



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO.

---

---

FACULTAD DE ECONOMÍA.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA  
INTERNACIONAL DE TEQUILA BLANCO A  
ITALIA.”

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ECONOMIA

PRESENTA:

RUEDA ROMERO ARMANDO EFRÉN.



ASESORA:

MTRO. GARCIA MORENO RAFAEL.

CIUDAD UNIVERSITARIA MÉXICO, C.M. MAYO 2016.



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

<b>Introducción.</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo 1: Teoría económica del comercio internacional.</b>	<b>5</b>
1.1 Teoría clásica del Comercio Internacional.	5
1.1.1 Mercantilismo.	6
1.1.2 Fisiocracia.	6
1.1.3 Ventaja absoluta.	8
1.1.4 Ventaja comparativa.	9
1.2 Teoría neoclásica del comercio internacional.	11
1.2.1 Modelo Heckscher-Ohlin (Teoría de las proporciones factoriales).	11
<b>Capítulo 2: Identificación del producto.</b>	<b>14</b>
2.1 Descripción.	14
2.2 Historia del tequila.	14
2.3 Categorías	16
2.3.1 Tequila 100%.	
2.3.2 Tequila.	
2.4 Proceso productivo.	17
2.5 Clasificación del tequila.	21
2.6 Denominación de origen.	23
2.6.1 Cronología de la denominación de origen.	25
2.7 Protección internacional.	26
2.8 Clasificación arancelaria.	27
<b>Capítulo 3: Estudio de mercado.</b>	<b>29</b>
3.1 Análisis general de los flujos comerciales.	30
3.1.1 Intercambio entre México e Italia.	30
3.1.2 Producción de tequila.	31
3.1.3 Consumo de agave para producción.	33
3.1.4 Principales importadores de tequila.	34
3.1.5 Exportaciones de tequila a Italia.	34
<b>3.2 Selección de mercado</b>	<b>35</b>
3.2.1 Ruta del tequila mexicano a Italia.	35
3.2.2 Medios de transporte.	37
3.2.3 Contenedores.	40
3.2.4 Canales de distribución.	41
3.2.5 INCOTERMS “Términos Comerciales Internacionales”	44
3.2.6 Promoción.	57
3.2.8 Estimación del precio de exportación.	58

<b>Capítulo 4: Logística</b>	<b>63</b>
4.1 Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUE).	63
4.2 Regulaciones arancelarias.	64
4.3 Regulaciones no arancelarias.	65
4.4 Regulaciones arancelarias en la Unión Europea.	66
<b>4.5 Documentos y Trámites de Exportación.</b>	<b>67</b>
4.5.1 Trámites de exportación.	67
4.5.2 Proceso de exportación.	68
4.5.3 Documentos principales.	68
4.5.3.1.1 Factura comercial.	69
4.5.3.1.2 Lista de empaque.	70
4.5.3.1.3 Despacho aduanal.	72
4.5.3.1.4 Pedimento de exportación.	73
4.5.3.1.5 Otros documentos.	74
4.5.4 Reglas de Origen.	75
4.5.5 Certificados de Origen.	76
4.6 Apoyos gubernamentales.	77
4.7 Formas de pagos internacionales.	78
4.7.1 Cheques.	
4.7.2 Giros cambiarios.	
4.7.3 Orden de pago.	79
4.7.4 Cobranzas bancarias internacionales.	80
4.7.5 Cartas de crédito.	81
<b>Capítulo 5: Plan de Negocio.</b>	<b>83</b>
5.1 Naturaleza del proyecto.	83
5.2 El mercado.	85
5.3 La producción.	90
5.4 La organización.	92
5.5 Plan de Trabajo.	94
<b>Conclusiones.</b>	<b>95</b>
<b>Bibliografía.</b>	<b>97</b>
<b>Anexos.</b>	<b>98</b>

## INTRODUCCIÓN

En términos generales, en el presente trabajo se plantean las bases teóricas que explican los flujos del comercio internacional, asimismo, se incluyen algunos conceptos que sirven como guía para desarrollar un plan de exportación, para conocer cómo funcionan los mercados internacionales, las barreras al comercio, los tratados comerciales, las exportaciones y, por último, el desarrollo de un plan de negocios.

En primer término, se presenta una reseña acerca del tequila, poniendo énfasis en sus orígenes, especies, variedades, procedencia, denominación de origen, proceso de la producción y categorías.

En este sentido, es importante brindar un panorama acerca del marco logístico, señalando aspectos como: la regulación aduanera y no arancelaria, la denominación de origen, los documentos y trámites de exportación, los apoyos gubernamentales, los términos de negociación internacional, entre otros.

En México, el tequila es la bebida tradicional por excelencia, que ha acompañado a las festividades por tiempos inmemoriales, cuestión por la cual emerge hoy como un símbolo arraigado a la tierra, al campo, a la gente, y caracteriza así, a la cultura mexicana.

Por esta razón el presente trabajo tiene como finalidad aplicar las teorías básicas del comercio internacional sobre un proyecto de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco, tomando como mercado objetivo el italiano.

En el primer capítulo se analizarán las teorías básicas del comercio internacional, así como las ventajas absolutas y comparativas.

Dentro del segundo capítulo se hace una reseña del producto a exportar, mostrando su origen, especie, denominación de origen, proceso de producción y clasificación arancelaria, entre otros.

Al llegar al tercer capítulo, se realiza un estudio del mercado potencial, analizando sus flujos comerciales así como su factibilidad estadística de exportación.

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



En el cuarto capítulo, se muestra una reseña básica del tratado de libre comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM), así como sus regulaciones, tanto arancelarias como no arancelarias, además de los documentos y trámites necesarios para la exportación del producto tequila.

Ya en el quinto capítulo, se pretende realizar un plan donde se represente la exportación de tequila blanco dirigido a Italia, analizando la naturaleza de este tipo de proyectos, así como el mercado, la producción, la organización, todo dirigido hacia un plan de trabajo en donde se obtengan los tiempos estimados para un estudio de factibilidad en la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco.

## Capítulo 1

### Teoría económica del comercio internacional

En el presente capítulo se realiza una revisión acerca de las teorías del comercio internacional, para que de esta manera se entienda el comportamiento de las economías frente a los procesos de apertura comercial.

#### 1.1 Teorías clásicas del Comercio Internacional.

Una pregunta con la que me gustaría iniciar es ¿por qué surge el comercio internacional?, para dar respuesta a esta pregunta, hay que remontarse a una revisión histórica de los postulados vertidos en el marco de las teorías clásica y neoclásica; esta revisión considera desde el mercantilismo hasta la teoría de la ventaja comparativa.

Con objeto de contextualizar el proceso de integración económica que México inició hace tres décadas,<sup>1</sup> vale la pena señalar que el agotamiento del modelo de crecimiento industrial basado en la participación activa del Estado se hizo patente con la crisis económica de 1982. Como consecuencia de esta crisis se planteó la necesidad de adoptar reformas estructurales que sentaron las bases de un nuevo modelo de desarrollo económico, denominado neoliberal, fundamentado en la libertad de los mercados.

En la mayoría de los países de América Latina, como en el caso de México, la apertura comercial inicio formalmente con su ingreso al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).

Las políticas aplicadas en América Latina, en particular en México, fueron de liberación comercial, que están sustentadas por los postulados de las teorías clásicas y neoclásicas que, de manera general, concluyen que el libre comercio genera beneficios para los países que lo practican.

---

<sup>1</sup> García Moreno Rafael, Explicación teórica del proceso de apertura comercial, economía informal.

### 1.1.1 Mercantilismo

Una vez consolidado el final de la edad media y en el contexto histórico del surgimiento de las naciones estado, a mediados de siglo XVI, se gestaron las primeras ideas del comercio internacional, mismas que se conocen como el “mercantilismo”

Estas ideas, en términos generales, descansan sobre los siguientes principios:

- El número de habitantes influye sobre la riqueza del estado.
- La riqueza de un estado también está influida por su cantidad de metales preciosos.
- La industria y el comercio son actividades estratégicas.
- El saldo de la balanza comercial debe ser favorable.
- El objeto principal de la actividad económica es el fortalecimiento del Estado.

Bajo estos principios es que se regía la economía en el tiempo del mercantilismo, y no es sino hasta la década de 1750 en que la publicación de tres obras vendría a revolucionar el pensamiento económico, mismas que se enuncian a continuación:

1. Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general, de Richard Cantillon.
2. Los ensayos políticos, de David Humé.
3. Tableau Économique, de François Quesnay.

### 1.1.2 Fisiocracia.

Con la publicación de estas tres obras, y en especial la *Tableau Économique* de Quesnay, a mediados de siglo XVIII en Francia surgió la corriente del pensamiento que conocemos como Fisiocracia. En general, los fisiócratas pensaban que el mercado estaba regulado por leyes económicas objetivas que operaban con independencia de la voluntad del hombre. A diferencia del mercantilismo, la fisiocracia descansaba sobre el principio de la ley natural.



## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



Los fisiócratas señalaron que la agricultura es un sector estratégico para el desarrollo de la actividad económica porque tiene la capacidad de generar un producto neto, mismo que representa un excedente calculado sobre el costo de producción. Los fisiócratas concebían a tres grupos sociales: la clase productiva, la clase estéril y la clase propietaria.

- La clase productiva son los agricultores
- La clase estéril son los artesanos, comerciantes, fabricantes y profesionales
- La clase propietaria son los terratenientes

Otros economistas no se quedaron con esos supuestos como fue el caso de David Humé quién sostuvo que una industria nacional sólida es la base del comercio exterior y suponía que el resto de los países debían contar con artes y cultivos para intercambiar., Asimismo argumentaba que los estados no deberían ver con recelo al resto de los países, ya que el aumento de la riqueza y comercio de una nación fomenta también el desarrollo de los otros países. Esta idea es fundamental porque implica que comerciar bienes industriales por bienes no industriales genera beneficios para los países participantes en el comercio internacional.

Otro gran economista de esta época es Richard Cantillon, este autor sostuvo que el valor intrínseco de las mercancías está en función de la cantidad de tierra y trabajo necesario para su producción. En consecuencia, se argumenta que existe una relación entre el valor de la tierra y el valor del trabajo.

Unificando los planteamientos anteriores se pueden afirmar dos conclusiones:

- 1.- Una nación debe procurar que la cantidad de tierra que emplea en la producción de los bienes que exporta sea la menor posible.
- 2.- El número de habitantes es un indicador relevante para el desarrollo de un país, porque existe una relación directa con la dotación de trabajo y, en consecuencia, con una mayor producción de mercancías destinadas a la exportación.

### 1.1.3 Ventaja Absoluta.

Adam Smith en su obra clásica “The Wealth of Nations” de 1776, argumentaba que los países deben especializarse en la producción de mercancías en las cuales tengan una ventaja absoluta y, posteriormente intercambiar estas mercancías por artículos producidos por otros países, es decir, no se debe producir hacia el interior de un país lo que se pueda adquirir a un menor costo en otros países.

Smith generaliza los beneficios del comercio internacional, pues establece que los países que practican el libre comercio tienen la oportunidad de enviar al extranjero el producto excedente de su tierra y su trabajo, producto que no registra demanda en su interior y que, sin embargo, pueden recibir a cambio el diferencial de mercancías que solicita su país.

Un exportador de un país compite, por ejemplo, contra los exportadores de otros países, así como contra productores nacionales de los países destino, es decir, una empresa transnacional tal vez encontrará más conveniente trasladar sus operaciones fabriles a otro país en donde se encuentra su mercado meta.

La teoría de Adam Smith simplifica la decisión relativa a ¿qué producir? y, en consecuencia, resuelve la distribución de los factores productivos. Adam Smith también se da cuenta de que uno de los efectos fundamentales del libre comercio, es que se genera un mercado de mayor tamaño.

Otro de los supuestos fundamentales en Smith es que el consumo constituye la finalidad de la industria y del comercio, porque el objetivo de la producción es el consumo y, por ende, el fomento de la producción debe coadyuvar hacia un mayor consumo.

Partiendo de los elementos descritos, se puede afirmar que la ventaja absoluta es uno de los componentes teóricos desarrollados en el marco del sistema económico establecido por Smith. En este sistema de libertad económica se justifica la inclusión de la agricultura en el comercio internacional porque se antepone los intereses del consumidor y se sostiene que el libre comercio genera beneficios para todos los países que lo practican.

De esta manera, podemos decir que existe una ventaja absoluta cuando un país exporta un bien que produjo empleando una cantidad menor de trabajo a la cantidad que requiere el país importador.

#### 1.1.4 Ventaja Comparativa.

David Ricardo en su libro “Principles of Political Economy” de 1817, demostró que un país debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente.

De esta manera, la teoría de David Ricardo pone énfasis en la productividad de los países, lo que concluye en la existencia de una ventaja que no se determina a partir de la comparación absoluta de unidades de trabajo, sino a partir de una comparación en términos relativos.

En este contexto el principio general del libre comercio, implica que cada país debe invertir su trabajo de la manera más beneficiosa, ya que el trabajo se distribuye eficazmente porque recompensa las capacidades y, en consecuencia, incrementa el volumen de la producción.

Para explicar el concepto de ventaja comparativa,<sup>2</sup> es necesario retomar algunos planteamientos microeconómicos.

Considerando pleno-empleo y la producción de dos bienes, se define el término costo de oportunidad como:

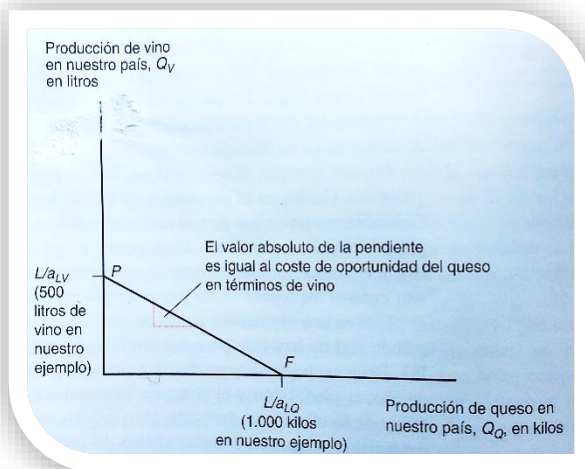
La cantidad que se deja de producir de un bien cuando se elige aumentar en una unidad la producción de otro bien. De esta manera se cumple el planteamiento ricardiano que nos dice que el trabajo se distribuye de manera eficaz.

---

<sup>2</sup> Economía Internacional Teoría y Política, Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, Ed. Person.

# “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”

Imagen 1: Frontera de Producción



Para entender mejor el planteamiento ricardiano, (Imagen 1): se muestra la frontera de costo de oportunidad donde la Línea PF, muestra la cantidad máxima de producción de 2 bienes en este caso (queso y vino).

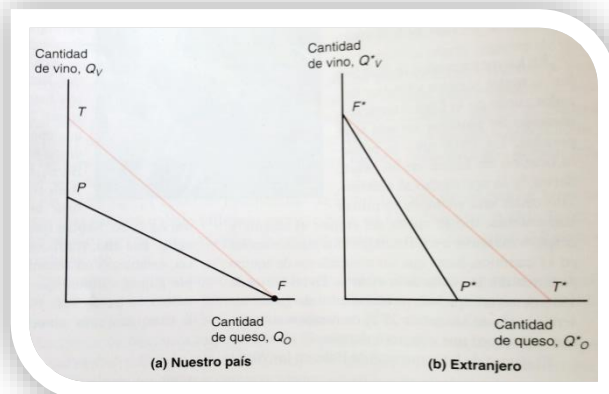
Fuente: Economía Internacional, 2004: 28.

En este caso se muestra la cantidad máxima de queso que se puede producir, a costa de la producción de vino, tomando en cuenta que la productividad del trabajo es distinta entre los países.

En este sentido, cada nación tiende a especializarse en la producción de los bienes en que registra las mayores productividades del trabajo, así, cada país va a participar en el comercio internacional exportando los productos en los que se está especializando, y por lo que hace surgir la ventaja comparativa sobre las ganancias del comercio, al ver a los países intercambiar sus productos en donde están especializados.

Krugman argumenta que los países cuyas productividades relativas de trabajo difieren de una industria a otra, se especializarán en la producción de distintos bienes, lo que demuestra las ganancias del comercio.

Imagen 2: Las ganancias del comercio.



El comercio amplía las posibilidades de consumo, ya que el comercio internacional permite a ambos países consumir en cualquier punto comprendido en las líneas coloreadas, que están por encima de las fronteras de posibilidades de producción de los países.

Fuente: Economía Internacional, 2004: 34

## 1.2 Teoría neoclásica del Comercio Internacional

### 1.2.1 Modelo Heckscher-Ohlin (Teoría de las Proporciones Factoriales).

Los economistas suecos, Eli Heckscher y Bertil Ohlin, expusieron una explicación distinta de la ventaja comparativa. Ambos aseveraron que la ventaja comparativa es producto de las diferencias en la dotación de factores.

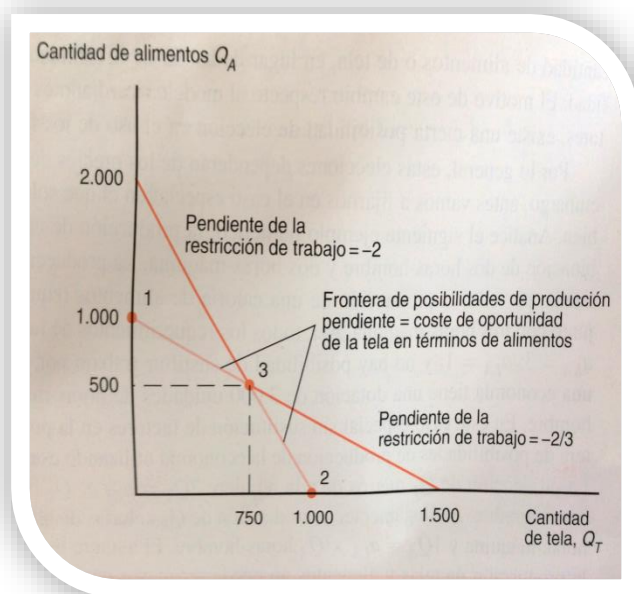
Distintas dotaciones de factores explican las diferencias en los costos relativos a los factores, entre más abundante es un factor, menor es su costo y los países exportarán aquellos bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente abundantes, e importarán bienes que hacen uso intensivo de aquellos factores localmente escasos.

Este modelo constituye una explicación particular del comercio internacional que adiciona al factor productivo la tierra, es decir, en este modelo de producción, los bienes son resultado de la combinación de cantidades preestablecidas de tierra y trabajo.

## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”

Si bien la lógica de este modelo es similar a la Ricardiana en cuanto a la distribución eficiente de los recursos, el modelo aplica el análisis comparativo a la abundancia de la cantidad disponible del factor tierra en relación con el trabajo, así como a la intensidad con la que se emplea la tierra en relación con el trabajo para fabricar cada bien.

