

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CREMAS DE MEZCAL A ESPAÑA

Autor: FABIOLA TRUJILLO BASTIDA

**Tesis presentada para obtener el título de:
LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**Nombre del asesor:
DRA. YUNUÉN MORALES ARELLANO**

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

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

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





ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CREMAS DE
MEZCAL A ESPAÑA”**

TESINA

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

FABIOLA TRUJILLO BASTIDA

Asesor:

DRA. YUNUÉN MORALES ARELLANO

No. De acuerdo LCI 100843 CLAVE 16PSU0011

DEDICATORIA

Dedico la presente tesina a Dios por toda las riquezas que me ha regalado para poder ser mejor todos los días y aprender de mis errores, por la oportunidad de cumplir una meta más en mi vida, por bendecirme con dos grandes ángeles en el cielo mi padre y hermano que me cuidan e inspiran todos los días a ser un mejor ser humano, una mejor hija y hermana.

A mi madre esa mujer que siempre me motiva a trabajar y luchar por mis metas, por darme la vida y estar siempre que necesite que alguien me diese la mano para seguir adelante, brindándome los más sabios consejos, por ser mi eterno ejemplo a seguir.

A mis hermanos que me mostraron su apoyo para lograr culminar mis estudios universitarios, quienes siempre estuvieron ahí para demostrarme que puedo ser mucho mejor de lo que fui el día anterior, quienes me retaron a demostrarme a mí misma que todo es posible si se desea y lucha con fuerza.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la vida por ponerme nuevos retos todos los días y mostrarme el camino para poder obtener grandes logros y motivaciones para ser mejor siempre, por enseñarme que el camino al éxito requiere persistencia y nunca darse por vencido.

A mi madre por ser la persona que fielmente siempre me demostró su apoyo incondicional y alentó para perseguir mis sueños y me ayudo a realizarlos, por estar siempre a mi lado.

Agradezco a mis amigos por su apoyo en las buena y malas, por estar a mi lado motivándome a dar lo mejor de mí.

Gracias a mis maestros por todos los conocimientos que me brindaron a lo largo de estos cuatro años universitarios.

Y un agradecimiento especial a mi asesora de tesina por estar apoyándome a lo largo de este proyecto dedicándome parte de su tiempo para guiarme a realizarlo de la mejor manera posible.

A todos ellos ¡GRACIAS POR CREER EN MÍ!

INDICE

INTRODUCCIÓN	I
OBJETIVOS.....	III
GENERALES.....	III
ESPECÍFICOS.....	III
JUSTIFICACIÓN.....	IV
PERSONAL	IV
SOCIAL.....	IV
PROYECTO.....	IV
CAPÍTULO 1. LA EMPRESA Y EL PERSONAL CLAVE.....	6
1.1 UBICACIÓN.....	6
1.2 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	7
1.3 MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y METAS.....	8
1.4 CADENA DE VALOR: PROCESOS MEDULARES.....	9
1.5 ORGANIZACIÓN ACTUAL.....	12
1.6 ANÁLISIS FODA.....	14
CAPÍTULO 2. PRODUCTO.....	17
2.1 DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO.....	17
2.2 PROCESO PRODUCTIVO.....	19
2.3 ENVASE.....	23
2.4 COSTO DE FABRICACIÓN.....	24
CAPÍTULO 3. MERCADO META	33
3.1 ANÁLISIS DE MERCADOS POTENCIALES	33
3.2 ESCALA TIPO LIKERT.....	39
.....	39
3.3 CARACTERÍSTICAS GENERALES.....	40

CAPÍTULO 4. ASPECTOS OPERACIONALES	48
4.1 OBJETIVO EN EL PAÍS META	48
4.2 MEZCLA DE MERCADOTECNIA	49
4.3 ESTRATEGIA DE ENTRADA	52
4.4 LOGÍSTICA	56
4.5 CONTENEDOR	59
4.6 COSTOS	64
4.7 INCOTERMS	68
4.8 CONTRATOS	74
4.9 ENVASE Y EMBALAJE	77
4.10 REGLAS Y NORMAS DE EMBALAJE Y ETIQUETADO DE LA UNIÓN EUROPEA	81
CAPÍTULO 5. PROYECCIONES FINANCIERAS	84
5.1 ¿QUÉ SON LOS ESTADOS FINANCIEROS?	84
5.2 ESCENARIO NORMAL	85
5.3 ESCENARIO PESIMISTA	86
5.4 ESCENARIO OPTIMISTA	86
5.5 PUNTO DE EQUILIBRIO	87
CONCLUSIONES	89
BIBLIOGRAFÍA	92

Introducción

En el presente trabajo se hablara sobre cuál es proceso de la elaboración de una crema de mezcal que realiza una empresa michoacana, que tiene como objetivo llegar ya a un mercado internacional, dentro del trabajo se abordara desde una introducción general de la empresa donde se verán su misión, visión y FODA.

Dentro de este documento se habla también de cuáles son los pasos y normativas que debe cumplir tanto la empresa como el producto en cuestión para poder llevar acabo su exportación a cualquiera de los mercado meta que se presentan, de los cuales se hará un análisis basándose en 5 puntos clave para poder ver que similitud se tiene con México y que tan conveniente es que nuestro producto sea enviado a dicho mercado, dentro de los puto a analizar se encuentran los tratados de libre comercio los cuales son importantes para que sea más fácil la exportación de las cremas de mezcal.

Dentro de los aspectos a abordar en el siguiente documento se encuentra cual serían las características que se deben tomar en cuenta dentro del producto para que se puede ejecutar una exportación con la menor cantidad de pérdidas posibles de producto.

Conoceremos en qué consisten los términos de logística, incoterms, contratos y características de cada concepto además de ¿cuáles son?, los tipos de contenedores que existen y ¿cuál de ellos es más conveniente para él envió de las cremas de mezcal?

Para finalizar con la investigación de este documento se habla ¿Qué son? Y ¿Cuáles son? Los tipos de estados financieros, al igual que se determina un punto de equilibrio para la empresa que realice la exportación.

El trabajo está compuesto en total de cinco capítulos los cuales se subdividen de en puntos importantes del tema que se aborda en cada uno de los cinco apartados principales, los cuales se titulan y dividen de la siguiente manera:

Capítulo uno la empresa y su personal clave, y este se subdivide en seis puntos que hablan de las bases de la empresa y su origen, los subtemas de este capítulo son: la ubicación, antecedentes de la empresa, misión, visión, objetivos y metas, cadena de valor: procesos medulares, organización y por último el análisis FODA.

En el segundo capítulo titulado “Producto” en este se encuentran ocho subtemas en los cuales se explica a fondo cual es el proceso de elaboración que se implica para este producto.

En el capítulo tercero “mercado meta” se expone cuáles son los puntos que se tienen que tomar en cuenta para la selección del mercado al que queremos llegar, para ello este apartado se divide en tres subtemas principales.

En el penúltimo capítulo se enfoca a los aspectos operacionales que se deben tener en cuenta para que el producto se pueda exportar este se divide en diez subtemas importantes que se deben tener en cuenta. Por ultimo en el capítulo cinco se efectúan las proyecciones del proyecto para determinar cuales la viabilidad de que este se pueda efectuar, para ello se subdivide en los tres tipos de escenarios que son: normal, optimista y pesimista.

Objetivos

Generales

Planear una logística del proceso de exportación de las cremas de mezcal michoacanas a la unión europea, analizando el mercado y determinando la viabilidad de penetración del producto en dicho mercado, con la finalidad de dar a conocer la producción de mezcal a nivel mundial, que se destaque la elaboración de productos procesados en el estado.

Específicos

- Considerar las exportaciones en primera estancia al mercado español.
- Realizar un estudio de mercado en el país destino.
- Realizar una propuesta para elevar la economía de Madero, municipio productor de mezcal michoacano.
- Investigar las maneras de dar a conocer este producto michoacano en el país destino.

Justificación

Personal

Me interesa realizar un proyecto de exportación de “Cremas de mezcal” debido a que Michoacán se han convertido en uno de los principales productores de mezcal, me es particularmente interesante debido a que una de las zonas que más destacan en su producción es Villa Madero conocida por su feria de mezcal, que se realiza en el tercera semana de noviembre de cada año. Tengo la oportunidad de visitar el municipio cada que viajo a mi pueblo natal, ya que es la ruta que suelo tomar, esto me ha brindado la oportunidad de observar cómo se destaca su producción dentro del estado, y es primordial dentro de la economía de esta región.

Social

El poder exportar mezcal michoacano lograra un impulso dentro de la economía de los productores de esta zona, para ello es importante que se obtenga la denominación de origen, si los productores aceptan y logran adquirir los requisitos necesarios para la obtención de la misma, beneficiara a todo aquel que se encuentre relacionado a la producción de cremas de mezcal, además de dar a conocer más esta bebida se lograra ofrecer más turismo a su feria anual la cual genera a los locales ingresos de la atracción productora.

Proyecto

La elaboración de este proyecto de exportación de mezcal a el mercado Europeo centrándonos en primera instancia en el español permitirá un impulso en la economía local, además de dar a conocer un producto interesante para un segmento que busca probar nuevas bebidas, México por su producción tequilera y comienza a darse a conocer el mezcal por producciones y exportaciones del

estado de Oaxaca quien es el principal productor a nivel mundial, si bien Michoacán es el segundo productor más importante de esta bebida alcohólica no se le ha presentado la oportunidad de venderlo más allá del territorio nacional , es por ello que este proyecto plantea la posibilidad de que el mezcal michoacano cumpla con toda la normativa para su exportación y de esta manera generar más y nuevos empleos para una mayor producción en masa, de esta manera se podrá dar un impulso a la economía del estado.

Es importante aprovechar los recursos que nos brindan en nuestro estado y así hacerlo destacar aún más en las exportaciones ya no solo siendo un estado de alta productividad de aguacate, sino que también se producen muchas otras cosas de excelente calidad y sabor.

Capítulo 1. La empresa y el personal clave

1.1 Ubicación

Nuestra empresa se encuentra ubicada en Patzimba #387 en la colonia Vista bella en la ciudad de Morelia la capital del estado Michoacano el alma de México.

Figura 1.1 Mapa de Michoacán



Fuente: Cicloescolar.com, 2013

Michoacán es uno de los treinta y dos estados de México se encuentran ubicados en la parte oeste del país teniendo como estados vecinos Jalisco, Colima, Guerrero, Querétaro y el estado de México, también se pueden encuentra cerca del estado los ríos Lerma y Balsas, el lago de Chapala y el Océano pacífico.

La ubicación del estado le permite ser productor de muchas materias primas y entre ellas encontraremos el maguey del se obtiene el aguamiel de la que se deriva el mezcal y sus cremas.

Que nuestra empresa se encuentre en esta ciudad es por motivos estratégicos para su comercialización, Morelia al ser la capital del estado tiene una gran entrada de turismo lo cual nos permite tener mayores oportunidades de venta ya que el mezcal y sus cremas siguen teniendo un proceso artesanal y esto lo hace formar parte de la cultura de la región porque es considerado un producto típico de este lugar.

Otro de los motivos por lo que nos encontramos ubicados aquí es por la cercanía geográfica que tenemos con el municipio de Madero uno de los principales productores del aguamiel del estado, este es famoso por su feria del mezcal celebrada en el mes de noviembre.

1.2 Antecedentes de la Empresa

Somos una empresa 100% Michoacana que surge al darse cuenta que el mezcal



de Michoacán no se conoce y valora como debería, es de ahí que tras varios viajes de investigación en las zonas productoras del estado nos sumergimos en el mundo del mezcal, uno que se encuentra rodeado de exquisitos olores, sabores y sobre todo tradiciones, es por ello que decidimos crear una empresa

que más que solo dedicarse a comercializar y dar a conocer este rico destilado de agave, nos enfocamos también a formar una familia con todos nuestros mezcaleros y productores de agave de toda la región michoacana, además hemos creado mezcales únicos y exclusivos de los cuales destacan nuestras cremas de

sabores y todo esto gracias a la combinación de técnicas artesanales con lo mejor de la tecnología moderna.

1.3 Misión, Visión, Objetivos y Metas

Misión

Nuestra misión es recolectar de los mejores productores de agave de la zona michoacana y producir mezcal natural-artesanal, así como la integración de tecnología moderna, generando productos de alta calidad e inocuidad a precios justos con la finalidad de satisfacer a nuestros clientes, promoviendo el desarrollo económico de las comunidades que colaboran con nosotros por medio de un trato personal y humano que a fomenta el cuidado y la diversificación ecológica de las regiones mezcaleras.

Visión

Ser una empresa líder en el mercado mezcalero teniendo impacto nacional e internacional, reconocida por su experiencia en la producción y comercialización de productos de alta calidad, que contribuye a al desarrollo económico y sustentable de las comunidades productoras de agave.

Objetivos

- Ser una empresa reconocida en todo México por el excelente sabor de nuestros mezcales.
- Convertirnos en la empresa líder de exportación de mezcal a nivel estado.
- Exportación de diversos tipos de mezcal y cremas de sabores.
- Obtener nuestra certificación de origen.

- Garantizar a nuestro consumidor que está adquiriendo un producto 100% Michoacano.

Metas

- Expansión a otros mercados.
- Envió de 1000 litros al extranjero de manera trimestral.
- Reducir en un 20% los costos de elaboración.
- Tener un mínimo de utilidades anuales del 35% de nuestras ventas.
- Vender anualmente en el mercado local 5 mil unidades.
- Lograr exportaciones que generen por lo menos el 15% en primera instancia de las utilidades.

1.4 Cadena de Valor: Procesos Medulares

¿Qué es la cadena de valor?

La cadena de valor de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor. Se denomina cadena de valor debido a que considera a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades que van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una de ellas (Arturo, 2014).

La cadena de valor es básicamente la herramienta de análisis empresarial que identifica y desarrolla el conjunto de actividades y procesos de una organización que genera valor para el producto, servicio, cliente y la empresa en general convirtiéndose en una poderosa acción estratégica de la empresa. Esta se desglosa en dos tipos de actividades principales que son las siguientes:

Figura 1.2 Cadena de Valor



Fuente: Porter, 1987

Actividades primarias o de línea. Incluyen el conjunto de procesos de la entidad que se encuentran directamente asociados con la producción del artículo o la prestación del servicio. Dentro de este apartado se consideran cinco actividades principales (logística de entrada, operaciones, logística de salida, mercadotecnia y ventas y servicios)

Y las actividades de apoyo o de soporte. Agregan valor al producto o servicio pero no se encuentran directamente relacionadas con su producción o prestación sirviendo de ayuda a las actividades primarias. Estas se dividen en: infraestructura de la empresa, gestión de los recursos humanos, desarrollo de la tecnología y aprovisionamiento.

