cargo: Lic. José de Jesús Márquez Padilla Carrasco

Ubicación:

Línea Internacional S/N
Fraccionamiento mesa de Otay,
C.P. 22509, Tijuana B.C

Horario de Atención:

En aduana:

En importación:

De lunes a viernes de 9:00 a 18:00 horas, sábados de 9:00 a 11:00 horas.

En exportación:

De lunes a viernes de 8:00 a 18:00 horas, sábados de 10:00 a 16:00 horas

Punto de Atención:

- Cruce fronterizo Puerta México.
- Cruce fronterizo Mesa de Otay.

4.5. Cotizaciones, INCOTERMS, transporte y seguros.

La información necesaria para todos los tráficos de mercancías por medio de transporte terrestre debe incluir:

- Inicial y número del carro.
- El nombre del remitente, dirección, ciudad, estado y código postal.
- El numero del consignatario, dirección, ciudad, estado y código postal.
- El nombre del agente aduanal en Estados Unidos dirección, ciudad, estado y código postal.
- Número total de piezas y unidad de medición.
- Peso y Unidad de Medición.
- Completa y precisa descripción de los bienes transportados.
- País de origen de las mercancías.
- Valor y ruta del tráfico.

El medio de transporte que se utilizara para el envío de las cajas de mezcal será el autotransporte terrestre.

El costo de la cotización es de la mercancía puesta en la bodega del cliente (DDP).

4.6. Envase y Embalaje

Un palet que contiene 200 cajas cada caja contiene 6 botellas las medidas de la caja son las siguientes

Cada caja 155 dls

El producto será transportado en cajas contenedoras de vidrio elaboradas por las empresas Cajas y Empaques de Jalisco S.A. de C.V. y Tecnopack Corrugados S.A. de C.V.

Estas cajas son certificadas con paredes que reúnen todos los requisitos de construcción aplicables a la clasificación fletera internacional.

Cada caja contiene 12 botellas de 750ml, pesa 15.629 kilos y mide 27.6 centímetros de ancho, 33 de alto y 36 de largo.

El embalaje consiste en poner las cajas en los pallets, cada uno contiene 60 cajas. Un contenedor de 20 pies tiene una capacidad de 20 pallets, es decir en total se transportan 1200 (60*20) cajas por contenedor. Un contenedor de 40 pies tiene la capacidad de 22 pallets, es decir 1,320 (60*22) cajas por contenedor.

4.7. Documentos para exportar.

Factura Comercial: En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma que debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que especifiquen tipo de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición.

Lista de empaque: Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista. En este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

Pedimento de Exportación: Los exportadores están obligados a presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal. Dicho pedimento debe acompañarse de: factura o, en su caso, cualquier

documento que exprese el valor comercial de las mercancías, los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias a las exportaciones e indicar los números de serie, parte, marca y modelo para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares, cuando dichos datos existan.

Del despacho aduanero resulta el pedimento de exportación, el cual permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para los efectos fiscales respectivos.

Certificación de calidad y cuantificación de mercancías: Los riesgos de las operaciones de comercio exterior se reducen acudiendo a empresas internacionales que vigilan e inspeccionan la carga, con el fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas. Estas certificaciones son voluntarias y pueden referirse, entre otras, a las siguientes materias: supervisión de calidad, cantidad y peso; supervisión de embarque, estiba o descarga; supervisión de temperaturas; supervisión de fumigaciones; control de calidad; supervisión e inspección de embalaje; inspección previa para asegurar la limpieza del medio de transporte; inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.

Otros documentos: Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) con homoclave e información del domicilio fiscal de la empresa, carta de encargo para el embarque de su mercancía, contar con la reservación de la agencia naviera para efectuar el embarque de la mercancía -si es por vía marítima-; si no se cuenta con dicha autorización, dar instrucciones a la agencia aduanal para que solicite autorización por cuenta del exportador; si se trata de contenedores, solicitar con tiempo el envío de los contenedores vacíos para ser cargados con la mercancía a exportar; otros permisos, certificados de análisis químicos o autorizaciones según la mercancía de que se trate.

Documento de Transporte: Es el documento expedido por la empresa transportista que hace constancia que la mercancía se ha embarcado o se

embarcará a un destino determinado y asimismo, de la condición en que se encuentra. El transportista es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas.