Imagen 3: FPP sin sustitución de factores.



Krugman explica que si no se puede sustituir tierra por trabajo, y viceversa, la frontera de posibilidades en el modelo de proporciones factoriales estaría definida por dos restricciones de recursos, ya que la economía no puede utilizar más de la oferta disponible de trabajo o tierra. En el punto 1, la economía se especializa en la producción de alimentos, y no utiliza todas las – horas-hombres disponibles.

Fuente: Economía Internacional “Teoría y Política”, 2004: 84

En el punto 2, la economía se especializa en tela, y no se emplea todas las hectáreas disponibles. En el punto 3, la economía utiliza todos sus recursos de trabajo y tierra.

De esta manera, concluye que un país se especializa en la producción de los bienes que requieren de manera intensiva al factor productivo que se encuentra en cantidades relativamente abundantes.

Asimismo, el modelo Heckscher-Ohlin reconoce que el comercio internacional ejerce efectos negativos sobre la distribución de la renta al interior de los países.

## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



Entendiendo que los países se especializan en la producción de los bienes que requieren de manera intensiva el factor relativamente abundante, el comercio internacional genera mayores utilidades para los propietarios del factor que se encuentra en mayores cantidades preestablecidas y menores para los propietarios del factor que se encuentra en menores cantidades preestablecidas.<sup>3</sup>

La simplificación lógica y económica relativa a lo planteado en el modelo, es que la cantidad preestablecida de tierra será relativamente menor en relación con el trabajo, porque la cantidad de tierra además de preestablecida, tiende a reducirse por una serie de factores, mientras que la cantidad de trabajo tiende naturalmente a aumentar como resultado del crecimiento poblacional.

En el presente capítulo se presentó una breve revisión teórica de los principales postulados que explican el surgimiento de los flujos de comercio internacional; en particular, pretendemos contextualizar los planteamientos teóricos con los que podríamos relacionar la factibilidad de una comercializadora internacional de tequila blanco.

---

<sup>3</sup> Garcia Moreno Rafael, Explicación teórica del proceso de apertura comercial de la economía mexicana. Economía informa. 369.

## Capítulo 2

### Identificación del Producto.

En este capítulo se realiza una breve descripción del producto a exportar, así como su historia, proceso de producción, sus variantes de destilados entre otros.

#### 2.1 Descripción.

El tequila es un líquido alcohólico o aguardiente que se elabora en una pequeña región del occidente de México, mediante la destilación del producto fermentado que se obtiene del corazón de una planta conocida como agave azul., al podarse este corazón, se asemeja a una gigantesca piña.

La palabra tequila se ha interpretado como “lugar en que se corta” o “lugar de tributos”. El tequila es un género que abarca distintas especies, mismas que se producen en diferentes regiones tomando en cuenta los diversos procesos de elaboración específicos para cada variedad.

Juan Bernardo Torres Mora explica que de acuerdo con el porcentaje de los azúcares provenientes del agave que se utilice en la elaboración del tequila se puede clasificar en las siguientes categorías

#### 2.2 Historia del Tequila

Juan Bernardo Torres estudioso del tequila, sostiene que hace varios siglos indígenas del estado de Jalisco se refugiaron en una cueva a consecuencia de una tormenta de rayos que caía sobre un campo de agaves., Algunos rayos cayeron en el corazón de estas plantas quemándolas, hecho que provocó el cocimiento de los almidones que se convertían en una especie de miel, cuando la tormenta cesó el viento llevo hacia los habitantes de ese lugar un aroma muy agradable, por esta razón, uno de ellos tomó un pedazo del agave quemado y al probarlo lo sintió dulce ofreciéndolo a los demás descubriendo así la utilidad de la planta.

Otro indígena, olvido el jugo durante varios días y, al regresar a su choza, descubrió un nuevo aroma que envolvía el ambiente. Después observó que del jugo salían pequeñas burbujas que formaban una espuma blanca y espesa, al



## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



probarlo se encontró con un sabor enriquecido y diferente, después separó el líquido de la espuma para su consumo. El indígena consumió la bebida separada provocando en él un cambio de personalidad, de ahí que el líquido sea considerado como un regalo de los dioses.

Los indígenas que se encontraron con éste fenómeno y habiendo probado la bebida, asumieron que se trataba de un regalo de Mayahuel, deidad y símbolo de la fecundidad, que era la madre de los 400 conejos Centzon Totochtin, y los 400 dioses de la embriaguez. Entre los indígenas el tequila era consumido por jerarcas y sacerdotes en eventos religiosos y festividades.

El tequila tal y como lo conocemos hoy, se debe al proceso de destilación que introdujeron los españoles a su llegada, éstos decidieron destilar la bebida original para purificarla y obtener un producto más fuerte, dando paso al llamado vino de mezcal o aguardiente. Los españoles fomentaron la producción del agave y sentaron las bases para la elaboración del producto característico de la zona.

En 1758 la Nueva Galicia dio la primera concesión para fabricar destilado a José Antonio Cuervo. La fábrica de vino y mezcal “La perseverancia” sería la primera en producir remesas para la exportación en 1888. La industria siguió creciendo hasta el siglo XX cuando se aumentan los campos de cultivos para el agave tequilana weber, variedad azul, y se producen tequilas más accesibles a todos los gustos y paladares haciendo aún más popular esta bebida a nivel nacional e internacional.

Desde 1973 y hasta 1982 se realizaron las gestiones para que el tequila adquiriera la llamada denominación de origen para cinco estados de la república mexicana.

Para llamarse tequila, la bebida debe de estar elaborada en México, en la región tequilera y contener al menos un 51% de agave, aunque los tequilas más puros contienen el 100% de agave. En la actualidad es quizá la bebida más conocida y representativa del país en el mundo.

La región mexicana en la que se produce el tequila, una zona de 34,658 hectáreas comprendidas entre el pie del volcán Tequila y el profundo cañón de río grande a tan sólo unos cuantos kilómetros de Guadalajara, fue declarada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

(UNESCO) como patrimonio mundial de la humanidad el 12 de julio de 2006, incluyendo concretamente en la lista “el paisaje de agaves”, las plantas empleadas en la producción del tequila y las antiguas instalaciones industriales del Tequila.

Actualmente, la cultura del agave está considerada como un elemento intrínseco de la identidad nacional mexicana, razón por la cual la UNESCO destacó, los vastos paisajes del agave azul, las plantas utilizadas desde el siglo XVI para producir tequila y desde hace no menos de dos mil años para fabricar bebidas fermentadas y textiles.

La zona inscrita incluye campos de agave, destilerías, fabricas (en actividad o abandonadas), tabernas, ciudades y los sitios arqueológicos de Teuchitlan., en esta región se refleja, por una parte, el mestizaje cultural entre los procesos de fermentación prehispánicos y la destilación europea y, por otra, los estilos arquitectónicos autóctonos y españoles.

## **2.3 Categorías**

### **2.3.1 Tequila 100%.**

Es el producto que se somete a un proceso de fermentación y no debe ser enriquecido con azúcares distintos a los obtenidos del agave Tequilana Weber, variedad azul, cultivado en el territorio comprendido en la denominación de origen (DO). Para que este producto sea considerado como “tequila 100% de agave” debe ser embotellado en la planta de envasado que controla el propio productor autorizado. Este producto debe ser denominado únicamente a través de alguna de las siguientes leyendas: “100% de agave”, “100% puro de agave”, “100% agave”, “100% puro agave”.

### **2.3.2 Tequila.**

Es aquel producto en el que los mostos son susceptibles de ser enriquecidos y mezclados conjuntamente previo, a la fermentación con otros azúcares hasta en una proporción no mayor del 49% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa.

Este enriquecimiento máximo de hasta 49% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa, no se puede realizar con azúcares provenientes de cualquier especie de agave. Por su parte, solo se podrá incrementar el 51% de azúcares reductores totales con azúcares extraídos de agave tequilana weber, variedad azul.

## 2.4 Proceso productivo.

La elaboración del tequila es un proceso largo que consiste en una serie de pasos generales en un principio y particulares a su término y esto depende del tipo de tequila que se desee producir, mismos que se describen a continuación:

### a) Plantación:

El ciclo de la planta es de aproximadamente 10 años, plazo en el que alcanza su plena madurez, aquí comienza el proceso de la Jima. Posteriormente, se inicia el cocimiento y la molienda de las piñas de las cabezas de agave.

Imagen 4: Plantío de Agave.



Foto tomada el día 27 junio 2015.

### b) Cocción:

La cocción se realiza con vapor de agua a presión, ya sea en los tradicionales hornos de mampostería o en autoclaves. El tiempo de cocimiento es más largo en hornos de mampostería (aproximadamente 48 horas) que en autoclaves (12 horas). La finalidad de esta etapa es convertir la inulina (azúcar del agave) en azúcares como la fructuosa y sacarosa, las cuales son fácilmente fermentables. Una vez finalizada esta etapa,

Imagen 5: autoclaves



el agave cocido es transportado a los molinos donde es cortado en pequeños pedazos de algunos centímetros.

### c) Extracción de Mieles:

Para extraer las mieles del agave cocido se aplica agua a presión al bagazo obtenido del cocimiento y luego se exprime en bandas transportadoras. Las mieles son entonces separadas para continuar el proceso industrial, mientras que el bagazo exprimido sale del mismo. Las mieles extraídas del agave cocido son captadas en depósitos y transportadas por tuberías a las tinas de formulación (zona de elaboración de tequila) o de fermentación (para la elaboración de tequila 100% Agave), según sea el caso.

Imagen 6: Transportadoras.



### d) Fermentación:

La fermentación se lleva a cabo en grandes tinas de acero inoxidable, las cuales son cargadas con mieles también llamadas mostos. A estos se le agregan agua, levadura y nutrientes para la fermentación. El tiempo de fermentación varía de acuerdo con la temperatura ambiental, y ésta a su vez cambia con cada época del año.

Imagen 7: Olla de Fermentación

Los productos de cualquier fermentación son: el alcohol, bióxido de carbono, agua y la energía que se desprende en forma de calor.

El mosto en plena fermentación es efervescente, y el movimiento cesa cuando las levaduras terminan su trabajo.

En ese momento finaliza el proceso y se acostumbra decir que el mosto está muerto, las levaduras han terminado la conversión de azúcar en alcohol.



Foto tomada el día 27 junio 2015

#### e) Destilación:

La Destilación es el procedimiento por el cual los fermentos son separados, mediante calor y presión, en productos de riqueza alcohólica (tequila) y vinazas; estas últimas constituyen un producto de desecho..

En la destilación los fermentos son transportados por tuberías a los alambiques de destilación, donde se calientan a altas temperaturas.

La destilación se efectúa en alambiques de cobre o acero inoxidable, e incluso en torres de destilación continua. Los alambiques comunes constan de tres partes: la caldera u olla que es donde se depositan los mostos para su calentamiento; la columna o capitel, que recoge y conduce los vapores y el serpentín aquel en el que se enfrían los vapores y se vuelven líquidos.

Imagen 8: Tanques de Destilados.



## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”

Los puntos de ebullición de los diferentes compuestos, los diversos volúmenes y las presiones del alambique ayudan a la separación de gases, que se condensan en productos de mayor riqueza alcohólica.

### f) Segunda Destilación:

Imagen 9: Alambiques de destilación

En la elaboración del tequila son necesarias dos destilaciones, la primera llamada destripamiento y la segunda rectificación. Con la rectificación se incrementa la riqueza alcohólica y se eliminan los productos indeseables, obteniendo un producto de mayor pureza.



Foto tomada el día 27 junio 2015

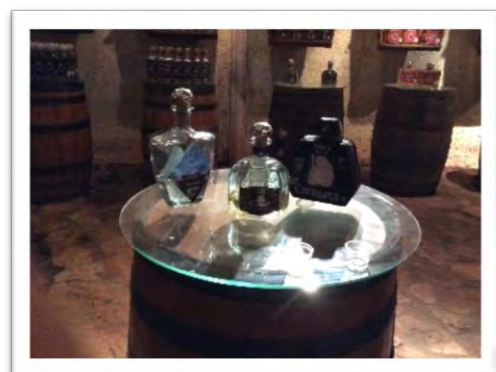
Al tequila que se recibe del destripamiento o primera destilación se le llama “tequila ordinario” y el que termina la segunda destilación o rectificación es considerado como “Tequila Blanco”.

### g) Envase

Al hacer el envasado del tequila se debe de demostrar en todo momento que el producto no ha sido adulterado desde su entrega a granel hasta el envasado final del mismo. El tequila se debe de envasar en recipientes nuevos de tipo sanitario.

Imagen 10.<sup>4</sup> Envases.

La capacidad de cada envase no puede ser mayor de 5 litros y en ningún caso se pueden usar envases con marcas que no sean propiedad del productor autorizado o envasador aprobado en los términos de la



<sup>4</sup> Foto tomada el día 27 junio 2015

Norma Oficial Mexicana (NOM-006-SCFI-2012).

## 2.5 Clasificación del tequila.

Juan Torres expresa que además de las vinazas, existen otros tipos de subproductos del inicio y final de la destilación conocidos como “cabezas” y colas”, respectivamente. El tequila obtenido en la destilación, puede tener los siguientes destinos: dilución y envasado como tequila blanco, venta de tequila a granel (aplicable únicamente para la categoría “tequila”), abocamiento y envasado como tequila joven u oro, maduración y envasado como tequila reposado, maduración y envasado como tequila añejo, maduración y envasado como tequila extra añejo.

De acuerdo con las características adquiridas en procesos posteriores a la destilación, el tequila se clasifica en:

1. Blanco.
2. Joven u Oro.
3. Reposado.
4. Añejo.
5. Extra Añejo.

**Tequila blanco.**- Producto cuyo contenido alcohólico comercial debe ajustarse con agua de dilución.

**Tequila joven u oro.**- Producto susceptible de ser abocado.<sup>5</sup> Su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. El resultado de las mezclas de tequila blanco con tequila reposado, añejo o extra añejo, se considera como tequila joven u oro.

Se entiende por **abocado**, al procedimiento para suavizar el sabor del tequila, mediante la adición de uno o más de los siguientes ingredientes: color caramelo, extracto de roble o encino natural, glicerina y jarabe a base de azúcar.

---

<sup>5</sup> **Abocado**, el procedimiento para suavizar el sabor del Tequila, mediante la adición de uno o más azúcares reductores.

**Tequila reposado.**- Producto susceptible de ser abocado, sujeto a un proceso de maduración de por lo menos dos meses en recipientes de madera de roble o encino. Su contenido alcohólico comercial debe, en su caso ajustarse con agua de dilución.

Se entiende por maduración del tequila a la transformación lenta del producto que le permite adquirir características sensoriales adicionales, obtenidas por procesos fisicoquímicos que en forma natural tienen lugar durante su permanencia en recipientes de madera de roble o encino.

El tequila reposado debe madurarse en recipientes de madera de roble o encino por lo menos dos meses. El resultado de las mezclas de Tequila reposado con tequilas añejos o extra añejos, se considera como tequila reposado.

**Tequila añejo.**- Producto susceptible de ser abocado, sujeto a un proceso de maduración de por lo menos un año en recipientes de madera de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros, el contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. Para el tequila añejo el proceso de maduración debe durar, por lo menos, un año en recipientes de madera de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros.

**Tequila extra añejo.**- Producto susceptible de ser abocado, sujeto a un proceso de maduración de por lo menos tres años sin especificar el tiempo de maduración en la etiqueta en contacto directo con la madera de recipientes de roble o encino cuya capacidad máxima sea de 600 litros y su contenido alcohólico comercial debe en su caso ajustarse con agua de dilución.

Para el mercado internacional se puede sustituir la clasificación mencionada por la traducción al idioma correspondiente, o bien, por la siguiente:

- "Silver" en lugar de blanco.
- "Gold" en lugar de joven u oro.
- "Aged" en lugar de reposado.
- "Extra aged" en lugar de añejo.



- "Ultra aged" en lugar de extra añejo.

## 2.6 Denominación de Origen

El Consejo Regulador del Tequila establece que el tequila es una denominación de origen controlado, reconocido a nivel internacional, y que designa el destilado del agave elaborado en regiones determinadas de México, en las inmediaciones de las localidades de Tequila y Amatitlán además de todos los municipios de Jalisco y también algunos municipios de Guanajuato, Michoacán, Tamaulipas y Nayarit.

Esta bebida originalmente proviene del municipio que lleva el mismo nombre “Tequila”, ubicado en el estado de Jalisco. Solamente 181 municipios de cinco estados de la república como Jalisco, Nayarit, Tamaulipas, Guanajuato y Michoacán pueden utilizar el agave tequiliana weber para la elaboración de Tequila.

El territorio de denominación de origen modificado el 26 de julio de 2000 a la fecha actual, comprende 181 municipios los cuales se describen a continuación.

En el estado de Jalisco (24 municipios) que son: Acatic, Acatlán de Juárez, Ahualulco de Mercado, Amacueca, Amantitlán, Ameca, Antonio Escobedo, Arandas, Arenal, Atemajac de Brizuelas, Atengo, Atenquillo, Atotonilco del Alto, Atoyac, Autlán de Navarro, Ayotlán, Ayutla, La Barca, Bolaños, Cabo Corrientes, Cañadas de Obregón, Casimiro Castillo, Chapala, Chimaltitlan, Chiquilistlaan, Cihuatlán, Ciudad Guzmán, Cocula, Colotlán, Concepción de Buenos Aires, Cuautitlán de García Barragán, Cuautla, Cuquio, Degollado, Ejutla, Encarnación de Díaz, Etzatlán, Gómez Farías, El Grullo, Guachinango, Guadalajara, Hostotipaquillo, Huejucar, Huejuquilla el Alto, La Huerta, Ixtlahuacán de los Membrillos, Ixtlahuacán del Rio, Jalostotitlán, Jamay, Jesús María, Jilotlán de los Dolores, Jocotepec, Juanacatlán, Juchitlán, Lagos de Moreno, El limón, Magdalena, Manuel M. Dieguez, La manzanilla de la Paz, Mascota, Manzanitla, Mexicacan, Mezquitic, Mixtlán, Ocotlán, Ojuelos de Jalisco, Pihuamo, Ponciclan, Puerto Vallarta, Quitupan, El salto, San Cristobal de la Barranca, San diego de Alejandría, San Gabriel, San Juan de los Lagos, San Julián, San Marcos, San Martin Bolaños, San Martin Hidalgo, San Miguel el Alto, San Sebastián del Oeste,

## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



Santa María de los Angeles, Sayula, Tala, Talpa de Allende, Tamazula de Gordiano, Tapalpa, Tecalitlán, Techaluta de Montenegro, Tecolotlán, Tenamaxtlan, Teocaltiche, Teocuitatlán de Corona, Tepatitlán de Morelos, Tequila, Teuchitlán, Tizapán el Alto, Tlajomulco de Zuñiga, Tlaquepaque, Tolimán, Tonalá, Tonaya, Tonila, Totatiche, Tototlán, Tuxcacuesco, Tuxcueca, Tuxpan, Unión de San Antonio, Unión de Tula, Valle de Guadalupe, Valle de Juárez, Villa Corona, Villa Guerrero, Villa Hidalgo, Villa Purificación, Yahualica de González Galo, Zoacoalco de Torres, Zapopan, Zapotitlán del rey y Zapotlanejo.