Figura 1.3 Infraestructura de la cadena de valor mezcalera

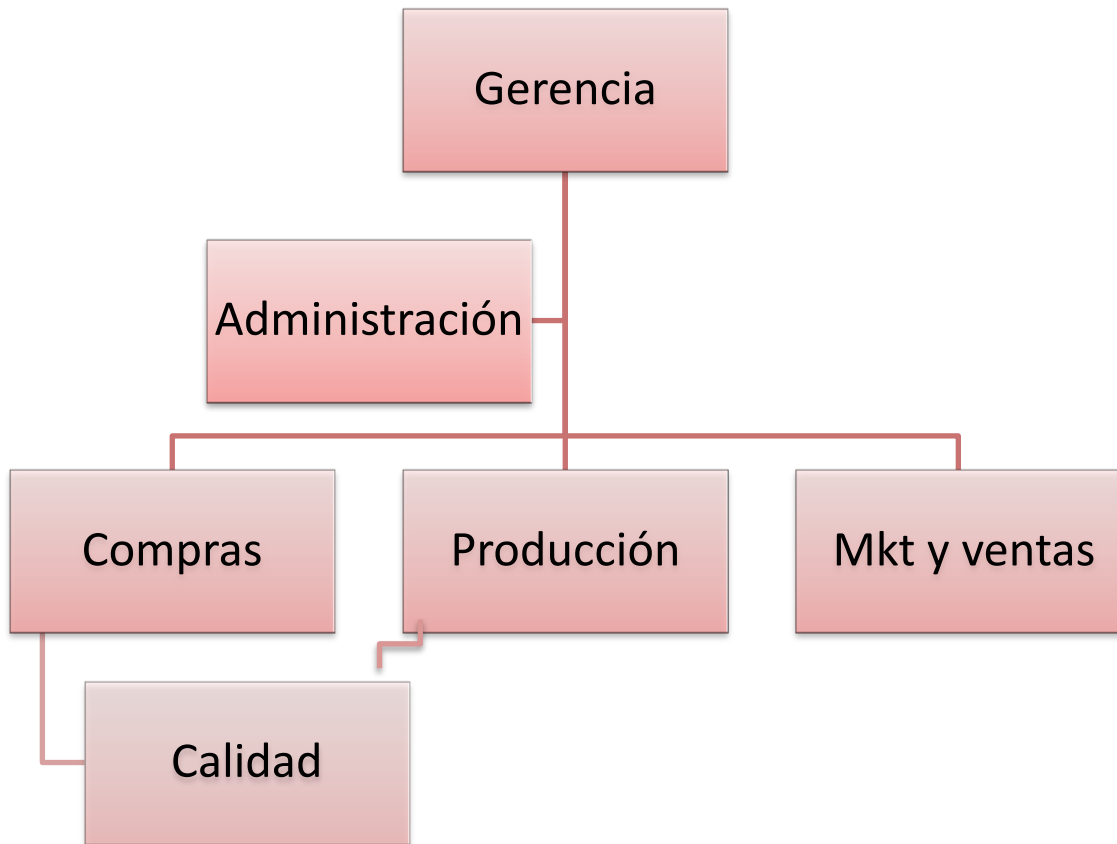
Cadena de valor del mezcal					
Actividades de soporte	Infraestructura de la empresa: en esta parte de la cadena contamos con los financiamientos, planificación de ventas y producción y se lleva el control de inventario con un software especial.				
	Gestión de recursos humanos: hacemos el reclutamiento de personal y se capacita para que las actividades primarias sean hechas con eficiencia.				
	Desarrollo de tecnologías: realizamos nuestra producción de manera artesanal solo dando un toque de la ciencia moderna.				
	Aprovisionamiento: tenemos el stock suficiente no solo de producto final sino también de las materias primas.				
Actividades primarias	Logística de entrada	Operaciones	Logística de salida	Mkt y ventas	Servicios post venta
	Recibimos el destilado del agave de los mejores productores del estado, tomando en cuenta la forma en que estos llevan a cabo su proceso de cultivo que sea lo más natural posible.	Se realiza el proceso de producción de las cremas de mezcal de forma artesanal para que este no pierda la esencia de producto hecho con tradición.	Se reciben pedidos en nuestra plataforma web además de las ventas en la tienda física.	Se lanzan promociones en la página web oficial en épocas específicas como fiestas patrias, navidades, aniversario de la empresa, etc. Para atraer más clientes.	Contamos con una plataforma que almacena los datos de los clientes, en cuanto a cuales suelen ser los tipos de mezcal que consume si tradicional o en cremas, cuando un cliente compra en line se le envía una pequeña encuesta de satisfacción en la navegación de nuestra plataforma.

Margen

Fuente: Elaboración propia

1.5 Organización Actual

Figura 1.4 Organigrama empresarial



Fuente: Elaboración propia

Gerencia

- Planifica objetivos generales de la empresa.
- Dirige la empresa, supervisa, toma decisiones y es un líder dentro de la empresa.
- Controla las actividades planificadas dentro de la empresa
- Decide a quien va a contratar al personal dentro de las áreas adecuadas y capacita.
- Analiza la empresa con respecto a lo financiero, administrativo y contable.

Administración

Este es el departamento encargado de llevar la contabilidad las facturas emitidas y recibidas, cobra a los clientes, paga a los proveedores y a los trabajadores, se encarga de liquidar los impuestos en tiempo y forma, también se encarga de la parte financiera de la empresa consiguiendo la financiaciones que la empresa requiere para poder cubrir sus necesidades, planifica para que ésta siempre tenga dinero para afrontar sus pagos puntualmente y tenga una situación patrimonial se rentable.

Compras

La función del encargado del departamento de compras es adquirir buenas materias primas a un buen precio, siempre al pendiente de que no existan roturas de stock.

El departamento de compras también es el encargado de todo el trabajo administrativo relativo a la compra y la entrega de suministros y materiales. Trabaja directamente con el departamento de administración para que el efectivo fluya y no existan de liquidez.

Además se encuentra a cargo de una parte del departamento de calidad, esto con el fin de que las materias primas que se pretenden adquirir cumplan estrictamente con las normas establecidas para poder ser procesadas y cumplan con los términos establecidos para el cumplimiento de la denominación de origen.

Producción

Es el área encargada de la elaboración del mezcal siguiendo las normas establecidas mediante un método artesanal, en este departamento se realiza la fabricación de todos los tipos de cremas mezcaleras con las que contamos, el objetivo de este es que se tenga la producción más el stock objetivo que luego

será comercializado por el departamento de marketing y ventas cumpliendo los objetivos de gastos.

Se encarga junto con el área de compras de supervisar el departamento de calidad, pero este enfocado ya al producto final, verificando que se cumplieren todas las normas para la obtención del producto final y que este cumpla con los estándares de calidad para su venta dentro del país y para la exportación.

Marketing y ventas

Este es el departamento encargado de crear estrategias para lograr nuestras metas en ventas, lleva un control de lo que se vende y de lo que podemos encontrar en stock, además planea estudios de mercado para el posicionamiento del producto en segmentos de interés, otro de sus objetivos es lograr la fidelización de nuestros clientes y obteniendo ventas rentables para la empresa.

1.6 Análisis FODA

¿Qué es el análisis FODA?

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas que habla de los factores críticos positivos con los que se cuenta, Oportunidades esto se refiere a los aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas, Debilidades analiza los factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir y por último las Amenazas que son los aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos.

El FODA es una herramienta fundamental en la administración y en el proceso de planificación, de hecho, con este estudio se beneficiará de un plan de negocios, pudiendo dar fuerza a la sigla de oportunidad, logrando además, la situación real en la que se encuentra la empresa o proyecto, y poder planificar alguna estrategia a futuro.

Fortalezas

- Incremento del prestigio del mezcal como bebida de buena calidad.
- Ubicación estratégica.
- Recibimos pedidos en línea.
- Tenemos bebidas equilibradas para el paladar extranjero.
- Fomentamos el desarrollo económico de productores locales.
- Tradición en la elaboración de mezcal.
- Asociación con suficientes productores de agave de la región para atender la demanda nacional y de exportación.
- Elaboración del producto en su totalidad por manos mexicanas.
- Implementación de tecnologías modernas para agilizar el proceso de producción, pero sin que este pierda su esencia artesanal.

Oportunidades

- Existe un mercado internacional proclive a incorporar el mezcal a la exportación.
- Disponibilidad de grandes volúmenes de maguey a bajo precio en el corto, mediano y largo plazos.
- Existencia de tratados de libre comercio que nos favorecen para la exportación.
- Incremento de las exportaciones de mezcal en los últimos años.

Debilidades

- La introducción de nuestra empresa en el mercado internacional.
- Falta de vinculación directa con envasadores.
- Aun no contamos con la denominación de origen.
- El capital es reducido y difícil acceso al financiamiento.

Amenazas

- Competencia directa con estados como Oaxaca principal productor mezcalero a nivel nacional.
- Variaciones del tipo de cambio respecto a los países destino en la introducción del producto.
- Restricciones arancelarias y no arancelarias en los países destino para las bebidas alcohólicas.

Capítulo 2. Producto

2.1 Descripción de Producto

Mezcal que se destila con otros ingredientes para obtener sabores, entre ellos, cáscaras de naranja, manzana, café y almendras. No siempre se trata de una bebida dulce; es decir, sigue teniendo el potente sabor a mezcal con un toque de cualquiera de los sabores mencionados. (Larouse concina, S.F.)

Las cremas de mezcal son una bebida que se suele usar como un aperitivo o digestivo, son resultado de una doble destilación del agave la cual se conjuga el licor marcenado con la fruta que se seleccionó para darle ese sabor exquisito, esta mezcla de sabores que satisfacen al paladar.



Esta bebida resulta ser muy atractiva para aquellas personas que les gusta disfrutar de un digestivo, ya que es muy sutil para el paladar, pero a la vez su efecto puede ser más fuerte que la de un trago de mezcal puro, esto se debe a el grado de dulzor que tiene, es por esta razón que es tan agradable para nuestro paladar por el hecho de ser una bebida con la combinación perfecta, la suavidad de un sabor dulce mezclada con el fuerte sabor del mezcal.

¿De dónde surge la idea de las cremas mezcaleras?

La historia del mezcal se ha fusionado con el gusto actual y ha arrojado a nuestro México contemporáneo una de las bebidas que ha logrado acercar a los paladares internacionales con nuestra esencia mexicana, me refiero a la distinguida crema de mezcal, la cual adorna las calles de la capital oaxaqueña, pues es ahí donde se origina e inunda de colorido al mundo



entero. Nació en el siglo XX, a partir de la inspiración de la famosa crema de whisky. Algunos productores cuentan que en un inicio trataron de imitar la receta, por lo que al principio buscaban ofrecer un solo sabor, pero su curiosidad y creatividad los guiaron más allá del producto que trataban de imitar y decidieron abrirse al mundo de sabores, obteniendo así una gran variedad de opciones. (Toledo, S.F.)

Esta bebida ha tenido gran popularización de manera internacional debido precisamente a ese sabor tan suave y grato para al paladar, además de la variedad de sabores que estas ofrecen, las cremas de mezcal no son consideradas una bebida pesada o agresiva, ya que su graduación alcohólica es menor que la de un mezcal puro, estas tiene aproximadamente unos 14°. Las cremas de mezcal como cualquier otra vista alcohólica deberán contener en su etiqueta todas estas especificaciones, desde el sabor hasta la gradación etílica que esta contiene.

2.2 Proceso Productivo

A continuación hablare del proceso de producción que se realiza para la elaboración de las cremas de mezcal, se expondrá pese a que nuestra empresa se dedica solo a la producción de las cremas, considero que es importante que se sepa cómo es que es el proceso de producción desde la siembra del agave hasta como es que se mezcla el jarabe del agave con la futra de elección para dar sabor a la crema, además de leche y miel para dar ese sabor dulce y cremoso que posee esta bebida.

1. La siembra del agave, para que este pueda ser utilizado para un proceso de destilación es necesario que transcurran de 6 a 8 años para que se pueda utilizar.

Las especies de maguey que son permitidas para la producción del mezcal por la Norma Oficial Mexicana son: el maguey espadín (*Agave Angustifolia*), maguey cenizo (*Agave Esperrima*), maguey de mezcal (*Agave Weberi* , *Agave Potatorum*) y *Agave Salmiana*. (Mezcal Oaxaca, S.F.)



2. Para la recolección de poder efectuar la recolección del maguey es necesario que se cumplan ciertas condiciones para que se apte para que se lleve al proceso que requiere el mezcal/cremas de mezcal. Las características que debe cumplir son tales como coloración verde-amarillenta en la base de las pencas y parda en la base del maguey, así como la presencia de pencas secas en esta zona. Desde el punto de vista bioquímico, el estado de madurez apropiado lo marca un alto contenido de azúcares que puedan ser aprovechados por los microorganismos para la generación de alcohol. (Osorio, S.F.)

3. Después de la recolección se efectúa la cocción de las piñas, el proceso que se hace para la obtención de la fructuosa es (Osorio, S.F.):

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

4. El cuarto paso a seguir continuar con el proceso de elaboración es la trituration, una vez que se termine la cocción de las piñas del agave estas se cortan y se trituran en los molinos que están destinados para esta acción el molido



artesanal de la piña se conforma de la siguiente forma:

Es una especie de aro de piedra en el cual serán colocadas las piñas para su posterioridad ser trituradas por una rueda de madera que suele ser tirada por un caballo que girara al redor del aro de piedra, repetirá

la acción hasta que se obtenga una especie de masa que será utilizada en el siguiente paso del proceso.

5. La fermentación es la siguiente etapa de la elaboración de la crema mezcatera este paso consiste en colocar la masa que se obtuvo en la trituration en tinajas de madera, las cuales suelen ser ir de los 1000 a 2000 litros, dependiendo de la capacidad de coloca la cantidad de la pulpa de la cual es un aproximado de 150 kilogramos.

Los pasos para continuar con dicha fermentación son (Osorio, S.F.):

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

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

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

Detención de la fermentación: En esta paso la intención es alentar lo más posible el ritmo de trabajo de los microorganismos fermentadores. Para esto se permite la entrada de oxígeno a las tinas de fermentación efectuando el levantamiento de la capa superior de la pulpa que cubre la demás materia fermentada.

6. La destilación es la parte del proceso donde se realiza la separación del alcohol y el agua para aprovechar al máximo los distintos puntos de ebullición que

se efectúan en esta etapa, el proceso que se lleva a cabo para realizar la destilación es la siguiente:

Llenado de la olla: Con una capacidad de aproximadamente 250 litros. La olla del alambique debe ser llenada con tepache (nombre que se le da al líquido contenido en la tina de fermentación) y bagazo en proporción de 2 a 1, esto es, dos partes de tepache (160 litros, aproximadamente) por parte de bagazo (80 kilogramos, aproximadamente). Es importante mencionar que, además de su aporte alcohólico, el bagazo impide que el vapor salga de manera violenta, arrastrando consigo tepache sin destilar. (Osorio, S.F.)

Armado del alambique: Se colocan la montera y el turbante conectados entre sí y con las partes restantes, se sellan perfectamente todos los sitios de conexión con una especie de pasta llamada masilla, la cual proviene de los residuos del maguey después de la destilación. La finalidad del sellado es la de evitar el escape de vapor el cual, además de causar pérdidas de alcohol, generan un descenso en la presión, provocando que el mezcal que se obtiene salga con menos fuerza, retrasando la operación. (Osorio, S.F.)

Calentamiento y regulación del calor: Se encienden los leños para generar el calor y se espera por espacio de media hora a que salga un chorro delgado de alcohol el cual se recolecta en garrafrones. (Osorio, S.F.)

7. El penúltimo paso para terminar con el proceso de la creación de la crema mezcatera se debe realizar una segunda destilación repitiendo el paso número seis, después de esto ya que se obtenga el fruto de la segunda destilación, el jarabe se mezcla con sabores que sean agradables al paladar, para crearla se necesita hervir leche con mezcal y adicionar ya sea miel o bien azúcar refinada. Para finalizar el proceso se le agrega un ingrediente que le dará el sabor principal, el cual puede ser cacahuete, cajeta, café, fresa, rompopo, mango, coco, piña colada, u otros para crearla se necesita hervir leche con mezcal y adicionar ya sea miel o bien azúcar refinada. Para finalizar el proceso se le agrega un ingrediente

que le dará el sabor principal, el cual puede ser cacahuete, cajeta, café, fresa, rompope, mango, coco, piña colada, u otros.

8. El último paso para la creación de este producto es el envasado y etiquetado de la crema, donde se especifique el sabor de la variedad de las cremas.

2.3 Envase

El envasado de nuestras cremas de mezcal es una botella de vidrio transparente en el cual se tiene visibilidad al producto en todo momento, este contendrá una etiqueta en la que se den las especificaciones generales del producto que se tiene al a venta, se colocara la siguiente información:



- Nombre y logo de la empresa que procesa y comercializa dicho producto
- Dirección de la razón social
- Características de la crema, como lo son el sabor y las aportaciones alimenticias que esta aporta.
- Se indicara el grado de alcohol
- Información sobre la cantidad de producto que contiene el envase
- Fecha de envasado

Para la comercialización de nuestras diferentes cremas de mezcal y mezcal puro contamos con dos tipos de presentaciones, una botella de vidrio y tapon guala que cuenta con capacidad de contenido para 375 mililitros.

La otra presentación es un poco más pequeña que la anterior, es una botella igualmente de vidrio y tapón guala, de la cual su capacidad es de 750 mililitros.

Volumen de Producción (o volumen a importar o exportar)

El volumen que se desea producir para destinar a su exportación son 480 botellas de presentación de 750 mililitros, se estima esta cantidad ya que es la primera vez que como empresa exportaremos cremas de mezcal se tiene como objetivo al mandar este volumen saber cuál será la aceptación del mercado español a dicha bebida, ya que bien se conoce de una manera más amplia las otras variantes de mezcal pero no las cremas mezcaleras como tal, las mil botellas envidas son para comenzarnos a dar a conocer en otras partes del mundo ya no solo como productores de tequila y mezcal puro, sino también por nuestra innovación llena de cultura y tradición.