Dependiendo del tipo de tráfico y del medio de transporte utilizado (marítimo, terrestre, aéreo o multimodal) por la empresa transportista, este documento se denomina:

- Guía aérea (airway bill) [tráfico aéreo]
- Conocimiento de embarque (bill of lading/ B/L) [tráfico marítimo]
- Carta de porte [autotransporte]
- Talón de embarque [ferrocarril]

La información básica que contienen estos documentos es:

- Nombre y dirección del remitente;
- Nombre y dirección del destinatario o consignatario;
- Mercancía que se transporta;
- Números de contenedores y
- Puerto de destino, entre otros.

El documento de transporte forma parte de la documentación que se envía al importador en el país de destino. Los términos del documento de transporte deben coincidir con los de la carta de crédito o, en su caso, con los del contrato de compraventa, la factura, lista de empaque (por ejemplo, en lo referente a la descripción de la mercancía), etc. Asimismo, se debe conservar la copia del documento de transporte, debido a que constituye un respaldo de la operación y en caso para aclaraciones.

Certificado de Origen: El certificado de origen es, formalmente, el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que,

por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales.

Hasta hace poco, el certificado de origen por lo general acompañaba a cada embarque. Sin embargo, a raíz de los tratados que México ha firmado recientemente, este mecanismo se ha modificado, por lo que actualmente un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año. En cada tratado o acuerdo de comercio se considera el uso del certificado de origen, lo que permitirá que el empresario mexicano goce de preferencias arancelarias en los mercados de destino. Al final de este capítulo se anexan los certificados de origen de uso frecuente, así como los instructivos para su llenado.

Falsear, falsificar o modificar un certificado de origen puede ser motivo de sanción económica y penal tanto para el exportador como para el importador, ya que las autoridades competentes de los países en donde se otorgue trato preferencial, tienen facultades para verificar el origen de los bienes conforme a los lineamientos de los capítulos relativos de los mismos tratados. Es por ello que se recomienda hacer un estudio minucioso sobre el origen del bien exportado y ser cuidadosos al momento de llenar el certificado de origen. (Secretaría de Economía) (Promexico)

4.8. Programa de actividades a corto plazo.

- En cuanto se autorice y nos llegue el recurso comenzar la construcción de la planta.
- Comenzar a buscar contactos en Estados Unidos que nos compren y nos permitan hacer degustaciones en sus restaurantes.

5. Análisis Financiero

5.1. Presupuestos y programa de inversiones y fuentes de financiamiento.

Estructura del financiamiento requerido para operaciones en 2010

Fuente de Financiamiento	Tipo de Inversión			
	Fija	Diferida	Capital de Trabajo	Inversión Total
Socios	\$ 313,373.57	\$ 28,000.00	\$ 158,288.00	\$ 499,661.57
Gobierno Estatal	\$ 313,373.57	\$ 62,300.00		\$ 375,673.57
Inversión Total	\$ 634,747.14	\$ 90,300.00	\$ 158,288.00	\$ 875,335.14

Presupuesto de egresos de materia prima

Año	Materia Prima	Unidad de Medida	Costo por Unidad	Volumen Requerido	Costo por año
2010	Agave Jimado	TON	\$ 3,000.00	440	\$ 1,320,000.00
	Leña	TON	\$ 500.00	400	\$ 200,000.00
	Leña para destilar	TON	\$ 1,000.00	120	\$ 120,000.00
	Total				\$ 1,640,000.00
2011	Agave Jimado	TON	\$ 3,000.00	440	\$ 1,320,000.00
	Leña	TON	\$ 500.00	400	\$ 200,000.00
	Leña para destilar	TON	\$ 1,000.00	120	\$ 120,000.00
	Total				\$ 1,640,000.00

Presupuesto de egresos e insumos

Año	Envase	Volumen de producto	Capacidad del envase	Necesidades de envase	Costo Unitario de envase(\$)	Costo anual (\$)
2010	Garrafón	lt	20	1250	40.0	50,000
	Envase 3/4	ml	750	11000	15.0	165,000
	Tapón	unidad	-	11000	1.0	11,000
	Etiqueta	unidad	-	11000	1.0	11,000
	Total					237,000
2011	Garrafón	lt	20	1500	40.0	60,000
	Envase 3/4	ml	750	14000	15.0	210,000
	Tapón	unidad	-	14000	1.0	14,000
	Etiqueta	unidad	-	14000	1.0	14,000
	Total					298,000

