

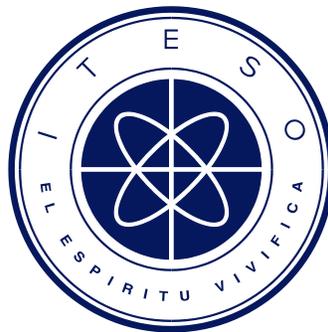
# **INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018,  
publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976.

---

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN



## **PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION DE TEQUILA A CHINA**

Trabajo recepcional que para obtener el grado de

MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

Presenta: Ivonee Castellanos Díaz

Asesora: Silvia Margarita Torres Martínez

Tlaquepaque, Jalisco. Mayo 2016.

## ÍNDICE

INTRODUCCION DEL PROYECTO.....	5
ANTECEDENTES DEL PROYECTO .....	7
PROBLEMA.....	9
OBJETIVO GENERAL:.....	10
Objetivos particulares: .....	10
JUSTIFICACIÓN.....	11
MARCO TEORICO.....	12
CAPITULO 1	
ANALISIS DE LA EMPRESA.....	15
1.1. Constitución Legal y Fiscal.....	15
1.2. Misión Empresarial:.....	16
1.3. Antecedentes de la Empresa:.....	17
1.4. Organización y Estructura Administrativa:.....	17
1.5. Portafolio de Negocios y Cadena de Valor.....	19
CAPITULO 2	
PRODUCTO QUE SE DESEA EXPORTAR .....	21
2.1. Definición de Tequila:.....	21
2.2. Denominación de Origen:.....	22
2.3. Categorías de Tequila:.....	23
2.3.1. 100% Agave: .....	23
2.3.2. Tequila:.....	24
2.4. Clases:.....	24
2.5. Especificaciones Fisicoquímicas del Tequila: .....	27
2.6. Proceso de Elaboración del Tequila:.....	28
2.7. Envasado del Tequila.....	33

2.8. Etiquetado del Tequila .....	33
2.9. Clasificación Arancelaria: .....	35
2.10. Bebidas Espirituosas:.....	36

### CAPITULO 3

ANALISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO.....	37
3.1. Análisis de la Industria:.....	37
3.2. Análisis del mercado meta .....	40
3.3. Situación del Mercado. ....	41
3.4. Hábitos de consumo.....	45
3.5. Análisis de la Competencia.....	46
3.6. Estadísticas de Importación.....	47
3.7. Marketing .....	48
3.8. Red de distribución.....	50
3.9. Precios.....	52

### CAPITULO 4

ASPECTOS OPERACIONALES.....	62
4.1. Estrategia de proveeduría:.....	62
4.2. Facturación .....	66
4.3. Contrato de Suministro .....	66
4.4. Proyecciones de Mercado.....	67
4.5. Estimación de las ventas y participación de mercado .....	69
4.6. Certificaciones y aranceles de Exportación en México .....	69

4.6.1.	Certificaciones en México .....	69
4.6.2.	Aranceles e impuestos de exportación en México .....	70
4.6.3.	Documentos para exportar Tequila de México: .....	70
4.7.	Certificaciones y aranceles de Importación en China.....	71
4.7.1.	Importación en China .....	71
4.7.2.	Aranceles e impuestos en China: .....	74
4.7.3.	Documentos para Importar Tequila a China: .....	74
<b>CAPITULO 5</b>		
<b>ASPECTOS FINANCIEROS.....</b>		<b>77</b>
5.1.	Costos para el Cálculo del precio de Venta .....	77
5.2.	Márgenes brutos y de operación:.....	77
5.3.	Utilidad estimada .....	78
5.4.	Estado de Resultados y balance pro-forma proyectados .....	79
5.5.	Análisis de Flujo de efectivo Proforma .....	80
5.6.	Análisis del punto de equilibrio .....	81
5.7.	Evaluación financiera del proyecto .....	81
6.	<b>ANEXOS .....</b>	<b>82</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>		<b>83</b>

## INTRODUCCION DEL PROYECTO

El presente documento es el Plan de Negocios de Exportación de Tequila a China para la empresa LEGNA-SCI. El cliente que solicita el servicio ha sido proveedor en proyectos anteriores, quien está interesado en ampliar su portafolio de negocios con la importación de Tequila a China, esta oportunidad se convierte en el primer proyecto de procesos de exportación para la empresa, con el cual se abre una nueva oportunidad de negocio generando una mayor oferta para los clientes; gracias a los servicios que se ofrecen actualmente la compañía cuenta con los conocimientos, recursos y relaciones necesarias para este proceso, por lo que diversificará los servicios ofrecidos incluyendo ahora también los procesos de exportación.

A través de este documento, se trabajó en conjunto con la empresa para elaborar parte de su estrategia corporativa a partir de la definición de su Misión, Visión y Valores, así como la estructuración de su organigrama funcional que apoyó en la definición de actividades.

