

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Proyecto de exportación de tequila NATIVO a España

Autor: Gema Patricia Pérez Sahagún

**Tesina presentada para obtener el título de:
Lic. en Administración de Empresas [sic]**

**Nombre del asesor:
Divvio Gallegos Paniagua**

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.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

12.98 - 7

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TEQUILA
"NATIVO" A ESPAÑA**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ASESORÍA

L.E. DIVVIO GALLEGOS PANIAGUA.

MORELIA, MICHOACÁN

DICIEMBRE DE 1998.

INDICE

Introducción.....	4
1. Resumen de alto nivel.....	9
2. La Empresa y el personal.....	13
2.1 Antecedentes de la empresa y misión actual.....	14
2.2 Objetivos, actas, programas.....	15
2.3 Operaciones y procesos.....	18
2.4 Organización actual y equipo directivo.....	27
2.5 Posiciones clave vacantes.....	27
2.6 Oportunidades y amenazas.....	32
3. El Producto.....	34
3.1 Clasificación arancelaria.....	35
3.2 Descripción mercadológica y segmentación del mercado.....	36
3.3 Productos, competidores y/o sucedáneos.....	37
3.4 Tecnología, normas y calidad.....	38
3.4.1 Control de calidad.....	38
3.4.2 Norma Oficial Mexicana.....	39
3.4.3 especificaciones.....	42
3.4.4 Marchado, etiquetado, envase y embalaje.....	44
3.5 Mantenimiento y respaldo.....	46
3.6 Investigación y desarrollo.....	46
3.7 Costos de fabricación.....	46
3.8 Valor para el cliente y ventajas competitivas.....	47

A mis padres.

I N D I C E

Introducción.....	4
1. Resumen de alto nivel.....	9
2. La Empresa y el personal.....	13
2.1 Antecedentes de la empresa y misión actual.....	14
2.2 Objetivos, metas, programas.....	15
2.3 Operaciones y procesos.....	18
2.4 Organización actual y equipo directivo.....	27
2.5 Posiciones clave vacantes.....	27
2.6 Oportunidades y amenazas.....	32
3. El Producto.....	34
3.1 Clasificación arancelaria.....	35
3.2 Descripción mercadológica y segmentación del mercado.....	36
3.3 Productos, competidores y/o sucedáneos.....	37
3.4 Tecnología, normas y calidad.....	38
3.4.1 Control de calidad.....	38
3.4.2 Norma Oficial Mexicana.....	39
3.4.3 Especificaciones.....	42
3.4.4 Marcado, etiquetado, envase y embalaje.....	44
3.5 Mantenimiento y respaldo.....	46
3.6 Investigación y Desarrollo.....	46
3.7 Costos de fabricación.....	46
3.8 Valor para el cliente y ventajas competitivas.....	47

- 4. El mercado y el plan de marketing.....49
 - 4.1 situación actual de la industria.....50
 - 4.1.1 Denominación de origen.....50
 - 4.1.2 Producción mexicana del tequila.....51
 - 4.2 Exportaciones de tequila.....52
 - 4.3 Destino de las exportaciones.....54
 - 4.4 Características del mercado elegido.....56
 - 4.5 Medición y tendencias del mercado meta.....58
 - 4.5.1 Identificación y características del tequila.58
 - 4.5.2 Tamaño del mercado.....59
 - 4.5.3 Producción en España60
 - 4.5.4 Población potencial consumidora de tequila ..61
 - 4.6 Prácticas comerciales, precios, canales y promoción.....61
 - 4.6.1 Prácticas comerciales.....61
 - 4.6.2 Precio62
 - 4.6.3 Canales de distribución62
 - 4.6.4 Promoción.....63
 - 4.7 Estrategias de marketing.....64
 - 4.7.1 Producto64
 - 4.7.2 Promoción65
 - 4.7.3 Distribución66
 - 4.8 Programa de actividades.....67

- 5. Aspectos operacionales del plan de negocios de exportación.....69
 - 5.1 Adecuaciones a la producción.....72

- 5.2 Logística internacional.....74
 - 5.2.1 Requisitos de exportación e importación.....75
 - 5.2.2 Tipo de transporte, ruta y tiempo.....77
- 5.3 Contrato, formas de pago y negociaciones.....78

- 6. Estados financieros.....88
 - 6.1. Inversiones.....89
 - 6.1.1. Balance inicial.....90
 - 6.2. Presupuesto de egresos.....91
 - 6.2.1. Depreciación y amortización.....91
 - 6.2.2. Clasificación de costos y gastos.....92
 - 6.3. Proyección de egresos.....97
 - 6.4. Proyección de ingresos.....97
 - 6.5. Proyección de estado de resultados.....98
 - 6.6. Proyección del balance general.....99
 - 6.7. Razones financieras.....102
 - 6.8. Estado de flujo de efectivo.....103
 - 6.9. Flujo neto de efectivo105
 - 6.10. Periodo de recuperación de inversiones105
 - 6.11. Tasa interna de retorno106
 - 6.12. Evaluación del costo de ventas106
 - 6.13. Evaluación de eficiencia de capital fijo107

- Bibliografía.....108

- Anexos.....112

INTRODUCCIÓN.

El tequila es una bebida legendaria que comenzó su elaboración desde antes de la fundación de Tenochtitlán en las regiones de Amatitán, Arenal y Tequila. La palabra "tequila" proviene de los vocablos mexicanos tetl-cerro y quila-lava.

En aquel tiempo, las tribus civilizadas de la región de Chimalhuacán utilizaban el maguey de tequila para preparar miel o bebida alcohólica. La planta de maguey era aprovechada en su totalidad, ya que de las hojas se extraía una fibra que usaban en sus tejidos y del tronco obtenían un alimento azucarado.

En realidad el tequila tal y como lo conocemos hoy, se debe al proceso de destilación que introdujeron los españoles. Anterior a este proceso, los indígenas tequilas fermentaban el mexcalli al macerarlo con agua. Después de días de reposo se convertía en una bebida alcohólica utilizada para sus rituales.

Desde entonces el tequila es una bebida ligada a la tierra, a las fiestas, al brindar del mexicano, a sus costumbres y tradiciones.

El tequila además de una bebida alcohólica de alta graduación que a unos gusta mas que a otros, tiene también para los mexicanos un valor nacionalista muy especial.

De hecho, las fiestas patrióticas suelen guardarse, entre otras cosas, brindando con él y buscando en sus efectos el entusiasmo que a veces hace falta para una sana diversión. No es la única bebida espirituosa que produce la República Mexicana. Casi podría decirse que cada región tiene la suya propia: el sotol de Chihuahua, la charanda en Michoacán, el bacanora sonorense, el mezcal de Oaxaca, etc.; mas el tequila, oriundo y exclusivo de Jalisco, asociado con la imagen del charro y la música de mariachi que le son coterráneas, es una bebida que se ha considerado como un símbolo de México.

Ahora se ingiere, a veces, mezclado con refresco de toronja o de cola, y desde hace algún tiempo fue bautizada como margarita una combinación de tequila con un chorrito de menta, jugo de limón y sal, o como vampiro, con jugo de tomate. Pero lo convencional es tomarlo solo en los vasitos cilíndricos que llamamos caballitos, o alternándolo con sangrita (jugo de naranja con especias), o simplemente con una chupada directamente del limón y una brizna de sal gruesa para curtir la garganta y permitir por ella un tránsito más fluido de tequila.

En los tiempos que corren, puede hablarse de tres tipos de tal bebida, según el tiempo transcurrido desde su elaboración a su salida al mercado. Quienes prefieren viejas formas lo toman BLANCO, que suele ser el de mayor graduación y ajustado con agua de disolución a su graduación comercial.

Otros toman el JOVEN, similar al blanco pero con adición de saborizantes y colorantes permitidos por la Secretaría de Salud. Otros escogen el que ha REPOSADO por más de dos meses en los llamados pipones o barricas de roble o encino blanco. Y por último, los mas sofisticados toman el AÑEJO que ha permanecido en espera casi dos años.

Debe aclararse que la norma oficial de calidad del gobierno mexicano permite 40% de otros azucares para que se pueda producir tequila a un menor precio, pero hay bastantes elaboradores que prefieren presumir en sus etiquetas la leyenda 100% agave, lo cual queda debidamente garantizado por una supervisión gubernamental, que en este caso es muy estricta y eficiente.

Hoy la tendencia es buscar una mejor calidad, aunque hubo tiempos en que algunos fabricantes aspiraron a vender cantidades mayores y, coludidos con algunos funcionarios federales fueron ignorantes o deshonestos, con lo cual se estuvo a punto de que la norma de calidad se volviese aun más flexible.

Aunque el maguey o agave no sea privativo de México, bien puede decirse que en ningún otro país del mundo esta mejor integrado que aquí al paisaje, al sentir y forma de ser y vivir de su gente. Dados los muchos beneficios que ha llegado a brindar, su imagen se entrelazó con el mito y la leyenda, formas poéticas y

humanas de interpretar, que constituyen las primeras alusiones a su origen y naturaleza.

Para la cultura náhuatl, el maguey era una creación divina que representaba a Mayáhuēl, una diosa que tenía cuatrocientos pechos para alimentar a sus cuatrocientos hijos. Por tal motivo, los antiguos pobladores de Anáhuac consideraban que dicha planta era un nutriente principal, máxime que Mayáhuēl estaba casada con Pétacatl, quien representaba a ciertas plantas que ayudaban a la fermentación del pulque y que hacían que la bebida adquiriera más y mejores poderes mágicos.

El consumo del pulque era libre solo para los ancianos, las mujeres embarazadas o por prescripción médica, y se sabe también que era distribuido entre los guerreros antes de que entraran en combate. Además, se utilizaba en los guisos y en la fabricación de panes para mejorar su valor nutritivo. Sin embargo, su empleo desautorizado podía castigarse incluso con la muerte

De los diferentes productos que México exporta del sector "Alimentos, Bebidas y Tabaco", el tequila se constituye en uno de los principales productos, prueba de ello es que durante los últimos años la demanda internacional del tequila ha sido creciente, y las estadísticas de producción reflejan una alta capacidad de exportación por parte de México hacia otros países.

Este proyecto se enfoca a la exportación de tequila a España, los factores que nos inclinan para exportar hacia este país, son el tamaño de mercado, su poder adquisitivo, su demografía, el lenguaje en común y las buenas relaciones comerciales que existen con nuestro país, entre otras que se explicarán a detalle en este documento.

1. RESUMEN DE ALTO NIVEL.

[Faint, illegible text]

[Faint, illegible text]

[Faint, illegible text]

[Faint, illegible text]

[Faint, illegible text]

1. RESUMEN DE ALTO NIVEL

El presente proyecto es una propuesta mercadológica de exportación del tequila marca "Nativo" al mercado español. Propuesta que se antoja al mismo tiempo que fácil, necesaria, no sólo para el tequila, sino otros productos mexicanos.

Se presenta además, información sobre el tequila, la manera en que se produce, la normatividad que lo rige, y también información del mercado español.

La creación del presente proyecto obedece al análisis de la demanda del tequila en el mundo y al incremento que han tenido la exportaciones a distintos países a raíz de la "Denominación de Origen", mismas que se prevee puedan incrementarse cada día más.

El planteamiento se realizó en una empresa ya establecida: "Agroindustrias Santa Clara", fundada en 1983 y ubicada en la población de Barranca de Santa Clara, en el municipio de Zacoalco de Torres Jalisco, sobre una superficie de 1500 m² de construcción que albergan el horno, el molino, los alambiques, las tinas de fermentación y 350 barricas de 180 litros de capacidad cada una; contando además con 80 hectáreas sembradas con 150,000 plantas de agave azul, variedad weber.

Es una empresa familiar que cuenta con registro en el Consejo Regulador del Tequila, la autorización de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial sobre la "Denominación de Origen" y la certificación de que el producto es 100 % de agave.

La capacidad de producción instalada es de 14,000 litros mensuales, de los cuales se producen 10,000 litros, marcando de antemano la posibilidad de incremento en la producción que se considera semi-artesanal, pues se envasa y etiqueta en la planta misma.

Actualmente se tienen en existencia 700 cajas de tequila blanco y 1,000 cajas de tequila reposado, que no se ha comercializado por falta de una estrategia mercadológica adecuada, lo que hace pensar no solo en una debilidad de la empresa, sino también en la necesidad del presente proyecto de exportación que permitirá ofrecer sin problemas ni presiones dicho producto en el extranjero marcando su introducción como un producto de calidad y de producción limitada.

La empresa no ha requerido hasta el momento de ningún tipo de financiamiento, pues opera con capital de los socios, lo que representa una ventaja, pues se mantienen insensibles financieramente, ante los cambios bruscos del mercado bursátil y del incremento en las tasas de interés.

Con la misión de "ofrecer a empresas y personas una gama selecta de bebidas con calidad, para satisfacer sus continuas necesidades de convivencia social", pretende situarse en el mercado nacional y en el de España, como una empresa con productos selectos, convencidos de la calidad que se ofrece.

En el análisis del mercado meta, se ha descubierto que España ofrece grandes ventajas, consumo, aprecio por las buenas bebidas, mismo idioma, buen trato, demanda creciente e insatisfecha y respeto a la "Denominación de Origen", además de representar para "Agroindustrias Santa Clara", la puerta de acceso a la comunidad europea.

Se cotizó el producto hasta CIF, de acuerdo a los INCOTERMS 1990; el estado de resultados en el último capítulo, nos indica, entre otros datos, una rentabilidad sobre operación del 83 %, lo que convierte nuestro producto en una realidad factible.

2. LA EMPRESA Y EL PERSONAL.

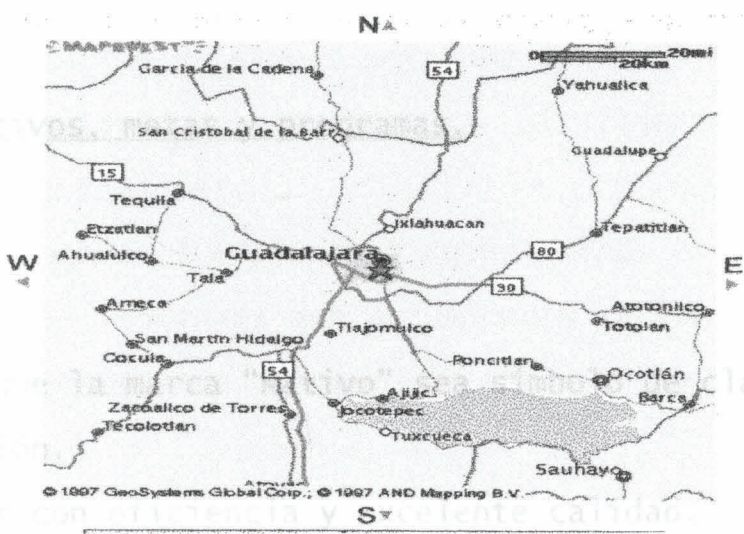
2. LA EMPRESA Y EL PERSONAL.

2.1 Antecedentes de la empresa y misión actual.

Es una pequeña empresa, que nace entre parientes y amigos, en su mayor parte ejidatarios, productores de agave de la zona considerada como la puerta de entrada del sur de Jalisco, amparados por los artículos 108, 109, 110, 111 y demás relativos de la Ley Agraria en vigor y habiendo obtenido la autorización de la Secretaria de Relaciones Exteriores, se constituyeron en una Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada con fecha de 9 de diciembre de 1995.

Localización de la planta:

La planta de producción de tequila de "Agroindustrias Santa Clara" S.P.R. de R.L. se encuentra ubicada en la población de Barranca de Santa Clara. En el municipio de Zacoalco de Torres, Jalisco.



Santa Clara, se encuentra localizada a 6 kilómetros al poniente de la cabecera municipal a unos 1,400 metros sobre el nivel del mar, de clima templado semi-seco, con temporal de lluvias en verano y rara vez en invierno, con un régimen pluviométrico de aproximadamente 700 a 800 milímetros anuales.

Sus terrenos agrícolas, están constituidos por dos clases preponderantes: a) suelos planos, profundos y arcilloarenosos con excelentes cualidades para cultivos susceptibles de riego. b) Lomas con suelos poco profundos, semipedregosos bien drenados, polvorillos, muy apropiados para el cultivo del agave que compite en calidad y azúcares con los mejores del Estado de Jalisco.

Misión actual:

“Ofrecer a empresas y personas una gama selecta de bebidas con calidad, para satisfacer sus continuas necesidades de convivencia social”.

2.2 Objetivos, metas y programas.

Objetivos:

1. Lograr que la marca “Nativo” sea símbolo de clase y distinción.
2. Producir con eficiencia y excelente calidad.

3. Lograr una tasa anual de rendimiento a la inversión del 25%
4. Mantener niveles adecuados de satisfacción en nuestro personal en relación a otras industrias similares.
5. Corresponder apropiadamente siempre que sea posible, a las expectativas de la sociedad y a las necesidades del ambiente.
6. Ser líder en introducción de nuevos productos, empleando no menos del 10 % de las ganancias en investigación y desarrollo.

Metas:

1. Crear una imagen corporativa definiendo los elementos que identifiquen el producto en el mercado. (Posicionamiento).
2. Contar con un programa permanente de capacitación del personal para mantener los estándares de calidad requeridos por la NOM y NMX.
3. Optimizar el proceso de producción, el de ventas y el de promoción.
4. Iniciar a corto plazo el proceso de Exportación a España y la investigación de nuevos mercados.
5. Promover actividades orientadas al fomento de la integración familiar.
6. Otorgar a nuestros empleados, cuando menos un 5% más de las prestaciones laborales que actualmente reciben.
7. Apoyar campañas de protección ambiental y de beneficio social.
8. Fomentar el reciclaje de nuestros envases y embalajes.

9. Implementar un departamento de investigación y desarrollo.

Tareas:

1. Diseñar un logotipo; seleccionar colores de la empresa y tipografía, diseñar envases, embalajes y promocionales.
2. Contratar el personal necesario para impartir capacitación.
3. Diseñar un programa integral para ofrecer cursos anuales de capacitación, destinándole un 5% de las ganancias.
4. Realizar un estudio del mercado español como cliente potencial.
5. Realizar un viaje de negocios a España para hacer contactos y verificar canales de distribución.
6. Promocionar el tequila en España en la feria "ALIMENTARIA" que se lleva a cabo cada dos años durante el mes de marzo.
7. Diseñar un programa de actividades de convivencia familiar para los trabajadores de la empresa.
8. Elaborar un plan de incentivos.
9. Destinar un 5% de las ganancias en las campañas de beneficio social de mayor impacto.
10. Agregar información en los embalajes sobre los beneficios del reciclado.
11. Contratar personal calificado para el departamento de investigación y desarrollo.

2.3 Operaciones y procesos.

El tequila se extrae del agave azul variedad weber.

El cultivo de esta planta se efectúa en terrenos áridos algo pedregosos con arcilla, guijarros y arena. En el proceso se rasa el suelo, se hacen zurcos paralelos cada cuatro metros y en ellos se siembran los hijuelos de 75 centímetros de alto con separación de dos metros entre cada uno.



El tiempo ideal para la plantación es al comienzo de la temporada de lluvias.