2.4 Costo de Fabricación

En las siguientes figuras se muestran una estructura del costo aproximado de la producción de 15 litros de crema de mezcal, con los costos fijos de un mes dentro de la producción de la misma empresa, dentro de los cuales se toman en cuenta un margen de error para los costos no identificados dentro de la producción de \$2 pesos mexicanos, cabe recalcar que por ser una empresa que solo se dedica a la recolección del mejor mezcal cristalino para la elaboración de las cremas nos es más favorable que por el momento una empresa externa nos envase nuestro producto, ya que las instalaciones que tenemos no contamos aun con el material necesario para esa labor, por lo cual “flor del mezcal” nos cobra \$10 pesos mexicanos por envasar cada botella de 750 mililitros que es la que se planea llevar a la exportación.

Figura 2.1 Costeo directo

Costos directos de producción	
Por 15 litros de cremas de mezcal de los cuales se obtienen 20 botellas de 750 ml.	
Mezcal cristalino (por proveedores mezcalderos)	\$256 por litro
Leche entera (10 litros)	\$180
Azúcar	\$36
Café (nescafé)	\$65 por 120g
Chocolate	\$36 por onza
Vainilla	\$25 por 60ml
Envase	\$290 (\$14.50c/u)
Tapón guala	\$80 por 20pz \$4(c/u)
Etiquetas	\$150 por 20pz \$7.50 (c/u)
Total de costos por 20 unidades	\$1,118
Total de costos directos por 480 unidades	\$26,832

Fuente: Elaboración propia

Figura 2.2 Costeo indirecto

Costos indirectos de producción	
Leña (10 gavillas)	\$65
Costo de envasado	\$200 por 20 botellas \$10 (c/u)
Costos no identificados	\$20
Total de costos indirectos por 20 unidades	\$285
Vitafilm (no se toma en cuenta en la suma de 20 botellas)	\$600 por rollo
Cajas para 12 botellas	\$21.40 (c/u) \$856 (40 unidades)
Total por 480 unidades	\$8,296

Fuente: Elaboración propia

Figura 2.3 gastos de operación

Gastos operación	
Agua (bimestral)	\$348
Luz (bimestral)	\$1000
Renta (Mensual)	\$5,500
Mano de obra (mensual)	\$6,000
Total	\$12,848

Fuente: Elaboración propia

Fracción Arancelaria

La fracción arancelaria correspondiente a los productos que contengan destilado de agave según la tarifa de Ley de impuestos generales para la importación y exportación 22089004, en la cual se establecen los siguientes criterios para poder efectuar la operación de exportación.

Figura 2.4 Tarifas generales

	Franja		Región			
	Arancel	IVA	Arancel	IVA	Arancel	IVA
Resto del Territorio						
UM: L						
Importación	20	16%				16%
Exportación	Ex.	0%				0%

Fuente: SIICEX, S.F.

A la Exportación:

A partir del 28 de diciembre de 2017, se restringe la exportación de esta mercancía, que tenga como destino: la república popular democrática de corea (art. 8 del "acuerdo mediante el cual se prohíbe la exportación o la importación de diversas mercancías a los países, entidades y personas que se indican").

NOM-070-SCFI-2016(Únicamente que contengan mezcal. El exportador deberá anexar al pedimento de exportación el original del documento o certificado que compruebe el cumplimiento de la NOM, en términos del Numeral 7 del Anexo. Sin embargo, cuando se exporte una cantidad no mayor a 12 L. y el tequila ostente la contraseña oficial, no se tendrá que anexar al pedimento el certificado que compruebe el cumplimiento de la NOM).

Anexo 10 Apartado B: Los contribuyentes que exporten esta mercancía deberán inscribirse en el Padrón de Exportadores Sectorial. (SIICEX, S.F.)

Competidores Directos o Indirectos

Michoacán es tan solo uno de los nueve productores de mezcal que existen en el país que son productores de mezcal gracias a sus condiciones climatológicas, los estados de los que hablo son Oaxaca, Puebla, Guerrero, Michoacán, Guanajuato, Zacatecas, San Luis Potosí, Tamaulipas y Durango, que en conjunto suman seis millones de hectáreas, y son reconocidas por su “denominación de origen” para efectos de consumo nacional y, sobre todo, para la exportación de un producto de calidad.

El estado con mayor demanda para la exportación es Oaxaca, el 80 por ciento de la producción nacional sale de Oaxaca, específicamente de unos mil 200 palenques diseminados en las ocho regiones, según la Cámara Nacional de la Industria del Mezcal. (Cruz, 2018)

Mientras que Michoacán exporto el año pasado 2 mil litros de mezcal, esto representa un valor de un millón de 200 mil pesos, aproximadamente, ya que una botella de tres cuartos de mezcal certificado cuesta en el mercado arriba de 600 pesos. Para este año la proyección es exportar más de 4 mil litros, lo que generaría una derrama de 2 millones 400 mil pesos. (Celaya, 2018)

Michoacán 29 municipios cuentan con denominación de origen para la producción del mezcal pero solamente 6 lo producen formalmente y de los cuales existe una ruta del mezcal, los municipios que lo conforman son Madero, Charo, Tzitzio Queréndaro, Indaparapeo y Morelia.

Estos municipios son nuestros competidores directos en los cuales existen varias pequeñas empresas que producen el mezcal pero hasta ahora las más reconocidas son Mezcal profundo amor y Don mateo de la sierra mezcal.

Normas y Controles de Calidad

De acuerdo al Diario oficial de la federación con publicación del 23 de febrero de 2017 referente a la NOM-070-SCFI-2016, Bebidas alcohólicas, mezcal que se refiere a la Denominación de Origen Mezcal, cuya titularidad corresponde al Estado Mexicano bajo los términos contenidos en la Ley de la Propiedad Industrial. La emisión de esta Norma Oficial Mexicana es necesaria de conformidad con el resolutive segundo de la "Resolución mediante la cual se otorga la protección prevista a la denominación de origen Mezcal, para ser aplicada a la bebida alcohólica del mismo nombre, publicada el 28 de noviembre de 1994, así como sus modificaciones subsecuentes y con el artículo 40 fracciones I y XV de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

- **Objetivo**

Esta Norma Oficial Mexicana establece las características y especificaciones que debe cumplir la bebida alcohólica destilada denominada Mezcal para su producción, envasado y comercialización.

- **Comercializador titular o licenciataria de marca**

Es el titular o licenciataria de la marca que cuenta con autorización por parte del organismo evaluador de la conformidad para la adquisición, almacenamiento, distribución y comercialización de la bebida alcohólica destilada denominada Mezcal certificada, en términos de la presente Norma Oficial Mexicana.

- **Sello de certificación:**

Es el distintivo que acredita la certificación del Mezcal. Es un holograma que en su diseño incluye la imagen corporativa, marca del organismo evaluador de la conformidad y un código numérico único por botella. El holograma es proporcionado por el organismo evaluador de la conformidad al Envasador, previa demostración de que el producto a envasar cumple con esta Norma Oficial Mexicana y los procedimientos de evaluación de la Conformidad.

- **Especificaciones fisicoquímicas**

El Mezcal debe cumplir con las siguientes especificaciones (ver figura 2.3):

Figura 2.5 Especificaciones fisicoquímicas

Especificaciones	Unidades	Mínimo	Máximo	Norma aplicables
Alcohol Volum en a 20 °C	% Alc. Vol.	35	55	NMX-V-013-NORMEX-2013 (Ver 2.6)
Extracto Seco	g/L de Mezcal	0	10	NMX-V-017-NORMEX-2014 (Ver 2.7)
Alcoholes Superiores	mg/100 mL de Alcoholanhidro	100	500	NMX-V-005-NORMEX-2013 (Ver 2.5)
Metanol	mg/100 mL de Alcoholanhidro	30	300	NMX-V-005-NORMEX-2013 (Ver 2.5)
Furfural	mg/100 mL de Alcoholanhidro	0	5	NMX-V-004-NORMEX-2013 (Ver 2.4)
Aldehídos	mg/100 mL de Alcoholanhidro	0	40	NMX-V-005-NORMEX-2013 (Ver 2.5)
Plomo (Pb)	mg/L	-	0,5	NMX-050-NORMEX-2010 (Ver 2.8)
Arsénico (As)	mg/L	-	0,5	NMX-050-NORMEX-2010 (Ver 2.8)

Fuente: Economía, 2015

- **Envasado**

Para envasar la bebida alcohólica destilada denominada Mezcal se debe contar con autorización del OEC. Cuando el envasador lleve a cabo el envasado de otros productos distintos al Mezcal, debe contar en sus instalaciones con líneas diferenciadas de envasado, previamente autorizadas por el OEC, asegurando que el Mezcal no entre en contacto con líneas, contenedores o infraestructura que pudieran servir para el proceso, transporte o contención de otra bebida o producto alcohólico.

Producto terminado debe envasarse de manera manual o mecánica en recipientes conforme a la NOM-142-SSA1/SCFI-2014 (ver 2.2) y debe cumplir al menos 4 etapas:

1. filtración del producto terminado, debe utilizar filtro (s) para la captura de sólidos
2. llenado
3. taponado
4. sellado.

- **Etiquetado para exportación**

Independientemente del cumplimiento de los requisitos que impongan las leyes del país al cual se exporte, se deberá incluir:

- a) Marca en la superficie principal de exhibición.
- b) La leyenda: "Mezcal", "Mezcal Artesanal" o "Mezcal Ancestral" según su categoría.
- c) La leyenda: "Joven" o "Blanco", "Madurado en Vidrio", "Reposado", "Añejo", "Abocado con" o "Destilado con" según su clase, de la marca registrada con la que se distinga el producto.

d) Manifestarse el tiempo de maduración y añejamiento en años cumplidos utilizando sólo números enteros, en la superficie principal de exhibición. Esta información podrá traducirse al idioma del país en donde se comercialice el producto.

h) La leyenda: DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA, en letras mayúsculas, en un tamaño cuando menos de 3 mm y en la superficie principal de exhibición. Esta información podrá traducirse al idioma del país en donde se comercialice el producto.

l) La leyenda Hecho en México o Producto de México o el gráfico de indicación de procedencia debe aparecer en la superficie principal de exhibición, esta información podrá traducirse al idioma del país en donde se comercialice el producto.

Capítulo 3. Mercado meta

El mercado meta es el segmento de la población a la cual queremos llegar con nuestro producto, esto va de la mano en relación a las necesidades que tienen los grupos de consumidores a los que se quiere llegar. La función de un mercado meta es generar un posicionamiento del producto dentro de esta sección de la población, esto se hace al juntar consumidores con las mismas características pictográficas y de actitudes, necesidades y gustos es más fácil delimitar las características del producto o marca, así como las necesidades que va a cubrir.

Los mercados potenciales para la realización de la exportación de cremas de mezcal son **España, Colombia y Canadá**, para determinar cuál será la mejor opción para como mercado receptor, me basare en el análisis de su **localización, gastronomía, producto interno bruto, cultura y los tratados de libre comercio** con los que se cuente con los respectivos países.

3.1 Análisis de mercados potenciales

España

España es un estado miembro de la Unión Europea **situado en el suroeste de Europa**. Ocupa el 85% de la Península Ibérica. Parte de su territorio se extiende al Mar Mediterráneo (Islas Baleares), en el Océano Atlántico (Islas Canarias) y norte del continente africano (Ceuta y Melilla). Comparte frontera con Francia y el Principado de

Figura 3.1 Mapa de España



Fuente: SIAGUA , s.f

Andorra en el norte y con Portugal al oeste.

España tiene una superficie de 505.957 Kilómetros cuadrados, siendo el tercer país europeo más grande después de Rusia y Francia. Los Pirineos actúan de frontera natural con Francia. (SIAGUA, S.F.)

España ha sido sede de culturas y civilizaciones musulmanas, fenicias, romanas, griegas, cartaginesas y visigodas. Todas estas han dejado su aporte, constituyendo así a un país muy rico y variado desde el punto de vista cultural. Por esta razón existen variadas representaciones artísticas, festividades, gastronomía, música y danzas.

A nivel mundial, las tradiciones españolas más conocidas son el flamenco y las corridas de toros. Las corridas de toros se presentan en cualquier punto del país y en casi cualquier festividad. El cuanto al flamenco, éste surgió en Andalucía, sur del continente Europeo. (Caracteriscas, S.F.)

La **gastronomía** española es atractiva no solo por su variedad de platos dependiendo de la zona donde te encuentres, sino que también dentro de esto encontramos una gran diversidad de bebidas, y lo más interesante los españoles siempre se encuentran entusiastas a probar algo nuevo en cuanto a bebidas se refiere.

Algunas de las **bebidas típicas** españolas son la sangría que es una mezcla de frutas y vino, el tinto de verano es la combinación de vino tinto y limonada que se sirve en un vaso alto, licor 43 que es un tipo de licor de aperitivo, sidra que es un tipo de vino espumoso, kalimoxo vino con Coca-Cola originario de país vasco, estos los más populares en cuanto a las bebidas, suelen ser acompañadas con sus tradicionales tapas.



El producto interior bruto de España en el tercer trimestre de 2018 ha crecido un 0,6% respecto al trimestre anterior, tasa que es igual a la del segundo trimestre de 2018, la variación interanual del PIB ha sido del 2,5%, luego no se ha producido variación desde el trimestre anterior. La cifra del PIB en el tercer trimestre de 2018 fue de 303,017 millones de euros, tiene un PIB Per cápita trimestral de 6,494€ euros, 203 euros mayores que el del mismo trimestre del año anterior, que fue de 6,291 euros. (Datos macro, 2018)

México cuenta con un **Tratado de Libre Comercio** con la unión europea donde se encuentra incluida España, este tratado está en vigor desde el año 2000 el nombre oficial es TLCUEM que forma parte del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México-UE, el cual busca igualmente fomentar el diálogo político e intensificar la cooperación entre ambas Partes.

El TLCUEM primer acuerdo de libre comercio entre el Continente Americano y el Europeo. Ha generado un importante crecimiento en los flujos bilaterales del comercio y la inversión. (Secretaria de economía , 2000)

Canadá

Figura 3.2 Mapa de Canadá



Canadá **ocupa la mitad septentrional de América del Norte**, es un estado federal parlamentario de Norteamérica, miembro de la Commonwealth; limita al norte con el océano Ártico, al noreste con la bahía de Baffin y el estrecho de Davis, que lo separa de Groenlandia, al este con el océano Atlántico, al sur con

Fuente: blogspot, 2007

Estados Unidos y al oeste con el océano Pacífico y Alaska. (blogspot, 2007)

Canadá **es un país multicultural** formado por millones de inmigrantes que han llegado a lo largo de más de 200 años de historia, gran parte de los ciudadanos canadienses actuales descienden de inmigrantes y su política actual de inmigración es de las más abiertas del mundo. Los canadienses siempre han estado influidos por ingleses y estadounidenses, debido a los estrechos lazos comerciales y culturales que han mantenido con ambos países. Francia también ha tenido una gran influencia en la configuración del país, especialmente en la región de Quebec. De ahí que actualmente sea un país bilingüe en el que todos los servicios públicos se ofrecen tanto en inglés como en francés. Los aborígenes que vivían en Canadá antes de la llegada de los colonos europeos también han contribuido a forjar la identidad del país. Todo este panorama da lugar a un país muy diverso, en el que los miles de kilómetros que separan unas zonas de otras contribuyen a hacer más patente esta diversidad única de Canadá. (Universia, s.f)

Debido a la gran diversificación en la cultura canadiense es un aspecto que también logramos apreciar en su variedad **gastronómica y bebidas típicas**, las cuales varían según la región donde nos encontremos. Los Fiddleheads se tratan de hojas de helecho justo antes de madurar, se suelen cocinar con pollo, patatas y otros vegetales, macaroni and cheese y poutine estos algunos de los más populares junto con los pancakes acompañados de miel de maple.



En cuanto a las bebidas típicas encontramos que los canadienses suelen beber Ice Wine, cerveza, whisky canadiense y caesar que es una bebida a base de vodka y zumo de tomate acompañado de caldo de almejas.