5.2. Situación Financiera actual y proyectada

Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias

Año	1	2	3	4	5
Descripción					
Ingresos	\$2,790,000.00	\$3,400,000.00	\$4,350,000.00	\$4,350,000.00	\$4,540,000.00
Costos de Producción	\$2,691,650.00	\$2,752,650.00	\$3,643,400.00	\$1,549,500.00	\$1,668,250.00
Materias primas y materiales	\$1,640,000.00	\$1,640,000.00	\$2,332,000.00	\$238,100.00	\$238,100.00
Material de empaque	\$237,000.00	\$298,000.00	\$496,750.00	\$496,750.00	\$615,500.00
Mano de obra	\$468,000.00	\$468,000.00	\$468,000.00	\$468,000.00	\$468,000.00
Refacciones y mantenimiento	\$91,250.00	\$91,250.00	\$91,250.00	\$91,250.00	\$91,250.00
Otros requerimientos	\$238,000.00	\$238,000.00	\$238,000.00	\$238,000.00	\$238,000.00
Depreciaciones y Amortizaciones	\$17,400.00	\$17,400.00	\$17,400.00	\$17,400.00	\$17,400.00
Utilidad de Operación	\$98,350.00	\$647,350.00	\$706,600.00	\$2,800,500.00	\$2,871,750.00
Gastos de Administración	\$93,000.00	\$93,000.00	\$93,000.00	\$93,000.00	\$93,000.00
Sueldos	-	-	-	-	-
Gastos Generales	\$90,000.00	\$90,000.00	\$90,000.00	\$90,000.00	\$90,000.00
Gastos de Ventas	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00
Utilidad antes de Impuestos	\$5,350.00	\$554,350.00	\$613,600.00	\$2,707,500.00	\$2,778,750.00
Reparto de Utilidades a Trabajadores (10%)	\$15,465.00	\$35,435.00	\$61,360.00	\$56,460.00	\$63,585.00
Utilidad Neta	-\$10,115.00	\$518,915.00	\$552,240.00	\$2,651,040.00	\$2,715,165.00

Gastos financieros (% interés)

Proyección financiera (refaccionario y avío) Anual

Refaccionario: Es un instrumento crediticio para Empresas Agropecuarias o Industriales, orientado a financiar a mediano y largo plazo la compra de maquinaria y equipo, construcción, ampliación o remodelación de las instalaciones físicas, ganado pie de cría, realización de plantaciones o cultivos perenes.

Avío: El crédito de habilitación, conocido como avío, debe ser utilizado para la compra de materias primas, materiales, salarios, así como gastos directamente relacionados con el ejercicio de la empresa. Este crédito está directamente vinculado con la producción inmediata.

Existen dos tipos de crédito de avío: el agrícola e industrial.

- En el avío agrícola, el aviado (persona que solicita el crédito) invierte en semillas, fumigantes, etcétera.
- En el avío industrial, el aviado destina el crédito a las materias primas o insumos que sean necesarios para la producción de los productos que fabrica.

Este apoyo que otorgara por Gobierno del Estado de Michoacán será aprobado siempre y cuando la empresa aporte un porcentaje del costo del proyecto se dará a fondo perdido es decir no pagaran intereses. Este tipo de apoyos se otorgan con la finalidad de hacer crecer las Agroindustrias michoacanas.

Conceptos	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Inversión Total
Construcción de Bodega para mezcal	1	Pza.	\$ 88,711.00	\$ 88,711.00
Formación de cava	1	Pza.	\$ 66,764.43	\$ 66,764.43
Fabricación y colocación de pilas de acero inox.	1	Pza.	\$ 321,600.00	\$ 321,600.00
Pileta de Machucado	1	Pza.	\$ 9,622.81	\$ 9,622.81
Horno y tres hornillas para mezcalera	1	Pza.	\$ 78,711.00	\$ 78,711.00
Casos de cobre de 100 kg	3	Pza.	\$ 20,880.00	\$ 62,640.00
Copas de 30kg	3	Pza.	\$ 6,264.00	\$ 18,792.00
Muro de Contención	1	Pza.	\$ 52,050.00	\$ 52,050.00
Sistema de Reciclado de Agua	1	Pza.	\$ 32,830.00	\$ 32,830.00
Formación de Alambiques (Equipamiento)	2	Pza.	\$ 36,830.00	\$ 73,660.00
Construcción de Sanitarios	2	Pza.	\$ 24,842.95	\$ 49,685.90
Adquisición de Motosierras	2	Pza.	\$ 10,134.00	\$ 20,268.00
Total				\$ 875,335.14