En el estado de Nayarit (8 municipios): Ahuacatlán, Amatlán de Cabañas, Ixtlán, Jala, Jalisco, San Pedro Lagunilla, Santa María del Oro y Tepic.

En el estado de Guanajuato (7 municipios): Abasolo, Ciudad Manuel Doblado, Cuerámaro, Huanímaro, Péniamo, Purísima del Rincón y Romita.

En el estado de Tamaulipas (9 municipios): Adalma, Altamira, Antiguo de Morelos, Gómez Farías, González Llera, Nuevo Morelos, Ocampo, Tula y Xicoténcatl.

En el estado de Michoacán (30 municipios): Briseñas de Matamoros, Cabinda, Chilchota, Churintzio, Cotija, Ecuandureo, Jacona, Jiquilpan, Maravatío, Marcos Castellanos, Nuevo Parangaricutiro, Numarán, Pajuacarán, Peribán, La Piedad, Regules, Los Reyes, Sahuayo, Tancítaro, Tangamandapio, Tangancicuero, Tanhuato, Tinguindi, Tocumbo, Venustiano Carranza, Villamar, Vista Hermosa, Yurecuero, Zamora, Zinápapo.

### **2.6.1 Cronología para la Obtención de la Denominación de Origen.**

El Consejo Regulador del Tequila (CRT) muestra la siguiente cronología de la obtención de la denominación de origen (DO):

- Desde 1943 se hacen las primeras gestiones por parte de los industriales de la región, para proteger el nombre “tequila” y obtener la exclusividad de su uso.
- En 1958 México, se suscribe el Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional.

- ✚ En la década de los setentas, cuando el tequila era relativamente exitoso, en el mundo en otros países (Japón y España) se inició la producción de aguardientes que les llamaron tequila.
- ✚ En 1972 se reforma la ley de la propiedad industrial, capítulo X, título 3, referente a las denominaciones de origen.
- ✚ El 27 de septiembre de 1973 el CRT solicitó formalmente la emisión de la declaración general de protección de la denominación de origen “Tequila”.
- ✚ El 22 de Noviembre se resuelve favorablemente a la mención de la solicitud y se publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 9 de diciembre de 1974.
- ✚ Se establece un convenio entre México y Estados Unidos mediante el cual México está de acuerdo en impedir el uso del nombre “Borbón” dentro de su territorio., los Estados Unidos reconocen al Tequila como producto distintivo y exclusivo de México.
- ✚ En el Federal Register (5 de diciembre de 1973) se publica un Decreto por el cual se reconoce la denominación de origen tequila. En México, el 6 de Mayo de 1974 se publica la resolución que modifica el numeral 2.1.1 de la norma oficial de calidad para el Wisky, DGN-V-I-1969.
- ✚ El 27 de julio de 1974, el Ministro de exteriores de Canadá emite un decreto por medio del cual se restringe el uso del nombre tequila a productos provenientes de México.
- ✚ El 20 de septiembre de 1976 tequilera la “Gonzaleña” solicita la ampliación del territorio de denominación de origen hacia algunos municipios de Tamaulipas.
- ✚ El 13 de octubre de 1977 se publica en el diario oficial del gobierno federal de México la resolución favorable a dicha ampliación.
- ✚ El 13 de abril de 1978 se obtiene el certificado del registro del tequila en el Registre Internacional des appellations d`origine de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Ginebra Suiza).
- ✚ El 29 de Marzo de 1981 la provincia de Quebec, Canadá envió un escrito donde se manifiesta su reconocimiento a la denominación de origen.
- ✚ El 29 de Octubre de 1982 Dinamarca reconoce el D.O.T.

## 2.7 Protección Internacional.

De acuerdo con el Consejo Regulador del Tequila la protección del tequila está expresamente prevista en los Tratados de Libre Comercio firmados por el gobierno de México.

- Acuerdo de Asociación Económica con Japón (Página 12, 6° párrafo: Propiedad Intelectual.
- TLC-G3 Colombia – México (Artículo 18-16 Protección de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas.).
- TLC entre México e Israel (Artículo 2-05 Productos Distintivos; Anexo 2-05 Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas.
- TLC México – Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala, Honduras) (Anexo 3-16 Productos Distintivos).
- TLC México – Uruguay (Capítulo XV; Sección De Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen; Artículo 15-22 Protección de las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen).
- TLC México – Chile (Capítulo 15 propiedad Intelectual; Sección D Denominaciones de Origen; Artículo 15-24 Denominaciones de Origen; Anexo 15-24 Denominaciones de Origen).
- Asimismo el Tequila también tiene protección distintiva de México en el Tratado del Libre Comercio por Estados Unidos y Canadá en el Anexo 313 del Tratado de 1994.

En particular, puede mencionarse que en 1988 la Unión Europea a través del Acuerdo entre México y la Comunidad Europea firman el reconocimiento mutuo y la protección de las denominaciones en el sector de las bebidas espirituosas en 1992.

## 2.8 Clasificación Arancelaria

Las mercancías, sin excepción alguna, deben clasificarse arancelariamente al pasar por las aduanas, a fin de identificar de manera clara y precisa qué tasa porcentual de arancel les corresponde pagar de acuerdo con el tipo de arancel aplicable, así como para conocer y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias, tales como permisos previos, cuotas compensatorias, regulaciones sanitarias, de etiquetado etc., a las cuales estén sujetas.

En México, tanto en las tarifas de importación como en las de exportación, la clasificación es la misma a nivel de ocho dígitos; a estos ocho dígitos se les conoce como fracción arancelaria quedando como sigue: 2208.90.03.

**Cuadro 1: Fracción Arancelaria**

Concepto	Descripción	Numero
Capitulo	Bebidas, liquidos alcoholicos y vinagre	22
Partida	Alcohol etilico sin desnaturalizar con grados alcoholico volumetrico inferior a 80% vol; aguardientes, licores y demas bebidas espirituosas.	2208
Subpartida	Los demas	220890
Fraccion	Tequila	2208.90.03

Fuente: SIAVI.

## Capítulo 3.

### Estudio de mercado.

En el presente capítulo se busca realizar un pequeño estudio de mercado de exportación, analizando generalmente los flujos comerciales entre México e Italia, así como los obstáculos que puedan presentarse al momento de realizar una exportación de tequila blanco y las posibles rutas de distribución, medios de transportes y promoción.

#### 3.1 Análisis general de los Flujos Comerciales.

##### 3.1.1 Intercambio entre México e Italia.

Como menciona Consultores Internacionales S.C.<sup>6</sup> Italia es el tercer socio comercial de México entre los países de la Unión Europea (UE) sólo después de Alemania y España. A nivel mundial, ocupa el décimo primer lugar en el comercio total de nuestro país. Por su parte, México es el segundo socio comercial de Italia en América Latina, sólo después de Brasil.

A partir de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (TLCUEM), el intercambio comercial entre México e Italia ha crecido en 632%, pasando de 222 millones de dólares (mdd) en 2000 a 5,217.20 mdd en 2014, este crecimiento es muchísimo mayor al crecimiento obtenido antes del Tratado de Libre Comercio que fue de 182% pasando de 77.7 millones de dólares (mdd) en 1993 a 170.3 mdd en 1999.

En total las exportaciones tuvieron un incremento de 1992% pasando de 834.9 mdd en 1993 a 5,217.20 mdd en 2014.

Las importaciones incrementaron en un 525% pasando de 834.9 mdd en 1993 a 5,217.20 mdd en el 2014.

---

<sup>6</sup> México-Italia: Relación con Futuro. Enero 13 Año 2014 No. 640 Consultores Internacionales.

### Importaciones vs Exportaciones México e Italia de 1993 a 2014

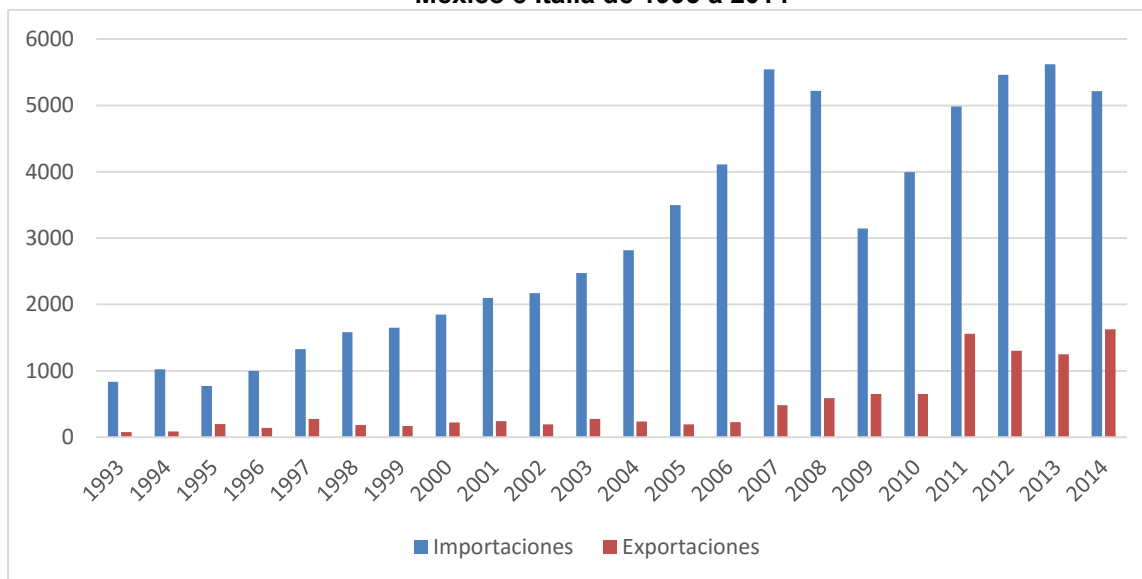


Gráfico 1: Elaboración Propia con datos de la Secretaria de Economía.

Aunque el crecimiento de las exportaciones es mayor que las importaciones con Italia, es notorio ver, que siempre se ha tenido un déficit en la Balanza Comercial, con un crecimiento de 374% pasando de 757.2 mdd en 1993 a 3591.5 mdd en 2014.

### Déficit Balanza Comercial entre México e Italia 1993 a 2014

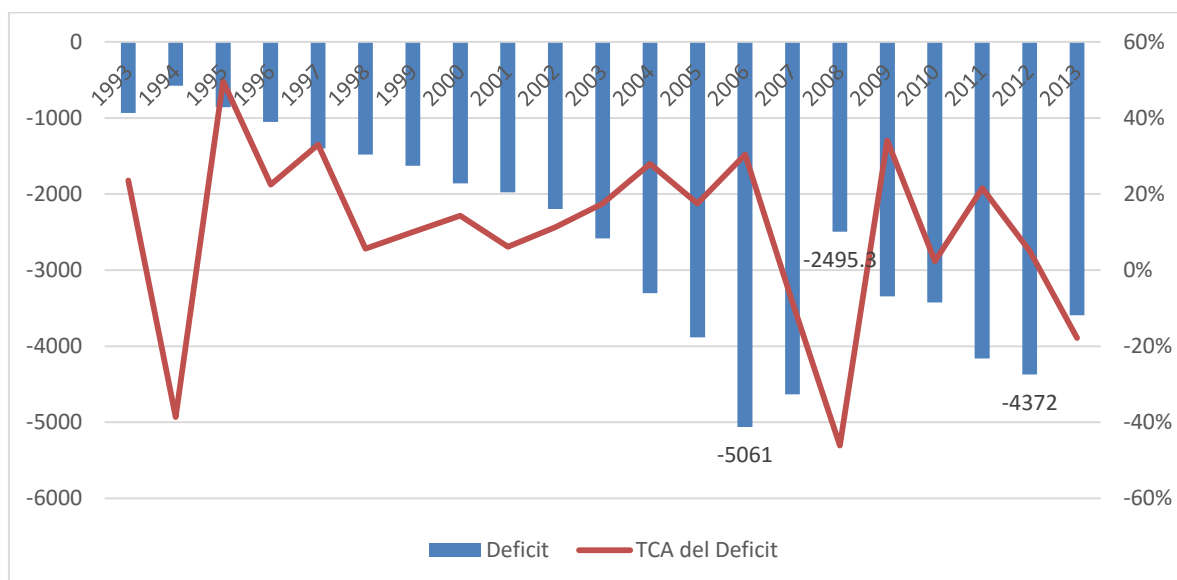


Gráfico 2: Elaboración Propia con datos de la Secretaria de Economía.

Los principales productos que México exporta a Italia son: vehículos con motor (19.0% del total); minerales de plomo (6.3%), ácido tereftálico y sus sales (4.5%), cobre electrolítico (4.2%) y embragues completos (3.8%), mientras que los principales productos italianos importados por México fueron: gasolina (5.4%), productos laminados de acero de espesor entre 3 y 4.75 mm (4.2%), y aerogeneradores (2.0%).

Si bien las cifras del comercio México-Italia muestran un importante dinamismo, es claro que, las relaciones comerciales y económicas no se han desplegado de manera más contundente en función de las oportunidades de exportación de México a Italia.

Consultores Internacionales,<sup>7</sup> expresan que el TLCUEM ha abierto nuevas oportunidades de exportación con ventajas arancelarias para México respecto a los principales proveedores de Italia en sectores como: automotriz, prendas de vestir, plásticos, pieles y cueros y maquinaria y equipo eléctrico, entre otros. Los sectores prioritarios de fomento son: alimentos frescos, alimentos procesados, bebidas y tabaco, productos eléctricos y electrónicos, calzado y artículos de cuero así como materiales de construcción., asimismo, se está promoviendo otros sectores como los productos del mar, las flores de ornato y productos químicos.

### 3.1.2 Producción.

La producción de tequila pasó de 87.9 millones de litros (ml) en 1990 a 242.4 millones de litros en 2014. Antes del TLCUEM, la producción solo tuvo un crecimiento de 107% pasando de 87.9 millones de litros en 1990 a 181.6 millones de litros en 2000, después de la firma del tratado la producción se incrementó en 33% por la apertura comercial con la Unión Europea, pasando de 181.6 millones de litros en el 2000 a 242.4 millones de litros en el 2014.

---

<sup>7</sup> Op.cit



**Producción Total de Tequila  
(Millones de Litros) de 1993 a 2014.**

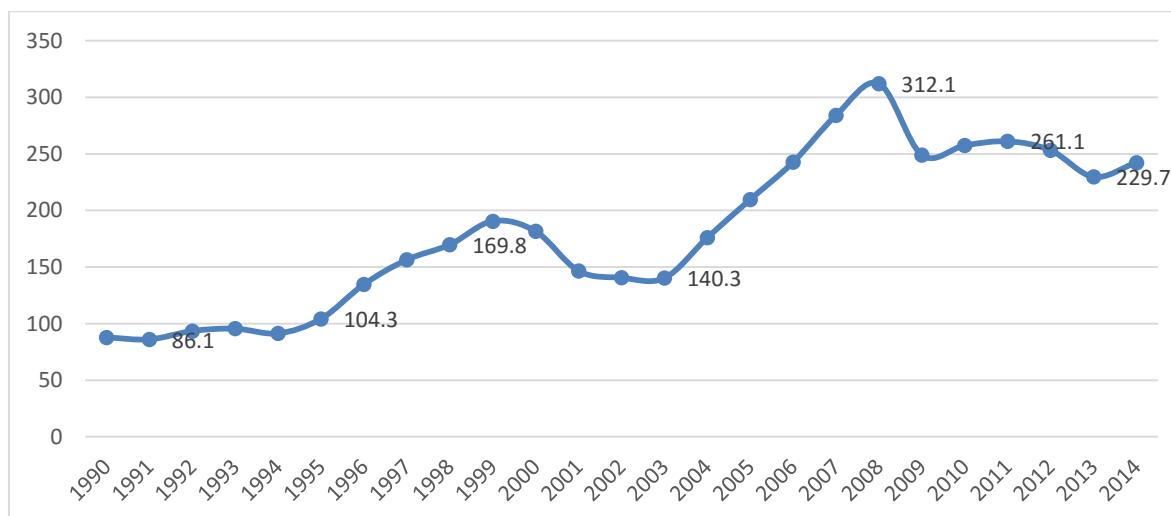


Gráfico 3: Elaboración Propia con datos del Consejo Regulador del Tequila.

Esta producción total se encuentra subdividida en 2 categorías, el Tequila 100% agave azul y tequila con azúcares reductores. El tequila 100% agave es la producción de mejor calidad en la industria tequilera, por lo que empieza a tomar mayor relevancia en el comercio internacional, ya que del 2008 hasta 2011 la producción de las destilerías se encontraba enfocada a la producción de tequila 100% superando así a la producción de tequila abocado en un promedio de 23.7 millones de litros, sin embargo, esta tendencia se reinvertió en 2012, cuando la producción de tequila abocado supera en 24.6 millones de litros a la producción de tequila 100% agave.

Con datos del CRT, en 2015, la producción nacional alcanzó la cifra de 248.14 millones de litros entre destilado de tequila y tequila 100% de agave, cantidad promedio que se produce en todas las entidades productoras de tequila.

**Producción de Tequila 100% Agave y Tequila.  
(Millones de litros) de 1995 a 2014.**

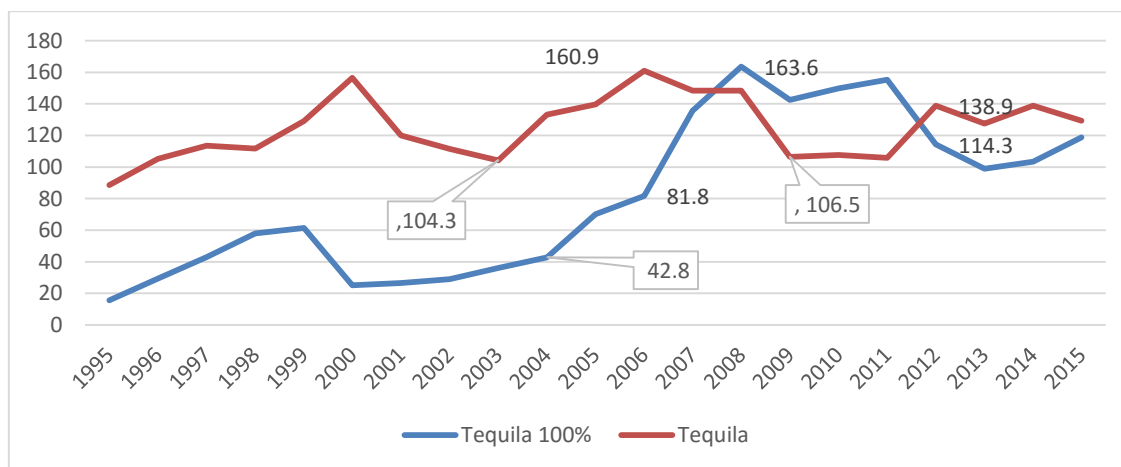


Gráfico 4: Elaboración Propia con datos del Consejo Regulador del Tequila.