El producto interior bruto de Canadá en el segundo trimestre de 2018 ha crecido un 0,7% respecto al trimestre anterior. Esta tasa es 3 décimas mayor que la del primer trimestre de 2018, que fue del 0,4%. La variación interanual del PIB

ha sido del 1,9%, 4 décimas menor que la del primer trimestre de 2018, cuando fue del 2,3%. La cifra del PIB en el segundo trimestre de 2018 fue de 361,759 millones de euros (Datos macro, 2018)

México tiene un **Tratado de Libre Comercio** con Canadá en el cual también es participe Estados Unidos, este ha tenido modificaciones desde la entrada al mandato del nuevo presidente en los Estados Unidos de América, originalmente el nombre del tratado era TLCAN el cual fue firmado en Ottawa (11 y 17 de diciembre de 1992), en Ciudad de México, D.F. (14 y 17 de diciembre de 1992) y en Washington, D.C. (8 y 17 de diciembre de 1992) y entró en vigor el 1 de enero de 1994.

Colombia

Figura 3.3 Mapa de Colombia



Fuente: Banrepcultural, 2017

La República de Colombia se **localiza** al noroeste del continente de América del Sur. Al norte limita con la República de Panamá y el mar Caribe, por el Oriente con las Repúblicas de Venezuela y Brasil, por el sur con las Repúblicas de Perú y Ecuador, y por el occidente con el océano Pacífico. Su territorio tiene 1.141.748 km² de superficie continental, sumadas las aguas marinas y submarinas,

928.660 kms², la extensión es de 2.070.408 km².

El país está dividido en 32 departamentos y un distrito capital (Bogotá), además de contar con seis grandes regiones: Andina, Caribe, Pacífica, Orinoquía, Amazonía e Insular. Colombia se extiende desde los 4° 13' 30" de latitud sur, hasta los 12°

27´46" de latitud norte; y desde los 66° 50´54" al occidente del meridiano de Greenwich por el oriente, hasta los 79° 0´23" del mismo meridiano, por el occidente. (Banrepcultural, 2017)

La cultura colombiana formó una identidad muy bien definida. Partiendo de diversas culturas precolombinas como los muiscas, taironas, quimbayas y zenúes, con la fusión de las civilizaciones españolas y africanas, resultó una sociedad con rasgos comunes al resto de países latinoamericanos, pero con una marcada diferencia. Socialmente la cultura colombiana se compone de muchos grupos étnicos, destacando la población mestiza. A pesar de que el idioma oficial es el español, existen 65 lenguas indígenas. Otra característica es que el 90% de la población colombiana profesa la religión católica, lo que indica que muchos de los días festivos de Colombia tienen una connotación religiosa.

Actualmente, Colombia está organizada territorialmente en 32 departamentos, 1 distrito capital, 2 distritos industriales y portuarios, 2 distritos turísticos y culturales, 2 distritos turísticos, culturales e históricos, y varias áreas especiales indígenas. (cultura10.org, s.f.)

La gastronomía colombiana varía en preparación e ingredientes por región e incorporan las tradiciones de las culturas española, mestiza y afro. Algunos de los ingredientes más comunes en las preparaciones son cereales como el arroz y el maíz, la papa y la yuca, variedad de leguminosas (fríjoles), carnes vacuna, de gallina, cerdo, cabra, cuy y otros animales silvestres, pescados y mariscos. Aunque Colombia no tiene un plato nacional, son muy reconocidos el sancocho y la arepa en sus distintas variantes.

En cuanto a las bebidas típicas encontramos el café ya que Colombia es destacado por su producción y exportación de este, la lulada es una bebida típica del departamento del Valle del Cauca, el aguardiente que es conocida como la bebida nacional de Colombia, la chicha: se prepara con maíz fermentado y miel o azúcar y se sirve fría. Estas son solo algunas de las bebidas más conocidas y típicas en este país.

El producto interior bruto de Colombia en el segundo trimestre de 2018 ha crecido un 0,6% respecto al trimestre anterior. Esta tasa es 3 décimas menores que la del primer trimestre de 2018, cuando fue del 0,9%. La variación interanual del PIB ha sido del 2,5%, 1 décima menor que la del primer trimestre de 2018, cuando fue del 2,6%. La cifra del PIB en el segundo trimestre de 2018 fue de 72,921 millones de euros. (datos macro, s.f)

Colombia tiene un **Tratado de Libre Comercio** con México, originalmente llamado G3 porque estaba incluida Venezuela pero en 2006 este abandonó las negociaciones del tratado, por lo cual solo quedo México y Colombia siendo participes del tratado de ahí que se denominó G2.

Colombia y los Estados Unidos Mexicanos finalizaron la adaptación del Tratado de Libre Comercio y suscribieron cinco decisiones reflejadas en un protocolo modificadorio cubriendo: el acceso a los mercados, las reglas y el certificado de origen. El protocolo modificadorio al tratado de libre comercio Colombia-México entró en vigor en 2011. (reingex.com)

3.2 Escala tipo Likert

Figura 3.4 Escala tipo Likert

Escala Likert			
	España	Canadá	Colombia
Localización	4	5	5
Cultura	5	4	5
Gastronomía	4	3	4
PIB	4	5	3
TLC	5	4	5
Total	22	21	22

Fuente: Elaboración propia

Escala: 5 = muy bueno, 4 = bueno, 3 = regular, 2 = malo, 1 = muy malo

Las ponderaciones de la tabla se basan en la similitud que se tenga con México en cuanto a cultura y gastronomía en cuanto más semejante sean mayor será su puntuación, la ponderación de localización es referente a la distancia que se tiene geográficamente y la cercanía que se obtenga con México, la evaluación del PIB se evaluó en cuanto a los resultados que se obtuvieron de la página de datos macro, en cuanto a los TLC la ponderación que se le dio a Canadá fue basada en los inconvenientes del último año debido a las renegociaciones que se hicieron y las modificaciones, esto lo hace ver como un TLC con problemática actual por ello disminuyo su ponderación.

3.3 Características generales

En base a los resultados de la escala tipo Likert nos presenta que se es potencial enviar nuestras cremas de mezcal ya sea a Colombia por la cercanía geográfica y similitud gastronómica y cultural, o bien a España que por si mayor ingreso económico y similitud en cultural y gastronómica ya que México tiene influencia española directa en su cultura debido a los antecedentes de conquista. Esto permite que nuestro producto en cualquiera de los dos países destinos sea viable su envío y así mismo permita que se tenga una mayor aceptación por las similitudes gastronómicas que se presentan.

Figura 3.5 Comparativo España – Colombia

Factor	España	Colombia
Tipo de gobierno	Es una monarquía parlamentaria como estado unitario.	Es una república constitucional con presidencialismo y estado unitario.
Idioma	Idioma oficial el castellano, aunque también son hablado el gallego, catalán y vasco	El idioma oficial de Colombia es el español. Adicionalmente Hay más de 60 lenguas indígenas que se hablan y que están constitucionalmente reconocidas en sus territorios como lenguas oficiales. (Festivos Colombia , s.f)
Moneda	Euro	Peso colombiano
Clima	Tiene diversidad de climas por lo que las temperaturas dependen de la región y el mes en el que estés. La zona costera del norte de España es húmeda y templada, mientras que en el centro, las temperaturas son extremas, o muy frío o muy caliente, por último, la zona costera mediterránea tiene temperaturas cálidas y agradables. (Turismo.org, s.f)	El clima de Colombia se caracteriza por su uniformidad térmica a lo largo del año. Se pueden encontrar desde climas cálidos en la costa hasta climas fríos en las cimas de la cordillera de los Andes y la Sierra Nevada de Santa Marta. (universia.es, s.f)

Fuente: Elaboración propia

Una vez ya analizadas las características generales de ambos países he determinado que el país destino será España, ya que me parece interesante como mercado por el hecho de que es un país al que no se suelen enviar muchos productos a él, además de que considero que es un producto novedoso e interesante para este mercado ya que los niveles de consumo de alcohol en España son altos y siempre están dispuestos a probar cosas nuevas, también es una puerta de acceso al resto del mercado europeo lo cual podría permitir que se expanda y conozcan mucho más los productos mexicanos en el resto del mundo, las cremas mezcaleras son interesantes ya que por el hecho de ser un destilado de agave se tiene relación a un producto que ya es conocido que es el tequila.

Cualidades representativas de España

En base a lo investigado por el economista Montoya, S:F en su blog actividades económicas España con una población de 47 millones de habitantes es la 12ª economía más grande del mundo detrás de Australia, la cuarta en Europa, con un PIB (Producto Interno Bruto) nominal de US\$1.479,560 millones. Además, está ubicada 28° a nivel mundial en el Índice de facilidad para hacer negocios

La economía de España cuenta con una fuerza laboral de cerca de 30 millones de personas, aunque su tasa de desempleo es uno de los mayores de España. En Febrero de 2018 este se ubicaba en 15.1%.

Actividades primarias de España

Las actividades económicas primarias de España aunque diversas no tienen una gran participación en el PIB total de la economía, solo componen 2.7% del total de la actividad económica o productiva del país.

En la producción agrícola del país es de importancia la producción de cebada, trigo, avena, centeno, remolacha azucarera, frutales y cítricos, maíz, patatas, tomates, lechuga, legumbres y cebolla como también son muy importantes la cría de ganado ovino y porcino. Las condiciones climáticas y topográficas hacen una obligación la agricultura tipo secano (Siembra sin riego) en varias partes del país.

España es el líder Europeo en agricultura ecológica con 1.317.539 ha, lo que supone un 17% del conjunto de la Unión.

Actividades secundarias de España

En las actividades económicas secundarias del país se destacan la industria automotriz, España es el noveno productor mundial de automóviles del mundo y el segundo de Europa (92% de esta producción se exporta); la producción de partes y accesorios de vehículos, neumáticos, la industria farmacéutica, papelera y derivados del petróleo.

También son muy importantes las industrias agroalimentarias como la producción de vinos, conservas, lácteos y embutidos.

Actividades terciarias de España

El sector terciario es el más importante en la economía de España, es la mayor actividad económica del país y el que más trabajos genera.

Este sector está compuesto de servicios de educación y salud, gobierno, telecomunicaciones, transporte, entretenimiento, seguros, turismo, comercio al por menor, etc.

Sobresalen en las telecomunicaciones (Telefónica), la banca (BBVA y Santander), las ventas al por menor de moda (Inditex), seguros (Mapfre) y en hotelería y turismo (Sol Melía). España es el cuarto destino turístico a nivel mundial recibe más de 53 millones de visitantes al año, gracias a esto el turismo representa 10% del PIB total del país.

Exportaciones de España

Los principales destinos de las exportaciones españolas son todos europeos: Francia (17%), Alemania (12%), Portugal (10%), Italia (9.3%) y Reino Unido (6.9%). Los principales productos de exportación de España son automóviles, partes y accesorios de vehículos, medicamentos, petróleo y sus derivados y jugos cítricos.

Importaciones de España

Los principales productos que importa la economía de España son coches, piezas y repuestos de automóviles, petróleo crudo, medicamentos envasados, gas de petróleo, computadoras, petróleo refinado, equipos de radiodifusión, café, instrumentos médicos, entre otros.

Puntos de acceso más importantes para las mercancías

Uno de los puntos de entrada más destacados para la entrada o salida de mercancías a este país son sus puertos de los cuales iContainers, 2014 los enlista en cinco posiciones según su posicionamiento en los rankings internacionales y del continente, en seguida se muestra la lista elaborada por iContainers:

Puerto de Valencia

El puerto de Valencia ocupa el puesto número 30 de la oferta mundial, aunque a nivel de todo el Mediterráneo destaca como el más importante y en Europa se considera el quinto.

Puerto de Algeciras

Este puerto se coloca cuatro puestos más abajo que el puerto de Valencia en el ránking mundial. En el Mediterráneo, sube hasta el segundo puesto y es el sexto más influyente en Europa. La Autoridad Portuaria de la Bahía de Algeciras cuenta con buenas medidas de seguridad, encontrándose en este aspecto a la cabeza de los Puertos Europeos.

Puerto de Barcelona

El puerto de Barcelona se acomoda en el puesto 77 del mundo, el 15 de Europa y el séptimo del Mediterráneo. Poseen 3 terminales internacionales: TCB , TerCat y la recién estrenada Terminal BEST; y 17 grúas para contenedores además de instalaciones ferroviarias para manipulación y expedición de la mercancía.

Puerto de Las Palmas

El puerto de Las Palmas es el principal puerto de tránsito de la zona debido a su capacidad para aprovechar su privilegiada posición geográfica y su conexión con África. El puerto canario en un año ha conseguido incrementar un 65% su tráfico de contenedores en tránsito, hasta las 790.232 unidades. Está conectado con 180 puertos de los cinco continentes a través de una treintena de líneas marítimas y destaca como el primer puerto del Atlántico Medio.

Puerto de Bilbao

Cerrando la lista, se coloca el puerto de Bilbao en el puesto 125. En Europa, subiría al puesto 25, consolidándose como puerto de referencia del norte de la Península.

Los 5 aeropuertos de carga españoles más importantes según RFL cargo, S.F. son:

Adolfo Suárez Madrid-Barajas: ha movilizado alrededor de 35 millones de kg para el último registro de movimientos realizado.

El Prat: para el aeropuerto de Barcelona han sido 11,5 millones de kg de mercancía movidas, lo que se traduce en un incremento del 18,3%. Además, los casi 100 millones de mercancías movidas a lo largo del presente año representan un 17% más que las movidas durante el año 2015 hasta esta fecha.

Zaragoza: a través del aeropuerto maño se ha superado el total de mercancías movidas por el aeropuerto de El Prat. Se registraron casi 12 millones de kg, un 17,6% más que para el mismo registro.

Vitoria: el cuarto aeropuerto más importante de España en la red AENA, El registro se ha colocado cercano a los 5 millones de kg. Esto supone un crecimiento de los movimientos de mercancías del 12,3%.

Las Palmas de Gran Canaria: el aeropuerto de Las Palmas, a pesar de ser el quinto de España en actividad, es el único que no ha logrado superar el millón de kg movidos y que, además, registra un descenso de actividad del 2%.

Estilo de negociación de los españoles

Para poder tener una negociación amigable y con deseos de que sea exitosa el Departamento de inteligencia de mercados, S.F. sugiere en su ficha técnica para negociar con España se tomen en cuenta los siguientes puntos:

Es importante la puntualidad en cada cita, aunque la puntualidad no es una virtud en España, como sí lo es en otros países de Europa.

El español, aprecia una comunicación clara, precisa y prudente.

En caso de llegar a una transacción comercial, es habitual que se alarguen las fechas de pago, hasta en tres meses o más.

Los españoles suelen mostrarse reacios a dar información específica sobre sus empresas, se debe ser muy cuidadoso para no hacer preguntas muy directas.

Los argumentos en las negociaciones, se deben hacer de forma muy clara y consistente, ya que suelen acaparar la palabra y tienden a pensar que el que más habla defiende mejor sus argumentos.

Los españoles son claros en su comunicación, sino les interesa algo dicen "No" para cortar el tema y no perder tiempo.

La cultura corporativa española no es proclive a plasmar todas las negociaciones en contratos detallados.

Sobre la reunión, tome en cuenta que las comidas se inician sobre las 2.30 pm, ellos por excelencia gustan de la buena comida y el buen vino, las propinas suelen ser del orden del 5 o 10%

Si hay de por medio invitaciones a una casa, sea para comer o cenar, se debe aceptar pero no en la primera invitación, se debe esperar que el anfitrión insista.

Con relación a los obsequios estos no deben darse entre empresas, no es común hacerlo, y si se dan deben ser de calidad y envueltos adecuadamente, si se dieran, deben abrirse una vez que se reciban.

El horario de almuerzo es de 2 a 4 pm. Se dan una pausa larga para comer. Las vacaciones se dan en el mes de agosto, por ello es importante verificar el calendario de fiestas nacionales y locales.

El uso de tarjetas de presentación es generalizado y se recomienda disponer de una cantidad adecuada. Si se recibe una y no se ofrece otra a cambio, el gesto puede verse como una descortesía

Capítulo 4. Aspectos Operacionales

En el presente capítulo se abordaran todos los aspectos operacionales relacionados a la exportación de las cremas de mezcal a el país seleccionado para que sea el receptor de dicho producto, para ello será necesario hacer un análisis generalizado del país meta, cual es la mezcla de mercadotecnia las cuales serán de ayuda para realizar una estrategia de entrada conveniente para ese mercado, también se abordara todo lo necesario para la logística de envío incluyendo costos, tipo de envasé y embalaje más conveniente.