Las plantaciones se limpian de hierbas periódicamente con una azada. Anualmente, en el sexto mes se poda o barbecha con un palo que tiene un cuchillo en la punta, llamado coa.

La finalidad de esta poda es quitar las hojas pegadas a la tierra, ya que los piquetes provocados por las puntas del maguey son muy peligrosos.

Estas plantas son productivas hasta los ocho o diez años, cuando brota de ellas una floración llamada quiote. Al cortarlo se castra la planta y es entonces cuando se acumula la materia fermentable.



La cosecha del agave es constante, a medida que cada planta muestra indicios de madurez. Los jimadores, campesinos especializados en este tipo de cultivo, saben que un agave está maduro cuando distinguen manchas de color café rojizo en sus hojas.

En ese momento arrancan a la planta de la tierra y le cortan todas las hojas, prácticamente hasta la base, para que solo

quede la bola o piña que es el corazón del agave, o sea, la materia prima del tequila.

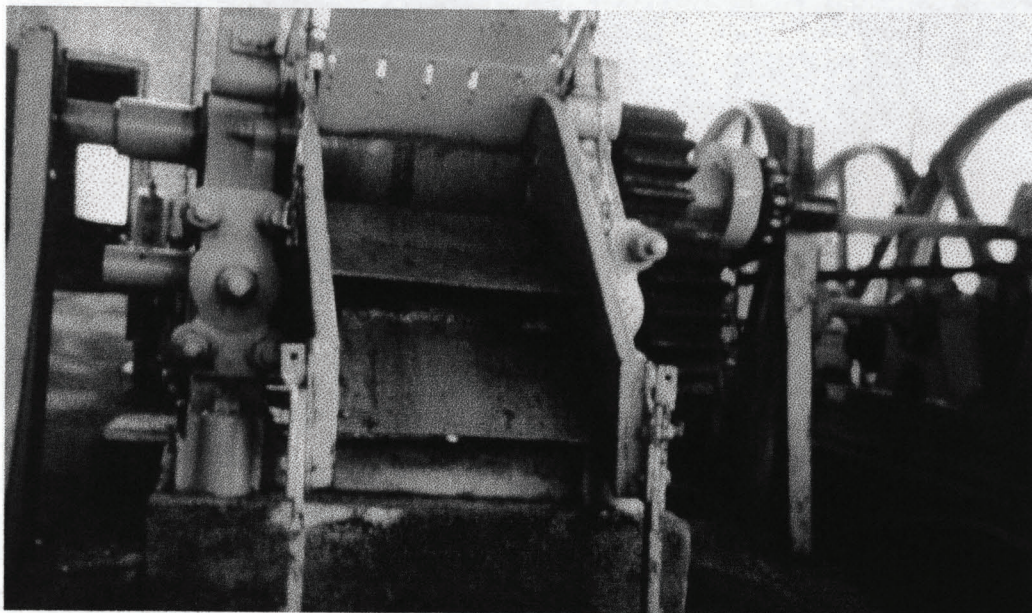


Para la obtención del tequila de las piñas, intervienen cuatro procesos, ya en la fábrica: cocido, machacado, fermentación y destilación.

Una vez en la fábrica, las bolas o piñas (que llegan a pesar mas de 50 kg. cada una) se parten en mitades y son introducidas en hornos de mampostería (piedra y adobe) donde se cuecen a vapor durante 24 horas, que es el tiempo adecuado para las bolas maduras, pues en ellas se ha iniciado ya (de manera natural y gracias a las levaduras propias del agave) el proceso de fermentación.

un excelente mosto que debe destilarse dos veces (igual que el coñac) en alambiques de cobre o de acero inoxidable provistos de un serpentín por el que circula el vapor; este proceso es calentamiento controlado para separar los

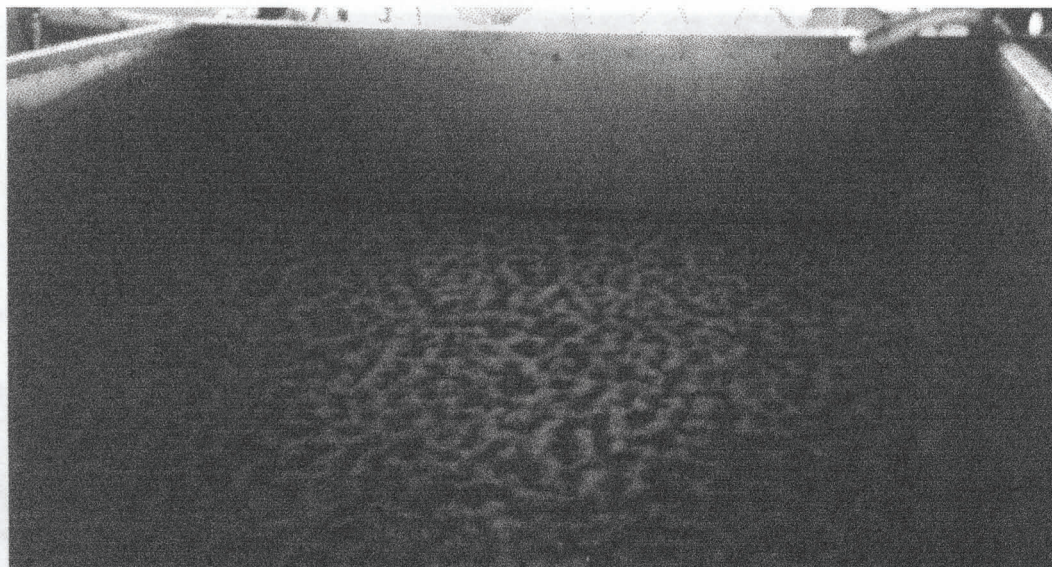
Luego se dejan enfriar un día completo, se desgarran en una maquina especialmente diseñada para ello y se someten al proceso de la molienda, el cual puede efectuarse en la tradicional tahona (molino de piedra giratorio) o en molinos de tipo industrial, para extraer todo el jugo.



Entonces viene la fermentación en tanques de acero inoxidable, proceso que dura 120 horas, durante las cuales las levaduras naturales del agave (mas de cuarenta familias) transforman los azúcares en alcoholes.

El resultado es un excelente mosto que debe destilarse dos veces (igual que el coñac) en alambiques de cobre o de acero inoxidable provistos de un serpentín por el que circula el vapor; eso produce un calentamiento controlado para separar los

distintos tipos de alcohol provenientes del agave que se denominan cabeza, corazón y cola.



sólo el corazón sirve para fabricar buen tequila, mientras que las otras dos partes se desechan. Ambas destilaciones deben realizarse lentamente (cuatro horas la primera y ocho la segunda) para evitar que se revuelvan los alcoholes "BUENOS" con los "MALOS".

De ahí resulta un excelente tequila blanco con 46°G.L. a 55°G.L., que luego se reducen a 38°G.L. a 40°G.L. al añadirle agua destilada.

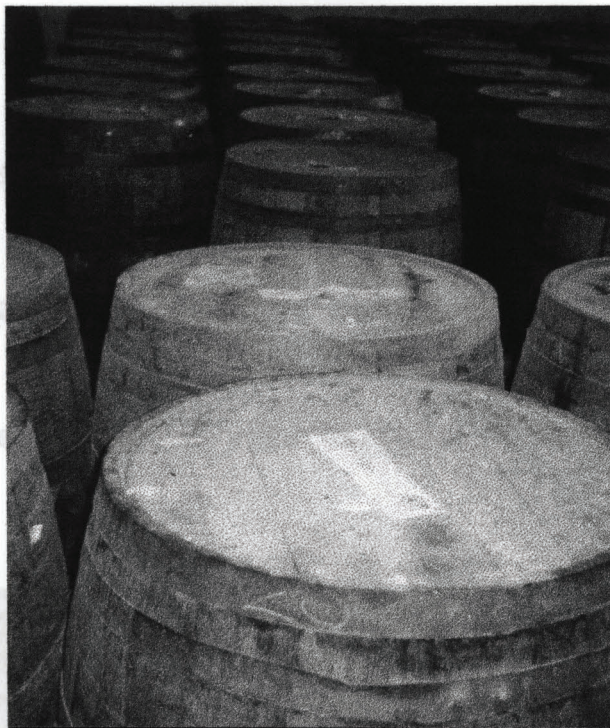
Después, y aunque ya había sido filtrado al término de la primera destilación, el tequila vuelve a filtrarse para garantizar su calidad y pureza. Así se obtiene el tequila blanco.

garantizar su calidad y pureza. Así se obtiene el tequila blanco.



Si se quiere lograr un reposado o un añejo, entonces hay que proceder al añejamiento (en dos meses y un año para el tequila reposado y de uno a dos años para el tequila añejo) en barricas de roble blanco, dentro de bodegas frescas y oscuras.

Durante ese lapso, el aire se filtra a través de los poros de la madera y produce una cierta oxidación en el tequila, además de que los taninos o gomas de la madera le proporcionan un color ámbar y un aroma delicioso.



La capacidad actual de la planta es de 14,000 litros mensuales de tequila Blanco, de la cual se están produciendo 10,000 litros, las instalaciones son las siguientes:

1 horno con capacidad de 20 toneladas.

4 alambiques de 1,000 litros.

1 alambique de 2,000 litros.

1 molino.

1 trituradora.

4 tinajas de fermentación de 2000 litros.

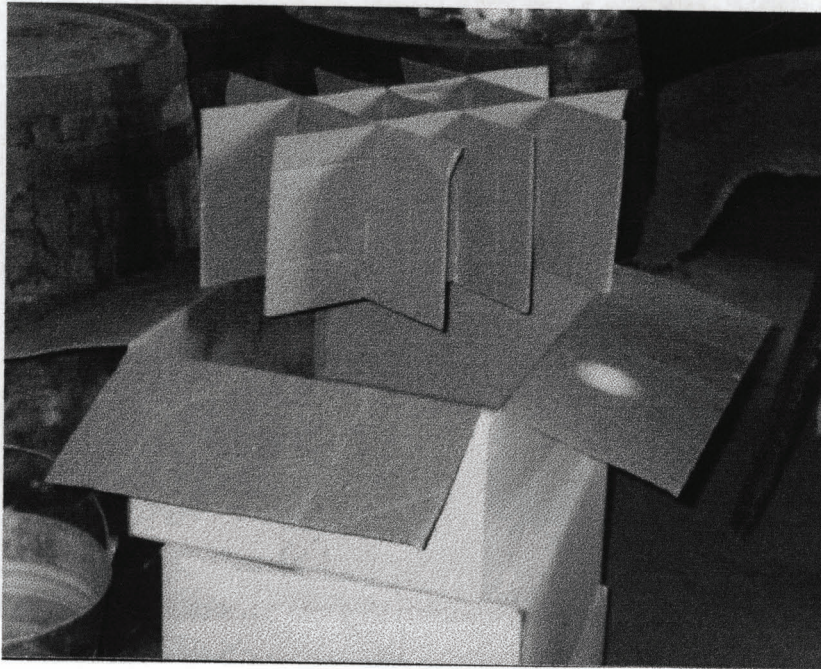
350 barricas de 180 litros.

1 tanque para almacenar diesel con cap. de 1,000 litros.

1 tanque para almacenar agua destilada con cap. de 5,000 litros.

Empaques: impresas con tintas no tóxicas, papel metalizado y recubrimiento ultravioleta, lo que evita

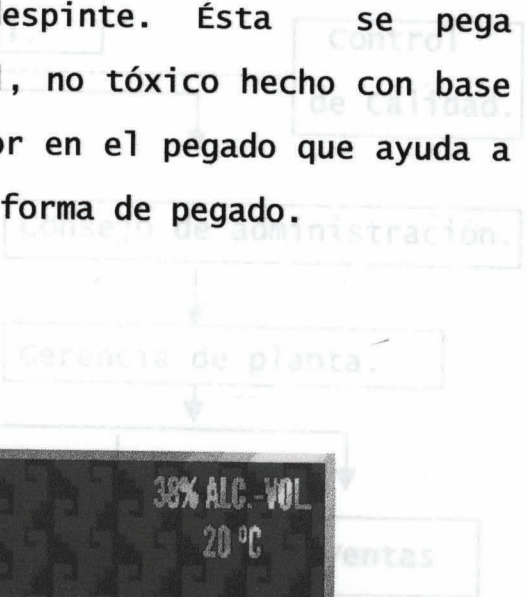
- Botellas de vidrio nuevo, de sin plomo, (botellas industriales).
- Cajas hechas de cartón, modulares, e impresas con la información de la industria, lo que contienen e información de manejo de las cajas y su estiba.



- Taparosca para las botellas de plástico y sellos de inviolabilidad.
- Sellos de garantía, para que el consumidor encuentre un producto de calidad.

2.4 Organización actual y equipo directivo.

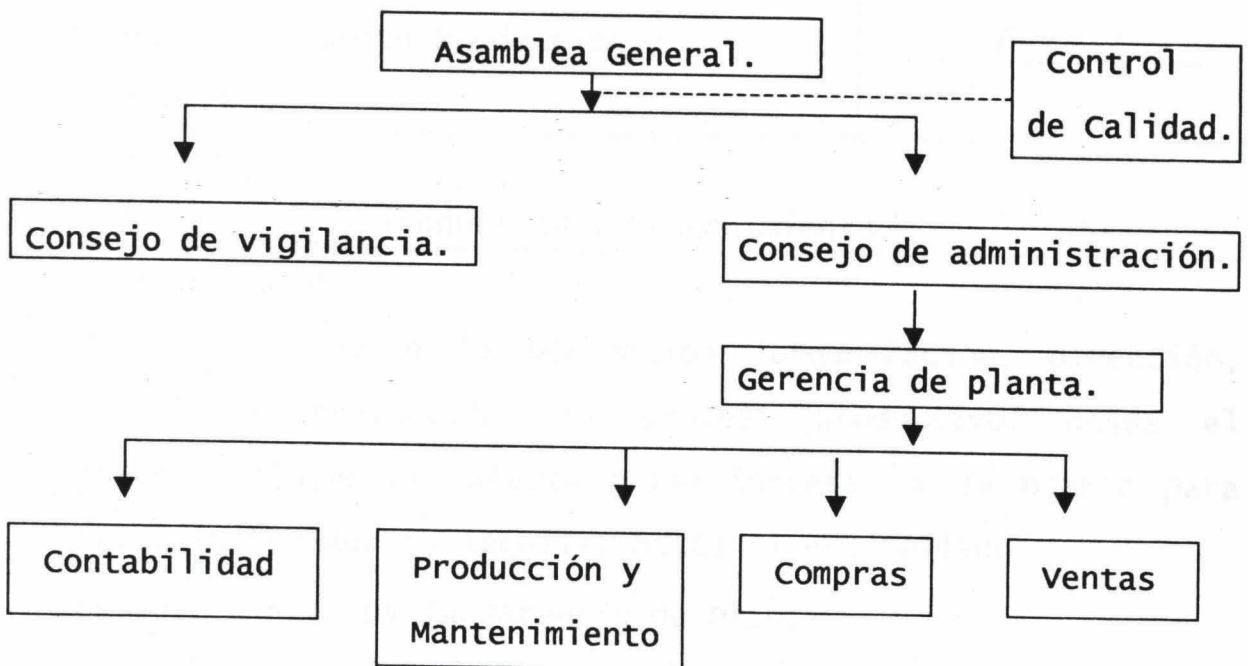
- Etiquetas impresas con tintas no tóxicas, papel metalizado protegido con un recubrimiento ultravioleta, lo que evita que la etiqueta se moje o despinte. Ésta se pega manualmente con pegamento especial, no tóxico hecho con base agua, además contiene un retardador en el pegado que ayuda a alinear las etiquetas debido a su forma de pegado.



- Ingeniero industrial..
- Administrador.
- Analista de control de calidad.

A continuación se presenta una descripción de funciones básicas a realizar en cada uno de los puestos así como los requisitos para con que deberán cumplir las personas que los ocuparán.

2.4 Organización actual y equipo directivo.



2.5 Posiciones clave vacantes.

En el análisis de nuestra empresa hemos descubierto la necesidad de contar con el siguiente personal, del cual actualmente carecemos:

- Ingeniero industrial.
- Administrador.
- Analista de control de calidad.

A continuación se presenta una descripción de funciones básicas a realizar en cada uno de los puestos así como los requisitos para con que deberán cumplir las personas que los ocuparán.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:

Jefe de departamento Producción y
Mantenimiento.

FECHA DE ELABORACIÓN:

___ / ___ / ___

DEPARTAMENTO:

Producción y Mantenimiento.

DESCRIPCIÓN GENERAL:

- Tiene a su cargo la planeación, organización, dirección, control y evaluación del proceso productivo; desde el momento en que la materia prima ingresa a la planta para ser transformada en tequila, hasta el embotellado.
- Es subordinado de la Gerencia de Planta.
- Sus comunicaciones colaterales son el departamento de Contabilidad y el departamento de ventas.

DESCRIPCIÓN DETALLADA:

- Diariamente supervisará cada paso del proceso productivo para tener control de la materia prima procesada y relacionarla con el producto terminado.
- Semanalmente realizará una evaluación del proceso productivo y en conjunto con el departamento de Administración se tomarán las decisiones adecuadas para lograr la eficiencia en la producción.
- Inicialmente el Ingeniero Industrial deberá verificar y evaluar la tecnología que actualmente se utiliza y sugerirá las adecuaciones necesarias ya que todo el mecanismo productivo se instaló poco a poco por los socios y familiares de la misma empresa.

REQUISITOS INTELECTUALES:

- Instrucción básica: Ingeniería industrial. Con Título.
- Experiencia de trabajo: seis a doce meses de práctica en empresa productora de bebidas.
- Otras aptitudes: capacidad de adaptabilidad, capacidad para trabajar en equipo, constancia, tener entre 25 a 35 años de edad.

RESPONSABILIDAD IMPLÍCITA:

- Óptimo funcionamiento en el equipo de proceso, para lograr el máximo rendimiento en la producción.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Administración.	FECHA DE ELABORACIÓN: ___ / ___ / ___
DEPARTAMENTO: Gerencia de planta.	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene a su cargo la planeación, organización, dirección, y control de los recursos humanos y materiales. • Es subordinado del Consejo de Administración. • Supervisa y coordina los departamentos de Contabilidad, Producción y Mantenimiento y el departamento de Ventas. 	
DESCRIPCIÓN DETALLADA:	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de planes de capacitación para siembra y jima. 	

- Análisis de estados financieros y sugerencias para Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia y Asamblea General.
- Coordinación del personal del proceso productivo desde siembra hasta que el producto esté envasado y empacado. Por lo tanto, el personal a supervisar será: sembradores, jimadores, choferes que transportan materia prima y producto terminado, trabajadores del proceso productivo en coordinación con el departamento de Producción y Mantenimiento.
- Coordinación de recursos materiales.
- Elaboración de proceso de reclutamiento y selección de personal.
- Evaluación periódica del desempeño de los recursos humanos.

REQUISITOS INTELECTUALES:

- Instrucción básica: Licenciatura en Administración de Empresas. Con Título.
- Experiencia de trabajo: veinticuatro meses en un puesto similar.
- Otras aptitudes: liderazgo, fluidez verbal, capacidad de análisis, tener entre 25 a 35 años de edad.

RESPONSABILIDAD IMPLÍCITA:

- Discreción en el manejo de datos confidenciales.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO:

Analista de control de calidad.