**3.1.3 Consumo de Agave para Producción.**

Resulta oportuno observar que la utilización de agaves por las destilerías estén enfocadas a la producción de tequila 100% agave pues es claro que éste es superado por un promedio de 493 miles de toneladas de agave frente a las 256.8 miles de toneladas de agave. Por esta razón la producción de destilado es mayor que el de tequila 100% agave como se ve en las gráficas anteriores.

**Consumo de Agave  
(Miles de Toneladas) de 1995 a 2014.**



Gráfico 5: Elaboración Propia con datos del Consejo Regulador del Tequila.

Teniendo el panorama completo de la producción de tequila, partimos al análisis del comercio con el exterior.

### 3.1.4 Principales importadores de tequila.

Los principales países a los que exportamos tequila son:<sup>8</sup>

- Estados Unidos con un volumen de 129,782,261 millones de litros
- España con un volumen de 3,156,049 millones de litros
- Francia con un volumen de 2,009,791 millones de litros
- Alemania con un volumen de 1,805,639 millones de litros
- Brasil con un volumen de 1,358,169 millones de litros
- Reino Unido con un volumen 1,223,799 millones de litros
- Canadá con un volumen de 853,151 millones de litros
- Turquía con un volumen de 828,984 millones de litros
- Italia con un volumen de 774,559 millones de litros
- Chile con un volumen de 710,301 millones de litros

Como se puede observar, Italia es el noveno importador de tequila en el mundo.

Cifras de SAGARPA revelan que, en la actualidad, el tequila elaborado en México es comercializado en 90 destinos, entre los que perfilan Alemania, Australia, Brasil, China, Estados Unidos, España, Francia, Japón, Lituania, Panamá, Reino Unido, Rusia, entre otros.<sup>9</sup>

### 3.1.5 Exportaciones de tequila a Italia.

Las exportaciones tequileras a Italia se han mantenido constantes de 2004 hasta el 2009 en un promedio de 55,320 millones de litros, pasando 2009, tras la firma del tratado con la UE presentan un crecimiento exponencial de 2582% pasando de 33,575 millones de litros en 2009 a 900,452 millones de litro a 2014. Este crecimiento es explicado a que los italianos están adoptando al tequila como una de las bebidas favoritas en sus festividades.

---

<sup>8</sup> Datos del 2014, Fuente: <http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php>

<sup>9</sup> <http://www.forbes.com.mx/tequila-mexicano-la-conquista-del-comercio-internacional/>

**Exportaciones de Tequila a Italia  
(Millones de Litros) de 2002 a 2014.**

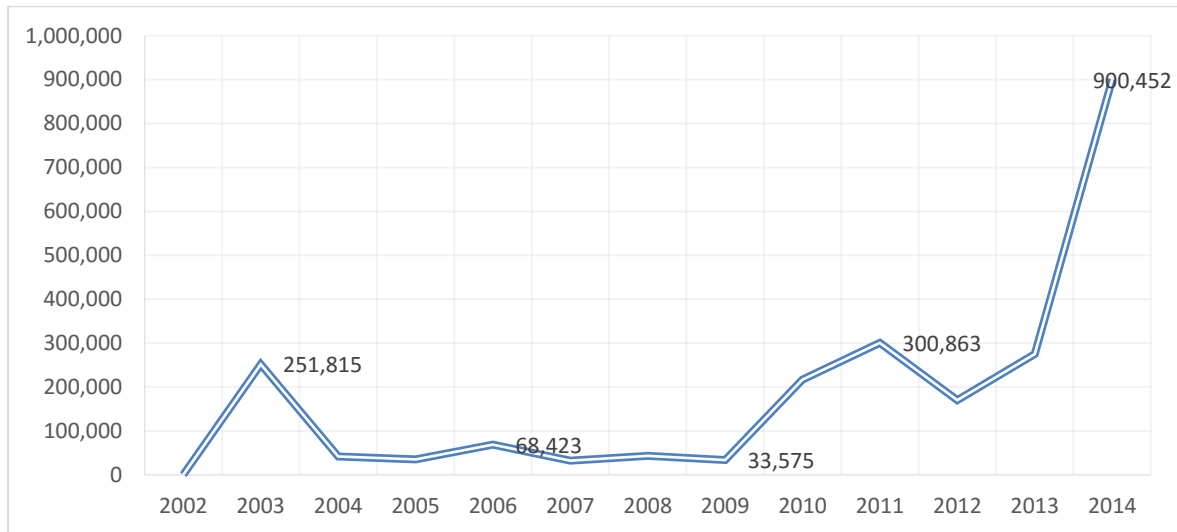


Gráfico 5: Elaboración Propia con datos del SIAVI.

## 3.2 Selección de Mercado.

### 3.2.1 Ruta del tequila mexicano a Italia.

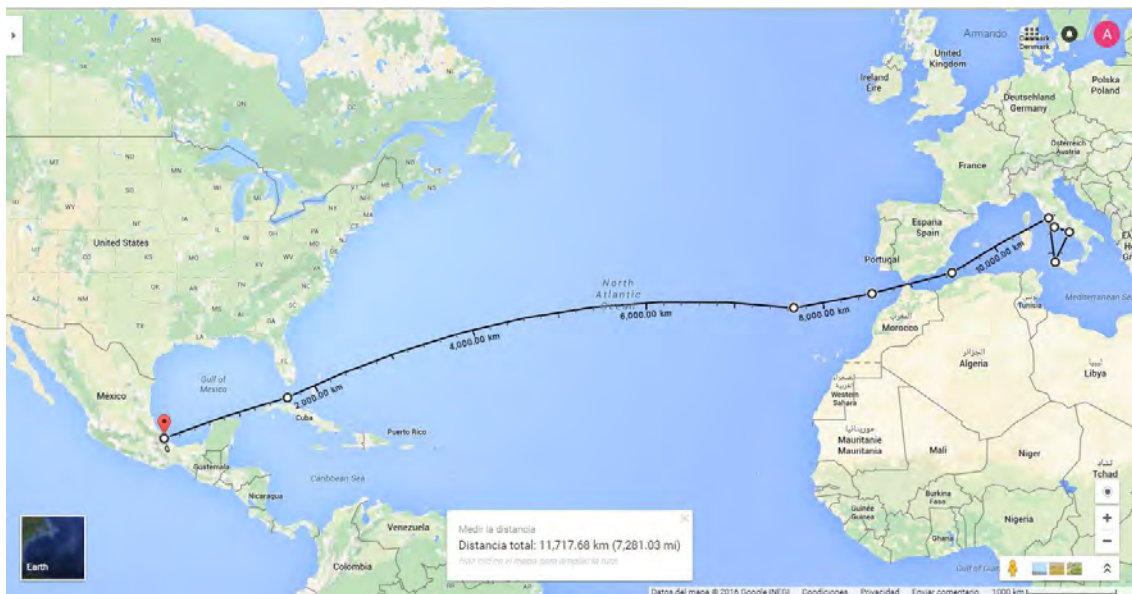
La ruta que presentara el producto es la siguiente:

1. De Tequila. Jal. Partiendo de la destilería la Cofradía.
2. Llegar al pueblo de Ocotlán.
3. Pasando por Zamora de Hidalgo.
4. Tomando la Carretera a Morelia
5. Llegando al pueblo de Tula de Allende
6. Para tomar la carretera a Pachuca Hidalgo.
7. Siguiendo por la carretera, hacia Tulancingo.
8. Para entroncar con la carretera a Veracruz
9. Para pasar por Poza Rica
10. Y de Ahí llegar a la Aduana de Tuxpan en Veracruz.

Aquí en la Aduana de Tuxpan Veracruz, trasportaremos la mercancía en un contenedor, para que sea embarcado hacia nuestra siguiente parada.

# “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”

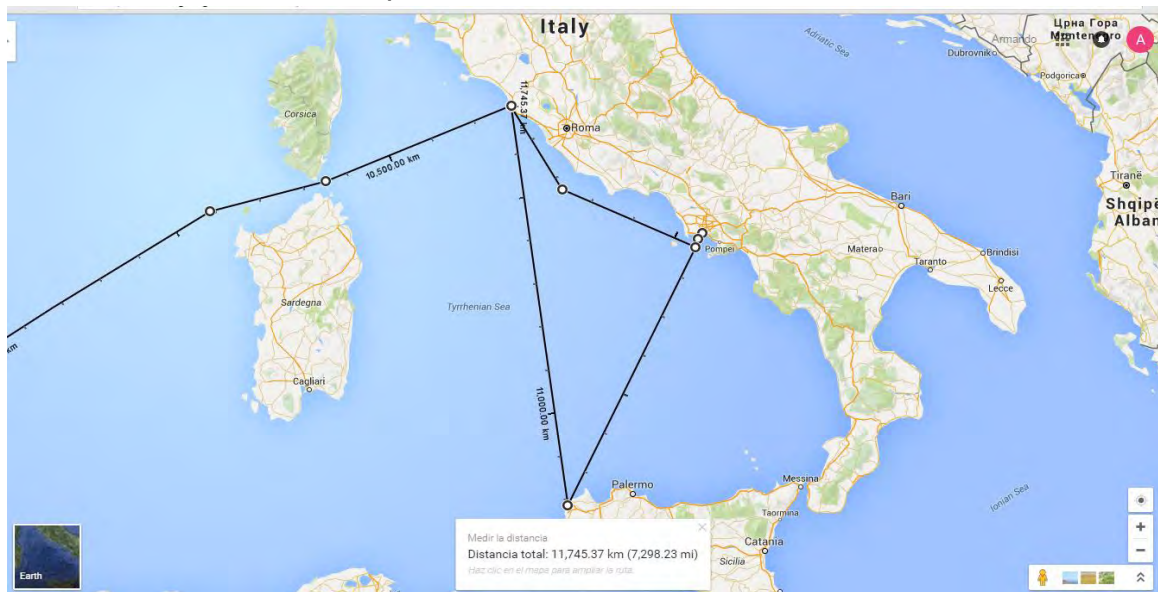
Mapa 1: Ruta del Tequila a Italia.



Fuente: Elaboración Propia con Navegador de Google

De la Aduana de Tuxpan, se embarcara el producto vía marítima, para que sea trasportado por todo el Pacífico, hasta llegar a la Unión Europea, en este caso el desembarque será en directo a Italia, el Puerto de Civitavecchia o Napoli, dependiendo de la carga transportada

Mapa 2: Posibles Puertos Italianos



Fuente: Elaboración Propia con Navegador de Google.

En este mapa, se muestra los posibles lugares de desembarque.

### 3.2.2 Medios de Transporte.


Los medios de transporte empleado en el proceso,<sup>10</sup> partirán desde el origen de la producción, localizada en el estado de Jalisco de donde debe enviarse al puerto de Veracruz. Para hacer una selección de la forma en que se transportara la mercancía, es necesario analizar las opciones de transporte.

- **Compra de vehículos propios:** Esta es una inversión sumamente grande y requiere que se contrate a personal capacitado para su operación.
- **Contratación de servicios autónomos:** Tienen la ventaja de ser mucho más barato que las agencias de transporte, pero posee menos capacidad que una agencia y hay ciertos tipos de trabajos en los que, por ejemplo, el tiempo de espera es muy grande.
- **Contratación de una agencia de transporte:** Éstas se adaptan perfectamente a la demanda que tenemos en cada momento, si se seleccionan las agencias por rango en el que trabajan y zona, se pueden conseguir precios muy competitivos.



A manera de resumen, es más viable contratar una agencia de transporte y cabe mencionar que dentro de éstas existen tres clases: mensajeros, paqueteros y paleteros.

La exportación de tequila deberá ser realizada por una agencia dedicada al tipo de cargas grandes o la llamada “carga consolidada”.

Las posibles empresas exportadoras son las siguientes:

N° Línea	Naviera	Destinos	Frecuencia	Agencia	Consignataria
1	BLUE ANCHOR LINE	África América Asia Europa Oceanía	Semanal	KUEHNE & NAGEL, S.A. DE C.V. 95	

<sup>10</sup> [https://es.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos#tr\\_mites\\_aduaneros\\_para\\_la\\_exportaci\\_n\\_en\\_italia](https://es.santandertrade.com/gestionar-embarques/italia/exportacion-de-productos#tr_mites_aduaneros_para_la_exportaci_n_en_italia)

2	CLIPPER STEEL SERVICES	América Europa	Mensual	TERMINALES MARÍTIMAS TRANSUNISA S.A. DE C.V.	
3	EUROMEX	Europa	Semanal	TUSCOR LLOYD'S U.K. DE MÉXICO, S.A. DE C.V.	
4	HÖEGH AUTOLINE RS AS	África América Asia Europa	Quincenal	NAVEMAR DE MÉXICO S.A. DE C.V.	

PD: Elaboración Propia con datos de

[http://www.sct.gob.mx/fileadmin/CGPMM/transporte/Prontuario\\_2014- v19 Dic 2014.pdf](http://www.sct.gob.mx/fileadmin/CGPMM/transporte/Prontuario_2014- v19 Dic 2014.pdf)

El sector portuario especializado (contenedores) se encuentran en pleno crecimiento en Italia. Prueba de esto es la presencia de nueve puertos italianos en la clasificación de los treinta principales puertos de la Unión Europea, en términos de tráfico en contenedores. El transporte marítimo se ha incrementado en Italia y en los intercambios intracomunitarios, gracias al proyecto de "autopistas marinas" en el marco del desarrollo de la red trans-europea de transporte.<sup>11</sup>

Cada año 750,000 toneladas de flete transitan por los dos aeropuertos internacionales de Roma y Milán. El transporte de mercancía por carretera representa 1,243 millones de toneladas cada año. La red ferroviaria italiana representa 87 millones de toneladas de mercancía cada año en Italia.<sup>12</sup>

## POR VÍA MARÍTIMA

Los puertos son:

- Puerto de Génova
- Puerto de La Spezia
- Puerto de Nápoles
- Puerto de Livorno (en italiano)
- Puerto de Ancona



Foto 11: Puerto Nápoles.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> [http://eurlex.europa.eu/summary/chapter/customs.html?locale=es&root\\_default=SUM\\_1\\_CODED%3D12](http://eurlex.europa.eu/summary/chapter/customs.html?locale=es&root_default=SUM_1_CODED%3D12)

<sup>12</sup> <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=>

<sup>13</sup> Foto tomadas desde Google Earth, <https://www.google.com.mx/maps/place/>

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”

- Puerto de Brindisi
- Puerto de Tarento
- Puerto de Trieste

#### **POR VIA AÉREA:**

Los aeropuertos son:

- Aeropuertos de Milán
- Aeropuertos de Roma

#### **POR VIA TERRESTRE:**

Los encargados son:

- Confederación italiana de transporte y logística
- Ministerio de Transporte

#### **POR VIA FÉRREA:**

Las principales empresas son:

- Trenitalia
- Grupo FNM
- Rail Traction Company
- Del Fungo Giera Cantone.
- SBB Cargo
- Serfer



Foto 12: Aeropuerto de Milán.<sup>14</sup>



Foto 13: Vía Férrea de Isola del

Todos los medios de Transporte se encuentran regulados por el Ministerio de Transporte de Italia, encargado de verificar y organizar el traslado por toda Italia, tanto de personas, como de bienes y servicios.

### **3.2.3 Contenedores.**

Un contenedor es un recipiente de carga para el transporte marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal.<sup>15</sup> Se trata de unidades estancas que protegen las mercancías del clima y que están fabricadas de acuerdo con la

<sup>14</sup> Op.cit

<sup>15</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Contenedor>



“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



normativa ISO (International Organization for Standardization), en concreto, ISO-668; por ese motivo, también se conocen con el nombre de contenedores ISO.

Los contenedores pueden utilizarse para transportar objetos voluminosos o pesados: motores, maquinaria, pequeños vehículos o mercancía paletizada., menos frecuentes son los que transportan carga a granel. Las dimensiones del contenedor se encuentran normalizadas para facilitar su manipulación.

En la mayor parte de los casos, el suelo es de madera, aunque ya hay de bambú. Interiormente lleva un recubrimiento especial anti-humedad, para evitar las humedades durante el viaje.

Pero para el caso que nos atañe emplearemos los contenedores marítimos, mismos que poseen un armazón de perfiles también fabricados en acero y un suelo de madera y realizado enteramente de acero.

Entre las ventajas de los contenedores marítimos, podemos mencionar su chapa de acero corrosivo, lo cual es un gran beneficio para los traslados de las distintas mercancías, por otra parte, sus barras de cierre se encuentran completamente forjadas y galvanizadas, también cabe mencionar que el recipiente puede portar una placa CSC para hasta 30 toneladas de peso máximo autorizado.

Para la exportación de tequila se optó por emplear contenedores de 20fts, ya que son los más comunes y dado que el producto no requiere de refrigeración o cuidados especiales es conveniente usar este tipo de contenedores.

Sus medidas son las siguientes:

Dimensiones externas: largo: 6,058m/ ancho: 2,438m/ altura: 2,591m

Dimensiones internas: largo: 5,910m/ ancho: 2,346m/ altura: 2,388m

Abertura de la puerta: ancho: 2,340m/ altura: 2,282m

Cubicaje: 33,2m<sup>3</sup>

Peso Máx.: 24.000Kg/ Tara: 2.080Kg / Carga: 21.920K

### 3.2.4 Canales de Distribución.

Los canales de distribución son los canales por donde fluyen los productos, su propiedad, comunicación, financiamiento y pago, así como los riesgos que los acompañan hasta llegar al consumidor final, es decir, los canales de distribución “son la vía o conducto por lo que los productos y/o servicios llegan a su servicio final de consumo o uso, por lo cual, incluye una red de organizaciones que de forma independiente y organizada realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con consumidores finales o usuarios industriales.”<sup>16</sup>

Los canales de distribución son necesarios ya que cuando los productores delegan a intermediarios una parte de la labor de venta, conlleva a que estos intermediarios ayuden a los productores a que sus productos o servicios lleguen al consumidor final, brindando así a productores y consumidores los beneficios de lugar y tiempo.

El beneficio de lugar se refiere al hecho de llevar y poner un producto cerca del consumidor en tiempo y forma.