4.1 Objetivo en el país meta

El objetivo de seleccionar España como país es porque realmente no es un mercado muy explorado por las empresas exportadoras mexicanas, por la distancia y los costos que esto implica, sin embargo considero que es un mercado con posibilidades adquisitivas altas y que además de esto los productos de este tipo les es atractivo, el hecho de que las cremas de mezcal sean hechas de una forma artesanal siempre es llamativa para cualquier mercado y que también el mezcal sea visto como una variedad de destilado de agave más fuerte es interesante por no ser tan conocido en otras partes del mundo como es el destilado que se produce en Jalisco, México es decir el “Tequila”

Generar un acceso al mercado español es la puerta para poder acceder al resto de los países europeos, lograr que las cremas de mezcal se hagan famosas dentro de este territorio por la semejanza cultural que se tiene con México es importante ya que con otros países de la unión europea no tenemos tanta similitud gastronómica o cultural como con España esto es una oportunidad de introducción

al lograr el posicionamiento del producto será más sencillo poder ver que interacción tiene el resto de los europeos, ya que la entrada turística que tienen las principales ciudades españolas por otras nacionalidades europeas, permitirá de alguna forma que se haga un análisis de mercado para el resto del continente sin que genere un costo mayor al ir haciendo estudio por particulares, si se emplea este modo se preguntara a las empresas españolas que se les venda en primera instancia de que otras nacionalidades se vende más la crema de mezcal y ya en base a esto poder seleccionar cual sería el siguiente país europeo al que se desea enviar el producto.

4.2 Mezcla de Mercadotecnia

Kotler y Armstrong, definen la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto" (KOTLER & ARMSTRONG, 2003)

La mezcla de mercadotecnia forma parte de un nivel táctico de la mercadotecnia, en el cual, las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con un producto satisfactor de necesidades y/o deseos, a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un sistema de distribución que coloque el producto en el lugar correcto y en el momento más oportuno.

En síntesis, la mezcla de mercadotecnia es un conjunto de variables o herramientas controlables que se combinan para lograr un determinado resultado en el mercado meta, como influir positivamente en la demanda, generar ventas, entre otros.

Para realizar una buena mezcla de mercadotecnia se deben tener en cuenta los conceptos de las 4 P'S (producto, precio, plaza y promoción). El profesor Eugene Jerome McCarthy (s.f.) las define de la siguiente manera:

Producto:

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos
2. La diferenciación de productos
3. La marca
4. La presentación

En este caso mi producto son las cremas mezcaleras que se producen en el estado de Michoacán.

Precio:

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia y coste. Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

1. Los costes de producción, distribución.
2. El margen que desea obtener.
3. Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
4. Las estrategias de Marketing adoptadas.
5. Los objetivos establecidos.

Plaza o Distribución:

Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
3. Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. Merchandising. Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta.

La plaza de las cremas del mezcal es hacerla llegar desde el productor mezcalero hasta los supermercados españoles y algunos de los bares más reconocidos de la capital española.

Promoción:

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

1. Comunicar las características del producto.
2. Comunicar los beneficios del producto.
3. Que se recuerde o se compre la marca/producto.
4. La comunicación es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix.
5. de comunicación son los siguientes:
6. La publicidad.

7. Las relaciones públicas.
8. La venta personal.
9. La promoción de ventas.
10. El Marketing directo.

La forma en que daremos a conocer nuestro producto en el mercado español será en primera instancia haciéndolo llegar a los bares y restaurantes, que sea ofrecido para ser servido como una bebida nueva de exquisito sabor y su peculiar propiedad para uso digestivo, de esta forma se comenzara a dar a conocer sus beneficios, cuando este primer objetivo sea logrado escalaremos al siguiente nivel llegar a los supermercados más grandes del país, para que así el cliente pueda llevarlo a su casa.

4.3 Estrategia de Entrada

Existen siete tipos de estrategias de entrada para los mercados internacionales, la finalidad de estas es dar oportunidad a la empresa de que haga que su producto entre a un nuevo mercado para lo cual tiene diversas formas para poder crear acceso a nuestro producto.

Las estrategias de entrada tiene como objetivo que la empresa pueda generar un plan de marketing internacional ya que cuando la empresa decide expandir sus horizontes a un nuevo mercado debe tener en cuenta muchos factores que serán parte para que el producto tenga una buena aceptación y así gestione cual es la más conveniente para la empresa y el producto en cuestión.

a) La exportación:

Es el método más utilizado por las empresas para acceder a nuevos mercados, es muy usado ya que es el más sencillo la producción se sigue efectuando en el país de origen, este sigue siendo el centro de las operaciones de la empresa para posteriormente enviar el producto terminado a los países destino.

En esta estrategia de entrada se desarrollan dos tipos de exportación de manera directa y de forma indirecta las cuales consisten en lo siguiente:

La exportación directa: consiste en que una empresa vende productos directamente a un cliente en un mercado internacional. Las organizaciones pueden vender a una amplia gama de clientes, algunos de los cuales actúan como intermediarios en el mercado objetivo, incluso si se trata de un intermediario, la exportación sigue siendo directa porque el intermediario es un cliente basado en el mercado objetivo. Algunos de los clientes más importantes para las organizaciones de exportación directa incluyen importadores, mayoristas, distribuidores, minoristas, departamentos de compras del gobierno y los propios consumidores.

La exportación indirecta: suele ser utilizada cuando la empresa no cuenta con demasiada experiencia y tratan de asumir los menores riesgos posibles, para esto se apoya de un intermediario independiente para los cuales pueden ser comisionistas, distribuidores o un bróker (comerciantes exportadores), en este tipo de exportación el intermediario es quien realiza todos los trámites para el comercio al exterior, de esta manera es este quien se transforma en el verdadero cliente la empresa productora.

b) Concesión de licencias:

El licenciamiento es una estrategia utilizada para ingresar en un mercado de otro país de la siguiente forma: la empresa dueña del producto (licenciante) establece un convenio con una empresa de otro país (licenciatario o concesionario), por el cual se le otorga a esta última el derecho a utilizar ya sea una marca comercial, un proceso de fabricación, una patente o algún otro elemento, a cambio del pago de una cuota (conocida como derecho de la licencia o regalía).

Esta estrategia representa una forma de ganar-ganar entre ambas partes, ya que a la empresa dueña del producto le permite ingresar en otro país sin un riesgo muy alto, debido a que por lo regular el licenciatario es una dependencia bien establecida y con muchos años en el mercado. Por su parte, esta última recibe

asesoría para una correcta administración, comercialización o fabricación del producto (Kotler y Armstrong, 2008 citado por Martínez, 2012)

c) Empresa conjunta o Joint venture:

Una empresa conjunta o joint venture es un acuerdo entre varias empresas para llevar a cabo un negocio conjuntamente. Normalmente requiere una gran inversión inicial y reportará beneficios en el largo plazo.

El objetivo que se persigue a la hora de crear una empresa conjunta puede ser de desde la producción de bienes o prestación de servicios, alcanzar nuevos mercados o buscar sinergias en la fabricación de un producto por el apoyo en los diferentes eslabones de la cadena de elaboración del producto.

Además, permite la puesta en común del conocimiento de cada empresa, de sus aptitudes y sus recursos; compartiendo ganancias y riesgos con el objetivo de salir beneficiadas todas las partes. (Bermejo, s.f.)

d) Consorcio:

El término proviene del latín consortium, y hace mención a la estructura conformada que facilitará el funcionamiento de esta nueva unidad empresarial. La principal diferencia con la 'Sociedad Comercial' radica en que el consorcio divide la actividad entre los distintos 'consorciados', estableciendo un nexo temporal entre ellos para la realización de la obra, servicio o suministro de bienes.

Cada uno de estos consorciados debe coordinar la actividad de los otros miembros, pero así mismo también cada uno, desarrolla su parte asignada individualmente, beneficiándose de los resultados económicos correspondientes.

Otra acepción común del concepto se encuentra en el acuerdo mediante el cual, accionistas de empresas entregan sus acciones a cambio de un certificado que le permite beneficiarse de parte de las ganancias de este consorcio. (Oca, s.f.)

e) Adquisición:

Consiste en comprar empresas “gemelas” en el extranjero y utilizarlas como catapulta de inserción internacional. Implica el control total de la compañía comprada y capacidad logística completa para asumir su manejo. También implica riesgo alto, acompañada de alta rentabilidad. (Jáuregui, 2001)

f) Franquicias

Una franquicia es similar a una licencia; sin embargo, la franquicia incluye más aspectos. Además de conceder la licencia de uso y comercialización de la marca, el otorgante (conocido como franquiciador o franquiciante) proporciona al franquiciatario local (conocido también como franquiciado) un paquete estándar de productos, servicios, procesos, know-how (conocimientos), manuales de operación y capacitación; a cambio de regalías (que son los pagos periódicos que debe pagar el franquiciatario al franquiciante).

En este caso, el dueño de la empresa concede a la otra parte toda la forma de operar el negocio, con lo cual se busca reducir el riesgo al máximo. Las franquicias representan actualmente una de las estrategias más exitosas para el ingreso y permanencia de una empresa en mercados del extranjero. (Martínez, 2012)

g) Manufactura dentro del país extranjero

Una empresa puede decidir contratar fábricas de otro país (o invertir en ellas), para elaborar ahí mismo el producto y así obtener diversos beneficios, entre los que se encuentran: aprovechar la mano de obra barata, evitar altos impuestos de importación, reducir altos costos de transporte hacia el mercado, tener acceso a las materias primas y a otros mercados.

Uno de los casos más notorios de esta estrategia es el caso de las maquiladoras en México. Existe una gran cantidad de empresas extranjeras que envían partes e insumos a las plantas mexicanas para que ahí se ensamblen. Los principales sectores donde las maquiladoras tienen mayor presencia en nuestro país, son:

sector textil, sector electrónico, sector automotriz, sector calzado, sector juguetero, entre otros. Algunos ejemplos de empresas extranjeras importantes que han recurrido a las maquiladoras en nuestro país son: Panasonic, Samsung, LG, Hyundai, General Electric, General Motors, Chrysler, Ford, Sony, Mattel, Hasbro, Converse, Nike, Adidas, Levi Strauss, Gap, Tommy, entre muchas otras (Rombiola, 2010 citado por Martínez, 2012).

Estrategia de entrada a utilizarse

La estrategia que se usara para que las cremas mezcaleras puedan acceder al mercado español será la más utilizada por las empresas pequeñas que tienen un producto que apenas se empieza a conocer dentro del mercado internacional, la exportación directa será el método que se utilizado, el objetivo es encontrar propietarios de bares y restaurantes que se interesen por las cremas de mezcal como una nueva opción novedosa para presentar en su local. De esta forma se podrá tener el acceso decidido en primera instancia para el producto para después poder escalar a la exportación donde la adquisición sea efectuada por supermercados españoles.

4.4 Logística

Pro-México (s.f.) define la logística como la columna vertebral del comercio. En el ámbito internacional constituye la base para la apertura comercial, la competitividad y la globalización económica, así como para el desarrollo del transporte y la industria de bienes y servicios, convirtiéndose en pieza fundamental para el crecimiento económico.

Los procesos logísticos incluyen diversos componentes blandos, como los procedimientos administrativos y aduaneros, la organización y la gestión del transporte, costos de empaque, almacenaje e inventario, los servicios de

seguimiento y localización, y el uso de las tecnologías de la información durante el proceso; también incluye elementos duros, como la infraestructura de transporte o telecomunicaciones y la infraestructura de almacenamiento que facilita la conectividad a lo largo de la cadena de suministro.

El concepto actual de logística comprende actividades del sector privado como la acción del Estado a través de la instrumentación de políticas públicas para el diseño, suministro, facilitación y regulación de actividades. El correcto desempeño logístico también depende de la participación gubernamental en el desarrollo de infraestructura –o prestación de servicios– y en el comercio transfronterizo.

La globalización también se ha convertido en un elemento fundamental para elevar la competitividad de las cadenas productivas, lo cual ha creado condiciones óptimas para que los bienes generados se coloquen en el mercado y generen recursos e infraestructura para desarrollar un sistema logístico avanzado.

Según Pro-México (s.f.) son seis los pasos que se deben considerar para la realización de una buena logística internacional para la exportación son los siguientes:

1. Importancia de la cadena de suministros y la logística

La gestión de la cadena de suministros es conjunto de servicios, todos ellos conectados entre sí y enfocados a mejorar la eficiencia, a reducir los tiempos de ciclo, a optimizar los recursos, a reducir los costos, y a mejorar la satisfacción del cliente, dentro del macro proceso que se inicia con la demanda del producto o del servicio y finaliza con su entrega, facturación y cobro.

Las actividades logísticas son el componente operativo de la gestión de la cadena de suministro; este componente incluye la cuantificación, la adquisición, la administración de los inventarios, el transporte y la gestión del flete, así como la recolección de datos y el reporte de la información.

2. Toma en cuenta el empaque y embalaje de exportación

El empaque y embalaje apropiado es vital para guardar, proteger y servir de medio para manipular productos y se debe diseñar para proteger el producto en su trayecto desde la línea de ensamble hasta el usuario final.

3. Determina el medio de transporte internacional que vas a utilizar

El medio de transporte a seleccionar tiene una relación directa con:

- ✓ La naturaleza de la mercadería a exportar.
- ✓ Su empaque y embalaje.
- ✓ La urgencia en el envío de la misma.
- ✓ El grado de manipulación que va a tener dicha carga.
- ✓ La disponibilidad del medio de transporte elegido.

4. Estipula el precio de exportación de tu producto.

El cálculo del costo de un producto de exportación debe considerar elementos diferentes de los que se toman en cuenta para el mercado nacional, por ejemplo, se incluyen gastos de despacho aduanero, empaque, transporte o seguros, entre otros, los cuáles repercuten en el costo final del producto. Para calcular el precio de exportación del producto es necesario tomar en cuenta los Incoterms, que son términos de negociación internacional establecidos por la cámara internacional de comercio que delimitan obligaciones y responsabilidades tanto del vendedor como del comprador

5. Elabora un contrato de compraventa internacional

Una vez fijado el precio de exportación este podrá establecerse en un contrato comercial, previamente convenido con tu cliente extranjero. En lo que se refiere a este, conviene señalar la importancia que para todas las empresas que participan en la exportación representa cuidar los aspectos legales de la operación. Para lo cual será necesario contar con un contrato de compra-venta internacional de mercancías, que le proteja de cualquier riesgo jurídico relacionado con el comercio internacional.

6. Determina el medio de pago que consideres más conveniente

En el comercio internacional se cuenta con varias formas para realizar o recibir los pagos de las mercancías. En forma muy general, algunas de ellas son las siguientes, clasificadas por su nivel de seguridad:

- ✓ Bajo - Cheque y giro bancario.
- ✓ Medio - Orden de pago y cobranza bancaria internacional.
- ✓ Alto - Carta de crédito.

¿Qué es la carta de Crédito?

La carta de crédito es un instrumento de pago mediante el cual un banco (banco emisor) a petición de un cliente (comprador) se obliga a hacer un pago a un tercero (vendedor/beneficiario) o a aceptar y pagar letras de cambio libradas por el beneficiario, contra la entrega de documentos siempre y cuando se cumpla con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.

4.5 Contenedor

¿Qué es un contenedor?

Unidades de carga consistentes en cajas cerradas que permiten el transporte de una o diversas unidades de envío en su interior. Características (según UNE 49751 e ISO/TC 104): 1. Tener carácter permanente, 2. Estar concebido para facilitar el transporte de mercancías sin rotura de la carga, 3. Fáciles de cargar y descargar. Su utilización se ha convertido en una práctica usual ya que existen terminales de contenedores en puertos, estaciones de tren y otros. Ventajas: ahorro de manipulación, seguridad y agilización de los trámites aduaneros. (comercio-externo.es, s.f.)

¿Cuáles son las características básicas de los contenedores?