FECHA DE ELABORACIÓN:

___ / ___ / ___

DEPARTAMENTO:

Control de calidad.

DESCRIPCIÓN GENERAL:

- Tiene a su cargo la verificación de la calidad desde la siembra de la materia prima, hasta el empaque del producto.
- Es subordinado de la Asamblea General.
- Funciona como departamento en línea staff.

DESCRIPCIÓN DETALLADA:

- Actualización de las normas de calidad, mediante el estudio periódico de la N.O.M., N.M.X., C.R.T., S.S.A., SE.CO.F.I. y la Cámara Nacional del Tequila.
- Elaborar un plan para verificación periódica del terreno sembrado.
- Elaboración de sistema de información, sobre calidad.
- Registrar los datos de verificaciones para calidad aplicados a: siembra, jima, proceso productivo, embotellado y empaque.

REQUISITOS INTELECTUALES:

- Instrucción básica: Licenciatura en Administración de Empresas ó Licenciado en Comercio Exterior. Con Título.
- Experiencia de trabajo: Conocimientos sobre N.O.M., N.M.X. y SE.CO.F.I..

- Otras aptitudes: capacidad para trabajar en equipo, iniciativa, fluidez verbal, tener entre 30 y 50 años de edad.

RESPONSABILIDAD IMPLÍCITA:

- Comunicación de Control de Calidad a nivel interno. Debido a su condición de "staff", es de vital importancia la comunicación de los resultados de este departamento con todos los demás de la empresa.

2.6 Oportunidades y amenazas.

Oportunidades:

(A nivel interno)

- La empresa no ha requerido de financiamiento para la realización de operaciones, desde su inicio.
- No afectan las temporadas de sequías o inundaciones a la materia prima.
- Cuenta con una alta rentabilidad de operación.

(Macroentorno)

- México cuenta con ventajas comparativas tanto absolutas como relativas con respecto a la producción de Tequila, dicha situación lo convierte en único exportador de Tequila al mundo.
- "El mercado español del Tequila es potencialmente muy importante por dos factores: a) porque el consumo

acostumbrado de bebidas alcohólicas de los españoles es de 10 litros por año por persona, y b) porque gracias al reconocimiento de la Unión Europea sobre la Denominación de Origen del Tequila a México, los pseudotequilas producidos en España estarán en desventaja legal y mercadológica frente al verdadero tequila mexicano.”

Amenazas:

(A nivel interno)

- El etiquetado de las botellas es manual.
- No se cuenta con plan de marketing nacional e internacional adecuados.
- Grandes distancias entre la siembra, la planta y la bodega.

(Macroentorno)

- Competencia directa de vinos de mesa, licores y bebidas alcohólicas a precios relativamente bajos.
- El cambio de preferencias en el consumidor.
- Cambios políticos y económicos que modifiquen el poder adquisitivo del consumidor.

3. EL PRODUCTO.

3. EL PRODUCTO.

Nombre del producto: tequila de agave.

Sector al que pertenece: bebidas espirituosas (o alcohólicas).

Descripción del producto según su clasificación arancelaria: aguardientes compuestos.

3.1. Clasificación arancelaria.

En el Sistema Armonizado de Codificación y Denominación de Mercancías:

- 22. Bebidas, líquidos, alcohol.
- 22.08. Alcohol etílico sin desnaturalizar.
- 22.08.90. Los demás.
- 22.08.90.01. Tequila.

Con fracción en España:

2208.90.57.10LA

Impuestos a la Importación:

De acuerdo a la Dirección General de Aduanas e impuestos del Ministerio de Hacienda en España, el Tequila (2208.90.57.10LA) paga los siguientes impuestos al ser importado a España:

1. Arancel, 2 gravámenes: a) \$1.6 ECUS por el grado alcohólico volumétrico; b) \$ 10 ECUS por el grado alcohólico volumétrico.

2. I.V.A. 15 %.

3. Impuesto especial: a) Península y Baleares: \$84,741 ptas. (\$558.9 dls.) por hectolitro de alcohol puro; b) Canarias: \$63,300 ptas. (\$415.5 dls.) por hectolitro de alcohol puro.

Tipo de cambio \$151.60 pesetas por 1 dólar.

Tipo de cambio \$0.0617 pesetas por 1 peso. Con fecha 28 de junio de 1998.

3.2. Descripción mercadológica.

El mercado que se atiende y se atenderá es el de consumo clase media-alta y alta.

A nivel nacional se vende a tiendas de autoservicio, distribuidores mayoristas, restaurants, bares y cadenas de tiendas.

A nivel de exportación se venderá exclusivamente a distribuidores mayoristas, de los cuales los principales son:

LARIOS.

Arturo Soria 97.

Edificio Larios.

28027 Madrid.

Tel. (34-1) 408 3015.

Fax (34-1) 267 2029.

COMPAÑÍA INTERNACIONAL

DE NEGOCIOS.

Arturo Soria No. 99.

28043 Madrid.

Tel. (34-1) 519 0611.

Fax (34-1) 413 3622.

Sra. Eva de la Fuente.

AGIMEXA.

P.O. Box 187.

Andorra la villa.

Principado de Andorra.

Tel. (97-38) 6 4217.

Fax (97-38) 6 4217.

Sr. J.M. Badía.

IMPORTACIONES VARMA.

Av. De los Reyes Católicos.

28100 Alcobendas.

Madrid.

Tel. (34-1) 661 8210.

Fax (34-1) 662 0063.

D. Javier Palacin.

3.3. Productos competidores y/o sucedáneos.

En

España importa:

- Cerveza.
- Mosto de uvas.
- Vinos espumosos.
- Champan.
- Vermouths.
- Ginebra.
- Licores.
- Ron.

- vodka.
- whisky.

3.4 Tecnología, normas y calidad.



3.4.1. Control de calidad.

Consejo regulador del tequila.

Es un organismo del sector privado, encargado de certificar y verificar las normas de calidad en la producción del tequila.

Entre sus principales funciones están las de estudiar, elaborar y proponer normas sobre características y especificaciones del tequila, materia prima y sus procesos, así como promover la incorporación de sistemas de aseguramiento de la calidad en la agroindustria tequilera, garantizar un buen producto y realizar

actividades conducentes a promover y salvaguardar la denominación de origen del tequila.

Por su materia prima, existen dos tipos de tequila:

a) tequila 100% agave, que se obtiene de los mostos que única y exclusivamente contienen azúcares provenientes del agave tequilana weber variedad azul, y

b) tequila que se obtiene de los mostos a los que se ha agregado hasta 49% de azúcar ajenos del agave tequilana weber variedad azul.

3.4.2. NOM - Norma Oficial Mexicana.

Para la elaboración del tequila hay que cumplir con la Norma Oficial Mexicana NOM-006-SCFI-1993 BEBIDAS ALCOHOLICAS - TEQUILA ESPECIFICACIONES. Esta norma fue publicada el 13 de octubre de 1993.

El producto a que se refiere la norma oficial mexicana NOM - 006 - SCFI- 1993 es la bebida alcohólica llamada TEQUILA.

Objetivo de la norma:

La norma oficial mexicana establece las características y especificaciones que debe cumplir la bebida alcohólica denominada tequila.

El campo de la aplicación:

La norma se aplica a la bebida alcohólica elaborada con agaves de la especie WEBER variedad azul cultivados en las entidades federativas y municipios señalados en la Declaración de Origen tequila en vigor.

Referencias:

Para la comprobación de las especificaciones fisico-químicas establecidas en la norma del tequila, se deben aplicar las siguientes normas mexicanas en vigor:

- NMX-V-17: Método de prueba para la determinación de extracto seco y cenizas en bebidas alcohólicas destiladas.
- NMX-V-13: Bebidas alcohólicas.- Determinación del por ciento de alcohol en volumen (% Vol.) a 20 (inferior)C.
- NMX-V-14: Método de prueba para la determinación de alcoholes superiores (aceite de fusel) en bebidas alcohólicas destiladas.
- NMX-V-21: Método de prueba para la determinación de metanol en bebidas alcohólicas.

Para los efectos de la norma se establecen las siguientes definiciones:

- Abocado: Procedimiento para suavizar el sabor del tequila, mediante la adición de uno o más saborizantes y colorantes inocuos, permitidos por la Secretaria de Salud.

- **Maduración:** Transformación lenta que le permite adquirir al producto las características organolépticas deseadas por procesos físico-químicos que en forma natural tiene lugar durante su permanencia en recipientes de madera.
- **Tequila:** Bebida alcohólica regional obtenida por destilación y rectificación de mostos preparados, con los azúcares extraídos de las cabezas de agave Tequilana WEBER variedad azul sometidos previamente a fermentación alcohólica con levaduras.

Permitiéndose adicionar hasta un 49% de otros azúcares en la preparación de dichos mostos.

El tequila es un líquido de olor y sabor suigeneris y de acuerdo al tipo de tequila es inodoro o ligeramente aromático y amarillento cuando es madurado en recipientes de madera de roble o encino.

También puede tener otra coloración cuando se aboque sin madurarlo.

De acuerdo a su elaboración, el tequila objeto del la NOM se clasifica en:

- a) **Tequila 100% agave:** Es aquel que se obtiene de los mostos que única y exclusivamente contienen azúcares, provenientes de los agaves tequilana WEBER, variedad azul.

b) Tequila: Es aquel que se obtiene de los mostos a los que le han adicionado hasta un 49% de otros azúcares ajenos al agave Tequilana WEBER, variedad azul.

De acuerdo a sus características el tequila se clasifica en:

Tequila Blanco

Tequila Joven

Tequila Reposado

Tequila Añejo

3.4.3. Especificaciones.

El tequila objeto de la norma oficial mexicana debe cumplir con las especificaciones anotadas en la tabla siguiente:

	BLANCO	JOVEN	REPOSADO	AÑEJO
	min/max	Min/max	min/max	min/max
Porcentaje de alcohol en vol. a 20°C	38.0/55	38.0/55	38.0/55	38.0/55
Extracto seco (g/l) valores expresados en mg/100 ml referidos a alcohol anhidro	0.20	5.0	5.0	5.0
Alcoholes superiores	0-400	0-400	0-400	0-400
Metanol (alcohol metálico)	0-300	0-300	0-300	0-300

Muestreo.

La aplicación del plan de muestreo descrito en la NOM esta condicionado a que los fabricantes y envasadores lleven un control de calidad permanente y debidamente por la Dirección General de Normas.

Muestreo de Barriles.

NÚMERO DE BARRILES CON TEQUILA DE UN MISMO TIPO	BARRILES A MUESTREAR
Hasta 50	2
de 51 a 500	3
De 501 a 3,500	5

Muestreo de recipientes menores.

NÚMERO DE ENVASES CON TEQUILA	NUMERO DE ENVASES DE UN MISMO TIPO A MUESTREAR
Hasta 150	3
De 151 a 1,200	5
1,201 a 10,000	8
10,001 a 25,000	13

Para casos de exportación si el volumen del lote es de hasta 60 litros sin rebasar un máximo de 5 cajas no requieren de muestreo siempre y cuando las operaciones de este tipo no se repitan en un plazo no mayor a tres meses destinados a un mismo cliente.

La selección de los barriles o envases menores para extraer las porciones de muestra deben de efectuarse al azar.

3.4.4. Marcado, etiquetado, envase y embalaje.

Marcado o etiquetado.

Cada envase debe llevar una etiqueta o impresión en la que se anoten en forma destacada y legible las siguientes indicaciones:

- Nombre del producto (Tequila).
- Tipo a que pertenece conforme a la clasificación de la Norma.
- Contenido neto expresado en litros o mililitros por ciento de alcohol en volumen a 20(inf)C (%Alc.vol).
- Domicilio y nombre o razón social del fabricante bajo cuyas marcas se expende el producto Marca Registrada.
- La leyenda "HECHO EN MEXICO".
- En el caso de que el producto se embarque a granel los datos anteriores figurarán en los documentos de la transacción comercial.

Envase.

El tequila objeto de la Norma del tequila, se debe envasar en recipientes nuevos aceptados por las autoridades sanitarias que garanticen su conservación y no alteren su calidad.

La capacidad de cada envase no debe de ser mayor de 5 litros y en ningún caso se debe usar envases con marcas que pertenezcan a otro fabricante.

Los fabricantes que deseen ostentar la leyenda de tequila 100% de agave deben de cumplir los siguientes requisitos:

- Solicitar autorización por escrito a la Dirección General de Normas para producir Tequila 100% de agave.
- Embotellar de origen en la planta de envasamiento del propio fabricante dentro de la región productora.
- La comprobación de establecido será realizada mediante inspección permanente conforme a la cual la D.G.N. otorgará, si procede la autorización respectiva, otorgada dicha autorización, continuará la inspección permanente por la D.G.N. o en su caso por el Organismo de Certificación Acreditado.
- Cubrir los derechos de inspección necesarios para la comprobación de la producción.

Una vez que se conceda la autorización el fabricante podrá hacer uso de la leyenda elaborado 100% de agave en envases, etiquetas, envolturas, facturas y publicidad.

En las etiquetas de envase del tequila elaborado 100% agave puede incluirse la leyenda "Elaborado y envasado bajo vigilancia del gobierno mexicano".

3.5. Mantenimiento y respaldo.

No requiere de mantenimiento ni de respaldo por ser un bien de consumo inmediato.

3.6. Investigación y desarrollo.

Este rubro se encuentra contemplado como una debilidad de la empresa, sin embargo se ha considerado ya en la hoja de inversiones, un porcentaje estimado para destinarse a la investigación y desarrollo de la calidad del producto y el desarrollo de la empresa.

3.7. Costos de fabricación.

	Diario	Mensual	Anual	Unidad
Producción	333.33	10,000.00	120,000.00	litros
Consumo de agave	2.50	75	900	toneladas

Costo de agave (M.P.D.)	2,750.00	82,500.00	990,000.00	pesos
Agua destilada (M.P.D.)	200.00	6,000.00	72,000.00	pesos
Agua tratamiento (M.P.I.)	183.33	5,500.00	66,000.00	pesos
Embotellado y empaque	2,500.00	75,000.00	900,000.00	pesos
Etiquetado	1,280.00	38,400.00	460,800.00	pesos
(M.O.D.)	400.00	12,000.00	144,000.00	pesos
(M.O.I.)	333.33	10,000.00	12,000.00	pesos
Energía eléctrica	100.00	3,000.00	36,000.00	pesos
Diesel	600.00	18,000.00	216,000.00	pesos
Gasolina	166.66	5,000.00	60,000.00	pesos
Mantenimiento	33.33	1,000.00	2,000.00	pesos
Asesoría técnica	19.44	583.33	7,000.00	pesos
TOTAL	\$ 8,566.09	\$ 256,983.33	\$ 2,965,800.00	

3.8. valor para el cliente y ventajas competitivas.

- 100% agave azul.
- Denominación de Origen.
- Producción semi-artesanal.
- Botella con sellos de garantía y tapón de seguridad inviolable.
- Producción limitada.
- Un producto que es avalado por dependencias gubernamentales mexicanas correspondientes.

- Producto de excelente calidad.
- Diseño Original.
- Imagen Corporativa.

4. EL MERCADO Y EL PLAN DE MARKETING.

4. EL MERCADO Y PLAN DE MARKETING.

4.1 Situación actual de la industria.

4.1.1 Denominación de Origen.

El Tequila es una bebida mexicana y producida bajo estrictas normas que evitan su adulteración o degradación.

Recibe la Denominación de Origen en el Tratado de Libre Comercio con América del Norte y a partir de octubre de 1996, la Unión Europea reconoció como único productor de Tequila a México.

Esta Denominación de Origen único "fue concedida a México por el comité 113 de la Unión Europea"¹

De manera que los pseudotequilas producidos en cualquier otro país (España y Japón) se ven obligados a salir del mercado ya que el Tequila sólo se produce en México a partir de que le fue otorgada esta Denominación.

La producción del agave azul abarca aproximadamente 30 mil hectáreas de los estados de Jalisco, Michoacán, Guanajuato, Nayarit y Tamaulipas.²

¹ Sánchez Baños, Víctor, Tequila: de elixir divino a veta de empleo y divisas en Negocios Internacionales, Núm. 59, año 6, feb. 1997, p. 36

² Industria tequilera, Serie Análisis de Competitividad, Bancomext, septiembre 1994, p.1

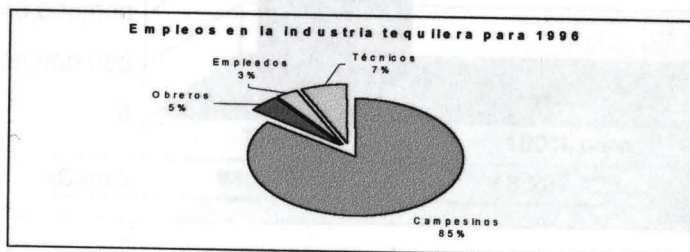
Se pretende aprovechar la "Denominación de Origen", para exportar Tequila con la leyenda "envasado de origen", así se le da mayor valor agregado a la bebida.

4.1.2 Producción mexicana del tequila.

Existen cuarenta empresas registradas y se estima que más de 4,000 clandestinas productoras de tequila. De estas cuarenta, dos -Cuervo y Sauza- producían en 1989 el 39.64 % del total tequila. Para 1993, produjeron más del 50 % del total del tequila producido en México.³

De las cuarenta empresas, 32 están establecidas en Jalisco, pero existe un gran número de comercializadoras de tequila y empresas envasadoras ubicadas en otros estados de la República.

La industria tequilera como fuente de empleos entre 1990 y 1996 registró un incremento del 11.67 %. Para 1996 generó más de 38 mil empleos distribuidos de la siguiente manera: 91 % campesinos, 4.9 % obreros, 3.4 % empleados y 7 % técnicos.⁴



³ Macías Macías, Alejandro, Organización de la industria del tequila, en Carta Económica Regional, Núm. 54, año 9, Guadalajara, Jal. México 1997 p.5

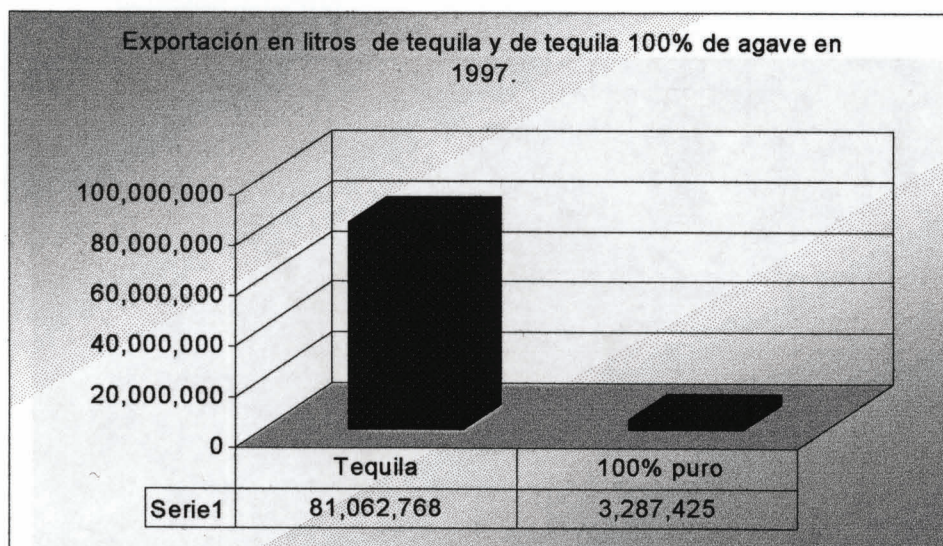
⁴ Consejo Regulador del Tequila.