En muchos casos la decisión de utilizar de canales de distribución, es que los intermediarios suelen comercializar productos que son complementarios, y de esa manera, logran una distribución masiva eficiente.

Los canales de distribución han sido clasificados a partir de su origen en productos de consumo y productos industriales.<sup>17</sup> Esto para la presente tesis abarcará la división de productos de consumo, ya que el producto a exportar es el tequila mexicano. Esta clasificación está dividida en niveles de canales que se diferencian según el número de intermediarios que intervienen.

---

<sup>16</sup> <http://www.eumed.net/cursecon/dic/dic-cs.htm>

<sup>17</sup> Ferril O.C., Hirt Goeffrey, Ramos Leticia Mariela, Introducción a los Negocios en un mundo cambiante ,4 Edición, Mc Graw Hill, 2004, pág. 371.

- **Canal Directo o Canal 1** (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

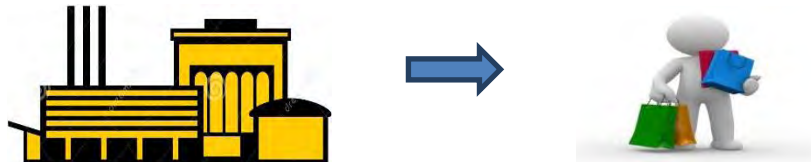


Imagen 14: Elaboración Propia

Las actividades de venta directa (que incluyen ventas por teléfono, compras por correo y de catálogo, al igual que las formas de ventas electrónicas al detalle, como las compras en línea y las redes de televisión para la compra desde el hogar) son un buen ejemplo de este tipo de estructura de canal.

- **Canal Detallista o Canal 2** (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, tiendas de conveniencia, gasolineras, boutiques, entre otros).



Imagen 15: Elaboración Propia

En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

- **Canal Mayorista o Canal 3** (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: 1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y 2) los detallistas(intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final).



Imagen 16: Elaboración Propia

Este canal se utiliza para distribuir productos como medicinas, ferretería y alimentos de gran demanda, ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.

- **Canal Agente/Intermediario o Canal 4** (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este canal contiene tres niveles de intermediarios,

El Agente Intermediario, por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales, no tienen actividad de fabricación, ni la titularidad de los productos que ofrecen; se trata de mayoristas y minoristas.

Este canal suele utilizarse en mercados con muchos pequeños fabricantes y muchos comerciantes detallistas que carecen de recursos para encontrarse unos a otros. Por ejemplo, un agente de alimentos representa a compradores y a vendedores de comestibles. El intermediario actúa a nombre de muchos productores y negocia la venta que éstos fabrican con los mayoristas que se especializan en productos alimenticios, a su vez, éstos mayoristas venden a los comerciantes y tiendas donde se venden alimentos.

En este tipo de canal casi todas las funciones de marketing pueden pasarse a los intermediarios, reduciéndose así a un mínimo los requerimientos de capital del fabricante para propósitos de marketing.

### 3.2.5 INCOTERMS “Términos Comerciales Internacionales”

**Los Incoterms**,<sup>18</sup> son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra-venta internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el comercio internacional.

Los Incoterms se clasifican en grupos:

Esta clasificación se conoce por la primera letra de las siglas del INCOTERM, que pueden ser:

E = Departure (Salida. En fábrica)

F = Main carriage unpaid (Transporte principal no pagado)

C = Main carriage paid (Transporte principal pagado)

D = Arrival (Llegada)

Los términos que inician con las letras E y F son entregados en el país de origen, y los que inician con C y D son entregados en el país de destino.

---

<sup>18</sup> INCOTERMS, <http://www.proexport.com.co/vbecontent/newdetail.asp?id=323>

Categoría E: EXW	Único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor.
Categoría F: FCA, FAS y FOB	Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador.
Categoría C: CFR, CIF, CPT y CIP.	El vendedor contrata el transporte a sus expensas, sin asumir algún riesgo ni responsabilidad sobre la mercancía una vez que ésta ha sido embarcada. Bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de embarque.
Categoría D: DAF, DES, DEQ, DDU Y DDP.	El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado. Bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de entrega en destino.

**Los Incoterms** determinan: <sup>19</sup>

- El alcance del precio.
- En qué momento y dónde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

### **EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido),<sup>20</sup>**

El vendedor cumple su obligación una vez que pone la mercancía en su establecimiento (fábrica, taller, almacén, etc.) a disposición del comprador. Por tanto, no es responsable, ni tiene obligación sobre la carga de la mercancía en el vehículo proporcionado por el comprador, ni ninguna otra correspondiente a seguros, transporte o despachos y trámites aduaneros de la mercancía. El comprador corre con todos los gastos desde que la mercancía es puesta a su disposición en el lugar convenido. Es importante aclarar al comprador los horarios de carga del almacén, fecha a partir de la que podrán realizar la carga, e incluso si la mercancía o el embalaje utilizado necesitarán alguna medida o condición de transporte especial.

<sup>19</sup> Guía Básica del Exportador, <https://www.promexico.gob.mx/.../pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf>

<sup>20</sup> Op.cit

Existe la posibilidad de contratar una modalidad de **EXW CARGADO**, en la que el vendedor entrega la mercancía y la carga en el camión o medio de transporte enviado por el comprador.

#### **Obligaciones del Vendedor.**

- Entrega de la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.

#### **Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Flete interno (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete internacional (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Transporte y seguro (lugar de importación a planta).

#### **FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (lugar convenido).<sup>21</sup>**

Significa que el vendedor entrega la mercadería para la exportación al transportista propuesto por el comprador, en el lugar acordado. El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes, si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor este es responsable de la carga, si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

Este término puede emplearse en cualquier medio de transporte incluyendo el transporte multimodal.

---

<sup>21</sup> Op.cit

### Obligaciones del vendedor.

- Entrega de la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

### Obligaciones del comprador.

- Pagos de la mercadería.
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

### **FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido).<sup>22</sup>**

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento. El término FAS exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

### Obligaciones del Vendedor

- Mercadería y Documentos Necesarios.

---

<sup>22</sup> Op.cit



- Empaque y Embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos De Exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

### **Obligaciones del Comprador.**

- Pagos de la mercadería.
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Seguro y flete (lugar de importación a planta).
- Demoras.

### **FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido).<sup>23</sup>**

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

### **Obligaciones del vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

---

<sup>23</sup> Op.cit

### **Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete (lugar de importación a planta).

### **CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido)**

Para el vendedor los alcances son los mismos que la cotización FOB con la única diferencia es que la empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta destino. El riesgo de pérdida o daño de las mercaderías así como cualquier coste adicional debido a eventos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten del vendedor al comprador.

El término CFR exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

### **Obligaciones del vendedor.**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación).

### **Obligaciones del comprador.**

- Pago de la mercadería.

- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

**CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido).<sup>24</sup>**

Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido. En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte. El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional.

**Obligaciones del Vendedor.**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).

**Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).

---

<sup>24</sup> Op.cit

- Demoras.

### **CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido).<sup>25</sup>**

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él, pero además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte. El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

#### **Obligaciones del Vendedor.**

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".

#### **Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".
- Demoras.

---

<sup>25</sup> Op.cit

### **DAF (Delivered At Frontier) - Entregadas en Frontera (lugar convenido).<sup>26</sup>**

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía despachada en la Aduana para la exportación en el punto y lugar convenidos de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.

#### **Obligaciones del Vendedor.**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación) (parcial).
- Seguro (parcial).

#### **Obligaciones del Comprador.**

- Pagos de la mercadería.
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación) (parcial).
- Seguro (parcial).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

---

<sup>26</sup> Op.cit

### **DES (Delivered Ex Ship) - Entregadas Sobre Buque (puerto de destino convenido).<sup>27</sup>**

El vendedor cumple su obligación de entrega cuando coloca la mercancía, a bordo del buque, en el puerto de destino acordado a disposición del comprador ya despachada en la aduana de exportación. El vendedor corre con los gastos y el riesgo hasta el momento de la entrega (buque atracado y listo para descarga), y el comprador desde la recepción de la mercancía. Sólo se usa para transporte marítimo, fluvial o lacustre. Suele ir acompañado del puerto de destino elegido.

#### **Obligaciones del Vendedor**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).

#### **Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Acarreo y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

---

<sup>27</sup> Op.cit

### **DEQ (delivered Ex-Quay) - Entregadas en Muelle (puerto de destino convenido).<sup>28</sup>**

Significa que el vendedor entrega cuando se ponen las mercaderías a disposición del comprador, sin despachar para la importación, en el muelle (desembarcadero) en el puerto de destino acordado. El vendedor debe asumir los costos y riesgos ocasionados al conducir las mercaderías al puerto de destino acordado y al descargar las mercaderías en el muelle (desembarcadero). El término DEQ exige que el comprador despache las mercaderías para la importación y que pague todos los trámites, derechos, impuestos y demás cargas de la importación.

#### **Obligaciones del Vendedor.**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).

#### **Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Demoras.

Este término puede usarse únicamente para el transporte por mar o por vías de navegación interior o para el transporte multimodal.

---

<sup>28</sup> Op.cit

### **DDU (Delivered Duty Unpaid) - Entregadas Derechos No Pagados (lugar de destino convenido).<sup>29</sup>**

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador en el lugar convenido del país de importación y el vendedor ha de asumir todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía hasta aquel lugar (excluidos derechos, impuestos y otros cargos oficiales exigibles a la importación), así como los gastos y riesgos de llevar a cabo las formalidades aduaneras.

#### **Obligaciones del Vendedor.**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).

#### **Obligaciones del Comprador.**

- Pago de la mercadería.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

---

<sup>29</sup> Op.cit



### **DDP (Delivered Duty Paid) - Entregadas Derechos Pagados (lugar de destino convenido).**

Significa que el vendedor entrega las mercaderías al comprador, despachadas para la importación, y no descargadas de los medios de transporte utilizados en el lugar de destino acordado. El vendedor debe asumir todos los costos y riesgos ocasionados al llevar las mercaderías hasta aquel lugar, incluyendo los trámites aduaneros, y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para la importación al país de destino.

#### **Obligaciones del vendedor.**

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Acarreo (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Acarreo y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

#### **Obligación del comprador.**

- Pagar la mercadería.

### 3.2.6 Promoción

Los principales objetivos de la promoción son los siguientes:<sup>30</sup>

- ✓ •Viabilizar la prueba del producto por el cliente.
- ✓ •Inducir a la primera compra, a su repetición, al aumento de la cantidad comprada y/o a lograr una mayor frecuencia del consumo
- ✓ •Mejorar la imagen del producto
- ✓ •Captar nuevos comercios minoristas, inducir a los que ya son clientes e incorporar nuevos productos, alentar las compras de temporadas o de ciertos ítems que se desean incentivar.
- ✓ •Complementar y reforzar a la publicidad y la venta personal.

Sus herramientas principales para lograr estos objetivos son los siguientes:

- •**Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas de bienes y servicios por un patrocinador bien definido.
- •**Promoción de ventas:** Incentivos a corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- •**Relaciones Públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena imagen de corporación, y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- •**Ventas Personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

Dentro de todas estas categorías se encuentran instrumentos específicos, como las presentaciones de ventas, las exhibiciones de ventas, los anuncios especiales, las presentaciones comerciales, las ferias, las demostraciones, los catálogos, la literatura, los paquetes de prensa, los carteles, los concursos, las bonificaciones.

---

<sup>30</sup> <https://www.inadem.gob.mx>

### 3.2.7 Estimación del precio de exportación.

Para el cálculo de los costos de exportación, es necesario primero calcular el total de botellas de un litro que se necesitan para llenar un contenedor de 20ft. En la página de Winnergol,<sup>31</sup> se encuentra una herramienta que calcula el número de cajas que entrarían en un contenedor de 20ft, 40ft o 40HQ, se introduce solamente las dimensiones de las cajas, así como el número de unidades dentro de ellas. En este caso las dimensiones son: 30cm de ancho, 40 cm de largo y 40cm de alto con unas 9 botellas en su interior.

CALCULADORA CAJAS EN UN CONTENEDOR	
Ancho de Caja (CTN Dimension X)	30 CMS
Largo de Caja (CTN Dimension Y)	40 CMS
Alto de Caja (CTN Dimension Z)	40 CMS
Unidades por Caja (pcs/CTN)	9
¿Puede poner el lado vertical de la caja como base?	No permitir ▼
<input type="button" value="CALCULAR"/>	

## RESULTADOS

Tipo de Contenedor	Total Cajas	Total Unidades
Contenedor 20ft	<b>490</b>	<b>4410</b>
Contenedor 40ft	<b>1050</b>	<b>9450</b>
Contenedor 40HQ	<b>1260</b>	<b>11340</b>

En total encontramos que para llenar un contenedor de 20ft, son necesarias 490 cajas con las siguientes medidas: 30cm ancho, 40cm largo y 40 cm alto, con un contenido de 9 botellas de a litro por caja, por lo que da un total de 4,410 botellas de tequila. El costo para exportar una carga consolidada en una naviera está aproximado a los 4,500 dólares.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> <http://www.winnergol.cl/calculadora-cajas-caben-contenedor#jumpHere>

<sup>32</sup> Cotización realizada a Blue Ancho Line, naviera especializada en cargas consolidadas,

La guía de básica del exportador nos muestra una guía para integrar y distribuir los costos que se integran al producto:

### I. Costo Variable Unitario Total

- a) **Materia Prima:** Costo por concepto de los insumos o bienes por transformar, que se procesan y que dependen de la cantidad de compra o producción.
- b) **Mano de Obra:** Costo del trabajo humano, el cual varía según el grado de especialización y si es por contrato o a destajo.
- c) **Otros gastos variables:** Costos que se incurren con el motivo de la fabricación que son distintos a los anteriores.

### II. Costo de comercialización:

Es el costo de fabricación que incluye todos los conceptos relativos a la elaboración de un producto hasta que este se encuentra en bodega. Todo el esfuerzo posterior para lograr que el consumidor lo adquiriera constituye el costo de comercialización.

### III. Costos de Exportación:

Es la suma de los gastos que se originan los diferentes actos encaminados a la exportación. Estos actos varían dependiendo de la negociación o cotización que se realice, los cuales se establece mediante el término de negociación internacional. Sus principales costos de exportación se clasifican de la siguiente manera:

- ✓ **Costos constantes:** aquellos que son originados por mantener una unidad de gerencia, sueldos, entre otros.
- ✓ **Costos variables:** aquellos ocasionados por la realización concreta de la exportación.

Teniendo en cuenta estos tres costos procedemos a calcular el precio de exportación.

## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



Hay dos formas de calcular el precio de exportación, una parte del precio de planta, al que se adicionan los demás conceptos para obtener el precio de exportación. (Costing). El otro parte del precio del mercado (óptimo), y sustrae los conceptos agregados que se calculan aparte, para adecuar las variables de la ecuación al resultado predeterminado (Pricing).

En este caso se buscará el precio de exportación por el método Costing:

1. Envase y embalaje de exportación.
2. Marca, etiquetas, leyendas e impresos.
3. Optimización de carga.
4. Inspección, certificación y verificación de exportación.
5. Almacenaje local previo.

Todos los costos anteriores más el costo de producción se le conoce como precio Exworks o precio del productor. En el caso del tequila estos costos están cubiertos por la destilería que producirá el tequila a exportar, en este caso el costo es de 250 pesos por botella de 1 litro.<sup>33</sup>

6. Trámite de documentos.
7. Transporte Nacional, incluyendo maniobras o renta especial.
8. Impuesto de exportación o trámite aduanero.
9. Despacho Aduanal.
10. Seguro de mercancía hasta su entrega al medio de transporte internacional.

Los trámites de documentos están incluidos por el costo de la botella de tequila, ya que vienen integrados con un certificado de origen que la misma tequilera proporciona, en cuestión de transporte nacional el promedio de ir de Guadalajara Jal. a la Aduana de Veracruz es de 20,000 pesos,<sup>34</sup> en un tráiler de 2 ejes.

En el despacho aduanal, los agentes aduanales cobran por unidad exportada, en este caso cobra el 10% del costo de la botella de a litro que son 25 pesos. En

<sup>33</sup> Cotización, el día 27 de Julio de 2015, en la Destilería la Cofradía, Guadalajara Jal.

<sup>34</sup> Cotización, el día 08 Marzo del 2016, en zapmeta.com.mx

cuanto al seguro de mercancías, las aseguradoras bancarias,<sup>35</sup> tienen en promedio 6,15%,<sup>36</sup> del valor de la mercancía por unidad.

Hasta este punto se conoce como precio Free on Board (FOB).

11. Flete Internacional.

12. Recargos

Hasta este punto se conoce como CFR Cost and Freight (Costo y Flete), en el caso del flete internacional la naviera Blue Ancho Line cobra 45,000 pesos por un contenedor de 20 ft, con 4410 botellas de a litro en una carga consolidada, en el caso de los recargos, se evitará por las empresas contratadas de la trasportación el llegar tarde al punto de embarque.

13. Seguro de Transporte Internacional.

Hasta este punto se le conoce como CIF: (Costo, Seguro Y Flete), el seguro cotizado será de la aseguradora MAPFE, que asegura una carga consolidada mediante el esquema del seguro presentado anteriormente,<sup>37</sup> en este caso es del 45% del valor de la carga ya que es el seguro total, en este caso es de 496,125 pesos.

14. Maniobras a costado de muelle.

15. Seguro a costado de mercancía o muelle.

Hasta este punto se conoce como DES: (Entregado sobre el Buque o puerto de destino). Maniobras sobre costado del muelle, se contabilizan en dólares, en este caso es de 50 dl por maniobra, y el seguro que en este caso no se contratara.

Hasta este punto se realizara las funciones de la comercializadora internacional, ya que los contratos convenidos se realizaran bajo el esquema DES.

<sup>35</sup> Para el cálculo de la prima neta del seguro de transporte es:  $PN = \text{Tasa del Seguro} * 110\% * (\text{valor de la mercancía} + \text{coste de los fletes} + \text{Prima Neta})$ . Fuente: [www.suite101.net](http://www.suite101.net)

<sup>36</sup> Este 6,15% , es el seguro básico, para el seguro total se emplea la formula anterior.

<sup>37</sup> :  $PN = \text{Tasa del Seguro} * 110\% * (\text{valor de la mercancía} + \text{coste de los fletes} + \text{Prima Neta})$ .