Aspectos Técnicos

Con el presente proyecto se solicita los aspectos infraestructura y equipo para fábrica de mezcal artesanal necesario para la producción ya que actualmente se está trabajando a la intemperie

Del cual se le está solicitando al Gobierno del Estado a través de la Secretaria de Desarrollo Rural el monto de \$375,673.57 correspondiente al 42.92% y los socios se comprometen a aportar la diferencia por una cantidad de \$499,661.57 que corresponden al 57.08%.

Con esto se tendrán mejores condiciones de trabajo dado que en esta viñata se tienen jornadas de trabajo de 8 a 12 horas en el rayo del sol y se economizara en el uso de agua dado el sistema de reciclado además se tendrá una cava para el almacenamiento del mezcal y equipo necesario para el destilado del mezcal.

5.3. Programa de ventas (ingresos)

Año	Productos	Unidades/Año	Precio Unitario	Ingresos/Año
2010	A Granel	25000	\$70.00	\$1,750,000.00
	Envase 3/4	8000	\$130.00	\$1,040,000.00
	Total Ingresos			\$2,790,000.00
2011	A Granel	30000	\$70.00	\$2,100,000.00
	Envase 3/4	10000	\$130.00	\$1,300,000.00
	Total Ingresos			\$3,400,000.00

5.4. Costos

Presupuesto de mano de obra

Nombre del puesto	Trabajadores	Pago Mensual	Pago Anual	Prestaciones del 30%	Pago Anual
Jornalero	5	\$ 3,000.00	\$ 180,000.00	\$ 54,000.00	\$ 234,000.00
Destilador	2	\$ 4,000.00	\$ 96,000.00	\$ 28,800.00	\$ 124,800.00
Cargador	2	\$ 2,000.00	\$ 48,000.00	\$ 14,400.00	\$ 62,400.00
Velador	1	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$ 10,800.00	\$ 46,800.00
Total	10	\$ 30,000.00	\$ 360,000.00	\$ 108,000.00	\$ 468,000.00

Presupuesto de refacciones y mantenimiento

Descripción del rubro o servicio	Unidad de medida	Numero de Eventos	Costo Unitario	Costo Anual
Refacciones de maquinarias	Mantenimiento	365	\$ 100.00	\$ 36,500.00
Refacciones de transporte	Mantenimiento	365	\$ 150.00	\$ 54,750.00
Total				\$ 91,250.00

Presupuestos de otros requerimientos

Descripción del rubro o servicio	Unidad de medida	Números de eventos	Costo Unitario	Costo Anual
Agua para el proceso de producción	M3	6	\$ 1,000.00	\$ 6,000.00
Gasolina	Litro	12	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
Fletes	Servicio	40	\$ 4,000.00	\$ 160,000.00
Total				\$ 238,000.00

Gastos generales de administración

Descripción del gasto administrativo	Unidad de medida	Costo por Unidad	Cantidad requerida	Costo por año
Contador	Mes	\$ 2,000.00	12	\$ 24,000.00
Administrador	Mes	\$ 5,500.00	12	\$ 66,000.00
Total				\$ 90,000.00

Gastos de ventas

Descripción del gasto de venta	Unidad de medida	Costo por Unidad	Cantidad requerida	Costo por año
Propaganda	Millar	\$ 300.00	10	\$ 3,000.00
Total				\$ 3,000.00

Flujo de Efectivo mensual y determinación de capital de trabajo.