15 municipios importantes en la producción de tequila en 1997. En millones de litros.

Municipio	Volumen
Tequila	58,669
Zapotlanejo	9,282
Guadalajara	8,216
Arandas	7,755
Tototlán	6,851
Amatitán	4,947
Atotonilco en alto	4,916
Tepatitlán	3,416
Zapopán	1,105
Arenal	983
Capilla de Guadalupe	547
La Laja	262
Antonio Escobedo	213
Jesús María	119
Hostotipaquillo	113

Fuente:⁵

4.2 Exportaciones de tequila.

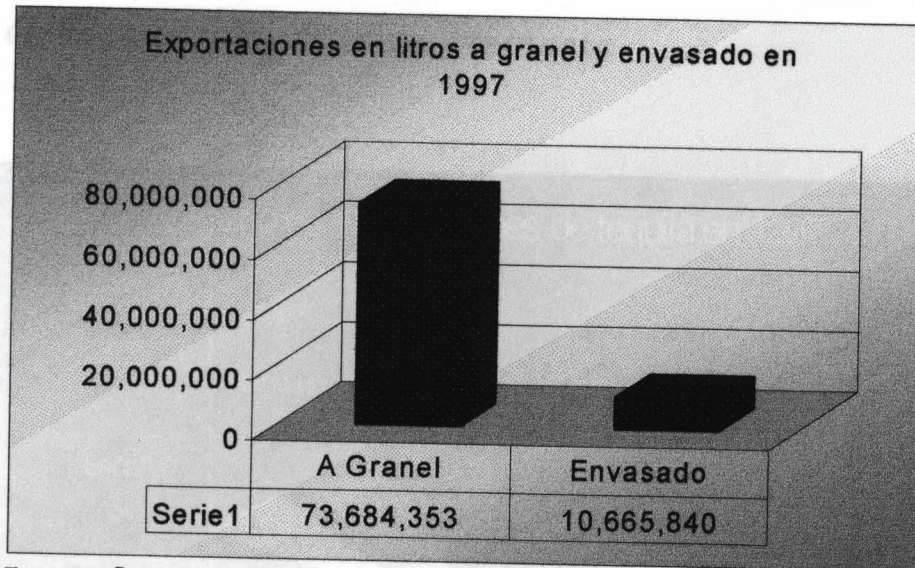


Fuente:⁶

⁵ Cámara Regional de la Industria del Tequila.

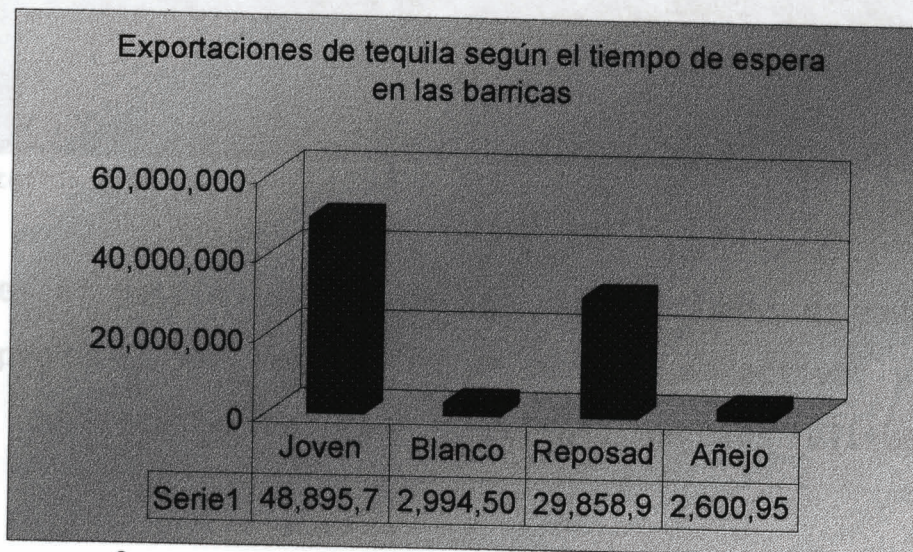
⁶ Consejo Regulador del Tequila

Es una gran oportunidad la que tiene el tequila "Nativo" al ser 100% puro de agave ya que solo el 3% del tequila exportado, es de agave al 100%.



Fuente: 7

Otra brillante oportunidad es el "Envasado de Origen", pues solo el 12% es envasado en la misma fábrica donde se produce.

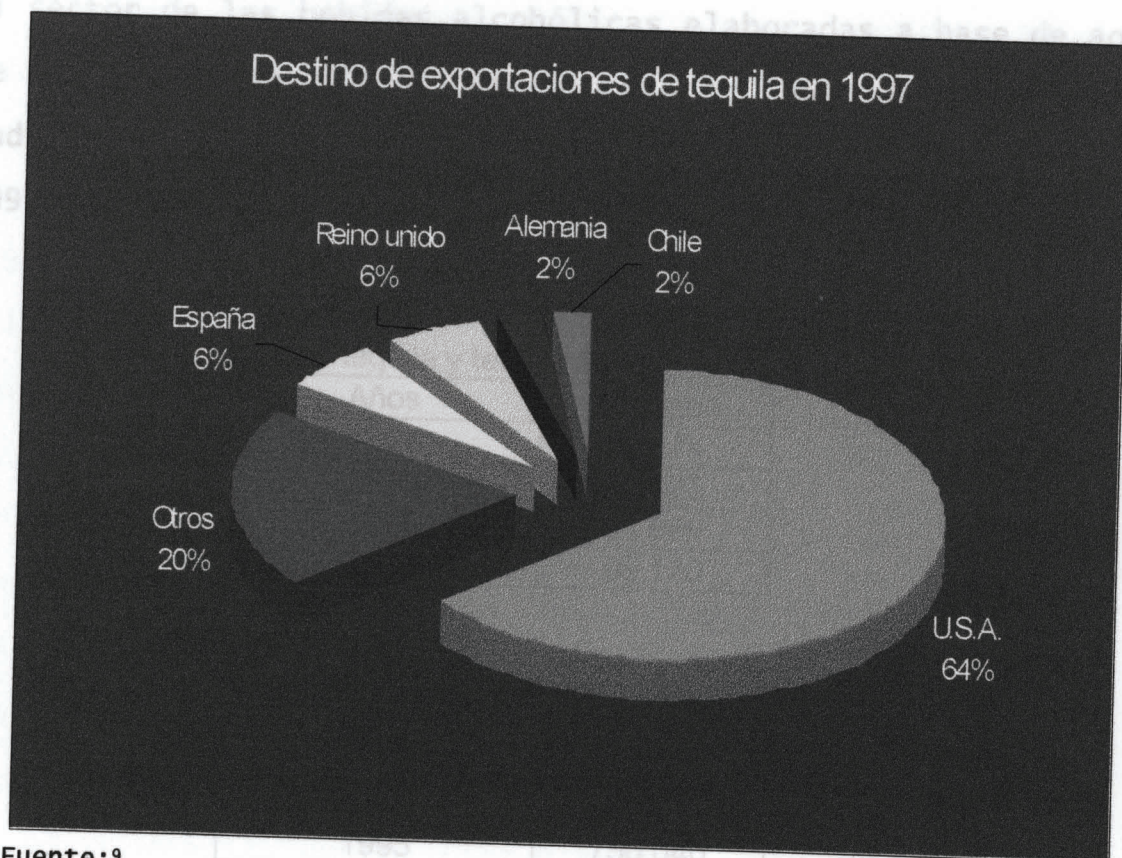


Fuente: 8

⁷ Consejo Regulador del Tequila

4.3. Destino de las exportaciones de tequila.

En 1997, las exportaciones se concentran mayormente en un sólo mercado: los Estados Unidos, por ser un mercado dinámico, además de mostrar una demanda creciente.



Fuente:⁹

1995	1,458,194
1996	1,458,194
1997 (Enero-Junio)	743,383

España es el destino del 6% de las exportaciones de tequila que México produce, sin embargo es un mercado atractivo, ya que la demanda de tequila ha sido creciente en los últimos cinco años.¹⁰

⁸ idem

⁹ Subgerencia de Productos Pecuarios y Procesados. Base de datos: SECOFI

¹⁰ Negocios Internacionales, Tequila, una bebida típicamente mexicana" p.13. Base de datos: Cámara Regional de la Industria Tequilera.

Esto indica una oportunidad y un futuro prometedor para los productores mexicanos de Tequila y sus exportaciones, así como la captación de divisas para México, sin olvidar que la mejor manera de incluir mayor valor agregado es exportando con envasado de origen.

El sector de las bebidas alcohólicas elaboradas a base de agave se ubicó en el lugar número catorce, de un total de 58 industrias que recibieron inversión durante el periodo 1994-1997.¹¹

PRODUCCIÓN TOTAL (en millones de litros)

Incluye tequila y tequila 100%

Años	Volumen
1994	61,474
1995	65,025
1996	81,889
1997 (Enero-Junio)	38,130

PRODUCCIÓN TOTAL (en miles de pesos)

Incluye tequila y tequila 100%

Años	Valor
1994	612,373
1995	750,040
1996	1,468,194
1997 (Enero-Junio)	743,393

Fuente:¹²

De 1995 a 1996 la producción total de tequila registró incrementos de 29.18%, y para 1997 fue de un 16.15 %.

¹¹ Bancomext. Internet.

4.4 Características del mercado elegido:

Generalidades de España:

Nombre Oficial: República de España

Población: 39,674,000 habitantes

Superficie: 504,750

Capital: Madrid con 3,010,492 hab.

División política: 17 regiones autónomas y 50 provincias

Mayores áreas de población urbana: Madrid 3,010,492, Barcelona 1,643,542, Valencia 752, 909, Sevilla 683,028, Zaragoza 594,394, Málaga 522,108.

Densidad de población (hab./Km²): 77.6

Crecimiento de la población: .2% de (1990-1995)

Mortandad: 9.0%

Edad promedio de años: 35.2 (1995)

Esperanza de vida al nacer: 78 años

Consumo per-cápita diario: 3,472 calorías

Ingreso por habitante: 13,590 dólares

Unidad monetaria: peseta (152.9 pesetas = US \$1 dólar. A enero de 1998)

Lengua oficial: Español y lenguas regionales como: Catalán, Vasco y Gallego.¹³

Miembro de la Comunidad Económica Europea desde 1986.

¹² Inegi

¹³ Unesco, Almanaque mundial 1997.

Exportaciones:

Productos que exporta

Vehículos	33.40%
Reactores nucleares/calderas	12.40%
Maquinaria y aparatos eléctricos	9.00%
Hierro y acero fundido	5.00%
Frutos comestibles	5.00%

Destino de exportaciones.

Francia	20.50%
Alemania	15.20%
Italia	9.40%
Portugal	8.30%
Reino Unido	4.10%
Países Bajos	3.80%
Bélgica	3.20%
Japón	1.40%

Fuente de importaciones.

Francia	17.10%
Alemania	15.30%
Italia	9.50%
Reino Unido	7.70%
Estados Unidos	6.50%
Países Bajos	4.40%
Bélgica	3.50%
Japón	3.40%

Fuente:¹⁴

Características del sector de mercado elegido:

se ha elegido a un consumidor mayor de edad, con un poder adquisitivo medio a alto, que sepa reconocer y tomar un vino espirituoso, como apreciar una bebida con denominación de origen (conocedor).

¹⁴ Almanaque mundial 1997.

4.5 Medición y tendencias del mercado meta.

Las exportaciones totales de Tequila a España en 1996 representaron un total en dólares de poco más de 500 mil. Para 1997 el volumen de exportaciones disminuyó a casi 200 mil dólares, sin embargo el valor en dólares aumentó a casi 6 millones de dólares.¹⁵

Sin duda las exportaciones de Tequila a España crecieron significativamente de un año a otro, tal vez al dejar de comprar a granel e importar por "envasado de origen", además estimular las exportaciones a la Unión Europea después de aceptar la "Denominación de Origen".

4.5.1 Identificación y características del producto.

En España el Tequila es conocido como Tequila de Agave. Pertenece al sector de las bebidas espirituosas o alcohólicas, con clasificación arancelaria código 22.08.90. fracción 57.10 LA.

De los Tequilas que se producen en México, se venden en el mercado español: Tequila Reposado, Añejo, pero el que más aceptación de consumo tiene es el Blanco.

¹⁵ Bancomext, Exportaciones de México, fracción 22.08.90.01, de julio de 1998

4.5.2 Tamaño del Mercado.

El consumo de bebidas espirituosas en España ha experimentado un crecimiento de 44% entre 1987 y 1992, sintiéndose en 3.9 millones de hectolitros. En 1994 la población española consumió un promedio de 12 litros de bebidas espirituosas por año. El 83% del consumo se concentró en Hoteles y Restaurantes, el 17% que resta se consumió en hogares particulares.

El gasto en bebidas espirituosas representa una parte muy poco significativa del valor total de la compra de los hogares 0.70 en 1992, mientras que en el segundo de Hostelería y Restauración el gasto en estas bebidas representa una parte importante del gasto total 14.6%, por encima de los vinos 8.9% y muy cerca de las cervezas 15.5%.¹⁶

Para la exportación del Tequila debe tomarse en cuenta que el incremento de los precios de bebidas espirituosas en España, derivada por la unificación de impuestos especiales en la Comunidad Europea, hace prever un cambio en los hábitos de consumo hacia el incremento en los hogares, perjudicando un poco a los lugares públicos.

Se debe tomar en cuenta esta tendencia al comenzar a ubicar los posibles canales de comercialización del Tequila en España.

¹⁶ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en España, *Estudio de Alimentos*, Perfil del Tequila en España, Bancomext, 21 de marzo de 1997.

4.5.3 Producción en España.

España importa tequila proveniente de México, sin embargo existían algunos productores de tequila en España, que destinaban principalmente su producción al mercado español.

Con base en el acuerdo sobre reconocimiento mutuo y la protección de las denominaciones en el sector de las bebidas espirituosas, la cual será aplicable a los productos de partida arancelaria 2208 del convenio Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el producto denominado tequila únicamente podrá ser producido en México y comercializado por este mismo nombre¹⁷.

De manera que las fábricas españolas que se dedicaban a la producción del pseudotequila, tendrán que suspender la manufactura de su producto o cambiar la denominación de la bebida que se venía vendiendo en España con el nombre de "Tequila".

La producción de pseudotequila en España, ha satisfecho las necesidades del 50% de la población consumidora de tequila, existiendo empresas destiladoras locales como Bermúdez y Larios que producen escasas marcas de tequila español, y utilizan nombres que confunden al consumidor de tequila por pensar que es un producto importado de México con muy baja calidad, entre

¹⁷ Mercado de Tequila en España, No. 188, Bancomext, 1997

Los diferentes nombres podemos encontrar "Tequila Mariachi", "Tequila Jalisco", "Tequila Moctezuma".

4.5.4 Población potencial consumidora de Tequila.

España tiene una población de 39,674,000 habitantes.

El consumo de litros de por persona mayores de 15 años, al año:

Años	Litros por persona
1986	15.00
1987	15.10
1988	14.10
1989	13.60
1990	13.50
1991	12.90
1992	13.20
1993	12.50
1994	12.00

Fuente: ¹⁸

4.6 Prácticas comerciales, precios, canales y promoción.

4.6.1 Prácticas comerciales de tequila en España.

España importó en 1995 141,302 millones de pesetas FOB, que representa el 1% del total de las importaciones y en 1996 fue de 141,865 millones de pesetas FOB, de manera que el .92% ha sido el total de las importaciones.

¹⁸ Visión Estadística sobre Europa 1986-1996.

España exportó en 1995 161,762 millones de pesetas FOB, representando el 1.43% del total de las exportaciones, para 1996 exportó 187,516 millones de pesetas FOB, es decir el 1,45% del total de exportaciones¹⁹.

En ambos años España alcanzó un superávit de sus exportaciones de tequila al mundo.

4.6.2 Precio

El precio promedio de venta al público de la botella de 700 ml. de tequila blanco mexicano en el mercado español es de 1,369 pesetas (US \$8.95 dólares), la botella de 750ml. de Tequila Anejo es de 2,095 pesetas (US \$13.70 dólares) y la botella de Tequila Joven de 700ml. es de 2,095 pesetas (US \$13.70 dólares).²⁰

Los restaurantes y bares que ofrecen tequila entre sus bebidas alcohólicas compran Tequila Blanco, además de ser el más vendido en estos establecimientos, con un precio aproximado de 1,250 pesetas (US \$ 8.17 dólares), el vaso de tequila se encuentra en 250 pesetas (US \$ 1.63 dólares).

4.6.3 Canales de distribución.

¹⁹ Ídem cit. 10

²⁰ Son precios que se obtuvieron en la Noria, Provincia de Coruña, Región de Galicia, en tres supermercados más importantes de España, "Gabys", "Ecomac" y "Claudio".

La Cámara de Comercio Española en México cuenta con una lista de los principales importadores españoles de licores espirituosos como: Centros Comerciales Continente S.A., Eurowine S.A., vino selección S.A., entre otras, quienes en su momento fungirán como intermediarios entre el producto y el consumidor meta, facilitando la comercialización y distribución.

Otra opción importante es la posibilidad de contratar los servicios de algún almacén con cobertura nacional en España y de prestigio, el contrato de compra-venta está casi asegurado, cuando se llega a los acuerdos; no son sencillas las negociaciones y se lleva tiempo, pero si se logra, se gana que el consumidor final comience a conocer el producto y la marca, para que más adelante pueda exportar directamente, tratando de evitar lo posible a los intermediarios. "Ecomic", "Gabys" y "Claudio" son tiendas grandes, que cubren la mayoría de las provincias de España con las que se puede llegar a negociar.

4.6.4 Promoción.

La principal feria para promocionar el Tequila en España es la "Alimentaria", esta se lleva a cabo cada dos años durante el mes de marzo, la próxima feria será en marzo de 1999. Existen también algunas ferias pequeñas o exposiciones locales que pueden sin duda incluir el Tequila entre los productos en exhibición.

4.7 Estrategias de marketing.

4.7.1 Producto.

El producto está envasado en una botella de diseño propio, con la finalidad de que el consumidor al momento de observar Tequila Nativo 100% de agave azul, lo sepa identificar y distinguir de las otras marcas mexicanas como de los pseudotequilas.

Además de que el producto habla por si mismo de calidad, por ser presentado en una botella de vidrio reciclable y tener un engomado no tóxico para adherir la etiqueta, hecha con tinta vegetal, a una de las paredes de la botella.

La etiqueta es de color azul con amarillo que llama la atención, y está dando al mismo tiempo un mensaje de exclusividad, privilegio, status y buen gusto a quienes conocen de debidas espirituosas, y que gustan consumir tequila, guiados por la moda, la tendencia, la imagen del producto o por el placer de degustar una nueva bebida.