Los contenedores por lo general están fabricados en acero, pero también los hay de aluminio y algunos otros de madera contrachapada reforzados con fibra de vidrio. En la mayoría de los casos, el suelo es de madera. En el interior llevan un recubrimiento especial anti-humedad, para evitar las humedades durante el viaje. Otra particularidad que define a los contenedores es la presencia, en cada una de sus esquinas, de alojamientos para los twistlocks, que les permiten ser enganchados por grúas especiales, así como su trincaje tanto en barcos como en camiones. (ICESI, s.f.)

Tipos de contenedores

A. Dry Van o contenedor seco

Son los contenedores estándar y los más utilizados del mercado. De construcción básica, metálicos, cerrados herméticamente y sin refrigeración o ventilación. Tienen diferentes tamaños: 20', 40' o 40' High Cube. La categoría High Cube, por su parte, facilita un aumento del 13% de la capacidad cúbica interna y se destina a las cargas más pesadas (carbón, tabaco, etc.). (Cardona, 2016)



B. High Cube

Contenedores estándar mayoritariamente de 40 pies; su característica principal es su sobre altura (9,6 pies). (MAITSA, s.f)



C. Open Top - OP

Dado que se abre por su techo, este tipo de container es conveniente para cargas grandes que no pueden cargarse por las puertas, como ciertas maquinarias, mármoles, vidrios, maderas, etc. (Grupo IBER Transit, s.f)



D. Bulk - BLK

Están diseñados para cargas de productos a granel. Disponen bocas de carga superiores. Apto para productos químicos, fertilizantes, algunas harinas, azúcar, sal, materiales plásticos en grumos, etc. (Grupo IBER Transit, s.f)



E. Flat - Plataformas Plegables - FLT

Cargas difíciles de manipular, bobinas de metal, cables, vehículos pesados, madera, maquinarias especiales, etc.
(Grupo IBER Transit, s.f)



F. Open Side - OS

Similar al Open Top (que abre por arriba), pero en este caso su apertura es lateral: Conveniente para las cargas de volumen que no pueden cargarse a través de puertas convencionales. Ideal para cargar y descargar en estaciones ferroviarias. (Grupo IBER Transit, s.f)



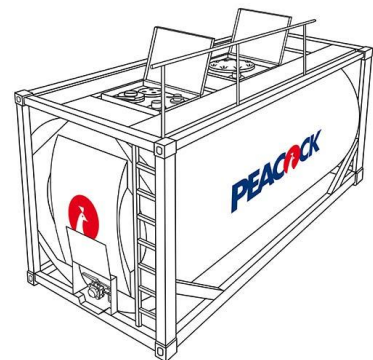
G. Reefer o contenedor refrigerado

Los contenedores reefer proporcionan un ambiente de temperatura controlada. Cuentan con una fuente de alimentación que se conecta a fuentes de energía durante su transporte. Esto permite transportar los productos a una temperatura constante durante todo el trayecto. Tiene la posibilidad de bajar la temperatura de -18° hasta 30°. Existen modelos de 20 y 40 pies, además de los High Cube. (Cardona, 2016)



H. Tank o contenedor cisterna

Utilizados para el transporte de líquidos, desde peligrosas como químicos tóxicos, corrosivos, altamente combustibles, así como aceites, leche, cervezas, vino, agua mineral, etc. Tienen las mismas dimensiones que un Dry Ban, pero su estructura es diferente, ya que incluyen en su interior un depósito de polietileno. (Cardona, 2016)



I. Flexi-Tank

Para transportes de líquidos a granel. Suponen una alternativa al contenedor cisterna. Un flexi-tank consiste en un contenedor estándar (dry van), normalmente de 20 pies, en cuyo interior se fija un depósito flexible de polietileno de un solo uso denominado flexibag. (MAITSA, s.f)



Contenedor a utilizar

El contenedor que usaremos para el envío de la mercancía al país destino España será un **contenedor refrigerado** de una dimensión de 20', este contenedor es favorecedor ya que es para cargas que requieren controlar la temperatura del producto y le da la protección necesaria al producto, se considera que como primera exportación es conveniente hacer solo el envío de dos pallets europeos, para que cuando llegue al país destino y al punto de venta elegido nos permita ver cuál es la reacción del mercado español a dicho producto lo cual es perfecto para comenzar a ver reacciones del cliente y si es aceptado para posteriormente poder realizar la exportación de más pallets al mismo mercado, mandar solo esta cantidad de producto una estrategia para observar el comportamiento del consumidor ante dicho producto que sirva como estudio de mercado más profundo y que el costo no sea excesivo en caso de que no tuviese una respuesta favorable.

4.6 Costos

Tipos de costos

Para Rangel & Peñaliza (s.f.) definen y subdividen los costos como el recurso sacrificado o perdido para alcanzar un objetivo específico, y estos se dividen en varios tipos dentro de la empresa pero los que aquí tomaremos en cuenta son los siguientes:

Costos de producción: Son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en:

Costos de materia prima: El costo de materiales integrados al producto; por ejemplo, la malta utilizada para producir cerveza, el tabaco para producir cigarrillos, etcétera.

Costos de mano de obra: Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto; por ejemplo, el sueldo del mecánico, del soldador, etcétera.

Costos de distribución o venta: Son en los que incurre el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor; por ejemplo, publicidad, comisiones, etcétera.

Costos de administración: Son los que se originan en el área administrativa (sueldos, teléfono, oficinas generales, etcétera). Esta clasificación tiene por objeto agrupar los costos por funciones, lo cual facilita cualquier análisis que se pretenda realizar de ellas.

Costos directos: Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se incluye el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia prima es un costo directo para el producto, etcétera.

Costo indirecto: Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o el sueldo del director de producción con respecto al producto.

Costos variables: Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas; por ejemplo, la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, mientras que las comisiones de acuerdo con las ventas.

Costos fijos: Son los que permanecen constantes durante un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen; por ejemplo, los sueldos, la depreciación en línea recta, alquiler del edificio, etcétera. Dentro de los costos fijos existen dos categorías:

Costos fijos discrecionales: Son los susceptibles de ser modificados; por ejemplo, los sueldos, alquiler del edificio, etcétera.

Costos fijos comprometidos: Son los que no aceptan modificaciones, por lo cual también son llamados costos sumergidos; por ejemplo, la depreciación de la maquinaria.

Figura 4.1 Costos directos

Por 15 litros de cremas de mezcal de los cuales se obtienen 20 botellas de 750 ml.	
Mezcal cristalino (por proveedores mezcaleros)	\$256 por litro
Leche entera (10 litros)	\$180
Azúcar	\$36
Café (nescafé)	\$65 por 120g
Chocolate	\$36 por onza
Vainilla	\$25 por 60ml
Envase	\$290 (\$14.50c/u)
Tapón guala	\$80 por 20pz \$4(c/u)
Etiquetas	\$150 por 20pz \$7.50 (c/u)
Total de costos por 20 unidades	\$1,118
Total de costos directos por 480 unidades	\$26,832

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.2 Gastos operacionales

Gastos operación	
Agua (bimestral)	\$348
Luz (bimestral)	\$1000
Renta (Mensual)	\$5,500
Mano de obra (mensual)	\$6,000
Total	\$12,848

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.3 costos indirectos

Costos indirectos de producción	
Leña (10 gavillas)	\$65
Costo de envasado	\$200 por 20 botellas \$10 (c/u)
Costos no identificados	\$20
Total de costos indirectos por 20 unidades	\$285
Vitafilm (no se toma en cuenta en la suma de 20 botellas)	\$600 por rollo
Cajas para 12 botellas	\$21.40 (c/u) \$856 (40 unidades)
Total por 480 unidades	\$8,296

Fuente: Elaboración propia

Otros costos que se deben tener en cuenta como empresa son los siguientes otorgados por medio de una entrevista con socios de “La flor del mezcal” quienes son productores del mezcal cristalino que nuestra empresa adquiere para la elaboración de las cremas mezcaleras.

Costo de la certificación para comercializador es de \$29,000 pesos, la inscripción tiene un precio de \$10,000 como primer anualidad, y la emisión del primer certificado como comercializadora tiene un costo de \$700 y para poder efectuar el proceso de maquila el costo es de \$900, toda esta información de costeos aproximados nos fueron brindados por esta empresa que son los principales productores a los cuales nosotros adquirimos el mezcal cristalino.

El costo que me genera producir 480 botellas de 750 mililitros me genera un costo de \$47,976 pesos, es decir por botella me genera precio de \$99.95 pesos, a los

cuales mi empresa para vender a un **mercado nacional** da un precio a la venta de \$249.88 es decir que maneja un margen de ganancia de un 150% aproximado.

Para sacar el costo de ¿Cuál sería mi ganancia en **mercado español**? Es necesario hacer la elevación de la ganancia hasta un 210% para no estar dejando perder el ingreso que se considera en el **mercado nacional** que nos permite que sea de 150%, es decir estaríamos tomando en cuenta nuestra ganancia nacional más el incremento de ponerla el producto en otro país, por lo cual se manejan márgenes de ganancia altos ya que el producto nos ayuda a que esto ocurra. Se observara de manera más clara los puntos de las ganancias ya a la exportación en la figura 4.5 Incoterm CFR (pág. 73)

4.7 Incoterms

¿Qué son?

Las reglas Incoterms son un estándar internacionalmente reconocido y usado a nivel mundial, en contratos internacionales y domésticos para la venta de mercancías. Las reglas Incoterms 2010 entraron en vigor el 1ro de enero de 2011. Estas reglas ayudan a los comerciantes a evitar costosos malentendidos especificando las tareas, costos y riesgos involucrados en la entrega de bienes de vendedores a compradores. Las reglas Incoterms son reconocidas por UNCITRAL como el estándar global para la interpretación de los términos más comunes en el comercio exterior. (ICC, s.f.)

¿Para qué se sirven los incoterms?

Los Incoterms sirven para establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales. Cada una de ellos encierra el conjunto de obligaciones que asume cada parte que participa en la compraventa internacional. Estos son utilizados para dividir los costos de las transacciones y las responsabilidades entre el comprador y el vendedor.

Algunas de sus principales funciones son:

- Determinar con precisión los términos y la logística del contrato, como son el momento y el punto de entrega de la mercancía, el medio de transporte, la responsabilidad sobre el seguro de la carga y el despacho aduanero.
- Especificar cómo es la transmisión de la propiedad, las cláusulas internas, los instrumentos de pago, el incumplimiento y sus consecuencias, las exoneraciones de responsabilidades debidas a causas diversas o la situación en la que se encuentre la mercancía. (Canacindra, s.f)

Tipos de Incoterms

Canacindra (s.f) clasifica y define los incoterms en cuatro diferentes grupos:

Grupo E: De salida

1. - EXW (Ex-Works, ex-factory, ex-warehouse)

Significa que la única responsabilidad del vendedor es poner su mercancía a disposición del comprador en su propio local.

Grupo F: Sin pago de transporte principal.

2.- FCA (Free carrier - Franco Transportista - libre transportista)

El vendedor debe entregar la mercancía lista para su exportación al transportista en el lugar indicado dentro del país de origen, luego de su despacho de aduana.

3.- FAS (Free alongside ship - Libre al costado del buque)

El vendedor tiene la responsabilidad de entregar la mercancía al costado del buque en el muelle o puerto del país de origen, en el lugar fijado en la cotización. El comprador debe despachar la mercadería en aduana.

4. - FOB (Free on Board - Libre a bordo)

El vendedor se responsabiliza de colocar la mercancía a bordo del buque en el puerto del país de origen, indicada en el contrato de venta. Es decir, antes de que

la mercancía este en el barco los gastos, derechos y riesgos corren a cargo del vendedor. El vendedor realiza el despacho aduanero dentro del país de origen.

Grupo C: Con pago de transporte principal.

5.- CFR (Cost & Freight - Costo y Flete)

El vendedor debe entregar la mercancía en el puerto destino, con flete pagado pero seguro no cubierto. El vendedor debe hacer el despacho de la mercancía en el país de origen para su exportación.

6.- CIF (Cost, Insurance & Freight - Costo, Seguro y Flete)

Es un término parecido al CFR, pero en este caso, el vendedor tiene también la responsabilidad de contratar un seguro marítimo para la mercancía del comprador.

7.- CPT (Carriage paid to -Transporte Pagado Hasta)

El exportador o vendedor transporta la mercancía hasta el puerto del comprador, pero no contrata el seguro. La responsabilidad del embarque recae sobre el comprador (importador). Aquí el vendedor (exportador) paga el transporte hasta el punto de entrega establecido dentro del país destino.

8.- CIP (Carriage and Insurance Paid to - Transporte y Seguro pagados hasta)

El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. La empresa vendedora cumple con su obligación de entrega cuando pone la mercancía en poder del porteador y no cuando la mercancía llega al lugar de destino.

Grupo D: Grupo de llegada

9.- DAT (Delivered at terminal-Entregado en terminal)

El vendedor debe transportar la mercancía hasta el puerto del país extranjero, descargarla y colocarla en la terminal o puerto que sea fijado dentro del contrato. El comprador realiza el despacho aduanero de importación.

10.- DAP (Delivered at place-Entregado en un lugar fijado)

El vendedor lleva a cabo la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada preparada para la descarga en el lugar de destino. El vendedor puede realizar el despacho de la mercancía dentro del país destino, cuando sea aplicable.

11.- DPP (Delivered Duty Paid - Entregada derechos pagados)

El vendedor se hace cargo de todo, incluyendo los procedimientos necesarios para el despacho de la mercancía y el pago de los derechos aduaneros dentro del país destino.

Selección de Incoterm

Una vez analizados los once tipos de incoterms proseguiremos a elegir uno para el realizar el envío de nuestro contenedor a España, es importante señalar que el medio de transporte que utilizaremos será marítimo para lo cual solo nos quedan para elegir cuatro tipos de incoterms que son los que se cierran a un medio de transporte marítimo los cuales son FAS, FOB, CFR y CIF, ya que los restantes son utilizados para envíos de mercancías donde el transporte sea de manera polivalente. El tipo de incoterm que se ha considerado de más conveniente para esta exportación es CFR (Cost & Freight - Costo y Flete) se elige este por la forma en que se trabaja con él, ya que se tiene los gastos de una manera equilibrada tanto para el vendedor como para el comprador, de esta manera es favorable para ambas partes por compartir los gastos de transportación, y es ideal para una empresa que quiere comenzar a emprender dentro de las exportaciones de su producto, además de ir ganando clientes y posicionando su producto en el mercado destino.

Figura 4.4 Incoterm FOB

FOB (Free on Board - Libre a bordo)	
Cremas de mezcal del sabor café	
Concepto	Costos
Producto	\$35,128
Gastos de operación	\$12,848
Pallets	\$1,500
Maniobras	\$5,000
Flete de Morelia- Veracruz	\$6,712
Aduana de México	\$1,000
Agente aduanal	\$6,000
Maniobras a buque	\$10,000
Total de gastos	\$78,188
Ganancia	180%
Valor factura	\$218,926.40
Valor por botella	\$456.10

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.5 Incoterm CFR

Cremas de mezcal del sabor café	
Concepto	Costos sin ganancia mercado nacional
Producto	\$35,128
Gastos de operación	\$12,848
Pallets	\$1,500
Maniobras	\$5,000
Flete de Morelia- Veracruz	\$6,712
Aduana de México	\$1,000
Agente aduanal	\$6,000
Maniobras a buque	\$10,000
Transporte principal Veracruz – Algeciras	\$25,000
Total de los gastos	\$103,188
Ganancia	190%
Valor factura	\$299,245.20
Precio por botella	\$623.43

Fuente: Elaboración propia

4.8 Contratos

¿Qué es un contrato?

Según los artículos 1792 y 1793 del Código Civil Federal Mexicano(2010) definen el contrato de la siguiente manera “Convenio es el acuerdo de dos o más personas para crear, transferir, modificar o extinguir obligaciones. Los convenios que producen o transfieren las obligaciones y derechos, toman el nombre de contratos”.

Las partes del contrato

Según el artículo 1794 del Código Civil Federal Mexicano(2010) dice que para la existencia del contrato se requiere:

- I. Consentimiento;
- II. Objeto que pueda ser materia del contrato.

De acuerdo con Concepto.de, (S.F) los contratos comúnmente presentan mucha libertad formal, siempre y cuando se incluya en ellos toda la información pertinente y necesaria. Sin embargo, suelen contar con secciones como las siguientes:

Título. En donde se indica la naturaleza del contrato.