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descripción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
% de ventas al mes	50%	90%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ingresos	116,250	209,250	232,500	232,500	232,500	232,500	232,500	232,500	232,500	232,500	232,500	232,500
Costos de producción	112,152	201,874	224,304	224,304	224,304	224,304	224,304	224,304	224,304	224,304	224,304	224,304
Materias primas y materiales	68,333	123,000	136,667	136,667	136,667	136,667	136,667	136,667	136,667	136,667	136,667	136,667
Material de empaque	9,875	17,775	19,750	19,750	19,750	19,750	19,750	19,750	19,750	19,750	19,750	19,750
Mano de obra	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000	39,000
Refacciones y mantenimiento	3,802	6,844	7,604	7,604	7,604	7,604	7,604	7,604	7,604	7,604	7,604	7,604
Otros requerimientos	9,917	17,850	19,833	19,833	19,833	19,833	19,833	19,833	19,833	19,833	19,833	19,833
Gastos de administración	7,625	7,725	7,750	7,750	7,750	7,750	7,750	7,750	7,750	7,750	7,750	7,750
Gastos generales	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500
Gastos de ventas	125	225	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Total de costos y gastos	138,552	212,194	230,604	230,605	230,605	230,605	230,605	230,605	230,605	230,605	230,605	230,605
Saldo	-22,302	-2,944	1,896	1,896	1,896	1,896	1,896	1,896	1,896	1,896	1,896	1,896
Flujo acumulado	-22,302	-25,246	-23,350	-21,455	-19,559	-17,664	-15,768	-13,873	-11,977	-10,082	-8,186	-6,290

Punto de Equilibrio

Tipo de costo	Costos Fijos	Costos Variable	Total
Ingresos Por Ventas			\$ 4,350,000.00
Costos de producción		\$ 2,332,000.00	\$ 2,332,000.00
Materias primas y materiales		\$ 496,750.00	\$ 496,750.00
Material de empaque		\$ 468,000.00	\$ 468,000.00
Mano de obra		\$ 91,250.00	\$ 91,250.00
Refacciones y mantenimiento		\$ 238,000.00	\$ 238,000.00
Otros requerimientos	\$ 17,400.00		\$ 17,400.00
Depreciaciones y amortización			-
Gastos de Administración			-
Sueldos	-		
Gastos Generales	\$ 90,000.00		\$ 90,000.00
Gastos de Ventas		\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Total	\$107,400.00	\$ 3,629,000.00	\$ 3,736,400.00

Punto de Equilibrio =	En Ventas	\$647,975
	En Porcentaje	15%

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

CF= Costos Fijos CVT= Costo de Variable Total VT= Ventas Totales

Apalancamiento no aplica.

Liquidez

$$\begin{aligned} \text{Prueba de liquidez inmediata o del \acute{a}cido} &= \frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivos circulantes}} \\ &= \frac{1'392,820.14}{49,000} \\ &= 28.42 \end{aligned}$$

Esto significa la capacidad de pagar nuestras obligaciones, es decir el resultado es de 28.42 significa que por cada un peso que tengo, tengo 28.30 para pagar la deuda.

Análisis de Rentabilidad

$$\begin{aligned} \text{Margen de utilidad neta} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \\ \text{1er a\~{n}o} &= \frac{-10,115.00}{2'790,000.00} = 0.0036 = 0.36\% \\ \text{2do a\~{n}o} &= \frac{518,915}{3'400,000} = 0.1526 = 15.26\% \\ \text{3er a\~{n}o} &= \frac{552,240}{3'400,000} = 0.1270 = 12.70\% \end{aligned}$$

El Margen de utilidad son las ganancias después de costos y gastos operativos con respecto o relación a las ventas.

$$\begin{aligned} \text{Rendimiento de los activos totales (RAT)} &= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales}} \\ \text{1er a\~{n}o} &= \frac{-10,115}{3'400,000} = -0.0050 = -0.50\% \end{aligned}$$

$$\text{2do año} = \frac{2'007,875.14}{4'185,500.14} = \frac{518,915}{4'185,500.14} = 0.1239 = 12.39\%$$

$$\text{3er año} = \frac{552,240}{6,290,425.14} = 0.0877 = 8.77\%$$

Es el porcentaje que se está obteniendo de ganancias en relación a lo que invirtió.