La presencia de un envase que da un mensaje como lo es el envase de "Nativo" Tequila envasado de origen, ayuda a crear su propia promoción e imagen en el consumidor. De este modo se está creando una estrategia de penetración en el cliente meta, ayudada posteriormente por la promoción de la mezcla de mercadotecnia.

4.7.2 Promoción.

La promoción de Nativo se puede hacer de varias maneras. Una de ellas, para elevar las exportaciones, elaborando catálogos o fotografías, con el perfil de la empresa del monoproducto que se maneja.

Se contará con una política sobre el manejo de muestras, las cuales se regalarán en las exposiciones, foros permanentes, viajes de negocios o ferias internacionales; se venderá a bajo costo si existe en un momento determinado la venta a menudeo.

En caso que se requiera vender a mayoreo una cantidad de Nativo para promoción a través de alguno de los distribuidores se puede cobrar únicamente el costo del flete.

Se participará en con el programa SIMPEX, que es el Sistema, Mexicano de Promoción Externa, en organismos internacionales de fomento al comercio internacional como: las cámaras de comercio (todo esto a mediano plazo, dentro de un periodo de 3 años mínimo).

En la promoción de publicidad, se debe hacer énfasis en el posicionamiento del producto, para poder estar constantemente presentes en revistas especializadas y en lugares masivos.

La promoción de la venta personal: se darán a través de las degustaciones del producto en las ferias internacionales, a los clientes, distribuidores y mayoristas.

La promoción también se dará una vez que se haya podido entrar en los grandes almacenes que tienen cobertura nacional en España, se pondrá un pequeño stand dentro de la tienda, donde se obsequiarán muestras de Nativo.

De esta manera se está llegando a una comunicación directa con el consumidor español, así mismo se puede saber a través de fuentes reales y directas, cuáles son los atributos que el cliente ve en el producto y sus debilidades, como el gusto real de la gente.

La promoción de ventas: se establecerá con los distribuidores y mayoristas, ofertando el producto, con la idea de atraerlos y mover el tequila sin llegar nunca a mal baratarlo o castigar utilidades.

Siempre con la intención de promocionarlo, en el mercado español, una vez que se obtengan los resultados que se especificaron en las metas a mediano plazo, regresará precio pactado por su producción y exportación.

4.7.3 Distribución.

Se cuenta con una ventaja en el mercado europeo, ya que el detallista o distribuidor se maneja en mayor medida con el exportador directamente, y se evitan intermediarios en donde se pierden utilidades, para llegar al cliente meta, como los brokers, mayoristas y detallistas.

La estrategia consistirá en manejarse por medio de un distribuidor, mismo que lo venderá por su cuenta a su clientela que ya tenga en el territorio en el que opere, utilizando su propia fuerza de ventas.

- Ventajas: Nativo se mantendrá siempre en exhibición, lo cual mejorará la atención del consumidor final; pone a disposición de la empresa su red comercial y técnica.
- Desventajas: se corre el riesgo de perder el control del producto, porque es él quien pone el precio final; no puede tener una experiencia del mercado, porque no se tiene contacto directo con el consumidor final.

4.8 Programa de actividades.

a) Producción:

El producto, al momento de salir de la fábrica, etiquetarse, ser envasado y embalado, podrá exportarse.

El viaje tendrá una duración aproximada de 30 días.

b) Distribución:

En el momento de introducción del producto en el mercado elegido, podrá convenirse un precio bajo en relación al que se pactará para su venta una vez posicionado el producto.

No se manejará el producto con una sola distribuidora por lo tanto, se estará en constante comunicación con los diferentes detallistas, sin perder mercado.

c) Promoción:

Las muestras de las exposiciones y de las exportaciones serán acompañadas con un folleto de la empresa, para indicar su localización, condiciones y perfil, así como sugerencias de bebidas preparadas con el producto.

Con un mes de anticipación a la exposición en la feria antes mencionada, se tendrán preparados dichos folletos.

El costo de la promoción puede compartirse con la distribuidora en España a través de sus canales.

Antes de comercializar el producto en España, los medios masivos de comunicación, ya lo están dando a conocer.

Se prepararán stands para degustar el producto en España un mes antes de que llegue el primer contenedor.

5. ASPECTOS OPERACIONALES DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN.

5. ASPECTOS OPERACIONALES DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION.

La planta en la actualidad se conforma de 10 empleados encargados de la producción, desde la siembra, la jima (corte), el desgarre de las piñas, la molienda y todo el proceso restante para la producción de Tequila 100% puro de agave.

Uno de los puntos que se quiere implementar en base al incremento de la producción, es la contratación de mas personal capacitado, así mismo, enviar a nuestros empleados a otras plantas para poder maximizar su rendimiento y enriquecer sus conocimientos sobre la producción del producto.

Esto mismo, ayudará a establecer nuevos tiempos y movimientos en la producción, y así aprovechar al máximo la capacidad instalada de la planta, ya que ésta, tiene capacidad para producir 14,000 litros mensuales y se están produciendo 10,000, los cuales son suficientes por el momento, pero a manera que se vaya incrementando la demanda de nuestro producto tanto en el mercado nacional como en el internacional.

La planta se encuentra en la etapa de la creación de una nueva presentación del envase de tequila, lo cual es un impulso hacia adelante para distinguirse entre las otras marcas que se encuentran en el mercado español.

Por el momento, en el país no hay tecnología específica para la elaboración del Tequila, por lo que todo lo que se utiliza en el proceso es para otros productos.

Es necesaria la contratación de un ingeniero industrial para que analice las modificaciones y adecuaciones que sean necesarias para la optimización de recursos financieros y humanos, y así agilizar la producción de este, sin alterar la calidad e incrementar la cantidad.

Este plan de mejoramiento, sé esta tratando de establecer a través del Consejo Regulador del Tequila un fondo: donde todas las industrias productoras, miembros de éste, se asocien para poner en marcha un centro de investigación, con lo cual la empresa daría un paso adelante, ya que si se ejecuta ahora, la competencia estaría ya en desventaja.

Y si a esto se sumara que quizá tendrían que comprar a "Agroindustrias Santa Clara" la patente, de lo que se haya diseñado, sería un ingreso más para mejorar la producción, e incrementar los terrenos de siembra de la industria.

El plan de comercialización en el ámbito nacional ya está en práctica, el cual consta de negociaciones con las grandes cadenas de supermercados en Guadalajara, así como varios restaurantes y bares de la misma ciudad.

Esto se decidió por ser la ciudad donde se venden más marcas de tequila, y el público puede decir escoger la mejor calidad, donde hasta el momento de lo ofrecido, ha resultado muy positivo, por lo que se tiene contemplado la posibilidad de que en el mercado destino se realice lo mismo, apoyando así al importador a promover nuestro producto.

Toda la creación del centro de investigación es sobre la base de las ventas realizadas al extranjero, e implementándose inmediatamente a partir de consumada la negociación con nuestra contraparte.

5.1 Adecuaciones a la producción.

La capacidad actual de la planta es de 14,000 litros mensuales de tequila Blanco, de la cual produce 10,000 litros.

El personal con el que se cuenta actualmente son 10 empleados, los cuales desempeñan la labor de producción del tequila, todos rotan las actividades.

El corte del agave, es realizado por subcontratación a personas físicas de la misma área donde se encuentra la siembra, y únicamente se dedican a esta actividad, el salario de esta gente se incluye en sueldos de trabajadores.

La materia prima se obtiene de las mismas tierras que pertenecen a la industria por lo que la producción actual no ha requerido de ser abastecida por materia prima comprada.

Nuestros proveedores son los siguientes:

Vidrioforma: nos abastece de las botellas de vidrio.

Lito Etiquetas: nos abastece de las etiquetas.

Autográficas: nos abastece de las cajas.

Plásticos Dumex: nos abastece de las taparosca.

Jeppack: nos abastece de los sellos de garantía.

El control de calidad como se mencionó con anterioridad es por parte del CRT, además de un empleado en la planta que se encarga de revisar cada botella para que no contengan sedimentación o mostos, la empresa cuenta con un laboratorio de prueba que se hace a cada alambique, ya sea de tequila blanco, reposado o añejo.

Las normas ya han sido mencionadas con anterioridad.

Los inventarios con los que cuenta la industria en el momento son de 1,700 cajas, las cuales son 1,000 de Tequila Reposado y 700 de Tequila Blanco.

5.2 Logística internacional.

Se maneja como precio unitario a cada botella de 750 ml. El valor total es de 10,080 botellas.

Hoja de costeo para precio de exportación vía marítima:

	UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL ACUMULADO
Gastos en planta	7.00	70,560.00	
Embalaje de exportación	0.02	151.20	
Marcas, numero y etiquetas	0.00	30.24	
I.V.A.	-	-	
EX-WORKS	7.02	70,741.44	70,741.44
Trámite de documentos	-	-	
Permisos	-	-	
Autorizaciones	-	-	
Opiniones	-	-	
Certificados	0.25	200.00	
Visas	0.00	10.08	
Fianzas (si se requiere)	-	-	
Otros	-	-	
Recolección	-	-	
Maniobras de Carga	0.08	62.50	
Renta de equipo especial	0.02	200.00	
Acarreo	0.04	32.00	
Maniobras de descarga	0.08	62.50	
Otros	-	-	
Transporte nacional	-	-	
Flete	0.08	826.00	
Traslado	-	-	
Maniobras hasta recinto fiscal	-	-	
Otros	-	-	
Impuestos	-	-	
De exportación, conforme al régimen fiscal arancelario.	-	-	
Despacho aduanal	-	-	
Documentación	0.00	3.20	
Servicios (gastos) complementarios	0.04	32.00	
Honorarios	0.09	72.00	
Abrir y cerrar cajas	-	-	
Maniobras en el recinto fiscal	0.10	80.00	
Financiamiento	-	-	
IVA	-	-	
Otros	-	-	

	F.A.S.	7.80	1,580.28	72,321.72
Maniobras de costado a bordo del buque		0.25	200.00	
Seguro hasta abordado del buque		0.15	120.00	
	F.O.B.	8.20	320.00	72,641.72
Transporte de puertos salida/destino				
Flete		0.35	3,500.00	
Recargos		-	-	
Otros		-	-	
	C.&F.	8.55	3,500.00	76,141.72
Seguro hasta puerto de destino		0.15	120.00	
C.I.F. (sobre el valor total acumulado)		8.70	120.00	76,261.72
Seguro		0.00	50.00	
Gastos en el puerto		0.01	60.00	
Cargos Bancarios		0.00	15.00	
Flete a la planta		0.01	70.00	
SUB-TOTAL		8.72	195.00	76,456.72
Aranceles (gravamen)		0.03	333.24	
TOTAL		8.75	333.24	76,789.96
Utilidad comercializadora 2%		0.18	1,535.79	
TOTAL al Cliente		8.93		78,325.75

5.2.1. Requisitos de exportación e importación.

Los requisitos establecidos por el gobierno Mexicano para poder exportar Tequila 100% agave es presentar el certificado de exportación que proporciona el Consejo Regulador del Tequila.

Los requisitos que exige el CRT, se encuentran descritos en capítulos anteriores.

La importación de tequila en España exige los siguientes requisitos:

- a) El tequila debe de cumplir con lo establecido en la Normativa Nacional Española, que en su Real Decreto No.

1416/1982 de la Presidencia del Gobierno, de 28 de Mayo de 1982, regula y aprueba la "Reglamentación Técnico - Sanitaria" para la elaboración, circulación y comercio de aguardientes compuestos, licores, aperitivos sin vino base y otras bebidas derivadas de alcoholes naturales; normativa en la que se encuentra el Tequila de agáve. Cabe mencionar que dicho Real Decreto ha sido modificado en cuatro ocasiones: Octubre, 1984; Marzo, 1988; Julio, 1990; Octubre, 1990.²¹

- b) En segundo lugar, además de lo establecido en el punto a), los productos alimenticios envasados están obligados a las especificaciones que sobre etiquetado se encuentran recogidas en el Real Decreto 212/1992, de 6 de Marzo, normativa que aprueba la "Norma General de Etiquetado, Presentación y Publicidad de los Productos Alimenticios".

En el caso especial del Tequila este producto debe presentar su etiquetado, las menciones, las indicaciones, marcas de fábrica o comercial, dibujos o signos relacionados con el producto; asimismo los ingredientes, incluidos los aditivos alimentarios; el lote y la fecha de duración mínima.

Finalmente según el art. 8 de la referida norma, en el caso de las bebidas con grado alcohólico superior en volúmen al 1,2 % deberán incluir la indicación del grado alcohólico volumétrico adquirido.

²¹ Boletín oficial Español, Núm 259, 28 de junio de 1982. Bancomext

La referida norma también es aplicable a todos los productos alimentarios, sin perjuicio de lo que establezcan los Reglamentos de la Comunidad Económica Europea.

- c) Finalmente, al ser un producto bajo la denominación "Países Terceros", los importadores deberán estar inscritos en el Registro General Sanitario de Alimentos, según lo establece el Real Decreto 1712/1991 de 29 de noviembre de 1991.²²

Esta reglamentación debe ser solicitada en el Ministerio de Sanidad y Consumo.

5.2.2. Tipo de transporte, ruta y tiempo.

El transporte de la mercancía será en un contenedor de 20 pies, con capacidad de almacenaje de 840 cajas de tequila Nativo Reposado 100% agave, de 750ml.

Este contenedor tiene las siguientes dimensiones:

6,10 mts. de largo.

2,40 mts. de ancho.

2,05 mts. de altura.

La ruta del transporte será:

a) Terrestre:

Barranca de Santa Clara, Zacoalco, Jalisco - Altamira, Tamaulipas.

b) Marítimo:

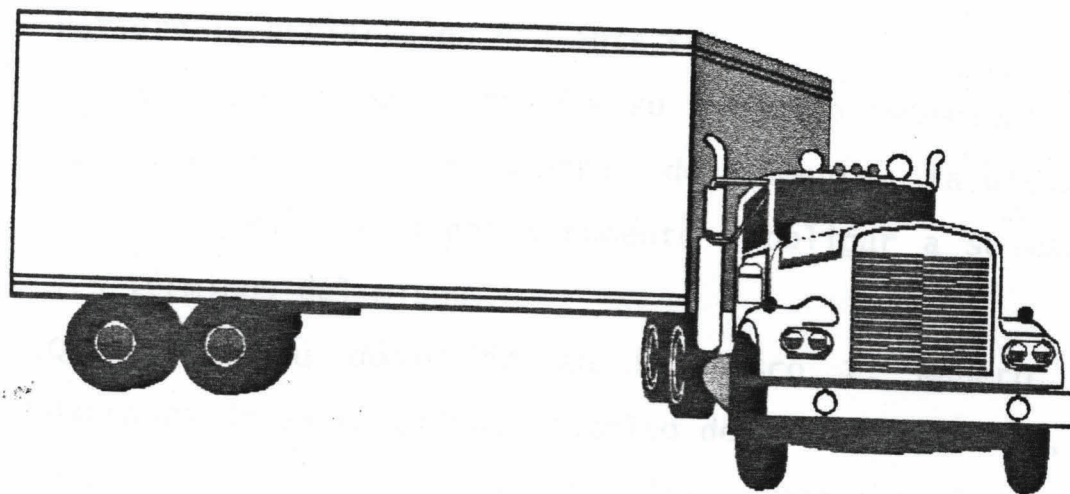
Altamira, Tamaulipas - Barcelona, España

El tiempo estimado en que la mercancía llegue a su destino es de 25 días a partir de que se cargue el contenedor en Jalisco.

La distancia del envío será:

a) 1,300 Km. por vía terrestre.

b) 6 800 Millas Marinas por vía marítima (12,593.6km).



5.3 Contrato, forma de pago y negociación.

Contrato de compraventa que celebran por una parte "Agroindustrias Santa Clara" S.P.R. de R.L. y por la otra la empresa Compañía Internacional de Negocios a quienes se les denominara en lo sucesivo como "La Vendedora" y "La Compradora"

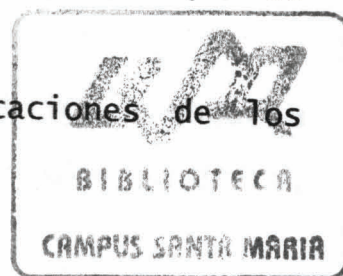
respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:

Declara "la vendedora":

1. Que es una persona moral legalmente constituido de conformidad con las leyes de la República Mexicana el 22 de octubre de 1997.
2. Que dentro de su sujeto social se encuentra entre otras actividades, las de fabricación, comercialización, importación y exportación de Tequila.
3. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
4. Que el Gerente de Ventas es su legitimo representante y en consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su empresa en los términos del mismo.
5. Que tiene su domicilio en Francisco I. Madero No. 57, Barranca de Santa Clara, Zoacalco de Torres, Jalisco, México. Mismo que se señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

Declara "la Compradora":

1. Que es la empresa constituida de acuerdo a las leyes en España y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de "La Vendedora".
2. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.



3. Que tiene su domicilio Arturo Soria No. 99 28043 Madrid, España.

Ambas partes declaran:

Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y al tenor de las siguientes:

C L A U S U L A S

Primera.- Objeto del Contrato. Por medio de este instrumento "La Vendedora" se obliga a Vender a "La Compradora" a adquirir Tequila Reposado Marca Nativo, en su presentación de 750 ml, la cantidad de 10,080 botellas.

Segunda.- Precio. El precio de los productos objeto de este contrato que "La Compradora" se compromete a pagar será de 72,641.72 usd FOB. Puerto de Altamira Tamaulipas INCOTERMS de 1990 CCI.

Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando este sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas o sociales extremas en el país de origen o en el destino, en perjuicio de cualquiera de las partes.

Tercera.- Forma de Pago. "La Compradora" se obliga a pagar a "La Vendedora" el precio pactado en la cláusula anterior,

mediante carta de crédito documentaria, confirmada e irrevocable y pagadera a la vista contra entrega de los documentos siguientes:

Factura de las mercancías,
Conocimiento de Embarque,
Certificado de origen,
Póliza de Seguro,
Certificado de Calidad,
Lista de Empaque,
Certificado de Exportación (CRT),
Certificado Fitosanitario.

De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, "La Compradora" se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se establezca la carta de crédito en las condiciones señaladas en el Banco Santander Mexicano de la Ciudad de Morelia Michoacán con una vigencia de 15 días a partir de establecido y firmado este contrato.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito serán pagados por "La Compradora".

Cuarta.- Envase y Embalaje de las mercancías. "La Vendedora" se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda anterior cumpliendo las especificaciones siguientes:

El empaque, es una caja de cartón modular la cual tiene una capacidad para guardar 12 botellas de 750ml y es de las siguientes dimensiones: largo 40 cm., ancho 30 cm., alto 25 cm.

El embalaje, es un Euro-palet de 120cm x 100cm, se utiliza madera de pino de segunda clase, así mismo se flejan las cajas para evitar movimiento.

Nota: La capacidad máxima de estiba es de 6 cajas.

Quinta.- Fecha de entrega. "La Vendedora". Se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los 5 primeros días posteriores a la fecha en que reciba la confirmación de la carta de crédito que se menciona en la cláusula tercera del presente contrato.

Sexta.- Patentes y Marcas. "La Vendedora" declara y "La Compradora" reconoce que los productos de este contrato, se encuentran debidamente registrados al amparo de la marca 1597-58-45 ante la Dirección General de Desarrollo Tecnológico, de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial de México.