Cuerpo sustantivo. Primera sección en donde se identifica a las partes involucradas y se brinda información contextual como la fecha de firma del contrato, las representaciones intervinientes, la identificación de los objetos o servicios comprometidos, etc.

Exposición. Donde se da relación de los antecedentes y hechos registrados, y se incluyen cláusulas explicativas necesarias más adelante.

Cuerpo normativo. Donde se detallan los pactos suscritos entre las partes y las eventuales sanciones de haberlas.

Cierre. Fórmula de fin de contrato que abarca las firmas de las partes.

Anexos. De ser necesarios.

Casus que invalidan un contrato

En el artículo 1795 del Código Civil Federal Mexicano, (2010) el contrato puede ser invalidado por las siguientes causas:

- I. Por incapacidad legal de las partes o de una de ellas;
- II. Por vicios del consentimiento;
- III. Porque su objeto, o su motivo o fin sea ilícito;
- IV. Porque el consentimiento no se haya manifestado en la forma que la ley establece.

Tipos de contratos

Según Master Logística, (S.F) divide los modelos de contratos de comercio internacional en varios tipos de los cuales se tomarán en cuenta para este trabajo los siguientes:

Contrato de compraventa internacional

Este tipo de contrato es un acuerdo entre operadores económicos que residen en países distintos y por el cual una parte se compromete a entregar a la otra una mercadería en el lugar convenido, en el plazo determinado y al precio pactado. Su origen fue en el Congreso de Viena, el 11 de abril de 1980, sobre la compraventa internacional de mercaderías.

Contratos de intermediación o colaboración

Los principales tipos de este modelo de contrato son el contrato de agencia, el de distribución y el de franquicia. Un aspecto imprescindible para el exportador es la correcta elección de los canales para establecer sus productos en el mercado internacional. Ya que, es importante elegir las vías de entrada más competitivas.

Contrato de distribución

Este contrato es aquel, el cual una empresa se compromete a vender sus productos a otra con carácter exclusivo o en un determinado territorio y con fines de reventa (en el mismo estado en que fueron comprados).

En estos contratos la exclusividad territorial se suele conceder a cambio de un compromiso por parte del distribuidor para solicitar un volumen mínimo de pedidos o de ventas.

Carta encomienda

Según la ASOCIACION DE AGENTES ADUANALES DE GUADALAJARA, AC (S.F.) la carta encomienda no es una obligación propia del importador, aunque es una carta que el realiza y entrega en físico al agente aduanal para encomendarle el despacho de determinadas mercancías, a diferencia del encargo conferido que se le da al SAT y solo copia al Agente Aduanal. Esta carta por lo general se realiza a requerimiento del agente aduanal, para que él pueda comprobar que le encomendaron el despacho de esas mercancías.

Cabe aclarar que la carta encomienda no es un tipo de contrato, sin embargo puede ser utilizada para como sustitución o en conjunto de un contrato aplicable al comercio internacional.

Selección del contrato

Para la exportación de las cremas de mezcal analizando las opciones de contratos que tienen mayor viabilidad y que se ajustan más a las necesidades de nuestra envío de mercancías, para ello usaremos el tipo de **contrato de distribución en conjunto con la carta encomienda**, nos favorece para los primeros envíos este tipo de contrato nos ayuda por el tipo de obligaciones y derechos que establece, y

en apoyo con la ayuda de la carta de encomienda nos cercioramos que nuestro despacho de mercancías estará seguro con la ayuda de nuestro agente aduanal.

4.9 Envase y embalaje

Dentro de la guía de envase y embalaje realizado por el **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2009)** mediante el “Proyecto de Cooperación UE-Perú en Materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio-Apoyo al Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2003-2013” define estos términos de la siguiente manera y dice que existen diferentes tipos de los cuales tomamos los relacionados al envase y embalaje que se relacionen en productos de base líquida.

Envase

Es el recipiente de cualquier material y forma que adopte destinado a contener mercancías para su empleo. Asimismo se caracteriza por individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir unilateralmente a los productos, pudiendo estar confeccionado con uno o más materiales distintos simultáneamente.

Embalaje

Es cualquier medio material para proteger una mercancía para su despacho o conservación en almacenamiento. Está conformado por materiales manufacturados a través de métodos aplicados, generalmente con medios mecánicos, que tienden a lograr la protección en la distribución de mercancías a largas distancias protegiéndolas de los riesgos de la carga, transporte, descarga, de los cambios climáticos, bacteriológicos, biológicos en general e incluso contra el hurto, asimismo evita mermas, derrames y en definitiva averías con lo cual beneficia no sólo al vendedor y al comprador, sino también al asegurador y transportista.

Tipos de envase

Figura 4.6 Envases

Tipo	Descripción	Uso
Bidones	Envases cilíndricos de hojalata o de material plástico de cuello estrechado.	Productos químicos, bebidas
Botellones	Envase de vidrio o de material plástico, de cuerpo abultado y cuello angosto, sin cesta de protección. Cuando tiene la cesta de protección se llaman "DAMAJUANAS".	Envase de líquidos: ácidos corrosivos, vinos, licores, esencias, productos químicos.
Latas	Envase de hojalata o aluminio herméticamente cerrado con tapa removible, de variada capacidad que abarca de 100 ml. hasta 20 litros por lo común, normalmente son envases inmediatos y pocas veces exteriores.	Envasado de alimentos, productos domésticos sólidos o líquidos, pesticidas, pinturas, etc.
Toneles	Llamados también "barriles" o "bocay". Son envases de madera formados por duelas y asegurados con flejes o aros de metal, los extremos se cierran con tapas de madera y son generalmente impermeables.	Transporte y añejado de alcoholes y bebidas espirituosas en general, también se emplean para el transporte de frutos conservados en anhídrido sulfuroso, encurtidos, pescado en salmuera, etc.



El envase que se usa para las cremas de mezcal son los botellones de vidrio con tapón guala, esto para la fácil transportación y servicio del mismo producto, como se menciona en el capítulo dos del presente trabajo, dentro de nuestra empresa se manejan dos presentaciones de envase para las cremas los cuales constan de uno de 375 mililitros y otra de 750 mililitros.

Tipos de embalaje

Para Rajapack (S.F.) los tipos de embalaje que pueden ser usados para el envío de vinos y licores consta de varias partes en las cuales dentro de su sitio encontramos los siguientes tipos de cajas y modos de enviar nuestras cremas de mezcal para una exportación.

Cajas para enviar botellas:

Son cajas de cartón preparadas para el envío de botellas en diferentes cantidades (generalmente entre una sola unidad a 12). Están fabricados en cartón doble (mayor resistencia al impacto) o simple con exterior en kraft. Además, disponen de un sistema de celdas reforzadas adaptadas al contorno y alto de las botellas para evitar su movimiento durante el transporte.

Cajas para botellas de cava o licores

Por otro lado, existen soluciones pensadas exclusivamente para poder presentar botellas de diferentes tamaños o, incluso, realizar una presentación con otros productos (como es el caso de los lotes gourmet o para Navidades). Pueden ser:

- Cajas para una, dos o tres botellas, con protección y separación interior. Aseguran una presentación única.

- Estuches para botellas con asa, también disponibles para 1, 2 o 3 botellas, muy utilizada por comercios y bodegas.
- Cajas regalo para botellas, normalmente rellenas de virutas de papel u otra protección que favorece una presentación vistosa de la botella.

Mallas protectoras: Son mallas que se estiran y se adaptan completamente a la botella, independientemente de su forma. Hechas de cartón o de espuma, ofrecen una protección extra contra golpes.

Bolsas de aire: Las bolsas de aire hinchables están pensadas para que, al igual que las mallas, se adapten a las botellas, sea cual sea su forma. Hinchadas mediante un compresor son una muy buena opción para evitar el movimiento de la botella durante en envío y cualquier golpe inoportuno.

Plástico de burbujas isotérmico: una solución novedosa que es capaz de cumplir dos funciones: protege ante los golpes y, además, mantiene la temperatura del contenido. Muy utilizado para la exportación de vino ya que, contra mayor es el traslado, mayores son las posibilidades de que se produzca alguna incidencia. Además, mediante el uso de un isotérmico, se previene el incremento de la temperatura de la botella durante el traslado, evitando así que se estropee el contenido.



Etiquetas: Las etiquetas son básicas para el envío de botellas. Muestran al transportista cómo debe ser tratado el envío, ya sea un simple paquete o un pallet. Indicadores para no apilar, de vuelco o simplemente, etiquetas de frágil sin indispensables en este tipo de exportaciones.



Film: El film, sobre todo al tratar la exportación juega un doble papel: asegurar la carga y evitando incidencias. ¿Cómo? Principalmente a través de dos factores: Primero, el uso de film opaco de colores para identificar las cargas en los envíos

de forma fácil (evitando así extravíos). Segundo, evitando mostrar su contenido (muy importante al tratarse de contenidos como botellas de vino o licores).

¿Cuál se va a usar?

Para los fines de este proyecto de exportación el tipo de embalaje que se va a usar son las cajas para enviar botellas ya que nos permite tener la seguridad de que existe una protección entre las botellas que vayan dentro se pretende enviar cada caja con el contenido máximo con el que se suele usar que son 12 botellas por caja, esto permite que aprovechemos al máximo el espacio que se nos brinda dentro del contenedor para su envío y así cumplir con la meta propuesta de envío a la país destino, para mayor protección del mismo producto se usaran las etiquetas correspondientes para indicar que es un producto frágil y se trate así con el mayor cuidado posible al momento de su despacho, también se usara el film para colocarlo alrededor de las cajas para que con eso viajen con la mayor seguridad y de esta manera tengamos la menor merma a la hora de la transportación de las mismas.

4.10 Reglas y normas de embalaje y etiquetado de la Unión Europea

Según TRADE HELPDESK las normas que se establecen para el envío de productos alimenticios o bebidas, deben cumplir con la siguiente normativa:

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir las normas de etiquetado de la UE, que pretenden garantizar que los consumidores obtienen toda la información esencial para tomar una decisión informada al comprar sus productos alimenticios.

Hay dos tipos de etiquetado disposiciones que son aplicables a los productos alimenticios:

Las normas generales sobre etiquetado de los alimentos

Disposiciones específicas para determinados grupos de productos:

- Etiquetado de los alimentos modificados genéticamente (MG) y nuevos alimentos.
- Etiquetado de los productos alimenticios destinados a objetivos de nutrición específicos
- Etiquetado de aditivos y saborizantes
- El etiquetado de los materiales destinados a entrar en contacto con alimentos.
- El etiquetado de determinados productos alimenticios

De conformidad con el Reglamento (UE) N.º 1169/2011, una declaración nutricional es obligatoria a partir del 13 de diciembre de 2016. Se incluirá en la etiqueta con los siguientes contenidos:

- Valor energético
- Las cantidades de grasas, saturadas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal
- El contenido de esta declaración obligatoria podrá complementarse con información adicional sobre el cantidades de mono-des saturados, poliinsaturados, almidón o fibras.

Grado alcohólico

Las normas relativas a la indicación del grado alcohólico volumétrico de los productos clasificados en los códigos NC 2204 y 2205, se establecerán en el racor específico disposiciones aplicables a dichos productos.

Las normas relativas a la indicación del grado alcohólico volumétrico de los productos clasificados en el código NC 2204, se establecerán en el racor específico disposiciones aplicables a dichos productos.

El grado alcohólico volumétrico adquirido de los productos que contengan más del 1,2% de alcohol diferente de las clasificadas en el código NC 2204, se designará de conformidad con el anexo XII

País de origen o lugar de procedencia

Los pormenores de estas cuestiones será obligatoria cuando el hecho de no dar esa información podría inducir a error al consumidor a un material grado en cuanto al verdadero origen o procedencia del producto alimenticio.

Capítulo 5. Proyecciones Financieras

5.1 ¿Qué son los estados financieros?

Para PYMEX Bancomext, S.F. los estados financieros son una herramienta que permite a los empresarios tener una comprensión clara de la situación financiera de la empresa y su desempeño financiero por un periodo y a una fecha dada.

Llevar un control del manejo de tus finanzas te da una idea clara y eficaz sobre tus gastos, ingresos y utilidades, por ello, contar con un registro detallado de tus recursos te servirá para identificar en qué gastas, cuáles son tus ganancias, o planear cómo invertir mejor tu dinero.

Los Estados Financieros básicos son:

Estado de resultados

Nos muestra la rentabilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias (utilidades) y/o pérdidas en un periodo. También se le conoce como el estado de pérdidas y ganancias. Además, el estado de resultados te indica la cantidad de dinero que tu empresa gasta para generar utilidades, es decir, cuáles son tus márgenes netos de utilidad. (PYMEX Bancomext, S.F.)

Balance general

Nos ayuda a percibir la posición financiera de tu empresa en un punto específico en el tiempo. Nos sirve para identificar el estatus de los activos (derechos de cobro), pasivos (obligaciones de pago) y el capital (patrimonio de la empresa). Este balance nos indica qué tan eficiente es una empresa al utilizar sus activos y

cómo maneja sus pasivos en la búsqueda de utilidades. (PYMEX Bancomext, S.F.)

Estado de flujo de caja

Nos muestra de dónde viene el dinero de una empresa y hacia dónde va. Con este estado damos un vistazo a la cuenta corriente de una empresa. Al igual que un estado de cuenta bancario, detalla cuánto era el efectivo en caja al comienzo de un periodo, y cuánto había al final del mismo plazo de tiempo. Dicho en otras palabras, describe cómo la empresa gasta su efectivo. (PYMEX Bancomext, S.F.)

5.2 Escenario normal

Estado de resultados	
Ventas	\$299,245.20
(-) Devoluciones sobre ventas	\$0.00
(-) Descuentos sobre ventas	\$0.00
VENTAS NETAS	\$299,245.20
(-) costo de producción	\$35,128
(-) gastos operacionales	\$12,848
(-) gastos de exportación	\$55,212
Utilidad de operación antes de impuestos	\$196,057.20

En el anterior estado de resultados se observa lo que vendría a ser nuestro escenario normal de ventas, si realizamos una venta de 480 botellas de cremas de mezcal al mercado español obteniendo un margen de ganancias de un 190%.

5.3 Escenario pesimista

Estado de resultados	
Ventas	\$268,288.80
(-) Devoluciones sobre ventas	\$0.00
(-) Descuentos sobre ventas	\$0.00
VENTAS NETAS	\$268,288.80
(-) costo de producción	\$35,128
(-) gastos operacionales	\$12,848
(-) gastos de exportación	\$55,212
Utilidad de operación antes de impuestos	\$165,100.80

Para el escenario pesimista se visualiza que se tenga un porcentaje de ganancia inferior al 160%, lo cual nos presenta que nuestra utilidad sería demasiado baja a lo que se pretende obtener.

5.4 Escenario optimista

Estado de resultados	
Ventas	\$319,882.80
(-) Devoluciones sobre ventas	\$0.00
(-) Descuentos sobre ventas	\$0.00
VENTAS NETAS	\$319,882.80
(-) costo de producción	\$35,128
(-) gastos operacionales	\$12,848
(-) gastos de exportación	\$55,212
Utilidad de operación antes de impuestos	\$216,694.80

En este caso se presenta lo que sería nuestro panorama deseado en cuanto a ventas y utilidad para la empresa, en este caso se utiliza como ejemplo tener un margen de ganancias de 210%, el cual es realmente ideal porque permitiría un crecimiento significativo para nuestra empresa.

5.5 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad en el ámbito de las finanzas hace referencia al nivel de ventas de una empresa para cubrir los costes fijos y variables. Esto implicará que una compañía, en su punto de equilibrio, contará con un beneficio igual a cero, en donde no perderá dinero, pero tampoco lo ganará.

Ese concepto de punto de equilibrio permite que la empresa cubra con los costos. En el momento en que aumente las ventas conseguirá situarse por encima del punto de equilibrio, cosechando de esa forma un beneficio. Por su parte, una bajada de las ventas reducirá el punto de equilibrio generando pérdidas. (economiasimple.net, S.F.)