TIR = 66%

VAN= \$ 3'463830.70

Costo Beneficio

B/C= VAN/I= 3'455,830.70/ 875,335.14= 3.95

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, esto significa que:

B/C > 1 los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

B/C = 1 los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

B/C < 1 los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Balance General	1	2	3	4	5
Activo					
Activo Circulante					
Bancos	25,000.00	250,000.00	715,000.00	1,200,445.00	2,795,241.00
Doctos. Por cobrar	5,000.00	74,050.00	104,000.00	530,000.00	993,840.14
Caja	25,000.00	151,700.00	297,820.14	654,000.00	703,000.00
Inventarios	39,235.00	141,250.00	153,000.00	512,000.00	352,000.00
Clientes			123,000.00	459,955.14	292,264.00
Total Activo Circulante	94,235.00	617,000.00	1,392,820.14	3,356,400.14	5,136,345.14
Fijo					
Eq. De Oficina	-		150,000.00	172,000.00	250,000.00
(- 10%)	-	-	15,000.00	17,200.00	25,000.00
Total	-	-	135,000.00	154,800.00	225,000.00

Eq. De Computo	-		35,000.00	65,000.00	75,400.00
(-30%)	-	-	10,500.00	19,500.00	22,620.00
Total	-	-	24,500.00	45,500.00	52,780.00
Eq. De Transporte	-		285,000.00	450,000.00	580,000.00
(-25%)	-	-	71,250.00	112,500.00	145,000.00
Total	-	-	213,750.00	337,500.00	435,000.00
Total Activo Fijo	-	-	373,250.00	537,800.00	712,780.00
Diferido					
Gastos de Construcción	-	-	250,505.00	300,000.00	450,000.00
Amortización	8,700.00	8,700.00	8,700.00	8,700.00	8,700.00
Total Activo Diferido	8,700.00	8,700.00	241,805.00	291,300.00	441,300.00
Total Activo	85,535.00	608,300.00	2,007,875.14	4,185,500.14	6,290,425.14
Pasivo					
Corto Plazo					
Proveedores	37,500.00	50,000.00	34,000.00	63,000.00	38,000.00
Doctos. Por pagar	15,400.00	22,000.00	15,000.00	21,000.00	9,000.00
Total Pasivo Corto Plazo	52,900.00	72,000.00	49,000.00	84,000.00	47,000.00
Largo Plazo					
Doctos. Por pagar a largo plazo	42,750.00	27,500.00	22,500.00	33,000.00	12,000.00
Total Pasivo Largo Plazo	42,750.00	27,500.00	22,500.00	33,000.00	12,000.00
Total Pasivo	95,650.00	99,500.00	71,500.00	117,000.00	59,000.00
Capital	-	-			
Capital Social			875,335.14	875,335.14	875,335.14
Utilidad o Pérdida del Ejercicio	10,115.00	518,915.00	552,240.00	2,651,040.00	2,715,165.00
Utilidad de Ejercicios Anteriores			518,915.00	552,240.00	2,651,040.00
Pérdida de Ejercicios Anteriores		-	-	-	-
		10,115.00	10,115.00	10,115.00	10,115.00
Total	10,115.00	508,800.00	1,936,375.14	4,068,500.14	6,231,425.14
Capital + Pasivo	85,535.00	608,300.00	2,007,875.14	4,185,500.14	6,290,425.14

Conclusión del proyecto

Con el presente proyecto se obtuvieron los siguientes indicadores financieros TIR 66% VAN 3'455,830.70, relación B/C 3.95

El valor anual neto nos indica que una vez recuperadas las inversiones el proyecto genera un flujo positivo neto por 3'455,830.70.

La relación beneficio costo obtenido nos indica que por cada peso que se invierte, existe un beneficio de 95 centavos, en principio este resultado es positivo.

El periodo de recuperación es de tres años, esto indica que si se utilizan el 100% de las utilidades netas para el pago de las inversiones, estas se recuperan en el plazo señalado.

La tasa interna de retorno del 66% nos indica que es la tasa máxima que puede soportar el proyecto, al actualizar los flujos de egresos e ingresos a esta tasa, se igualan a cero.

Como resultado de este proyecto veo que es importante comenzar a comercializar el mezcal michoacano para el crecimiento de los productores del estado ya que este producto es de muy buena calidad y todavía se conserva el proceso de elaboración artesanal que es lo que le da aún más valor y puede llegar a competir con las mejores bebidas, siempre y cuando se le dé la imagen adecuada al envase del producto.