"La Compradora" se obliga por medio de este instrumento a prestar toda la ayuda que sea necesaria a "La Vendedora" a costa y riesgo de esta última, para que las patentes y marcas a que se refiere la presente cláusula sean debidamente registradas en España.

Así mismo "la Compradora" se compromete a notificar a "La Vendedora", tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido a dicha patente y marca durante la vigencia del presente contrato a fin de que "la Vendedora" pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

Séptima.- Vigencia del Contrato. Ambas partes convienen que una vez que "la Vendedora" haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera; y "La Compradora" haya cumplido plenamente con todas y cada una de las obligaciones estipuladas en el presente contrato operara automáticamente su terminación.

Octava.- Rescisión por incumplimiento. Ambas partes podrán rescindir este contrato en el caso de que una de ellas incumpla su obligación y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar dicho incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá de dar aviso a la otra, cumplido que sea término a que se refiere el párrafo anterior.

Novena.- Insolvencia. Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa, en caso de que una de ellas fuere

declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

Décima.- Subsistencia de las obligaciones. La rescisión o terminación de este contrato no afectara de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deban diferirse a fecha posterior. En consecuencia, las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

Décima primera.- Cesión de derechos y obligaciones. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivados de este contrato.

Décima segunda.- Límite de la responsabilidad contractual. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y obligaciones establecidos en este contrato los cuales podrán reanudar de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

Décima tercera.- Legislación aplicable. En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes de la República Mexicana,

particularmente lo dispuesto en la Convención de Naciones Unidas sobre Contratos de compraventa Internacional de Mercaderías y en su defecto, por los usos y practicas comerciales reconocidos por éstas.

Décima cuarta.- Arbitraje. Para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje de la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, auspiciada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., con domicilio en la Ciudad de México, Distrito Federal, de conformidad con lo dispuesto en el reglamento de procedimientos de la comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC).

Se firma este contrato en la Ciudad de Morelia, Michoacán a los ___ días del mes de ____ de mil novecientos noventa y ocho.

“LA VENDEDORA”

“LA COMPRADORA”

El punto de partida para la negociación es de 2 dólares adicionales de margen para negociar y así poder entablar las negociaciones con la compradora, logrando así el bienestar de las dos partes asegurando la obtención de una compra constante.

La venta de un contenedor mensual, es igual a mas del 80% de nuestra producción.

La renovación del contrato será uno de los puntos a tratar dentro de la negociación, ya que si se mantiene una buena relación comercial, se establecerá una carta de crédito a mas largo plazo, para así añadir una cláusula roja donde se especifique la entrega de un contenedor mensual.

Además, en base a las ventas proyectadas, cabe la posibilidad de incrementar el volumen al mismo mercado, debido al incremento en la producción y siembra de agave, y si es necesario se buscarían proveedores de la materia prima, para así satisfacer la demanda de este mercado y poder incursionar en otros.

Se eligió carta de crédito porque "Agroindustrias Santa Clara", comenzará a exportar su producto a España y las referencias que se tienen sobre comercializadores y distribuidores sólo son datos generales, de manera que al no conocer plenamente a las personas físicas y /o morales con las que se realizarán las transacciones para exportar.

La carta de crédito es una buena herramienta ya que los términos y condiciones pueden ser evidenciados y verificados en documentos, pues los bancos se basarán en ellos para pagar o rechazar las operaciones.

Ventajas del contrato de compraventa:

- Diferencia en legislación de ambos países.
- Contratación y pago de compañías transportistas, aseguradoras y agencias aduanales.
- Mayor certidumbre jurídica y consecuentemente se reducirá la posibilidad de divergencias o controversias comerciales.

6. ESTADOS FINANCIEROS.

6.1. Inversiones.

Porcentaje que representa del total

INVERSION FIJA	
Terreno	2,000,000.0
Equipo proceso	159,000.0
Equipo auxiliar	4,000.0
Equipo oficina	20,000.0
Equipo transporte	147,000.0
Obra civil	1,320,500.0
Subtotal	3,650,500.0
Impr. invers. fija 1.5%	54,757.5
TOTAL INVERSIÓN FIJA	3,705,257.5

92.1 %

INVERSIÓN DIFERIDA	
Permisos	41,540.0
Capacit. y puesta en marcha	2,000.0
Estudios y proyectos	1,000.0
Instalación y montaje	5,000.0
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	49,540.0

02.1 %

CAPITAL DE TRABAJO (mes)	
Asesoría técnica	583.3
Mantenimiento y refacciones	5,000.0
M.O.D. *	12,000.0
M.O.I. *	10,000.0
Materia prima	94,000.0
Etiquetado	38,400.0
Diesel	20,000.0
Gasolina	5,000.0
Empaque y embotellado	75,000.0
Gtos. Grales. Admón.	4,500.0
Subtotal	264,483.3
Imprevistos 1 %	2,644.8
TOT. CAPITAL DEL TRABAJO	267,128.2

06.6 %

*M.O.D.: Mano de obra directa.

*M.O.I.: Mano de obra indirecta.

RESUMEN DE INVERSIONES	
Inversión fija	3,705,257.5
Inversión diferida	49,540.0
Capital de trabajo	267,128.2
TOTAL INVERSIONES	4,021,925.7

6.1.1. Balance inicial

ACTIVO			
Circulante			
Efectivo	84,985.6		
Cuentas por cobrar	0.0		
Inventarios	236,900.0		
TOTAL AC. CIRCUL.		321,885.6	
Fijo			
Terreno	2,000,000.0		
Equipo proceso	159,000.0		
Depreciación	(0.0)		
Equipo auxiliar	4,000.0		
Depreciación	(0.0)		
Equipo transporte	147,000.0		
Depreciación	(0.0)		
Equipo oficina	20,000.0		
Depreciación	(0.0)		
Obra civil	1,320,500.0		
Depreciación	(0.0)		
TOTAL AC. FIJO		3,650,500.0	
Diferido			
Permisos	41,540.0		
Amortización	(0.0)		
Capacitación	2,000.0		
Amortización	(0.0)		
Estudios y proyectos	1,000.0		
Amortización	(0.0)		
Montaje e instalación	5,000.0		
TOTAL AC. DIFERIDO		49,540.0	
TOTAL ACTIVO			4,021,925.6
PASIVO			
Circulante	0.00		
Fijo	0.00		
TOTAL PASIVO			0.00
CAPITAL			
Social	4,021,925.7		
Utilidad retenida ej. Ant.	0.00		
Utilidad del ejercicio	0.00		
Superávit o déficit	0.00		
TOTAL CAPITAL			4,021,925.70

(Esta empresa labora con capital propio).

6.2. Presupuesto de egresos.

6.2.1. Depreciación de inversión fija:

CONCEPTO	V.U. *	VALOR	VALOR DE RESCATE %	VALOR DE RESCATE \$	DEPRECI. ANUAL
----------	-----------	-------	--------------------	---------------------	----------------

AREA PRODUCTIVA

Equipo de proceso	10	159,000	30.0%	47,700.0	11,130.0
Equipo auxiliar	10	4,000	30.0%	1,200.0	280.0
Obra civil (80%)	20	1,056,400	40.0%	422,560.0	31,692.0
Subtotal		1,219,400			43,102.0

AREA OPERATIVA

Equipo de transporte	4	147,000	25.0%	36,750.0	27,562.5
Equipo de oficina	10	20,000	0.0%	-	2,000.0
Obra civil (20%)	20	264,100	40.0%	105,640.0	7,923.0
Subtotal		431,100			37,485.5
TOTAL		1,650,500			80,587.5

*V.U.: vida útil

Amortización de inversión diferida:

CONCEPTO	VALOR	PERIODO AMORTIZ	AMORTIZ ANUAL
----------	-------	-----------------	---------------

ÁREA PRODUCTIVA

Permisos	41,540	10	4,154.0
Capac., puesta en marcha	2,000	10	200.0
Instalación y montaje	5,000	10	500.0
Estudios y proyectos	1,000	10	100.0
TOTAL	49,540		4,954.0

6.2.2. Clasificación de costos y gastos:

AÑO 1			
CONCEPTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de producción			
Materia prima directa		1,128,000.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		60,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		460,800.0	
Diesel		240,000.0	
Empaque y embotellado		900,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	2,788,800.0	2,987,856.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		60,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	60,000.0	271,485.5
Gastos financieros			
Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	2,848,800.0	3,259,341.5

AÑO 2			
Costos de producción			
Materia prima directa		1,240,800.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		66,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		506,880.0	
Diesel		264,000.0	
Empaque y embotellado		990,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	3,067,680.0	3,266,736.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		66,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	66,000.0	277,485.5
Gastos financieros			
Amortización	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	3,133,680.0	3,544,221.5

CONCEPTOS	AÑO 3		
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de producción			
Materia prima directa		1,353,600.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		72,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		552,960.0	
Diesel		288,000.0	
Empaque y embotellado		1,080,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	3,346,560.0	3,545,616.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		72,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	72,000.0	283,485.5
Gastos financieros			
Amortización	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	3,418,560.0	3,829,101.5

CONCEPTOS	AÑO 4		
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de producción			
Materia prima directa		1,466,400.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		78,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		599,040.0	
Diesel		312,000.0	
Empaque y embotellado		1,170,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	3,625,440.0	3,824,496.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina	-	78,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	78,000.0	289,485.5
Gastos financieros			
Amortización	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	3,703,440.0	4,113,981.5

AÑO 5

CONCEPTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de producción			
Materia prima directa		1,579,200.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		84,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		645,120.0	
Diesel		336,000.0	
Empaque y embotellado		1,260,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	3,904,320.0	4,103,376.0

Gastos operativos

Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		84,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	84,000.0	295,485.5

Gastos financieros

Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	3,988,320.0	4,398,861.5

AÑO 6

Costos de producción

Materia prima directa		1,692,000.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		90,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		691,200.0	
Diesel		360,000.0	
Empaque y embotellado		1,350,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	4,183,200.0	4,382,256.0

Gastos operativos

Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		90,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	90,000.0	301,485.5

Gastos financieros

Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	4,273,200.0	4,683,741.5

AÑO 7

CONCEPTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de producción			
Materia prima directa		1,804,800.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		96,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		737,280.0	
Diesel		384,000.0	
Empaque y embotellado		1,440,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	4,462,080.0	4,661,136.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		96,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	96,000.0	307,485.5
Gastos financieros			
Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	4,558,080.0	4,968,621.5

AÑO 8

Costos de producción			
Materia prima directa		1,917,600.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		102,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		783,360.0	
Diesel		408,000.0	
Empaque y embotellado		1,530,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	4,740,960.0	4,940,016.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		102,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	102,000.0	313,485.5
Gastos financieros			
Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	4,842,960.0	5,253,501.5

AÑO 9

CONCEPTOS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costos de producción			
Materia prima directa		2,030,400.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		108,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		829,440.0	
Diesel		432,000.0	
Empaque y embotellado		1,620,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	5,019,840.0	5,218,896.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		108,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	108,000.0	319,485.5
Gastos financieros			
Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	5,127,840.0	5,538,381.5

AÑO 10

Costos de producción			
Materia prima directa		2,143,200.0	
Mano de obra directa	144,000.0		
Mantenimiento y refacciones		114,000.0	
Asesoría técnica	7,000.0		
Etiquetado		875,520.0	
Diesel		456,000.0	
Empaque y embotellado		1,710,000.0	
Depreciación productiva	43,102.0		
Amortización productiva	4,954.0		
SUBTOTAL	199,056.0	5,298,720.0	5,497,776.0
Gastos operativos			
Gastos administración	54,000.0		
Gasolina		114,000.0	
Mano de obra indirecta	120,000.0		
Depreciación operativa	37,485.5		
Amortización operativa	-		
SUBTOTAL	211,485.5	114,000.0	325,485.5
Gastos financieros			
Amortización (Int. Preoperativos)	-		
Intereses (tabla de crédito)	-		
TOTAL EGRESOS	410,541.5	5,412,720.0	5,823,261.5

6.3. Proyección de egresos.

AÑO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	GASTOS DE OPERACIÓN	GTOS FINANC.*	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
1	2,987,856.0	271,485.5	0.0	410,541.5	2,848,800.0	3,259,341.5
2	3,266,736.0	277,485.5	0.0	410,541.5	3,133,680.0	3,544,221.5
3	3,545,616.0	283,485.5	0.0	410,541.5	3,418,560.0	3,829,101.5
4	3,824,496.0	289,485.5	0.0	410,541.5	3,703,440.0	4,113,981.5
5	4,103,376.0	295,485.5	0.0	410,541.5	3,988,320.0	4,398,861.5
6	4,382,256.0	301,485.5	0.0	410,541.5	4,273,200.0	4,683,741.5
7	4,661,136.0	307,485.5	0.0	410,541.5	4,558,080.0	4,968,621.5
8	4,940,016.0	313,485.5	0.0	410,541.5	4,842,960.0	5,253,501.5
9	5,218,896.0	319,485.5	0.0	410,541.5	5,127,840.0	5,538,381.5
10	5,497,776.0	325,485.5	0.0	410,541.5	5,412,720.0	5,823,261.5

*Gtos. Financ.: Gastos financieros

Éste resumen de los costos y gastos proyectados, muestra que los costos de producción representan el 92 % del total de gastos. Los gastos de operación representan el 8 %. La mayor parte de los costos son variables.

6.4. Proyección de ingresos.

AÑO	PRECIO DE VENTA PROMEDIO	VOLÚMEN DE PRODUCCIÓN PROMEDIO (lts.)	EFICIENCIA	\$ VTA. * VOL.	INGRESOS TOTALES
1	\$106	120,000	85%	12,720,000.0	10,812,000.0
2	\$106	132,000	85%	13,992,000.0	11,893,200.0
3	\$106	144,000	85%	15,264,000.0	12,974,400.0
4	\$106	156,000	85%	16,536,000.0	14,055,600.0
5	\$106	168,000	85%	17,808,000.0	15,136,800.0
6	\$106	180,000	85%	19,080,000.0	16,218,000.0
7	\$106	192,000	85%	20,352,000.0	17,299,200.0
8	\$106	204,000	85%	21,624,000.0	18,380,400.0
9	\$106	216,000	85%	22,896,000.0	19,461,600.0
10	\$106	228,000	85%	24,168,000.0	20,542,800.0

6.5. Proyección del estado de resultados.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	10,812,000.0	11,893,200.0	12,974,400.0	14,055,600.0	15,136,800.0
Costo producción	2,987,856.0	3,266,736.0	3,545,616.0	3,824,496.0	4,103,376.0
Utilidad bruta	7,824,144.0	8,626,464.0	9,428,784.0	10,231,104.0	11,033,424.0
Gastos operación	271,485.5	277,485.5	283,485.5	289,485.5	295,485.5
Utilidad operación	7,552,658.5	8,348,978.5	9,145,298.5	9,941,618.5	10,737,938.5
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Otros ingresos	-	-	-	-	-
Util. Neta antes imp.	7,552,658.5	8,348,978.5	9,145,298.5	9,941,618.5	10,737,938.5
Impuestos					
I.S.R. 34 %	2,567,903.9	2,838,652.7	3,109,401.5	3,380,150.3	3,650,899.1
P.T.U. 10%	-	834,897.9	914,529.9	994,161.9	1,073,793.9
UTILIDAD NETA	4,984,754.6	4,675,428.0	5,121,367.2	5,567,306.4	6,013,245.6

CONCEPTO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	16,128,000.0	17,299,200.0	18,380,400.0	19,461,600.0	20,542,800.0
Costo producción	4,382,256.0	4,661,136.0	4,940,016.0	5,218,896.0	5,497,776.0
Utilidad bruta	11,745,744.0	12,638,064.0	13,440,384.0	14,242,704.0	15,045,024.0
Gastos operación	301,485.5	307,485.5	313,485.5	319,485.5	325,485.5
Utilidad operación	11,444,258.5	12,330,578.5	13,126,898.5	13,923,218.5	14,719,538.5
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Otros ingresos	-	-	-	-	-
Util. Neta antes imp.	11,444,258.5	12,330,578.5	13,126,898.5	13,923,218.5	14,719,538.5
Impuestos					
I.S.R. 34 %	3,891,047.9	4,192,396.7	4,463,145.5	4,733,894.3	5,004,643.1
P.T.U. 10%	1,144,425.9	1,233,057.9	1,312,689.9	1,392,321.9	1,471,953.9
UTILIDAD NETA	6,408,784.8	6,905,124.0	7,351,063.2	7,797,002.4	8,242,941.6

En la proyección de las ventas, se está suponiendo un 10 % de aumento anual. El renglón de gastos financieros permanece en cero debido a que es una empresa que tiene como fuente de financiamiento capital de los socios, es decir, carece de préstamos.