**Cuadro 3: Cálculo del Precio de Exportación.**

Numero	Concepto	Valor en Pesos		Valor en Dólares	
		Unitario	Total	Unitario	Total
1	Tipo de Cambio (DI/Mx)	\$ 17.94		\$ 1.00	
2	Numero de Botellas	1	4410	1	4410
3	Envase y embalaje	Incluido	Incluido	included	included
4	Marca, Etiqueta, etc.	Incluido	Incluido	included	included
5	Carga	Incluido	Incluido	included	included
6	Certificación	Incluido	Incluido	included	included
7	Almacenaje Previo	Incluido	Incluido	included	included
8	<b>Ex Works</b>	<b>\$ 250.00</b>	<b>\$1,102,500.00</b>	<b>\$ 13.93</b>	<b>\$ 61,443.93</b>
9	Tramitación de Doc.	Incluido	Incluido	included	included
10	Trasporte Nacional	\$ 4.54	\$ 20,000.00	\$ 0.25	\$ 1,114.63
11	Impuestos	N/A	N/A	N/A	N/A
12	Despacho Aduanal	\$ 25.00	\$ 110,250.00	\$ 1.39	\$ 6,144.39
13	Seguro de Mercancía.	\$ 15.38	\$ 67,803.75	\$ 0.86	\$ 3,778.80
14	<b>FOB (Free on Board)</b>	<b>\$ 294.91</b>	<b>\$1,300,553.75</b>	<b>\$ 16.44</b>	<b>\$ 72,481.76</b>
15	Flete Internacional	\$ 10.20	\$ 45,000.00	\$ 0.57	\$ 2,507.92
16	Recargos	N/A	N/A	N/A	N/A
17	<b>CFR Cost and Freight</b>	<b>\$ 305.11</b>	<b>\$1,345,553.75</b>	<b>\$ 17.00</b>	<b>\$ 74,989.67</b>
18	Seguro Transporte Int.	\$ 112.50	\$ 496,125.00	\$ 6.27	\$ 27,649.77
19	<b>CIF (Costo Seguro y Flete)</b>	<b>\$ 417.61</b>	<b>\$1,841,678.75</b>	<b>\$ 23.27</b>	<b>\$ 102,639.44</b>
20	Maniobras a costado.	\$ 0.20	\$ 897.16	\$ 0.01	\$ 50.00
21	Seguro a costado.	N/A	N/A	N/A	N/A
22	<b>DES (Sobre Buque)</b>	<b>\$ 417.82</b>	<b>\$1,842,575.91</b>	<b>\$ 23.29</b>	<b>\$ 102,689.44</b>

Fuente: Elaboración Propia con fuentes anteriores

El costo total de exportación de 4,410 botellas de tequila en un contenedor de 20 ft, hacia el mercado italiano, saldrá en 1,842,575.91 pesos que equivalen a 102,689.44 dólares a un tipo de cambio de 17.94.

El precio de mercado o equilibrio en donde no se tendría ni ganancias ni pérdidas, sería de: **Cuadro 4: Precio de Mercado**

Numero	Concepto	Valor en Pesos		Valor en Dólares	
		Unitario	Total	Unitario	Total
23	Precio de Mercado	\$417.82	\$1,842,575.91	\$23.29	\$102,689.44

Fuente: Elaboración Propia.

## Capítulo 4.

### Logística.

En este penúltimo capítulo, mostrare una reseña básica del tratado de libre comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM), así como sus regulaciones, tanto arancelarias, como no arancelarias, además de los documentos y trámites necesarios a la exportación del producto tequila.

#### 4.1 Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM).

El 1o. de julio de 2000 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM)<sup>38</sup> como parte de la estrategia comercial de México, cuyo propósito es:

- a. Garantizar el acceso preferencial y seguro de nuestros productos al mercado más grande del mundo, aún mayor al de Estados Unidos.
- b. Diversificar nuestras relaciones económicas, tanto por el destino de nuestras exportaciones, como por las fuentes de insumos para nuestras empresas.
- c. Generar mayores flujos de inversión extranjera directa y alianzas estratégicas entre empresas mexicanas y europeas, para promover la transferencia de tecnología.
- d. Fortalecer nuestra presencia en el exterior y nuestra posición como centro estratégico de negocios, al ser la única economía del mundo con acceso preferencial a Europa, Estados Unidos, Canadá y a la mayoría de los países latinoamericanos.

Los beneficios que México adquiere con el Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUE) son: reconociendo un trato asimétrico a favor de México, la mayoría de las exportaciones mexicanas están desgravadas desde el 1o. de

---

<sup>38</sup> <http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>



enero de 2003, mientras que las europeas, en 2008. Respecto a los productos industriales mexicanos, a partir del año 2003, el 100% ya pueden ingresar al mercado comunitario libres de arancel. Los códigos de desgravación aplicables a las exportaciones originarias de México son los siguientes:

Productos industrializados Código	Características
A	Implica una eliminación completa del arancel a partir del 1o. de julio de 2000.
B	Significa que se desgravaron en cuatro etapas iguales a partir del 1o. de julio de 2000, quedando libres de arancel desde el 1o. de enero de 2003.

## 4.2 Regulaciones Arancelarias

### ¿Qué es un arancel?

Para efectos de la Ley de Comercio Exterior de México (artículo 12), los aranceles,<sup>39</sup> son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, los cuales pueden ser:

**1. Ad valorem:** se expresa en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía; por ejemplo: si el valor en aduana de una mercancía es de \$10,000 y la tasa de arancel es del 10%, se pagarán \$1,000 de impuesto ( $\$10,000 \times 10\%$ ) = \$1,000.

**2. Específico:** se expresa en términos monetarios por unidad de medida, por ejemplo: US \$5.00 por metro de tela, US \$150.00 por cabeza de ganado. En este caso, el valor real, calculado o ficticio de la mercancía, no tiene ninguna

<sup>39</sup> Aranceles, <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/>

trascendencia fiscal. Así, con base en estos ejemplos, en el arancel específico no se considera si el precio de la tela es muy elevado o muy bajo (a diferencia del ad valorem, que sí distingue precios y calidades).

**3. Mixto:** es una combinación de los dos anteriores (ad valorem y específico), por ejemplo: 5% ad valorem más US \$1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster.

México y la mayoría de los países de la Organización Mundial de Comercio (OMC) utilizan estos tres tipos de aranceles. En México, los aranceles antes referidos podrán adoptar las siguientes modalidades: Arancel-cupo, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías exportadas o importadas, y una tasa diferente a las exportaciones o importaciones de esas mercancías que excedan dicho monto; arancel estacional, cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes períodos del año, y las demás que señale el Ejecutivo Federal.

#### 4.3 Regulaciones no arancelarias.

Además de los instrumentos formales de las políticas comerciales, gobiernos de todo tipo aplican políticas informales o administrativas para restringir las importaciones y fomentar las exportaciones.<sup>40</sup> Uno de los principales requisitos que debe de cumplir todo producto en general y del sector alimenticio en particular que pretenda ingresar en el mercado europeo es el de calidad, la cual se mide en función a los estándares industriales del producto, establecidos tanto por el Codex Alimentarios como por los estándares comunitarios.

En el rubro de bebidas y en especial las de carácter espirituoso, como es el caso del tequila, los únicos requisitos que necesita el exportador mexicano es cumplir las regulaciones para el embotellado y etiquetado así como el pago de los impuestos especiales al tequila y al consumo de alcohol. Independientemente de los requisitos arriba señalados, los países de la Unión Europea ponen especial énfasis en las buenas prácticas de manufactura, que implica el respeto de los

---

<sup>40</sup> <https://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf>

derechos y condiciones de los trabajadores, las condiciones sanitarias de la empresa y la protección ambiental, principalmente.

Existe un código para bebidas alcohólicas, denominado Código Neerlandés, que es una autorregulación representada por diferentes asociaciones y uniones de productores y comerciantes de cerveza, vinos, bebidas espirituosas y licores.

#### 4.4 Regulaciones arancelarias de la Unión Europea.

En la Unión Europea, el régimen arancelario, está considerado en el arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC). Los países miembros de la Unión Europea aplican impuestos de importación (aranceles) comunes a los productos procedentes de terceros.

Para obtener trato preferencial del TLCUEM se tiene que usar el certificado de transferencia (certificado de origen) EUR1; o bien, otorgar una declaración ya sea sobre la factura de venta, la nota de entrega u otro documento comercial que describa los productos en cuestión con suficiente detalle para identificarlos.

Productos exentos desde el 1o. julio 2000
Productos que están exentos desde el 1o. de julio de 2003
<ul style="list-style-type: none"><li>• Productos industrializados: cuarzo, grafito, granito, cemento; pinturas y barnices, (acrílico y vinílicas); perfumes, productos cosméticos y de limpieza personal (delineadores para ojos, labios, maquillajes, champús, desodorantes y antitranspirantes, pastas dentífricas, jabones, pegamentos; adhesivos, insecticidas; manufacturas de plástico (carreolas, vasos, platos, cucharas, botellas, persianas, artículos. de oficina); artículos o accesorios de piel (portafolios, maletas); papel bond, papel higiénico, servilletas, cajas de cartón; manufacturas de vidrio (jarras, vasos, platos); joyería de oro y plata; ciertos aceros, equipos para deporte (esquíes, raquetas, juegos del golf, patines), ciertos productos eléctricos y electrónicos (ciertos teléfonos, reproductores de sonido y video), juguetes, bolígrafos.</li><li>• Productos agroindustriales: café, cacao en grano, garbanzo, tequila, cerveza, mangos, papaya y guayabas.</li></ul>

## 4.5 Documentos y Trámites de Exportación

### 4.5.1 Trámites de Exportación

De acuerdo con el procedimiento presentado por Bancomext, se pueden distinguir cuatro flujo gramas relativos a igual número de etapas en cuanto a las exportaciones: análisis de la viabilidad inicial, análisis de la viabilidad real, proceso de exportación, y proceso de consolidación y perfeccionamiento de las exportaciones.

Algunos de los principales trámites y procedimiento para exportar son los siguientes:<sup>41</sup>

1. Se requiere de un agente aduanal, que será el representante legítimo y solidario del exportador.
2. El agente aduanal elabora el pedimento de exportación.
3. Al presentar el pedimento se paga el DTA (impuestos y derechos).
4. La vista aduanal verifica los documentos.
5. El embarque pasa al área de inspección del sistema aleatorio (semáforo fiscal) en caso de luz verde, hay desaduanamiento libre; en caso de luz roja, habrá inspección fiscal de la mercancía.
6. Debe investigarse en qué casos se solicita un certificado de origen y cuáles son las restricciones para la importación en el lugar a donde se desea exportar.

### 4.5.2 Proceso de Exportación.<sup>42</sup>

- \* Inicio de las negociaciones.
- » Celebración de contratos.
- » Recepción de pedidos.
- » Preparación y adecuación de la logística  
(Análisis de inventarios y orden de producción).

<sup>41</sup> PROMEXICO, <https://www.promexico.gob.mx/es/mx/exportacion>

<sup>42</sup> <https://www.promexico.gob.mx/es/mx/pasos-exportar>

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



» Diseño de la operación:

(Selección del programa de transporte, agente aduanal y de seguros).

» Diseño del programa de cobro.

» Seguimiento a destino final de la mercancías y cobro.

#### **4.5.3 Documentos Principales.**

Los principales documentos utilizados para las exportaciones corresponden a la factura comercial, lista de empaque, despacho aduanal, certificación de calidad y cuantificación de mercancías.

### 4.5.3.1 Factura comercial.

Factura Comercial Para México					
Commercial Invoice for Mexico					
Número de Factura		Lugar y Fecha de Emisión de la Factura		Orden de Compra Número	
Exportador/Vendedor (Exporter/Vendor)			Fabricante (Producer)		
Número de Registro Fiscal (RFC or PAN No.)			Terminos de Pago (Invoice Payment)		
Destinatario Final (Ultimate Consignee)			Terminos de Entrega (Terms of Sale)		
Destinatario Intermedio (Intermediate Consignee)			Otras Referencias Importación para Consignación (Other References, Consignment Instructions)		
Agente Aduanal (Customs Broker)					
Número y Clase de Bultos (Number & Kind of Units)	Descripción Detallada de la Mercancía (Incluyendo clase, tipo, número de serie, marcas, cantidades parciales o granel) (Detailed Commercial Description of Merchandise (include class, type, serial numbers, trademarks, partial/full quantities))	Cantidad de Unidades (Cantidad unit)	Peso Líquido en Kilos (Gross weight in kg)	Precio por Unidad (price per unit)	Valor Total en Dólares de los E.U.A. (Total Value, U.S. Dollars)
Nota: La Descripción Deberá Ser en Español (Note: Description must be in Spanish)					
Destinatario Anticipado (Addressed Party) Fecha (Date)			Valor Comercial (Commercial Value)		
Identificación de Embarque (Package Marks)			Costos de Transporte, Seguro, Desecho, y Otros (TRANSPORTATION, INSURANCE, PACKING, OTHER COSTS)		
			Monto Traslado la Factura (Total Invoice Value)		
<small>* Declaro que soy el propietario de los bienes que se venden y que no están sujetos a embargo o a cualquier otro procedimiento legal que impida su venta. (I declare that I am the owner of the goods being sold and that they are not subject to any legal proceedings that would prevent their sale.)</small>					
Firma del Comerciante (Signature of Exporter)					
<small>Form No. 35-108 (Rev. 1) and Sold by <b>EPICOR</b> 1-800-421-0881 - www.epicor.com Form No. 35-108 Impreso y Vendido por <b>UNAM</b></small>					

En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma que debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que

especifiquen tipo de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición.

#### 4.5.3.2 Lista de empaque

Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

En este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

LISTA DE EMPAQUE				
(1) No. Factura			de Fecha	
Cantidad (2)	Número (3)	Contenido de cada bulto (4)	Dimensiones de cada bulto (5)	Peso bruto de cada bulto (6)

☛ Método de Embalaje :	(7)
☛ Marcas y números :	(8)
☛ Número total de Bultos	(9)
☛ Volumen total	(10)
☛ Peso Neto Total	(11)
☛ Peso Bruto Total	(12)

Según la numeración señalada en el formato se indica la clave para el llenado del mismo.

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



1. Referencia al número de factura que corresponde a la exportación. Si se omite la referencia a la factura puede resultar difícil emparejar los documentos, si estos se separan.
2. Número total de cajas por tipo de mercadería comprendidas en el embarque. Si no indica la cantidad de cajas que contienen el mismo tipo de mercancías, será más difícil comprobar la expedición.
3. Para cada tipo de mercancías, los números seguidos a las cajas que contengan. Si no se numeran las cajas, o se numeran incorrectamente, pueden producirse confusiones para las autoridades aduaneras y para el cliente.
4. Contenido de cada caja. Si no se describe correctamente el contenido, será difícil identificar las partidas.
5. Dimensiones exteriores de cada caja. Si se omiten las dimensiones y la unidad de medida, pueden surgir dudas.
6. Peso bruto de cada caja. Si se omiten el peso o la unidad de peso, pueden producirse demoras.
7. Forma de embalar las mercaderías. Si se encuentran en —paletas, deberá indicarse. Si requieren una manipulación especial, deberá indicarse también.
8. Forma de marcar las cajas y los números utilizados.
9. Número total de bultos de la expedición.
10. Volumen total de la expedición, en metros cúbicos.
11. Peso neto total (excluido el embalaje) de la expedición.
12. Peso bruto total de la expedición enviada. Si se omite el peso neto o se confunde con el peso bruto, pueden surgir malentendidos y gastos adicionales.



#### 4.5.3.3 Despacho aduanal

Los exportadores están obligados a presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal.

Dicho pedimento debe acompañarse de: factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias a las exportaciones e indicar los números de serie, parte, marca y modelo para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares, cuando dichos datos existan.

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

#### 4.5.3.4 Pedimento de exportación

PEDIMENTO										Página 1 de N		
NUM. PEDIMENTO:				T. OPER:		CVE. PEDIMENTO:		REGIMEN:		CERTIFICACIONES		
DESTINO:		TIPO CAMBIO:		PESO BRUTO:		ADUANA E/S:						
MEDIOS DE TRANSPORTE				VALOR DOLARES:								
ENTRADA/SALIDA:		ARRIBO:		SALIDA:		VALOR ADUANA:						
						PRECIO PAGADO:						
DATOS DEL IMPORTADOR /EXPORTADOR												
RFC:		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:										
CURP:												
DOMICILIO:												
VAL.SEGUROS		SEGUROS		FLETES		EMBALAJES		OTROS INCREMENTABLES				
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION:						CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO:						
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:												
FECHAS						TASAS A NIVEL PEDIMENTO						
						CONTRIB.		CVE. T. TASA		TASA		
CUADRO DE LIQUIDACION												
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES						
						EFECTIVO						
						OTROS						
						TOTAL						
DATOS DEL PROVEEDOR												
ID. FISCAL		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL				DOMICILIO:				VINCULACION		
NUM. FACTURA		FECHA		INCOTERM		MONEDA EXT.		VAL.MON.EXT.		FACTOR MON.EXT.		VAL.DOLARES
TRANSPORTE		IDENTIFICACION :								PAIS:		
NUMERO (GUIA/ORDEN EMBARQUE) / ID :												
NUMERO / TIPO DE CONTENEDOR:												
CLAVE / COMPL. IDENTIFICADOR												
CUENTAS ADUANERAS DE GARANTIA												
TIPO CUENTA:		CLAVE GARANTIA:		INSTITUCION EMISORA				NUMERO DE CUENTA:				
FOLIO CONSTANCIA:				TOTAL DEPOSITO:				FECHA CONSTANCIA:				
DESCARGOS												
NUM. PEDIMENTO ORIGINAL:				FECHA DE OPERACION ORIGINAL:				CVE PEDIMENTO ORIGINAL:				
OBSERVACIONES												

Es un documento que se transmite vía electrónica, cuya finalidad es que la empresa exportadora ratifique los montos de sus exportaciones a la secretaria de hacienda y crédito público para los efectos fiscales que correspondan.

Este documento deberá que anexar otros documentos como:

- Carta de encomienda, en la cual el exportador girara instrucciones al agente aduanal para que realice el despacho aduanero. Este documento debe contener el responsable de girar las instrucciones, nombre del agente aduanal encargado, lugar y fecha, tipo de mercancía, bultos, cajas o contenedores, valor y cantidad de las mercancías y régimen aduanero de exportación.
- Permisos o autorizaciones
- Certificados de análisis químicos
- Lista de empaque
- Certificado de origen.

#### **4.5.3.5 Otros documentos.**

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

#### 4.5.4 Reglas de Origen.<sup>43</sup>

Las reglas de origen pueden definirse como aquellas disposiciones que determinan los requisitos, en términos de valor agregado conjunto entre las partes o de salto arancelario que cada bien de México o la UE deberá cumplir para beneficiarse del régimen arancelario preferencial previsto en la Decisión 2/2000. Las reglas de origen permiten:

- a) Determinar el origen de las mercancías.
- b) Identificar mercancías que son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial en el marco de un acuerdo o tratado comercial.
- c) Asegurar que las preferencias de un tratado comercial se otorguen sólo a bienes producidos en los países miembros y no a los elaborados en otros países.