Escenario normal	
Ventas	\$299,245.20
Costos fijos	\$12,848
Costos variables	\$90,340

$$Pe = \frac{\$12,848}{1 - (\$90,340 / \$299,245.20)} = \$18,404.05$$

El punto de equilibrio como se menciona anteriormente, es aquel en que la empresa no tiene perdidas, pero tampoco obtiene un porcentaje de ganancias, recupera básicamente lo invertido, en este caso el escenario normal, que es el que

se estima para la ejecución del proyecto de exportación, es que se tengan unas ventas mínimas de \$18,404.05 pesos para así encontrarnos el punto de equilibrio. En este escenario para no tener pérdidas es necesario vender un mínimo de 30 botellas y se estaría comenzando a tener una ganancia a partir de la botella número 31.

Escenario pesimista	
Ventas	\$268,288.80
Costos fijos	\$12,848
Costos variables	\$90,340

$$Pe = \frac{\$12,848}{1 - (\$90,340 / \$268,288.80)} = \$19,370.60$$

Dentro es una proyección pesimista de vetas, sería necesario que el mínimo de ventas para poder obtener el punto de equilibrio tuviera que ser de \$19,370.60 pesos para que de esta forma se pueda por lo menos rescatar lo invertido en la elaboración del producto. Viéndolo desde la forma unitaria se requiere tener una venta mínima de 35 botellas, es decir que estaríamos obteniendo una ganancia a partir de la botella 36.

Escenario optimista	
Ventas	\$319,882.80
Costos fijos	\$12,848
Costos variables	\$90,340

$$Pe = \frac{\$12,848}{1 - (\$90,340 / \$319,882.80)} = \$17,904.52$$

Para el punto de equilibrio optimista, se estima que la cantidad de ventas mínimas necesarias para encontrarlo serian de \$17,904.52 pesos para así poder llegar a su obtención. Y de manera unitaria se debe vender un mínimo de 27 botellas para tener ganancias a partir de la botella numero 28 botellas,

Conclusiones

Durante el proceso de elaboración de este “proyecto de exportación de cremas de mezcal a España”, logre aprender mucho más sobre esta bebida mexicana, desde el cómo es que surge la idea de su elaboración, el mezcal es un destilado muy favorecedor para ser combinado con la leche y de esta manera se obtenga esta rica consistencia, pese a que cuando surge en un comienzo la idea de imitar la crema de whisky, lo cierto es que el mezcal logro ir más allá por lo que ahora podemos encontrar una gran variedad de sabores que no solo son ricos para su degustación, sino que son amigables con el paladar de cualquiera. Otra de las cosas sumamente enriquecedoras que logre aprender es como es que se lleva la elaboración del mezcal en general, lo cierto es que somos un estado con muchas riquezas ya que no solamente logramos tener gran producción de bienes agrícolas, sino que también nos damos esa oportunidad de llegar a una manufactura como en el caso del mezcal, el cual su proceso de elaboración sigue siendo de una forma artesanal lo cual le brinda ese rico sabor y extensa variedad en cuanto a su tipo de acabado ya que no solo lo dejan como de tipo cristalino que es bastante fuerte, también se piensa en aquellas personas que pues tienen un paladar más sensible, por lo cual lo hace ideal para que se envíe a mercados internacionales.

Bien ya que he dicho un poco de las virtudes que tienen las cremas de mezcal y lo favorecedoras que son para entrar a otros mercados, y que mejor que aprovechar un producto michoacano que cuete con su denominación de origen para que puedan apreciar un poco más de nuestra cultura y gastronomía en otras partes del mundo, me parece que llegar al otro lado del mundo con este producto sería una gran oportunidad para la economía de este estado, es por ello que realice la investigación enfocada el mercado español, por varias razones una de ellas es la ya antes mencionada, pero otra que fue muy atractiva fue el hecho de que España al ser parte de su semejanza con México nos brinda una oportunidad clave por su gran entrada de turistas de otros miembros de la Unión Europea esto nos va a

permitir empezar a dar a conocer esta bebida no solo a españoles sino a otras nacionalidades, lo cual ira permitiendo ver ¿cuál sería otro país destino dentro de la misma UE? y así poder sacar provecho a nuestro tratado de libre comercio con esta unión de naciones.

Una de las partes con más complejidad para la estructuración de este proyecto fue lograr encontrar a un mezcalero que nos apoyara con los costeos aproximados de producción, ya que este proyecto comenzó con la creación estructural de una empresa que se dedicara a la manufactura y comercialización de cremas de mezcal, sin embargo no era una empresa establecida como tal, por ello me di a la tarea de encontrar una empresa mezcalera que cotara con ciertos requisitos ya que deseo que este proyecto llegue a su ejecución, por lo cual buscaba una empresa que además de estar dispuesta a compartirme un poco de su conocimiento en el área de la elaboración de cremas de mezcal, era necesario que esta ya contara con su denominación de origen, contacte a un par de empresas pero obtuve respuesta de uno de los socios de “La Flor del mezcal” una empresa 100% michoacana originada en Etucuario, ellos además de brindarme su apoyo con los costeos del producto, me contaron un poco más de la tradición del mezcal de esta zona del estado y la implementación de la “ruta del mezcal”, de la cual ellos son partícipes y una de las empresas fundadoras de los tours dentro de toda la zona de Madero y tenencias vecinas que son productoras del agave que se usa para la fabricación del mezcal.

Una vez que obtuve toda la información necesaria para proseguir con el proyecto de exportación para este producto, me di cuenta que había un factor que no estaba tomando en cuenta para poder mandar la mercancía, y esto era que estaba determinando realizar su envío dentro de un contenedor para carga seca cuando realmente requería un contenedor con temperatura regulada, ya que las cremas de mezcal por llevar leche no deben rebasar de los 25°C ya que esto las haría entrar en un estado de descomposición por lo cual no llegarían en un buen estado al país destino. Tomando todos estos factores en cuenta fue ya que pude determinar cuál sería el incoterm que utilizaría para motivos del ejercicio, decidí

utilizar un CIF, en el cual por cuestiones de cuanto me genera de inversión realizar la producción de cremas de mezcal me permite poder obtener un 40% aproximado de margen de ganancias, eso lo convierte en un proyecto favorable para su ejecución.

Con una vez ya concluida toda la investigación y aproximación de los gastos que involucran tanto al producto como al proceso de exportación a España, puedo concluir que en efecto este producto es apto para su exportación al mercado Europeo y que en base a este envió de prueba piloto en la cual se observa en los puntos de equilibrio que es muy poco lo que se requiere como venta mínima para que no tengamos perdidas, pero en base a toda la investigación arroja un resultado favorable en casi todos los aspectos para que se lleve a cabo. Por lo cual espero que la empresa que me brindo el apoyo en una parte de la investigación se anime a realizar el proyecto ya que podría ser de éxito.

Bibliografía

- ICESI*. (s.f.). Obtenido de
<http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2007/05/11/contenedores/>
- MAITSA*. (s.f.). Recuperado el 03 de 03 de 2019, de
<https://www.maitsa.com/transitario/que-es-un-container-contenedor-tipos-caracteristicas>
- Arturo. (16 de mayo de 2014). *Crece Negocios* . Recuperado el 10 de septiembre de 2018, de Crece Negocios : <https://www.crecenegocios.com/la-cadena-de-valor-de-porter/>
- ASOCIACION DE AGENTES ADUANALES DE GUADALAJARA, AC.* (S.F.). Recuperado el 02 de 04 de 2019, de ASOCIACION DE AGENTES ADUANALES DE GUADALAJARA, AC:
http://www.aaag.org.mx/uploads/files_temas/TM_2015/TM_2015_03.pdf
- Banrepcultural*. (2017). Recuperado el 23 de 11 de 2018, de Banrepcultural:
http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Posici%C3%B3n_astron%C3%B3mica_y_geogr%C3%A1fica_de_Colombia
- Bermejo, D. J. (s.f.). *Economipedia*. Recuperado el 25 de 02 de 2019, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/empresa-conjunta-joint-venture.html>
- blogspot*. (23 de 06 de 2007). Recuperado el 23 de 11 de 2018, de blogspot:
<http://paiscanada.blogspot.com/2007/06/ubicacin.html>
- Canacindra*. (s.f.). Recuperado el 19 de 03 de 12, de
<https://www.aduanua.com/pdf/Incoterms%202010.pdf>
- Caracteriscas*. (S.F.). Recuperado el 23 de 11 de 2018, de Caracteristicas:
<https://www.caracteristicas.co/espana/>
- Cardona, A. (24 de julio de 2016). *sertrans servicios de transporte*. Recuperado el 03 de 03 de 2019, de <https://www.sertrans.es/transporte-de-mercancias/tipos-de-contenedores-y-su-uso/>
- Celaya, O. (2018). *En 2017, Michoacán multiplicó exportación de mezcal*. Quadratín.
- cicloescolar.com*. (12 de 2013). Recuperado el 05 de 11 de 2019, de cicloescolar.com: <https://www.cicloescolar.com/2013/12/michoacan-entidades-federativas-de.html>

Código Civil Federal Mexicano. (28 de 01 de 2010). Recuperado el 01 de 04 de 2019, de Código Civil Federal Mexicano:
https://www.oas.org/dil/esp/C%C3%B3digo%20Civil%20Federal%20Mexico.pdf?fbclid=IwAR3nrqdHEPCzv_4C2fY3iojnlzoapMbCyKa5TiHhV4q0Krdf8CqoNm9zIU8

comercio-exterior.es. (s.f.). Recuperado el 03 de 03 de 2019, de comercio-exterior.es: <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-C+p-791+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/contenedores.htm>

Concepto.de. (S.F). Recuperado el 01 de 04 de 2019, de Concepto.de:
<https://concepto.de/contrato-2/>

Cruz, A. (2018). *Oaxaca exporta 4 millones de litros de mezcal al año*. El financiero .

cultura10.org. (s.f.). Recuperado el 26 de 11 de 2018, de culruta 10.org:
<https://www.cultura10.org/colombiana/>

Datos macro. (julio de 2018). Recuperado el 23 de 11 de 2018, de Datos macro :
<https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>

datos macro. (s.f). Recuperado el 27 de 11 de 2018, de datos macro :
<https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia>

Departamento de inteligencia de mercados. (S.F.). Recuperado el 13 de 11 de 2019, de siicex:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/912263957rad961A7.pdf>

Dr. Lamberto Vera Vélez, U. P. (s.f.).

Economía, C. C. (25 de 11 de 2015). *dof.gob.mx*. Obtenido de dof.gob.mx:
http://www.dof.gob.mx/normasOficiales/6437/seeco11_C/seeco11_C.html

Economía, M. d. (2004). *Reglamento de planes y fondos de pensiones* .

economiasimple.net. (S.F.). Recuperado el 24 de 05 de 2019, de economiasimple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/punto-de-equilibrio>

Festivos Colombia . (s.f). Recuperado el 27 de 11 de 2018, de <https://www.festivosdecolombia.com/informacion/que-idioma-se-habla-en-colombia>

- Grupo IBER Transit.* (s.f). Recuperado el 03 de 03 de 2019, de https://www.ibertransit.com/wp-content/uploads/Contenedores_maritimos.pdf
- ICC.* (s.f.). Recuperado el 19 de 03 de 12, de <https://www.iccmex.mx/comisiones-de-trabajo/incoterms-2010/las-reglas-incoterms>
- iContainers.* (25 de 09 de 2014). Recuperado el 13 de 11 de 2019, de *iContainers*: <https://www.icontainers.com/es/2014/09/25/los-5-puertos-mas-importantes-de-espana/>
- Jáuregui, A. (2001). Recuperado el 26 de 02 de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/9-opciones-estrategicas-acceder-mercados-internacionales/>
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. PRENTICE HALL MEXICO.
- Larouse concina.* (S.F.). Recuperado el 02 de 09 de 2018, de *Larouse concina*: <https://laroussecocina.mx/palabra/crema-de-mezcal/>
- Luis Ferruz, L. A. (s.f.). *El mercado español, de fondos y planes de pensiones.*
- Marketing, T. (s.f.). *Territorio Marketing.*
- Martínez, E. (2012). *Estrategias de acceso a los mercados internacionales.*
Obtenido de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/184/Estrategiasdeaccesoalosmercadosinternacionales.pdf>
- Master Logistica.* (S.F). Recuperado el 06 de 04 de 2019, de *Master Logistica*: <http://www.masterlogistica.es/tipos-contratos-en-el-comercio-internacional/>
- McCarthy, E. J. (s.f.). Obtenido de <http://www.retopyme.com.ar/beta/Infodemarketing.pdf>
- Mezcal Oaxaca.* (S.F.). Recuperado el 10 de 10 de 2018, de *Mezcal Oaxaca*: <http://www.mezcal-oaxaca.com/procesoyproducciondelmezcal.html>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.* (junio de 2009). Recuperado el 04 de 08 de 2019, de *siicex*: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad66DEB.pdf?fbclid=IwAR14fm5hzshEtY-aXuz1Wo4921IZUXsRj9D5PehLPQYToWux5UfRiNPcRuw>

- Montoya, J. D. (S:F). *Actividades Economicas*. Recuperado el 13 de 11 de 2019, de Actividades Economicas:
<https://www.actividadeseconomicas.org/2012/12/actividades-economicas-de-espana.html>
- Oca, J. M. (s.f.). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/consorcio.html>
- Osorio, E. G. (S.F.). EL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL MEZCAL.
Observatorio del economía latinoamericana.
- Porter, M. E. (1987). *La cadena de valor: identifique y optimice su ventaja competitiva*.
- Pro-México. (s.f.). *Pro Mexico* . Recuperado el 26 de 02 de 2019, de
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/revista-negocios/html/2015-01/english/12-2014/paraExportadores/art03.html>
- Pro-México. (s.f.). *Pro Mexico*. Recuperado el 26 de 02 de 2019, de
<http://www.promexico.gob.mx/documentos/revista-negocios/html/2015-01/english/12-2014/paraExportadores/art03.html>
- PYMEX Bancomext*. (S.F.). Recuperado el 24 de 05 de 2019, de PYMEX Bancomext: <https://www.bancomext.com/pymex/herramientas/estados-financieros/>
- Rajapack.es*. (S.F.). Recuperado el 09 de 04 de 2019, de
<https://www.rajapack.es/blog-es/productos/cajas-para-enviar-botellas-de-vino-o-cava/?fbclid=IwAR0odQeS-wLUj-6EAKJcTcKerhDRoqWSXrz5BYfakufc8MfDEGo5dZ38NNA#proteccion>
- Rangel , I., & Peñaliza , L. (s.f.). Recuperado el 2019 de 03 de 11, de
<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/contaduria/3/1358.pdf>
- RANGEL, I. R., & PEÑALOZA, L. A. (s.f.). Recuperado el 2019 de 03 de 11, de
<http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/contaduria/3/1358.pdf>
- reingex.com*. (s.f.). Recuperado el 27 de 11 de 2018, de
<http://www.reingex.com/Mexico-Colombia-TLC.shtml>
- RFL cargo*. (S.F.). Recuperado el 13 de 11 de 2019, de <https://rflcargo.com/5-aeropuertos-espanoles-de-carga-mas-importantes/>

- SAT. (s.f.). Recuperado el 02 de 06 de 2019, de http://omawww.sat.gob.mx/comext/esquema_integral/Paginas/Beneficios_EI_C.aspx
- Secretaria de economia . (2000). Recuperado el 23 de 11 de 2018, de SE: http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC_Mex_UE
- SIAGUA. (S.F.). Recuperado el 21 de 11 de 2018, de SIAGUA: <http://www.siagua.org/pais/espana>
- SIICEX. (S.F.). Recuperado el 31 de 10 de 2018, de SIICEX: [http://www.siicex-
caaarem.org.mx/](http://www.siicex-caaarem.org.mx/)
- Toledo, A. (S.F.). *El conocedor*. Recuperado el 7 de octubre de 2018, de El conocedor: <http://revistaelconocedor.com/el-lado-dulce-del-mezcal/>
- TRADE HELPDESK . (S.F.). Recuperado el 09 de 04 de 2019, de <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport#?product=2208701000&partner=MX&reporter=ES&tab=2>
- Turismo.org. (s.f). Recuperado el 27 de 11 de 2018, de <https://turismo.org/clima-de-espana/>
- Universia. (s.f). Recuperado el 23 de 11 de 2018, de Universia: <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/canada/vivir/cultura-tradiciones/2846>
- universia.es. (s.f). Recuperado el 27 de 11 de 2018, de <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/colombia/salir/clima/4197>
- Web y empresas . (30 de 10 de 2019). Recuperado el 2019 de 11 de 05, de web y empresas : <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>