6.6. Proyección del balance general.

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVO				
Circulante				
Efectivo	84,985.6	5,098,425.7	9,859,395.2	15,066,303.9
Inventarios	236,900.0	293,756.0	293,756.0	293,756.0
Otras inversiones	-	-	-	-
TOTAL AC. CIRCUL.	321,885.6	5,392,181.7	10,153,151.2	15,360,059.9
Fijo				
Terreno	2,000,000.0	2,000,000.0	2,000,000.0	2,000,000.0
Equipo proceso	159,000.0	159,000.0	159,000.0	159,000.0
Depreciación	-	11,130.0	22,260.0	33,390.0
Equipo auxiliar	4,000.0	4,000.0	4,000.0	4,000.0
Depreciación	-	280.0	560.0	840.0
Equipo transporte	147,000.0	147,000.0	147,000.0	147,000.0
Depreciación	-	27,562.5	55,125.0	82,687.5
Equipo oficina	20,000.0	20,000.0	20,000.0	20,000.0
Depreciación	-	2,000.0	4,000.0	6,000.0
Obra civil	1,320,500.0	1,320,500.0	1,320,500.0	1,320,500.0
Depreciación	-	39,615.0	79,230.0	118,845.0
TOTAL AC. FIJO	3,650,500.0	3,569,912.5	3,489,325.0	3,408,737.5
Diferido				
Gastos diferidos	49,540.0	49,540.0	49,540.0	49,540.0
Amortización	-	4,954.0	9,908.0	14,862.0
TOTAL AC. DIFER.	49,540.0	44,586.0	39,632.0	34,678.0
TOTAL ACTIVO	4,021,925.6	9,006,680.2	13,682,108.2	18,803,475.4
PASIVO				
Circulante	-	-	-	-
Fijo	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	-	-	-	-
CAPITAL				
Social	4,021,925.6	4,021,925.6	4,021,925.6	4,021,925.6
Utilidad retenida ej. Ant.	-	-	4,984,754.6	9,660,182.6
Utilidad del ejercicio	-	4,984,754.6	4,675,428.0	5,121,367.2
TOTAL CAPITAL	4,021,925.6	9,006,680.2	13,682,108.2	18,803,475.4
TOTAL PASIVO + CAPITAL	4,021,925.6	9,006,680.2	13,682,108.2	18,803,475.4

	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
ACTIVO				
Circulante				
Efectivo	20,608,901.8	26,707,688.9	33,202,015.0	40,192,680.5
Inventarios	293,756.0	293,756.0	293,756.0	293,756.0
Otras inversiones	-	-	-	0.0
TOTAL AC. CIRCUL.	20,902,657.8	27,001,444.9	33,495,771.0	40,486,436.5
Fijo				
Terreno	2,000,000.0	2,000,000.0	2,000,000.0	2,000,000.0
Equipo proceso	159,000.0	159,000.0	159,000.0	159,000.0
Depreciación	44,520.0	55,650.0	66,780.0	77,910.0
Equipo auxiliar	4,000.0	4,000.0	4,000.0	4,000.0
Depreciación	1,120.0	1,400.0	1,680.0	1,960.0
Equipo transporte	257,250.0	257,250.0	257,250.0	257,250.0
Depreciación	110,250.0	137,812.5	165,375.0	192,937.5
Equipo oficina	20,000.0	20,000.0	20,000.0	20,000.0
Depreciación	8,000.0	10,000.0	12,000.0	14,000.0
Obra civil	1,320,500.0	1,320,500.0	1,320,500.0	1,320,500.0
Depreciación	158,460.0	198,075.0	237,690.0	277,305.0
TOTAL AC. FIJO	3,438,400.0	3,357,812.5	3,277,225.0	3,196,637.5
Diferido				
Gastos diferidos	49,540.0	49,540.0	49,540.0	49,540.0
Amortización	19,816.0	24,770.0	29,724.0	34,678.0
TOTAL AC. DIFER.	29,724.0	24,770.0	19,816.0	14,862.0
TOTAL ACTIVO	24,370,781.8	30,384,027.4	36,792,812.0	43,697,936.0
PASIVO				
Circulante	-	-	-	0.0
Fijo	-	-	-	0.0
TOTAL PASIVO	-	-	-	0.0
CAPITAL				
Social	4,021,925.6	4,021,925.6	4,021,925.6	4,021,925.6
Utilidad retenida ej. Ant.	14,781,549.8	20,348,856.2	26,362,101.8	32,770,886.6
Utilidad del ejercicio	5,567,306.4	6,013,245.6	6,408,784.8	6,905,124.0
TOTAL CAPITAL	24,370,781.8	30,384,027.4	36,792,812.2	43,697,936.2
TOTAL PASIVO + CAPITAL	24,370,781.8	30,384,027.4	36,792,812.2	43,697,936.2

	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVO			
Circulante			
Efectivo	47,519,035.2	55,401,579.1	63,730,062.2
Inventarios	293,756.0	293,756.0	293,756.0
Otras inversiones	0.0	0.0	0.0
TOTAL AC. CIRCUL.	47,812,791.2	55,695,335.1	64,023,818.2
Fijo			
Terreno	2,000,000.0	2,000,000.0	2,000,000.0
Equipo proceso	159,000.0	159,000.0	159,000.0
Depreciación	89,040.0	100,170.0	111,300.0
Equipo auxiliar	4,000.0	4,000.0	4,000.0
Depreciación	2,240.0	2,520.0	2,800.0
Equipo transporte	367,500.0	367,500.0	367,500.0
Depreciación	220,500.0	248,062.5	275,625.0
Equipo oficina	20,000.0	20,000.0	20,000.0
Depreciación	16,000.0	18,000.0	20,000.0
Obra civil	1,320,500.0	1,320,500.0	1,320,500.0
Depreciación	316,920.0	356,535.0	396,150.0
TOTAL AC. FIJO	3,226,300.0	3,145,712.5	3,065,125.0
Diferido			
Gastos diferidos	49,540.0	49,540.0	49,540.0
Amortización	39,632.0	44,586.0	49,540.0
TOTAL AC. DIFER.	9,908.0	4,954.0	0.0
TOTAL ACTIVO	51,048,999.2	58,846,001.6	67,088,943.2
PASIVO			
Circulante	0.0	0.0	0.0
Fijo	0.0	0.0	0.0
TOTAL PASIVO	0.0	0.0	0.0
CAPITAL			
Social	4,021,925.6	4,021,925.6	4,021,925.6
Utilidad retenida ej. Ant.	39,676,010.6	47,027,073.8	54,824,076.2
Utilidad del ejercicio	7,351,063.2	7,797,002.4	8,242,941.6
TOTAL CAPITAL	51,048,999.4	58,846,001.8	67,088,943.4
TOTAL PASIVO + CAPITAL	51,048,999.4	58,846,001.8	67,088,943.4

6.7. Razones financieras.

INDICE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RIESGOS					
Liquidez	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Razón del capital de trabajo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Endeudamiento	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Capital / pasivo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
RENTABILIDAD					
Rentabilidad / inversión	55.30%	34.20%	27.20%	22.80%	19.80%
Rentabilidad de los socios	55.35%	34.17%	27.24%	22.84%	19.79%
Rentabilidad de operación	83.86%	61.02%	48.64%	40.79%	35.34%
Costo de capital	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Apalancamiento	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

INDICE	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
RIESGOS					
Liquidez	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Razón del capital de trabajo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Endeudamiento	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Capital / pasivo	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
RENTABILIDAD					
Rentabilidad / inversión	17.40%	15.80%	14.40%	13.20%	12.30%
Rentabilidad de los socios	17.42%	15.80%	14.40%	13.25%	12.29%
Rentabilidad de operación	31.10%	28.22%	25.71%	23.66%	21.94%
Costo de capital	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Apalancamiento	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Para los socios, el porcentaje de rentabilidad de su empresa es del 55.35 % en el primer año. Es decir, por cada peso que ellos inviertan en la empresa, podrán recibir \$ 0.55 de utilidad.

Por cada peso invertido en activo, se obtiene de utilidad neta \$ 0.55.

Y antes de pagar impuestos, la utilidad con respecto a la inversión podrá ser \$ 0.83

6.8. Estado de flujo de efectivo.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FUENTES DE EFECTIVO					
Ventas	10,812,000.0	11,893,200.0	12,974,400.0	14,055,600.0	15,136,800.0
Otros ingresos	-	-	-	-	-
Depreciaciones	80,587.5	80,587.5	80,587.5	80,587.5	80,587.5
Amortizaciones	4,954.0	4,954.0	4,954.0	4,954.0	4,954.0
DISMINUCIÓN DEL AC. CIR.					
Disminución inventarios	-	-	-	-	-
Disminución de ctas. x cob.	-	-	-	-	-
Disminución valores	-	-	-	-	-
DISM. DE AC. FIJO (No depre)					
Aumento pasivo circulante	-	-	-	-	-
Aumento pasivo fijo	-	-	-	-	-
Aumento capital social	-	-	-	-	-
TOTAL FUENTES EFECTIVO	10,897,541.5	11,978,741.5	13,059,941.5	14,141,141.5	15,222,341.5
USOS DE EFECTIVO					
Costos de producción	2,987,856.0	3,266,736.0	3,545,616.0	3,824,496.0	4,103,376.0
Gastos de operación	271,485.5	277,485.5	283,485.5	289,485.5	295,485.5
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Impuestos (ISR)	2,567,903.9	2,838,652.7	3,109,401.5	3,380,150.3	3,650,899.1
Impuestos (PTU)	-	834,897.9	914,529.9	994,161.9	1,073,793.9
AUMENTO DEL AC. CIR.					
Aumento de inventarios	56,856.0	-	-	-	-
Aumento de ctas. x cobrar	-	-	-	-	-
AUMENTO AC. FIJO	-	-	-	110,250.0	-
AUMENTO AC. DIFERIDO	-	-	-	-	-
DISMINUCIÓN DE PAS. CIRC.	-	-	-	-	-
DISMINUCIÓN DE PASIVO FIJO	-	-	-	-	-
DISMINUCIÓN DE CAPITAL	-	-	-	-	-
TOTAL USOS DE EFECTIVO	5,884,101.4	7,217,772.1	7,853,032.9	8,598,543.7	9,123,554.5
TOT. EFVO. DEL PERIODO	5,013,440.1	4,760,969.4	5,206,908.6	5,542,597.8	6,098,787.0
Efectivo anterior	84,985.6	5,098,425.7	9,859,395.2	15,066,303.9	20,608,901.8
Dividendos	-	-	-	-	-
EFIVO. DISPON. PRÓX. PER.	5,098,425.7	9,859,395.1	15,066,303.8	20,608,901.7	26,707,688.8

CONCEPTO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FUENTES DE EFECTIVO					
Ventas	16,128,000.0	17,299,200.0	18,380,400.0	19,461,600.0	20,542,800.0
Otros ingresos	-	-	-	-	-
Depreciaciones	80,587.5	80,587.5	80,587.5	80,587.5	80,587.5
Amortizaciones	4,954.0	4,954.0	4,954.0	4,954.0	4,954.0
DISMINUCIÓN DEL AC. CIR.					
Disminución inventarios	-	-	-	-	-
Disminución de ctas. x cob.	-	-	-	-	-
Disminución valores	-	-	-	-	-
DISM. DE AC. FIJO (No depre)					
Aumento pasivo circulante	-	-	-	-	-
Aumento pasivo fijo	-	-	-	-	-
Aumento capital social	-	-	-	-	-
TOTAL FUENTES EFECTIVO	16,213,541.5	17,384,741.5	18,465,941.5	19,547,141.5	20,628,341.5
USOS DE EFECTIVO					
Costos de producción	4,382,256.0	4,661,136.0	4,940,016.0	5,218,896.0	5,497,776.0
Gastos de operación	301,485.5	307,485.5	313,485.5	319,485.5	325,485.5
Gastos financieros	-	-	-	-	-
Impuestos (ISR)	3,891,047.9	4,192,396.7	4,463,145.5	4,733,894.3	5,004,643.1
Impuestos (PTU)	1,144,425.9	1,233,057.9	1,312,689.9	1,392,321.9	1,471,953.9
AUMENTO DEL AC. CIR.					
Aumento de inventarios	-	-	-	-	-
Aumento de ctas. x cobrar	-	-	-	-	-
AUMENTO AC. FIJO	-	-	110,250.0	-	-
AUMENTO AC. DIFERIDO	-	-	-	-	-
DISMINUCIÓN DE PAS. CIRC.	-	-	-	-	-
DISMINUCIÓN DE PASIVO FIJO	-	-	-	-	-
DISMINUCIÓN DE CAPITAL	-	-	-	-	-
TOTAL USOS DE EFECTIVO	9,719,215.3	10,394,076.1	11,139,586.9	11,664,597.7	12,299,858.5
TOT. EFVO. DEL PERIODO	6,494,326.2	6,990,665.4	7,326,354.6	7,882,543.8	8,328,483.0
Efectivo anterior	26,707,688.9	33,202,015.0	40,192,680.4	47,519,035.2	55,401,579.1
Dividendos	-	-	-	-	-
EFIVO. DISPON. PRÓX. PER.	33,202,015.1	40,192,680.4	47,519,035.0	55,401,579.0	63,730,062.1

6.9. Flujo Neto de Efectivo.

AÑO	UTILIDADES NETAS	DEPRECIACIÓN	AMORTIZACIÓN	CAPITAL CRÉDITO	CAPITAL SOCIOS	FLUJO NETO EFECTIVO
0	-	-	-	-	-4,021,925.7	- 4,021,925.7
1	4,984,754.6	80,587.5	4,954.0	-	-	5,070,296.1
2	4,675,428.0	80,587.5	4,954.0	-	-	4,760,969.5
3	5,121,367.2	80,587.5	4,954.0	-	-	5,206,908.7
4	5,567,306.4	80,587.5	4,954.0	-	110,250.0	5,542,597.9
5	6,013,245.6	80,587.5	4,954.0	-	-	6,098,787.1
6	6,408,784.4	80,587.5	4,954.0	-	-	6,494,325.9
7	6,905,124.0	80,587.5	4,954.0	-	-	6,990,665.5
8	7,351,063.2	80,587.5	4,954.0	-	110,250.0	7,326,354.7
9	7,797,002.4	80,587.5	4,954.0	-	-	7,882,543.9
10	8,242,941.6	80,587.5	4,954.0	-	-	8,328,483.1
11	-	-	-	-	-	3,065,125.0
						62,745,131.7

6.10. Periodo de Recuperación de las Inversiones de los Socios.

AÑO	FLUJO NETO EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0	- 4,021,925.7	- 4,021,925.7
1	5,070,296.1	1,048,370.4
2	4,760,969.5	
3	5,206,908.7	
4	5,542,597.9	
5	6,098,787.1	
6	6,494,325.9	
7	6,990,665.5	
8	7,326,354.7	
9	7,882,543.9	
10	8,328,483.1	
11	3,065,125.0	
	62,745,131.7	

6.11. Tasa Interna de Retorno.

AÑO	FLUJO NETO EFECTIVO	$i=50\%$	$i=120\%$	$i=126.3\%$	$i=126.35\%$	$i=127\%$
0	- 4,021,925.7	-4,021,925.7	-4,021,925.7	-4,021,925.7	- 4,021,925.7	-4,021,925.7
1	5,070,296.1	3,380,197.4	2,304,680.0	2,240,519.7	2,240,024.8	2,233,610.6
2	4,760,969.5	2,115,986.4	983,671.4	929,677.1	929,876.9	923,939.8
3	5,206,908.7	1,542,787.8	489,003.5	449,289.7	448,995.3	445,149.1
4	5,542,597.9	1,094,834.2	236,604.3	211,337.4	211,150.6	208,742.7
5	6,098,787.1	803,137.7	118,339.6	102,759.7	102,645.9	101,184.7
6	6,494,325.9	570,146.6	57,279.3	48,353.4	48,289.3	47,465.6
7	6,990,665.5	409,147.3	28,025.9	22,999.9	22,964.4	22,508.0
8	7,326,354.7	285,863.0	13,351.0	10,651.5	10,632.7	10,391.6
9	7,882,543.9	205,043.4	6,529.2	5,064.1	5,054.1	4,925.3
10	8,328,483.1	144,428.7	3,135.7	2,364.4	2,359.2	2,292.5
11	3,065,125.0	35,439.1	524.6	384.5	383.6	371.7
Suma	62,745,131.7	6,565,085.9	4,241,144.5	1,475.8	451.0	- 21,344.1

La tasa interna de retorno es del 126.35 % promedio anual, es decir, los socios recuperarán su inversión, al cien por ciento, en un periodo de nueve meses y medio.

6.12. Evaluación del Costo de Ventas contra Ventas.

AÑO	VENTAS TOTALES	COSTO DE VENTAS	RAZÓN %
1	\$10,812,000.0	2,987,856.0	361.86%
2	11,893,200.0	3,266,736.0	364.07%
3	12,974,400.0	3,545,616.0	365.93%
4	14,055,600.0	3,824,496.0	367.52%
5	15,136,800.0	4,103,376.0	368.89%
6	16,128,000.0	4,382,256.0	368.03%
7	17,299,200.0	4,661,136.0	371.14%
8	18,380,400.0	4,940,016.0	372.07%
9	19,461,600.0	5,128,896.0	379.45%
10	20,542,800.0	5,497,776.0	373.66%

Indica que por cada peso invertido en el costo de ventas, se obtendrán \$ 3.61 en ventas totales.

6.13. Evaluación de Eficiencia de Capital Fijo.

AÑO	VENTAS TOTALES	INVERSIÓN FIJA	RAZÓN
1	\$10,812,000.0	3,569,912.5	302.86%
2	11,893,200.0	3,489,325.0	340.85%
3	12,974,400.0	3,408,737.5	380.62%
4	14,055,600.0	3,438,400.0	408.78%
5	15,136,800.0	3,357,812.5	450.79%
6	16,128,000.0	3,277,225.0	492.12%
7	17,299,200.0	3,196,637.5	541.17%
8	18,380,400.0	3,226,300.0	569.71%
9	19,461,600.0	3,145,712.5	618.67%
10	20,542,800.0	3,065,125.0	670.21%

Indica que la inversión fija tiene una recuperación en el primer periodo del 300%.

Bibliografía.

- Programa Nacional de Eventos Internacionales 1998, Bancomext.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en España, *Estudio de alimentos*, Perfil del Tequila en España, Bancomext.
- Mercado del Tequila en España, No. 188, Bancomext.
- Totales de Exportaciones de México*, The World Trade Atlas, Enero-Abril 1998.
- Political Handbook of the World 1997, CSA Publication Editor University State University of New York.
- Ramón Huerta, José y Ruiz, Yolanda, *Vinos y Licores*, Expansión, Num. 714, 5 de noviembre 1997.
- Zúñiga Ma. Elena, *Entornos Comercio*, expansión, Núm. 798, 25 marzo 1998.
- Rico Rivera, Guadalupe, *Los muchos sueños de Jalisco*, Núm. 798, 25 de marzo de 1998.
- Sánchez Baños, Víctor, *Tequila: de elixir divino a veta de empleo y divisas*, Negocios Internacionales, Núm. 59, Febrero 1997.
- Macías, Alejandro, *Organización de la Industria del Tequila*, Carta Económica Regional, Núm. 54, 1997.
- Román, Carlos, ed. Al. *Almanaque mundial 1996 y 1997*, Diccionario Geográfico Editorial Televisa, S.A.
- Enciclopedia Encarta 98. Microsoft.
- Chiavenato, Idalberto, *Administración de Recursos Humanos*, Ed. Mc Graw Hill, 1997.

Perdomo, Abraham, *Elementos Básicos de Administración Financiera*, Ed. Ecafsa, 1996.

Cravens, Hills, Woodruff, *Administración en Mercadotecnia*, Ed. Cecsca, 1996.

Herández del Rosal, Edgar Alfonso, *Plan de Negocios en Comercio Exterior*, Bancomext, 1997.

Contreras, Guillermo, et.al., *Formación del Precio de Exportación*, Bancomext, 1997.

Matínez Duclaud, Rafael, *Mercadotecnia Intenacional*, Bancomext, 1997.

Mercado Carrillo, Pedro Pablo, *Envase y Embalaje*, Bancomext, 1997.

López Zavala, Jesús, *Medios de Transporte Internacional*, Bancomext, 1997.

Azcué M, Pedro, *Técnicas de Negociación Internacional*, Bancomext, 1997.

Barradas Quiroz, Marco Antonio, *Modalidades de Pago Internacional*, Bancomext, 1997.

Guía Práctica para la Elaboración de un Contrato de Compraventa internacional de Mercaderías, Bancomext, 1997

Consultas en Internet:

<http://www.filewine.es/mapa.htm>

<http://maps.yahoo.com/py/maps.py?Pyt=Tmap...20.6666ys1n=-103.3333ymag=7ycs=5ynewmag=3>

<http://www.maps.yahoo.com/py/maps.py?Pyt=Tmap...It=20.66665ym1n=-103.7576ymag=5ycs=5yoff=s>

<http://www.maps.yahoo.com/py/maps.py?Pyt=Tmap...20.6666ys1n=-103.3333ymag=3ycs=5ynewmag=4>

<http://www.UNICEF.org/statis/literacy.htm>

http://www.UNICEF.org/statis/country_1Page165.html

<http://www.UNICEF.org/statis/sanitation.htm>

<http://www.UNICEF.org/statis/ner.htm>

<http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdi.exe>

<http://www.sauza.com.mx/sau2000.html>

<http://www.sispain.org/spanish/geograph/location.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/sise.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/growth.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/distribu.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/birth.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/structur.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/family.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/women.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/fiestas.html>

<http://www.sispain.org/spanish/populati/popintro.html>

<http://mexico.web.com.mx/mx/alimentos.html>

<http://altavista.looksmart.com/eus1/eus65300/eus75404/eus75450/r?lyizfy>

<http://www.usda.gov/nass>

http://español.yahoo.com/Economía_y_negocios/Empresas/Bebidas/Alcohólicas

Yahoo!Zonas

geográficas:Países:España:Co...ias:Barcelona:Ciudades:Barcelo
http://español.yahoo.com/Zonas_geográfica...as/Barcelona/Ciudades/Barcelona/Empresas.