Los principales criterios para determinar el origen de un bien son:

- a. **Totalmente originario.** Significa, que el bien se obtenga en su totalidad o se produzca enteramente en el territorio de uno o más de los países partes del tratado.
- b. **Salto arancelario.** Este criterio se emplea cuando los materiales con los que se fabrica un bien hayan sido importados de otro país no miembro del mismo tratado, y tienen una clasificación arancelaria distinta de la del producto que se va a exportar. El cambio o salto arancelario significa que el insumo o producto ha sufrido una transformación tal, que su naturaleza arancelaria cambia, adquiriendo por este hecho su naturalización regional.
- c. **De minimis.** Conforme a la cual, el producto se considera originario siempre que el valor de los insumos no originarios representen, en general, menos del 7% u 8% del valor total del producto, dependiendo del TLC.
- d. **Valor del contenido regional.** Tiene, a su vez, dos variantes que le permiten al exportador determinar, eligiendo una u otra variante, el valor de los insumos de la región que se incorporaron en el producto final de exportación, y

---

<sup>43</sup> <https://www.aduanas.gob.do/Descargas/files/instructivos/guia-reglas-de-origen.pdf>

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



determinar si el bien puede considerarse como regional y, por lo tanto, susceptible de trato preferencial.

De acuerdo a lo anterior el tequila es un producto de contenido regional debido a que está elaborado con insumos de origen regional, es decir, solo se produce en México.

### 4.5.5 Certificados de Origen

El certificado de origen es,<sup>44</sup> formalmente, el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por consiguiente, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando

se

<b>CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS</b>			
1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país)		EUR. 1 No A <b>000.000</b>	
<small>Véanse las notas del reverso antes de llenar el Impreso</small>			
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa)		2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre ..... y ..... <small>(Indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera.)</small>	
6. Información relativa al transporte (mención facultativa)		4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos	5. País, grupo de países o territorio de destino
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos (1); Designación de las mercancías (2)		9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m <sup>3</sup> , etc.)	10. Facturas (mención facultativa)
13. SOLICITUD DE CONTROL, con destino a:  Se solicita la verificación de la autenticidad y de la regularidad del presente certificado.  En ..... a .....  <div style="text-align: right;">Sello</div>  (Firma)		14. RESULTADO DEL CONTROL  El control efectuado ha demostrado que este certificado(*) <input type="checkbox"/> Ha sido efectivamente expedido por la aduana o la autoridad gubernamental competente indicada y que la información que contiene es exacta. <input type="checkbox"/> No cumple las condiciones de autenticidad y exactitud requeridas (véanse notas adjuntas). En ..... a .....  <div style="text-align: right;">Sello</div>  (Firma)	
<small>(*) Márquese con una X el cuadro que corresponda.</small>			

pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales.

<sup>44</sup> Origen del Tequila [www.promexico.gob.mx/promexico/capacitacion\\_virtual/](http://www.promexico.gob.mx/promexico/capacitacion_virtual/)

Recientemente, este mecanismo se ha modificado, por lo que actualmente un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año. En cada tratado o acuerdo de comercio se considera el uso del certificado de origen, lo que permitirá que el empresario mexicano goce de preferencias arancelarias en los mercados de destino.

#### 4.7 Apoyos Gubernamentales

Los apoyos a la exportación que proporciona la Secretaría de Economía a través de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa,<sup>45</sup> que se integran en el Programa de Oferta Exportable Pyme,<sup>46</sup> el cual tiene como objetivo impulsar y facilitar la incorporación y permanencia de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyME's) a la actividad exportadora, desde un enfoque de corto y mediano plazos de internacionalización de las empresas mexicanas.

Para el cumplimiento de éste objetivo, el Programa de Oferta Exportable Pyme cuenta con las siguientes herramientas programáticas institucionales de apoyo a la MiPyME's en materia de exportaciones:<sup>47</sup>

1. Programa de Centros Pymexporta.
2. Programa de Impulsoras de la Oferta Exportable en el Extranjero.
3. Foros Económicos Internacionales.
4. Programa Integral de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa México Unión Europea (PIAPYME).
5. Premio Nacional de Exportación (PNE).

Otros apoyos gubernamentales son los siguientes:

- 1) Devolución de impuestos (Draw Back),
- 2) Empresas de comercio exterior (Ecex),
- 3) Ferias mexicanas de exportación (Femex),

<sup>45</sup> <https://www.promexico.gob.mx/>

<sup>46</sup> [www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=1](http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=1)

<sup>47</sup> Exportaciones, [http://swb/es/economía/p\\_cpyme\\_exportacion](http://swb/es/economía/p_cpyme_exportacion)

- 4) Otros apoyos no financieros de Bancomext., México tiene un acuerdo bilateral preferencial con la Unión Europea, para el certificado de origen de las mercancías se utiliza el formulario EUR1 y EUR2.

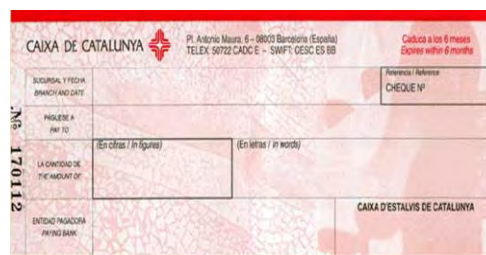
#### 4.8 Formas de pagos internacionales.

Este uno de los aspectos más importantes de las operaciones de comercio exterior. Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías:<sup>48</sup> cheques, giros bancarios, órdenes de pago, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito.

##### 4.8.1 Cheques

Imagen 18: Cheque

Esta modalidad de cobro puede enfrentar problemas, si no existe la confianza absoluta, ya que el comprador puede no contar con los fondos suficientes o quien firma el documento no está autorizado para hacer.



Si se decide aceptar esta forma de pago, se deberá poner atención en que el nombre del beneficiario se anote correctamente, que las cantidades escritas en números y letras coincidan, y en que el documento no presente alteraciones o enmendaduras.

##### 4.8.2 Giros cambiarios

Imagen 19: Giro Bancario

Se define como un título de crédito nominal que se debe expedir a nombre de una persona física o de una empresa. Son de negociabilidad restringida, ya que los bancos sólo los reciben como abono en cuenta. Debe buscarse que los giros a cargo del banco del importador sean de fácil



<sup>48</sup> Pagos Internacionales, <http://contactopyme.gob.mx/guiasempresariales>.

aceptación en el banco del exportador. No debe despacharse las mercancías mientras no se reciba y se presente el documento original para el cobro.

#### 4.8.3 Orden de pago

Imagen 20: Pago

Se basa en una transferencia de recursos entre cuentas bancarias. No existe posibilidad de condicionamiento alguno, por lo que sólo se puede utilizar en el caso de extrema confianza entre ambas partes. Debe especificarse con claridad en qué momento deben recibirse los fondos con relación a la movilización física de las mercancías. También es importante aclarar quién y cómo se cubrirán los gastos y las comisiones de los bancos que intervienen en esta forma de pago.



#### 4.8.4 Cobranzas bancarias internacionales

El exportador acude a un banco y le solicita el servicio de cobranza internacional, indicando por escrito qué instrucciones deberá acatar. Así mismo, deberá entregar los documentos representativos de la mercancía y en ciertos casos algún título de crédito (letra de cambio o pagaré) con el fin de que ese banco, por medio de su banco corresponsal, de preferencia establecido en la plaza del importador, presente o entregue a este último los documentos contra el pago del importe respectivo o con la aceptación del título de crédito.

Constituye la modalidad más utilizada en el comercio internacional. Los participantes corresponden a: exportador o vendedor que inicia el procedimiento al negociar las condiciones de la carta de crédito y embarcar las mercancías; importador o comprador que pone en marcha los trámites para establecer la carta de crédito; banco emisor, es el que abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones del importador; banco intermediario (corresponsal) cuya principal función es la de evaluar o calificar a los clientes y a los documentos. Al respecto, el importador solicita la apertura del crédito al banco emisor y éste transmite las instrucciones al banco intermediario para que se lleve a cabo la operación conforme a los términos y condiciones convenidas entre el importador y exportador.



Por medio del banco corresponsal, el banco emisor avisa al beneficiario del crédito (exportador) para que proceda al embarque de la mercancía y una vez que presente los documentos comprobatorios podrá hacer efectivo el importe de la operación. Existen diversas modalidades de cartas de crédito, entre las que destacan: revocables, mediante la cual el banco emisor puede en cualquier momento modificar o cancelar las cartas de crédito sin que sea necesario avisar en forma anticipada al beneficiario. No es recomendable que un exportador acepte vender bajo esas condiciones, a menos que tenga plena confianza en su cliente (importador).

Las irrevocables, cuando el banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar o cumplir con los pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y condiciones. La única forma de cancelarlos o modificarlos es cuando todas las partes que intervienen en la operación expresan su consentimiento para ese efecto. Esta es la forma de pago o de cobro más utilizada.

Otras modalidades de cartas de crédito son: la notificada, donde la responsabilidad sólo recae en el banco emisor; y la confirmada, donde hay seguridad absoluta de pago, por su disponibilidad de pago en a la vista o revolventes. También existen modalidades transferibles y del tipo stand by.

Imagen 21.



<https://www.google.com/search?q=formas+de+pagos+internacionales+monografía&biw=>

#### 4.8.5 Cartas 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 cumplan con los términos y condiciones de la propia carta de crédito.<sup>49</sup>

### TIPOS

#### Revocables.

El banco emisor puede, en cualquier momento, modificar o cancelar las cartas de crédito revocables, sin que sea necesario avisar en forma anticipada al beneficiario (Art. 8 de las UCP-500). Sin embargo, el banco emisor está obligado a: reembolsar a otro banco, en el que el crédito revocable sea disponible para pago a la vista, aceptación o negociación, de cualquier pago, aceptación o negociación contra documentos aparentemente conformes con los términos y condiciones del crédito, realizados por tal banco con anterioridad a la recepción por su parte de la notificación de modificación o cancelación, reembolsar a otro banco, en el que el crédito revocable sea disponible para pago diferido si tal banco ha tomado documentos, aparentemente conformes con los términos y condiciones del crédito, con anterioridad a la recepción por su parte de la notificación de modificación o cancelación.

#### Irrevocables.

En oposición a la carta de crédito revocable, la irrevocable tiene como característica principal que el banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar o cumplir con los pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con todos los términos y condiciones. A diferencia de los créditos revocables, un crédito irrevocable no podrá emitirse, enmendarse o cancelarse sin el consentimiento del

---

<sup>49</sup> <https://www.promexico.gob.mx/documentos/pdf/GuiaBasicaDelExportador.pdf>

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



banco emisor, del banco corresponsal (banco notificador y/o confirmador) y del beneficiario (artículo 9, inciso d, su inciso i, de la Publicación 500).

Por esta razón se dice que un crédito documentario irrevocable es sinónimo de seguridad y confianza y sobre todo para el beneficiario, ya que una vez establecido no podrá ser modificado ni mucho menos cancelado de manera unilateral sino solamente con la anuencia de todas las partes.

En caso de que una carta de crédito no indique si es revocable o irrevocable, se considerará irrevocable

En la actualidad ésta es la modalidad de carta de crédito más utilizada, ya que otorga al exportador mayor seguridad y confianza. Adicionalmente, se debe señalar que en la práctica casi todos los bancos ya cuentan con formatos con la indicación impresa de que la carta de crédito es irrevocable.

De esta forma, si un exportador tiene ya en su poder una carta de crédito irrevocable, sólo deberá presentar los documentos requeridos en orden y en los plazos previstos para obtener el pago o aceptación correspondiente.

## Capítulo 5

### Plan de Negocios.

En este último capítulo, se pretende realizar un plan donde se represente la exportación de tequila blanco dirigido a Italia. Se analizarán el proyecto, así como el mercado, la producción, la organización, todo conjuntado en un plan de trabajo para obtener los tiempos estimados de un estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco.

#### 5.1 Naturaleza del Proyecto.

Es necesario definir de forma concisa, los objetivos con los que será creado, la misión que persigue y porque se considera justificable el desarrollarlo.

Tanto la justificación como los objetivos de la empresa son:

#### Objetivo General

Elaborar un plan de exportación que permita que el tequila mexicano compita en el mercado internacional y sea promovido en la Unión Europea, particularmente “Italia”

#### Objetivos Particulares

- a) Describir las cualidades y características principales del tequila, así como su proceso, para que sea reconocido.
- b) Diseñar rutas y canales de distribución más viables para el traslado
- c) Determinar las regulaciones que afectan a la exportación del tequila

#### Justificación

El tequila representa actualmente la bebida mexicana por excelencia ya que, representa festividad, la amistad, la tierra, el valor del campo, que caracterizan a la cultura mexicana.

## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



Es por ello que nuestro principal objetivo es hacer que Italia pruebe y reconozca el sabor, para empezar a comercializar, en donde sabemos que existe un gran mercado que lo demanda.

### **El nombre de la Empresa:**

Como la tarjeta de presentación y sello distintivo, debe de ser descriptivo, original, atractivo, claro y simple así como significativo y agradable.

En este caso se llamara: Comercializadora de Tequila Rueda. A.C. de C.V

### **El giro de una empresa:**

Es su objeto u ocupación principal; existen tres tipos de giros en toda empresa: comercial, industrial o de servicios.

En este caso será comercial: ya que se encuentra dedicada fundamentalmente a la compra-venta de un producto determinado en este caso tequila.

### **Ubicación y Tamaño de la Empresa:**

La ubicación determina el medio ambiente cercano a la empresa y el tamaño se determina en base a la clasificación de organismos gubernamentales es este caso de la secretaria de economía.

Para este caso la empresa se considera como pequeña, ya que no sobrepasa de 9, 000,000 de ventas anuales ni de 100 empleados.

### **Misión de la Empresa:**

La misión de una empresa es la razón de ser, es el propósito por el cual existe, y por tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa.

Para nuestro caso es: Dar a conocer la tradición y gusto del Tequila Mexicano en Italia, enfocado en satisfacer la demanda de las familias italianas.

### **Ventajas Competitivas:**

Son las peculiaridades que posee el producto, que los hace especial, garantizando su aceptación en el mercado; son características únicas del producto.

En el caso del Tequila son:

- Se cuenta con una denominación de origen.
- Producción protegida internacionalmente.
- Alta calidad de producto.
- Costo por debajo de la competencia de otros destilados.

### **Análisis de la Industria:**

Se sabe que la industria tequilera se encuentra en auge, gracias a los tratados de libre comercio que ha firmado México, con varios países del mundo., los principales países adonde se exportan son: Estados Unidos, España, Alemania, entre otros. También se tiene en cuenta que se prevé la ampliación a las zonas de origen para el agave azul, lo que incrementara el consumo de agave (ver gráfico 5), y de esta forma la producción de tequila 100% o tequila (ver gráfico 4).

### **Apoyos básicos de la Empresa:**

La empresa contratara servicios de contabilidad, Abogacía, Agencia de Seguros, Técnico Especialista, Diseño de Imprenta, también como buscará que sea integrada al Consejo Regulador del Tequila.

### **5.2 El mercado.**

En este apartado se planeara las actividades de la empresa en relación con el precio así como, la promoción, distribución y venta de bienes y servicios de la empresa., la definición del producto en base a las preferencias del consumidor, de forma que se permita crear un intercambio (entre empresa y

## “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



consumidor) que satisfaga los objetivos tanto de los clientes como de la empresa.

### **Objetivo a corto plazo:**

- Dar a conocer el nuevo tequila en Italia.
- Tener ventas mayores a las 2205 unidades de Tequila

### **Objetivo mediano plazo:**

- Distribuir el producto por completo llegando a las 4410 botellas.

### **Objetivo largo plazo:**

- Distribuir el doble de botellas de Tequila.

### **Segmento de Mercado Objetivo:**

En el corto plazo el segmento de mercado objetivo son los italianos, cuya edad fluctúa de los 22 a 65 años de edad.

### **Características:**

- Son personas que gustan de buenas bebidas.
- Son mayores de edad.
- Tienen un ingreso per-cápita estable.
- Que consuma destilados alcohólicos.

### **Consumo Aparente:**

Actualmente Italia cuenta con 59, 797,000 millones de habitantes,<sup>50</sup> de los cuales 32% se encuentra en la edad de 20 a 70 años, de lo cual si tomamos que todos consumen 1 botella de tequila se estaría hablando de un consumo aparente de 255,835 botellas.

---

<sup>50</sup> <https://populationpyramid.net/es/italia/2016/>

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



### **Distribución y punto de venta:**

(Ver canales de Distribución). Para ejemplo del tequila el más conveniente es:<sup>51</sup>

Productor – Mayorista – Consumidor Final o Productor - Mayorista – Minorista – CF.

### **Promoción del Producto:**

(Ver Promoción). Para el ejemplo del tequila:

Los medios de promoción serán, las ferias internacionales, Radio, entre otros medios impresos.

### **Fijación y Políticas de Precio:**

La fijación de precio es sumamente importante, pues influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. Básicamente la política de precios de una empresa determina la manera en que se comporta ésta en cuanto al precio de introducción.

El precio de mercado está dado en 23.29 dólares por botella (Ver cuadro 3: Fijación precio de exportación.). Pero a este precio no se estarían dando ganancias, por lo cual se incrementara a un precio a 25.00 dólares, recuperando la inversión en la botella 4,094, obteniendo como ganancia la venta de 315 botellas. Para explicar mejor, se realizara un análisis microeconómico de oferta y demanda.

Antes se necesita explicar un poco de teoría microeconómica para la comprensión de los siguientes datos.

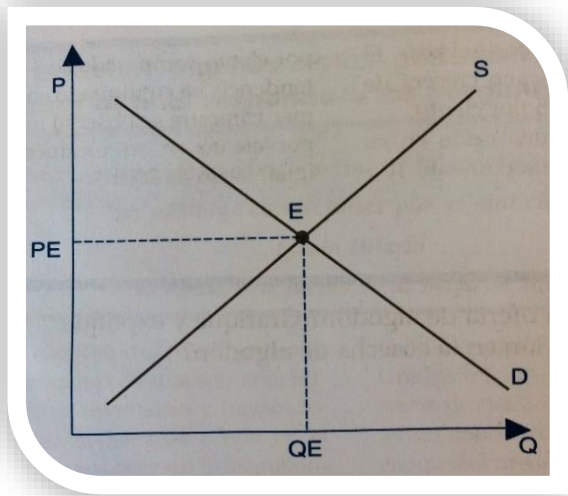
Según Ana Luisa Russek,<sup>52</sup> en su libro de Microeconomía, El punto de equilibrio es donde no hay incentivos para el cambio. Para obtener el precio y la cantidad de equilibrio se procede con las ecuaciones de la oferta y la demanda. Donde la demanda refleja el comportamiento del consumidor., la oferta, el comportamiento del productor. Ambos están relacionados y actúan de manera conjunta, por lo tanto se hace un análisis de oferta y demanda.