Claro que es indispensable que se capitalicen los productores en este caso el gobierno del Estado de Michoacán otorgo un apoyo importante para el crecimiento de esta empresa y gracias a la inyección de capital en un periodo de 5 años se pueden incrementar las ventas en un 50%, así mismo se incrementan las utilidades y la producción, al incrementar la producción se pueden comenzar a

satisfacer otros mercados más grandes, y el mercado meta después de posicionar el producto en México, es el estado de California ya que en este estado de la Unión Americana hay una gran cantidad de mexicanos que valoran las tradiciones de nuestro país por el hecho de estar lejos, comenzaríamos comercializándolo en restaurantes mexicanos, supermercados, licorerías etc., dando degustaciones y a través de promociones a un precio económico al principio para que comience a darse a conocer y posicionarse en el mercado estadounidense, se contrataría un chef que nos ayudaría a crear bebidas y si se puede crear una bebida como la margarita o la paloma para que a quienes se les hace muy fuerte el sabor del Mezcal sea más agradable.

Ahora que se ha otorgado la denominación de origen del mezcal será aún más fácil comercializarlo dentro del México y en el país vecino.

Conclusiones Generales

La presente investigación fue realizada por interés personal y familiar, ésta me permitió conocer más del tema porque investigue mas, leí más, me di cuenta de las problemáticas que había en el sector y de muchas otras cosas más que son muy interesantes y de las que no tenía idea clara.

Este tema lo elegí porque estuve muy cerca de productores de mezcal y de gente que consume mezcal, yo al igual que mucha gente pensábamos que el mezcal solo lo consumía la gente de escasos recursos pero empecé a ver que no era así que la gente también de un nivel más alto y conocedor les agradaba, solo le hace falta imagen y mas comercialización, es una bebida muy fuerte y se me ocurrió la idea de contratar un cheff y crear una bebida no muy difícil de hacer para que así sea más agradable tomar esa bebida, y he visto como cada vez más la gente joven empieza a tomar mezcal, también otra cosa que me llamo la atención fue que no tenían denominación de origen y eso dificultaba la comercialización tanto en el territorio nacional ya que no les otorgaban marbetes y sobre todo en el extranjero, se tenía que comercializar un poco a escondidas y lo que me motivo aún mas es dar a conocer el mezcal que se produce en Michoacán ya que es muy bueno y puede competir con grandes marcas de tequila y con el mezcal de Oaxaca.

Lo más difícil para mí fue encontrar datos o estadísticas de este producto, solo podía encontrar del tequila no hay mucha información porque no es muy comercial no muchas personas acostumbran a tomarlo.

Considero que es importante abrir mercado a los productos mexicanos en el mercado nacional e internacional que sean conocidos y tan buenos que puedan competir con marcas muy grandes. (Morales Troncoso) (Bancomext) (Gobierno de USA)

Bibliografía

Agave. (s.f.). Obtenido de <http://www.sientemezcal.com/pdf/masInfoProcMezc.pdf>

Bancomext. (s.f.). Obtenido de www.bancomext.com

California. (s.f.). Obtenido de <http://www.ca.gov/>

Cendejas Schotman, O. (2012). *Propuesta Técnica*. Morelia, Michoacán.

CIATEJ. (2005). *Estudio para la Ampliación de la Denominación de Origen del Mezcal*. Guadalajara, Jalisco.

DOF. (1994). *Bebidas Alcohólicas -Mezcal-Especificaciones*.

Gobierno de USA. (s.f.). Obtenido de <http://www.usa.gov/gobiernousa/>

La Dirección General de Comercio Exterior. (s.f.). *Siicex*. Obtenido de www.siicex.gob.mx.

Maldonado, M. (08 de 02 de 2012). Apostará industria del tequila por exportación. *Milenio*.

Martínez, V. (29 de Agosto de 2008). Beben más Tequila en EU que en México. *Grupo Reforma*.

Morales Troncoso, C. *Plan de Exportación*. Prentive Hall.

Promexico. (s.f.). Obtenido de <http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/82/1/images/GuiaBasicaDelExportador.pdf>

Secretaría de Economía. (s.f.). Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=34>

Valdez, J. G. (2008). *La Producción de Mezcal en el Estado de Michoacán*. Morelia.