<http://www.agnic.org/agdb/ageximst.html>

<http://www.fao.org/WAICENT/faoinfo/economic/FAODEF/FAODEFS/H269F.HTM>

<http://www.fao.org/WAICENT/faoinfo/economic/FAODEF/FAODEFS/H279F.HTM>

<http://www.fao.org/WAICENT/faoinfo/economic/FAODEF/FAODEFS/H282F.HTM>

<http://www.UNICEF.org/pon98/stalt1.htm>

<http://www.UNICEF.org/sowc98/tab6.htm>

<http://www.UNESCO.org>

http://www.world_Trade_Center.org

<http://SECOFI.gov>

<http://CIA.org>

ANEXOS

GENERALIDADES DE ESPAÑA:

Situación geográfica española,
Tamaño de la población española,
Crecimiento demográfico,
Distribución de la población,
Índice de natalidad y mortalidad,
Estructura de la población,
Modelo de familia,
Nuevo papel social de la mujer,
Fiestas y tradiciones.

Situación geográfica española.

España forma, junto con Portugal, la mas occidental de las tres penínsulas mayores del sur de Europa, un enorme promontorio octogonal, en el extremo sudoeste del continente. Esta situada en una zona templada, entre las latitudes 43 47'24 N. (Estaca de Bares) y 36 00'3 S. (Punta de Tarifa), y entre las longitudes 7 00'29"E.(Cabo de Creus) y 5 36'40"0. (Cabo de Tourinan). De un total de 580 825 kilómetros cuadrados, España ocupa cuatro quintos de la península. Limita al norte con el mar Cantábrico, Francia y Andorra, al este, con el mar Mediterráneo; al sur, con el mar Mediterráneo y el Oceano Atlántico, y al este con el Oceano Atlántico y Portugal

Los historiadores dieron a España numerosos nombres diferentes en el pasado. Para algunos era Ophiusa, para otros Edetania, Sacania, Tartessos, Hesperia. . . Fueron los romanos quienes dieron con el nombre de Hispania, una palabra aparentemente de origen fenicio, derivada del pastoreo, que probablemente significa 'costa o isla de conejos'. El profesor Garcia y Bellido cree que el nombre de Hispania data del siglo II a.C. Strabo consideró que los términos Iberia e Hispania eran sinónimos. 'Los romanos han llamado esta región entera', escribió, 'Iberia o Hispania, dividiéndola en dos partes, Ulterior y Citerior, y reservándose el derecho a modificaciones administrativas posteriores' (subsiguientemente la división seria Baetica, Lusitania y Tarraconense).

La España peninsular tiene un área total de 493.486 kilómetros cuadrados, a los que hay que añadir 4.992 km. cuadrados por las Baleares, 7.447 por el Archipiélago canario y 32 por las ciudades españolas situadas en el norte de Africa: Ceuta, con 18 km. cuadrados, y Melilla, con 14 km. cuadrados.

La parte mas importante de la España insular son los archipiélagos balear y canario. El primero, situado a un lado de la Península, en el Mediterráneo oriental, consiste en las islas de Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera, Cabrera y otras similares, mientras que las Islas Canarias, al sur, en el Atlántico, frente a la costa africana, comprenden Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, Gomera, Palma, Hierro y unos pocos islotes.

Tamaño de la población española.

VOLUMEN DE POBLACION ESPANOLA
(POR MIL) Y TASA DE CRECIMIENTO ANUAL, MEDIO (EN -%)

Año	Miles de habitantes	Crecimiento anual en %
1970	33,713	11
1981	37,146	11
1986	38,586	0.4
1991	39,434	0.2

El crecimiento de la población española ha sido bajo durante los últimos cinco siglos, hasta el punto de que la media nacional solamente sobrepasó el 1% durante las décadas 1920-30 > 1930-40, 1960-70 y 1970-80. Este crecimiento, que ha sido incluso negativo algunas veces, se debe atribuir, hasta 1900, a un alto índice de mortalidad, apenas compensado con un también alto índice de natalidad. A todo esto hay que añadir un balance de emigración negativo, resultado de las grandes migraciones transatlánticas a Latinoamérica.

Por tanto, la población española, que en la mitad del siglo XVI era de 7,5 millones aproximadamente, tardó casi 300 años en duplicarse, pero se duplicó de nuevo en solamente 100 años, y hacia 1960 ya había alcanzado los 30 millones de habitantes. A lo largo del siglo, la rápida disminución de las tasas de mortalidad seguida, algunos años más tarde, por un descenso más lento de la tasa de natalidad, causó un índice acelerado de crecimiento. Sin embargo, no sobrepasó el 1% anual, debido otra vez al balance de emigración normalmente negativo, que desde los años 50 ha sido principalmente hacia Europa.

Crecimiento demográfico.

Durante los últimos quince años un cambio sustancial ha tenido lugar en España en lo que respecta al comportamiento demográfico estándar de la población, reflejado en una drástica reducción en el índice de crecimiento natural que, por primera vez en las tres últimas décadas, ha alcanzado finalmente niveles similares a los de otros países europeos. Al principio de la década de los ochenta, los países del sur de Europa tenían los más altos índices de crecimiento natural, diez años más tarde, el panorama ha cambiado completamente y las tasas de crecimiento en esos países están incluso por debajo de la media de los doce países de la Unión Europea.

Distribución de la población.

En la actualidad, la mayor densidad de población se concentra en la Comunidad de Madrid (605 habitantes por kilómetro cuadrado), seguida de las provincias vascas (295), las Islas Canarias, Cataluña, Islas Baleares y Comunidad Valenciana (todas ellas con una densidad de entre 200 y 100 habitantes por kilómetro cuadrado).

La menor densidad se encuentra en Castilla-La Mancha, Aragón, Extremadura y Castilla-León, con menos de 30 habitantes por kilómetro cuadrado.

Es evidente que estos desequilibrios demográficos se deben a desigualdades socioeconómicas ya que la migración interna se corresponde con un éxodo de áreas que ofrecen pocas oportunidades hacia aquellas donde existe un desarrollo económico más dinámico. Sin embargo, la diversidad de zonas industriales urbanas receptoras del influjo ha evitado unas diferencias territoriales más marcadas en la distribución de la población, como ha ocurrido en otros países incluso del ámbito europeo.

La población se distribuye sobre un territorio de algo más de 500.000 kilómetros cuadrados por lo que su densidad media es de 76,8 habitantes por kilómetro cuadrado, ligeramente superior a la de Grecia) por _ considerablemente inferior a la del resto de

Ciudades con más de 200.000 habitantes en 1991

Cin acHe it:3ntes(sII milC

1 Madrid	2,910
2 Barcelona	1,624
3 Valencia	753
4 Sevilla	659
5 Zaragoza	586
6 Málaga	512
7 Bilbao	369
8 Las Palmas	342
9 Valladolid	328
10 Murcia	319
11 Córdoba_wv	rn0
12 Palma de Mallorca	297
13 Vigo275	
14 Hospitalet	269
15 Alicante	261
16 Gijón259	
17 Granada 254	
18 La Coruña	245
19 Badalona	207
20 Vitoria (Gasteiz)	205

Fwente: Instituto Nacional de Estadística.

Índice de natalidad y mortalidad.

En términos generales, la población española ha experimentado un proceso similar al de otros países europeos más desarrollados: se ha producido un cambio desde una situación de altos índices de nacimientos y defunciones a una de bajas tasas de nacimientos y defunciones. De todos modos, como en la mayoría del sur de Europa, este fenómeno apareció unas décadas más tarde que en otros países europeos más desarrollados. Hasta 1900, los índices de nacimientos y defunciones eran todavía muy altos, excediendo en ambos casos el 30%, típico de una sociedad preindustrial subdesarrollada. Existía una importante diferencia entre las regiones, de manera que mientras Cataluña y las Islas Baleares iniciaron esta evolución con anterioridad a 1900, había zonas como Andalucía, las Islas Canarias y Extremadura que no comenzaron el proceso

La natalidad se redujo en más de la mitad entre 1960 y 1990, de 21,7 a 10,2 nacimientos por mil habitantes, por lo que la tasa en España está por debajo de la media de la Unión Europea. En ningún otro país de la Comunidad la tasa de nacimiento bajo tanto como en España, donde, al final de los ochenta, se había igualado e incluso era ligeramente inferior a la de los países más avanzados de la Unión Europea.

La esperanza de vida al nacer es uno de los mejores indicadores de la tasa de mortalidad de la población. En 1900 la esperanza de vida en España era de 35 años. Sin embargo, la continua caída en la tasa de mortalidad la elevó hasta los 62 años en 1950. La esperanza de vida en las mujeres era en 1985 casi de 80 años y en los hombres de 73. Por lo tanto el nivel de España no sólo es similar sino que supera a la mayoría de los países de la Unión Europea. Entre los miembros del Consejo de Europa, solamente Islandia, Noruega y Suecia tienen tasas más altas.

La esperanza de vida actual y el bajo índice de mortalidad infantil muestran que la baja tasa de mortalidad en España es debida a los notables avances en los ámbitos de la economía, la salud y la educación.

Estructura de la población.

Grandes cambios han tenido lugar en la estructura demográfica de España desde 1975, y sobre todo durante la década de los ochenta, provocando serios interrogantes sobre las consecuencias de tan profunda mutación.

España ha empezado recientemente a sufrir los problemas que, hasta hace muy pocos años, eran propios de las sociedades más avanzadas, tales como el envejecimiento de la población. Aunque estos problemas son todavía menos críticos en España que en otros países de la Comunidad Europea ya que la alta fertilidad y los índices de natalidad durante los sesenta y los primeros años de los setenta han hecho de la población española una de las más jóvenes del continente.

Así pues, mientras que la proporción de personas mayores de 65 años en Dinamarca, Reino Unido, Bélgica y Alemania en 1990 era del 16%, en España totalizan solamente el 13% de la población.

Estructura de la poblacion (porcentajes) en Espana segun la edad:

ASos	Menos de 15 anos	de 15 a 64 anc)s	ma s de 6
			.S
I90034		61	6
I9I034		60	6
li2032		62	6
193032		62	6
194030		64	6
195026		67	6
195026		65	6
Ig6027		62	8
197028		63	10
198126		66	11
198622		61	2
199119			14

Fuente: Institutlo Nacional de EstadStica.

Aparecen otras variaciones en el modelo de familia espanola pero son todavia demasiado recientes para merecer un analisis cuantitativamente significativo. La legislacion que autoriza el divorcio es bastante reciente (el divorcio se regularizo en Espana en 1981), y el porcentaje de divorcios es muy bajo (0,5 por mil en 1986 y 0,9 por mil en 1990) si lo comparamos con otras sociedades europeas que practicamente lo triplican.

En proporcion de ninos nacidos fuera del matrimonio es tambien menor en Espana que en otros paises de la C.E.E. Espana registra solo un 5% mientras que esta ciEra alcanza un 36% en Dinamarca y un 50% en Islandia, Noruega y Suecia.

Modelo de familia.

La familia espanola ha experimentado transformaciones radicales a lo largo de este siglo como consecuencia de los cambios demograficos, pero tambien debido a las mutaciones en la estructura socioeconomica y laboral de la sociedad y en su sistema de valores. El cambio fundamental, al igual que en la mayoría de las naciones europeas, es la transicion desde una unidad familiar extensa, representativa de las sociedades rurales agrarias, a un modelo nuclear~ formado por una pareja casada y los hijos, mas en consonancia con el tipo de sociedad industrial urbana.

La familia se fundaba, y todavía se funda en la mayoría de los casos, sobre la institución del matrimonio que todavía hoy se realiza de acuerdo con los ritos católicos, aunque en los últimos años se ha incrementado el número de ceremonias exclusivamente civiles. La cantidad total de matrimonios ha variado poco en lo que llevamos de siglo y generalmente fluctúa entre 7 y 8,5 al año por cada 1.000 habitantes.

No obstante, se ha observado en los últimos años una fuerte disminución en el número de matrimonios coincidiendo con la caída en el número de nacimientos. Desde 1977, el número de matrimonios ha bajado hasta un 6,6 por mil en 1979 y un 5,6 por mil en 1989.

Esta notable disminución en el número de matrimonios es similar a los datos de otros países de la Comunidad Europea. En la actualidad, en España se registra el menor número de matrimonios de los países de la C. E. o de los Estados del Consejo de Europa, con la única excepción de Suecia. Por el contrario, la práctica de la cohabitación se ha visto incrementada, aunque es todavía insignificante y bastante inhabitual, a pesar del hecho de que cada vez está más aceptada socialmente.

La edad para primeros matrimonios ha variado también en concordancia con los patrones europeos. Era relativamente avanzada durante las primeras décadas del siglo (entre 27,8 y 28,4 años de edad para los hombres y entre 24,6 y 25,2 para las mujeres en el periodo de 1901 y 1935) pero aun lo fue más durante la Guerra Civil en adelante, alcanzando 29,7 años de edad en los hombres y 26 en las mujeres entre 1941 y 1945. Desde entonces en adelante, y como consecuencia de las mejoras socioeconómicas, la edad a la que se casaba por primera vez descendió lenta y progresivamente a los 26 años para los hombres y 23,5 para las mujeres, de 1976 a 1980. Entre 1981 y 1985, se ha observado que la gente se casa otra vez a una edad más madura, al igual que en los estados europeos, como consecuencia de la crisis económica y la nueva serie de valores con respecto al matrimonio y la pareja.

La pronunciada caída en el número de matrimonios en estos últimos años indica que la edad de matrimonio se ha disparado de nuevo. Los datos disponibles de otros países europeos muestran que la edad media para el matrimonio en ambos sexos se ha incrementado en uno o dos años, siendo esto consecuencia de problemas económicos más serios, especialmente el del desempleo juvenil.

La caída en las tasas de nacimientos ha afectado directamente el tamaño de las familias que ha disminuido de 4 miembros en 1960 a 3,5 miembros en 1991, cifra que, según todos los indicios, continuara bajando en los próximos años. La proporción de familias uniparentales (algo menos del 10% del total en la actualidad) se ha incrementado.

El nuevo papel social de la mujer.

Entre los cambios no demograficos que afectan a la sociedad espanola, sobresale el nuevo papel social de la mujer. Ha aumentado su nivel de educacion asi como su participacion en el mundo del trabajo aumentando asi su independencia economica. El nivel de igualdad legal y social de las mujeres espanolas ha experimentado un continuo ascenso en los ultimos cinco anos.

Este cambio, iniciado en la decada de los sesenta fue posible gracias a tres factores. En primer lugar la emigracion desde las zonas rurales a la ciudad fue mas importantes en terminos relativos para el hombre que para la mujer porque significo su liberacion de un trabajo no remunerado en el sector primario especialmente tareas domesticas, y tambien de las rigidas eticas de la comunidad.

En segundo lugar, debe mencionarse el aumento en su nivel de educacion. Aunque tradicionalmente inferior al hombre en este aspecto, ha alcanzado progresivamente el mismo nivel, sobre todo desde el establecimiento de la educacion obligatoria hasta los 14 anos. Es ilustrativo el gran aumento de matriculaciones en educacion secundaria y superior. Durante los ultimos cinco anos, el porcentaje de mujeres registradas en educacion superior aumento un 40%, una cifra significativa si se tiene en cuenta que tambien aumento el numero total de estudiantes de educacion superior. Sin embargo, la presencia de mujeres en institutos y facultades tecnicas constituye solo un 1,7% del numero total de matriculaciones

Por ultimo, pero no menos importante, la tercera causa del cambio de estatus de la mujer, que en parte es una consecuencia de las otras dos, es su gran participacion en trabajos fuera del hogar. La proporcion de mujeres entre la poblacion activa total, que en 1910 era de un 13,5%, y solamente de un 15,8% en 1950, se elevo a un 20,1% en 1960, a un 24,8% en 1981 ya un 33,3% en 1991.

Fiestas y tradiciones.

Ademas de las celebraciones mas importantes- Navidad, Semana Santa, Dia de Todos los Santos, etc.-, todos los pueblos y ciudades, e incluso los barrios y profesiones, tienen sus propios santos patronos cuyas fiestas duran varios dias son fiestas importantes que no impiden la celebracion de otras fiestas en honor de otros santos. La mayoria de celebraciones importantes son en verano y otono, siguiendo la epoca de la cosecha. Esta es la justificacion para fiestas como los Sanfermines en V Pamplona, las Fallas de Valencia, la Feria de Abril de Sevilla y San Isidro en Madrid.

Ademas de estos acontecimientos populares, merecen mencionarse las diferentes celebraciones de Semana Santa, especialmente las de Sevilla.

La fiesta nacional, que así se llaman las corridas de toros en España, está viviendo un inesperado o renacimiento, con un gran aumento de público y la aparición de una nueva generación de jóvenes toreros que se alternan con los maestros consagrados.

El toreo se realizaba originalmente a caballo y era un deporte reservado para la aristocracia. Se practicaba de dos maneras distintas: o bien el jinete y su montura se enfrentaban cara a cara con el toro, o bien lo atacaban por un costado intentando atravesarlo con la lanza durante la lucha. Gonzalo Argote de Molina fue el primero en escribir las reglas del toreo en su Libro de Montería que Alfonso XI le mandó escribir. Sin embargo las normas más detalladas sobre la práctica del toreo a caballo se escribieron a mediados del siglo XVII.

Pero sean fiestas seculares o religiosas, siempre hay toros: los toros adultos en las plazas más importantes y los jóvenes (novillos) en las pequeñas.

Los ayudantes solo estaban para entregar las lanzas a sus señores o ayudarles a subir al caballo si se caían durante la lucha.

La transformación radical del toreo tuvo lugar cuando Felipe V prohibió a los nobles su práctica ya que consideraba este deporte como un mal ejemplo para la educación del público.

Desde entonces los ayudantes de los aristócratas, gente del pueblo, les reemplazaron y comenzaron a torear desarmados, esquivando al toro, saltando por encima de él con una vara, alzando pequeñas lanzas (origen de las banderillas actuales) y también valiéndose de objetos o trapos para evitar a las bestias; un pasatiempo que cayó tan hondo y se hizo tan popular que eminentes investigadores como Thebusen y el Conde de las Navas empezaron a llamarlo "la más nacional" de las fiestas.

El paso del toreo a caballo al toreo a pie tuvo lugar hacia el año 1724. En esos tiempos no existían los carteles y las corridas de toros eran anunciadas por el pregonero del pueblo.

Se conoce muy poco de los primeros toreros hasta que Joaquín Rodríguez (Costillares), Pedro Romero y José Delgado (Pepillo) aportaron importantes contribuciones al toreo y lo profesionalizaron. Delgado trabajó mucho para promocionar y regular el arte y escribió la primera obra didáctica sobre toreo a pie.