<sup>51</sup> El esquema también depende el mayorista.

<sup>52</sup> Graue Russek, Ana Luisa. Microeconomía . Enfoque de Negocios, Person 2006.



Grafico 6: Equilibrio de Mercado.



El punto (E), muestra el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio.

Si se incrementa el precio la demanda bajara de ese bien., pero si se reduce el precio, la demanda de ese bien tendera a crecer.

En la teoría microeconómica las causas del desplazamiento de la oferta y de la demanda son los siguientes:

Fuente: Microeconomía.<sup>53</sup>

#### Curva de Demanda:

- Cambio en los ingreso de los consumidores.
- Cambios en las preferencias
- Incremento en el número de consumidores.
- Bienes sustitutos y complementarios.
- 

#### Curva de Oferta:

- Cambios tecnológicos
- Costo de los insumos
- Bienes sustitutos y complementarios
- Expectativas de los productores.

Para encontrar el precio de mercado, donde los costos de exportación más el costo de fábrica sean igual al ingreso total. (Es decir, no haya ganancias ni perdidas). El tequila se tendría que vender en 417.82 vendiendo el total de 4410 botellas del contenedor.

<sup>53</sup> Op.cit.

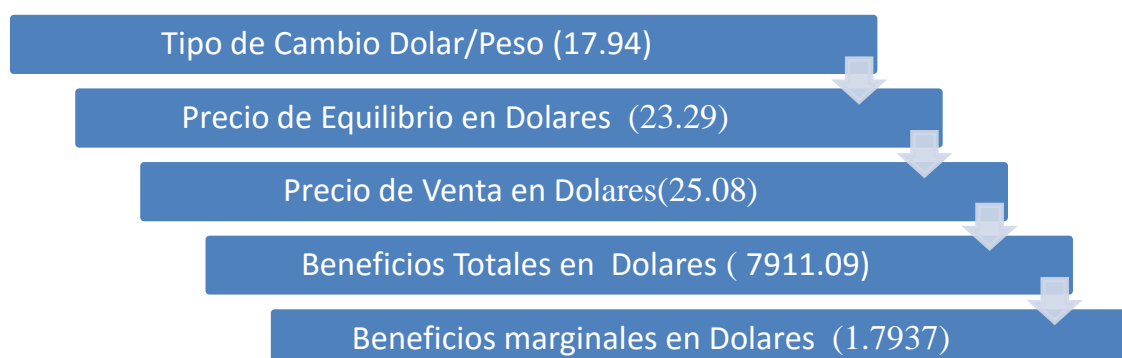
**Cuadro 4: Cálculo de precio preferencial mercado del Tequila.**

Precio de Mercado (Costo, Ingreso e Beneficios).							
Precio de Venta	Pv	\$	450.00	Costo Fabrica o Variable	Cv	\$	250.00
Cantidad	Q		4410	Cantidad	Q		4410
Ingreso Totales	$It = Pv * Q$	\$	1,984,500.00	Costo Fijo	Cf	\$	740,075.00
Ingreso Marginal	$Img = It / Q$	\$	450.00	Costo Total	$Ct = Cv + Cf$	\$	1,842,575.00
Beneficio Total	$Yt = It - Ct$	\$	141,925.00	Costo Marginal	$Cmg = Ct / Q$	\$	417.82
Beneficio Marginal	$Ymag = Yt / Q$	\$	32.18				
Precio de Equilibrio	$PE = Img = Cmg = 0$	\$	417.82				

Fuente: Elaboración Propia.

Pero si tomamos el supuesto de que se incrementara el precio a 450 pesos por botella, al vender las 4410 botellas se tendría unos beneficios de 141,925 pesos con un beneficio marginal de 32.18 pesos por botella.

Que si aplicamos el tipo de cambio actual obtendríamos el precio en dólares:<sup>54</sup>



<sup>54</sup> Tipo de cambio del día 08-marzo del 2016 en <http://www.x-rates.com/> : 17.94

### 5.3 Producción

La producción es la transformación de insumos, a través de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes o servicios.

Se pueden destacar 2 tipos de bienes:

- **Bienes industriales.** Son productos que se utilizan para producir otros bienes y son utilizados directamente en los procesos productivos, como pueden ser: materia prima, componentes o semi-terminados.
- **Bienes de consumo.** Son los productos usados por los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales. Estos se pueden clasificar a su vez en bienes duraderos o perecederos.

Los servicios se pueden clasificar, en general, como:

- **Servicios Comerciales.** Reparación, mantenimiento de maquinaria y equipo entre otros.
- **Servicios Profesionales:** Son administrativos, educativos, de asesoría entre otros.

En este caso, como la empresa es una comercializadora, prestamos servicio comercial.

#### **Especificación del Producto.**

Nuestro producto es un tequila a base de Agave Azul (Ver Capítulo 2), es un Tequila 100% Agave, con 2 destilaciones. Se envasa en un envase redondo cilíndrico, transparente hecho de vidrio templado, adecuado para trayectos largos, tiene la capacidad de almacenar 1 litro y contiene una etiqueta con las marca del tequila, la productora y los sellos distintivos del CRT, así de los sellos de seguridad por parte de las autoridades competentes.

Es de consistencia ligera y su sabor es afrutado. Debido a que no se utiliza ningún conservador, el producto no tiene caducidad.

### **Descripción del proceso de Producción.**

El proceso de producción (Ver proceso productivo) no es el fuerte de la comercializadora por el cual no se retomara este apartado.

### **Característica de la Tecnología.**

Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto.

Se buscara que la destilería tequilera, encargada de elaborar el producto cuente con la tecnología de punta en la elaboración del Tequila, que cuente con alambiques de acero inoxidable, y cumpla los estándares de calidad iso.9000, y que cuente con todas las regulaciones CRT y de sanidad (Ver envase).

### **Materia Prima.**

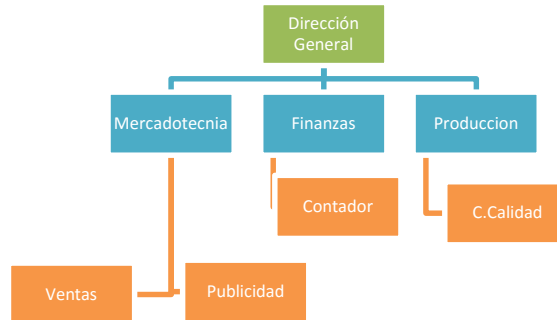
Los agaves (Ver plantación), para la elaboración de tequila deben alcanzar aproximadamente los 10 años de maduración, plazo que alcanza la plena madurez y contiene todos los azúcares necesarios.

### **Manejo de Inventarios.**

Se iniciara con un manejo de 4410 botellas (Ver costo de exportación), y dependiendo de la demanda se empezara a exportar las botellas hacia Italia, en cuanto éstas lleguen a un punto crítico, se re-invertirá en la compra de más botellas para cumplir con la demanda italiana.

### 5.4 Organización.

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos para la misma.



### 5.5 Plan de Trabajo.

El plan de trabajo consiste básicamente en asignar tiempos, responsabilidades, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que permita cumplir con los objetivos que la misma empresa que se ha trazado.

Numero	Concepto
1	Proceso creativo, generación y selección de ideas.
2	Justificación de la empresa, nombre y misión.
3	Objetivos a corto, mediano y largo plazo.
4	Descripción del Producto.
5	Segmento de mercado que la empresa desea atacar.
6	Identificación de apoyos básicos
7	Identificación de ventajas y distingos competitivos.
8	Definir información a investigar sobre el segmento
9	Determinación del consumo aparente y demanda potencial
10	Determinación del precio tentativo
11	Revisión de los objetos generales de la empresa
12	Objetivos de producción
13	Investigación del proceso productivo
14	Descripción del proceso productivo
15	Diagrama del flujo del proceso de producción.
16	Características de la Tecnología.
17	Marco legal de la organización (Requisitos, trámites de Exp).

“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



18	Dar de alta ante SAT.
19	Dar de alta ante Sistema Nacional de Exportadores.
20	Factura comercial
21	Lista de Empaque
22	Despacho aduanal
23	Pedimento de Exportación
24	Certificado de Origen
25	Apoyos Gubernamentales
26	Identificación del INCOTERM
27	Contratación de Seguros
28	Definición de los medios de promoción.
29	Localización de la Planta
30	Definición del precio definitivo
31	Definición de forma de pago
32	Definición de la Entidad Bancaria.
33	Definición de medios publicitarios
34	Estructura organizacional
35	Selección y contrato de proveedores
36	Contacto de Proveedores
37	Establecimiento de políticas de mejoras continuas
38	Elaboración de flujos de efectivo
39	Producción de las botellas de Exportación.
40	Entrega de documentos en la ventanilla única.
41	Ingreso de los bienes en la Aduana (Veracruz, México).
42	Trasportación Internacional
43	Ingreso en la Aduana del exterior (Italia.)
44	Entrega en Buque.
45	Entrega al cliente.
46	Fin.

# “Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



Numero	Concepto	Tiempo estimado.														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
1	Proceso creativo, generación y selección de ideas.															
2	Justificación de la empresa, nombre, visión.															
3	Objetivos a corto, mediano y largo plazo.															
4	Descripción del Producto.															
5	Segmento de mercado que la empresa desea atacar.															
6	Identificación de apoyos básicos															
7	Identificación de ventajas y riesgos competitivos.															
8	Definir información a investigar sobre el segmento															
9	Definición del consumo aparente y demanda potencial															
10	Definición del precio tentativo															
11	Revisión de los objetivos generales de la empresa															
12	Objetivos de producción															
13	Investigación del proceso productivo															
14	Descripción del proceso productivo															
15	Diagrama del flujo del proceso de producción.															
16	Características de la Tecnología															
17	Mercado legal de la organización (Requisitos, Trámites de exp.)															
18	Dar de alta ante SAT.															
19	Dar de alta ante Sistema Nacional de Exportadores.															
20	Factura comercial								20							
21	Lista de Enaque								21							
22	Despacho aduanal								22							
23	Pedimento de Exportación								23							
24	Certificado de Origen								24							
25	Apoyos Gubernamentales								25							
26	Identificación del INCOTERM								26							
27	Contratación de Seguros								27							
28	Definición de los medios de promoción.								28							
29	Localización de la Planta								29							
30	Definición de precio definitivo								30							
31	Definición de forma de pago								31							
32	Definición de la Entidad Benéfica.								32							
33	Definición de medios publicitarios								33							
34	Estructura organizacional								34							
35	Selección y contrato de proveedores								35							
36	Contacto de Proveedores								36							
37	Establecimiento de políticas de mejoras continuas								37							
38	Elaboración de flujos de efectivo								38							
39	Producción de la botella de Exportación.								39							39
40	Entrega de abonos en la ventanilla única.								40							
41	Ingreso de los bienes en la Aduana (Tercera, México).								41							
42	Transportación Internacional								42							
43	Ingreso en la Aduana del exterior (Italia).								43							43
44	Entrega en Buque.								44							44
45	Entrega a el cliente.								45							45
46	Fin.															

Primer Año  
Enero Febrero Marzo Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre Octubre Noviembre Diciembre  
Segundo Año  
Enero Febrero Marzo Abril Mayo Junio Julio Agosto Septiembre Octubre Noviembre Diciembre

Tomando en cuenta el plan de trabajo es muy factible el realizar una comercializadora internacional de tequila blanco dirigido a Italia, ya que en base al plan de trabajo es necesario sólo 9 meses para exportar un primer contenedor con un total de 4,410 botellas.

## Conclusiones.

Ante la inquietud de estudiar la factibilidad de la creación de una comercializadora internacional, hemos realizado una exhaustiva revisión de las teorías del comercio, para encontrar términos teóricos-prácticos que expliquen el comercio internacional, así como las ventajas que estos ofrecen. Asimismo se estudiaron los conceptos de ventaja absoluta, relativa y proporciones factoriales para explicar la competitividad de tequila en el exterior.

Debido a sus propiedades, se seleccionó el tequila blanco como producto de exportación, bajo esta perspectiva, se realizó un estudio de mercado para seleccionar el país destino, donde se encontró que Italia es uno de los principales importadores de tequila blanco dentro de los países de la Unión Europea; ya que los flujos comerciales entre México e Italia se encuentran en expansión, gracias a la liberación de aranceles a productos de México en marco de la firma de Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea.(TLCUEM).

En tal sentido se realizó una selección de mercado, encontrando el precio de exportación, tenido como fuente cotizaciones, así como a páginas de internet, encontrando que el tequila se encontraría en un precio sumamente competitivo en el exterior, ya que la ruta de exportación fue seleccionada buscando minimizar los costos de exportación.

Al hacer referencia a los costos de exportación, realizamos una revisión de la logística del TLCUEM, encontrar tanto las regulaciones arancelarias y no arancelaria de la Unión Europea respecto al tequila, asimismo de los documentos y trámites necesarios para realizar la transportación internacional dirigido a Italia.

A partir de todas estas consideraciones precedentes, realizamos un plan de negocios poniendo como pauta la naturaleza del proyecto, realizando una descripción desmenuzada de la creación de la empresa así como de los tiempos necesarios para la exportación de tequila a Italia. Seleccionando los objetivos empresariales, e institucionales así como las metas planteadas.

En general, encontramos que el tequila por su naturaleza es un gran nicho de oportunidad de inversión, porque es un producto que cuenta con denominación de



“Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora internacional de tequila blanco a Italia”



origen, que ofrece tanto, protección internacional a la competencia desleal y protege a la industria tequilera.

## Bibliografía

- 1) Alcaraz Rodríguez Rafael Eduardo, El emprendedor del Éxito, primera edición, Mc Graw Hill, México, 1998.
- 2) Bautista-Justo, M., et al. "El Agave Tequilana Weber y la producción de tequila." *Acta Universitaria* 11.2 (2001): 26-34.
- 3) Colunga-Marín, Patricia. "En lo ancestral hay futuro: del tequila, los mezcales y otros agaves." (2007).
- 4) Feenstra, Robert C. *International Macroeconomics*. Español, Reverté, 2011, Barcelona-España.
- 5) Fernando Rello y Flores Antonio, *Liberación Económica y Política agrícola: el caso de México*, Primera Edición, UNAM, 1998.
- 6) Ferrel O.C., Hirt Goeffrey, Ramos Leticia, Andriensens Marianela y Flores Miguel Ángel, *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*, cuarta edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004.
- 7) García Moreno Rafael, *Explicación teórica del Proceso de Apertura Comercial*, Economía Informa.
- 8) Gómez Arriola, Ignacio. "El plan de manejo para el Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila. El patrimonio cultural como detonador del desarrollo regional, antecedentes, compromisos y retos. *Apuntes: Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural-Journal of Cultural Heritage Studies* 22.2 (2009): 124-141.
- 9) Guerrero de Lizardi, Carlos. "Introducción a la Econometría Aplicada", Primera Edición, Trillas, 2011.
- 10) Graue Russek, Ana Luisa, *Microeconomía. Enfoque de Negocios*, Person Educación, México 2006.
- 11) L. Zermeño Felipe, *La Agricultura ante la apertura comercial y el TLC*, Primera Edición, UNAM, 1998.
- 12) Leticia Lara Ramírez, Elías Lara Flores, *Primer Curso de Contabilidad*, 23ª Edición, Trillas, México, 2010.
- 13) Luna Zamora, Rogelio. "La historia del tequila, de sus regiones y sus hombres." *CONACULTA, México DF* (1991).
- 14) Macías, Alejandro Macías. "El clúster en la industria del tequila en Jalisco, México." *Revista agroalimentaria* 7.13 (2001): 57-72.
- 15) Obstfeld Maurice, Marc J, Melitz, R Krugman Paul, *Economía Internacional: teoría y política*, 9 Edición, Person Educación, Madrid, 2012.
- 16) Smith Adams, *Las Riquezas de las Naciones*, Tercera Edición ,Editorial Bosch Barcelona, 1998
- 17) Taylor Alan y C. Fennestra. Robert, *Macroeconomía Internacional*, Segunda Edición, Editorial Reverte, España 2006
- 18) Torres Mora Juan Bernardo, *El arte de conocer saborear y admirar tequila*, Primera Edición, Editorial amate, México 2008.

## Fuentes Electrónicas.

- Apoyo Gubernamental, [www.contactopyme.gob.mx/](http://www.contactopyme.gob.mx/)
- Arancel, <http://www.contactopyme.gob.mx/>
- Canal de Distribución, <http://www.eumed.net/>
- Cartas de Crédito, <https://www.promexico.gob.mx/>
- Certificados de Origen, <https://www.promexico.gob.mx/>
- Clasificación Arancelaria, <http://www.economia-snci.gob.mx/>
- Cosecha, <http://www.eluniversal.com.mx/>
- Denominación de Origen, <https://www.crt.org.mx/>
- Empresas Exportadoras, <http://www.sct.gob.mx/>
- Estrategias de Negociación, <http://www.aulafacil.com/cursos/>
- Exportaciones, [http://swb/es/economía/p\\_cpyme\\_exportacion](http://swb/es/economía/p_cpyme_exportacion)
- Guía Básica del Exportador, <https://www.promexico.gob.mx/>
- Incoterms, , <http://www.proexport.com.co/>
- Italia, <http://exporthelp.europa.eu/>
- Ley Aduanera, <http://www.diputados.gob.mx/>
- Ley de Comercio Exterior, <http://www.diputados.gob.mx/>
- Liberación Comercial, <https://www.wto.org/>
- Medio de Transporte, <https://es.santandertrade.com/>
- Negociaciones Internacionales, <http://definicion.de/negocios-internacionales/>
- Obstáculos, <http://www.pa.gob.mx/>
- Organización Mundial del Comercio, <https://www.wto.org/>
- Pagos Internacionales, <http://contactopyme.gob.mx/>
- Paisaje Agavero, <http://www.cultura.gob.mx/>
- Patrimonio Cultural, <http://www.inah.gob.mx/>
- Petróleo, <http://www.pdvsa.com/>
- Proceso de Exportación, <https://www.promexico.gob.mx/>
- Producción Tequilera, <http://www.crt.org.mx/>
- Promoción, <https://www.inadem.gob.mx/>
- Protección Internacional, <https://www.crt.org.mx/>
- Red Trans-europea, <http://eurlex.europa.eu/>
- Reglas de Origen, <https://www.aduanas.gob.do/>
- Regulación Arancelaria, <https://www.promexico.gob.mx/documentos/>
- Tequila en el Exterior., <http://www.forbes.com.mx/>
- TLCUE, <http://www.gob.mx/se/acciones>
- Trámites de Exportación, <https://www.promexico.gob.mx/>
- Tratados Comerciales, <http://www.gob.mx/se/>