Este Plan de Negocios proporcionará información y conocimiento previo, así como una guía para llevar por buen camino el inicio de operación del proceso de la exportación del Tequila a China.

Para la elaboración de este documento se realizó investigación documental y en línea, se tuvieron asesorías de los organismos especializados como el Consejo Regulador del Tequila (CRT), la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT) y la Secretaría de Economía (SE). Los socios de la empresa, la Lic. Verónica Ángel y el Lic. Miguel Ángel Alfaron, realizaron un viaje a China obteniendo información de primera mano acerca del mercado destino sobre precios y comercialización. También se realizaron visitas varias fábricas tequileras con la finalidad de obtener un mejor conocimiento del proceso, del producto y para la selección de la mejor opción de proveedor.

En el Capítulo 1, Análisis de la Empresa, se da una visualización de los aspectos generales de la empresa mostrando que cuenta con los recursos necesarios para lograr una ejecución exitosa de la exportación del Tequila a China.

En el Capítulo 2, El Producto a Exportar, se presentan definiciones así como información básica y general acerca del Tequila, sus características y sus particularidades.

El Capítulo 3, Análisis y Selección del Mercado, proporciona información del mercado al que se dirige el producto. Si bien no buscamos estrategia de penetración de mercado, pues es el cliente el encargado de esos temas, es importante tener conocimiento al respecto como soporte en las decisiones y la selección del proveedor y producto más adecuado.

El Capítulo 4, Aspectos Operacionales, aparece como uno de los capítulos más importantes pues presenta los temas prácticos esenciales tales como la estrategia de proveeduría, facturación, regulaciones, etc.

En el Capítulo 5, Aspectos Financieros, se describen los detalles financieros para la elaboración del proyecto; cabe destacar que se obtuvieron negociaciones muy favorables para la empresa pues se plantea un esquema autofinanciable.

## ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En China existía una norma sanitaria que sólo permitía niveles máximos de 200 miligramos de metanol por 100ml de alcohol; el Tequila 100% Agave supera estos niveles pues puede llegar hasta los 300 Miligramos. Por años, el gobierno chino prohibió la entrada del Tequila 100% Agave alegando efectos nocivos para la salud, todas las importaciones se limitaban al Tequila mezclado pues contiene una menor cantidad de metanol.

Como resultado de los acuerdos alcanzados durante la visita de Estado a México que realizó el Presidente de la República Popular China, Xi Jinping, del 4 al 6 de junio de 2013<sup>1</sup>, el 20 de junio del mismo año, la Comisión Nacional de Salud y Planeación Familiar de la República Popular China publicó una circular (Anexo 3) autorizando el acceso al mercado de todas las categorías de Tequila, incluyendo el producido con 100% de agave.

Adicional a esto, en un comunicado de Prensa del IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) (Anexo 1) se informa que el 5 de Noviembre de 2014 el Gobierno de China otorga el reconocimiento y protección de la Denominación de Origen del Tequila en ese país.

Con el logro de estos acuerdos entre las autoridades mexicanas y chinas para permitir la exportación de Tequila 100 por ciento de agave al país asiático, se abrieron las puertas en ese mercado.

Durante su visita a Jalisco en Septiembre de 2014, el secretario de la Asociación de la Industria de Vinos y Bebidas de Beijing, Song Shuyu, destacó la gran aceptación que goza el Tequila en su país, y aseguró que en un plazo de cinco años, las exportaciones tequileras de Jalisco hacia China crecerán 500%.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> *Presentan Tequila 100 por ciento Agave en China*, s.f., desde <http://saladeprensa.sre.gob.mx/index.php/comunicados/3042-323> .

<sup>2</sup> Andrés Alvarado Ramos, “Exportación de Tequila a China crece 104%”, *El Semanario Sin Límites*, s.f., desde <http://elsemanario.com/72906/exportacion-de-tequila-china-crece-104/> .

El Consejo Regulador del Tequila calcula que China se convertirá en uno de los mayores consumidores de tequila a nivel mundial. Los cálculos sugieren que para el 2018, las exportaciones de Tequila procedentes de México se elevarán a los 100 millones de dólares a comparación de poco menos de cinco millones en el 2013 y que los consumidores chinos beberán aproximadamente 10 millones de litros de tequila.<sup>3</sup>

Históricamente en China, el licor nacional ha sido un fuerte alcohol a base de grano llamado baijiu, pero en los últimos años, se han popularizado otras bebidas. Durante el 2012, el vino tinto y la cerveza fueron las bebidas alcohólicas más populares, pero las bebidas de alta graduación, llámese tequila, les siguen de cerca.<sup>4</sup>

En 2015 la Cámara Nacional de Industria Tequilera (CNIT) presentó la campaña de promoción que dará continuidad a la comercialización del Tequila a China. La estrategia, busca ampliar el conocimiento sobre la bebida en un mercado potencial de 300 millones de consumidores, contempla la capacitación de personal en el país asiático, misiones comerciales para tener trato frente a frente con los empresarios locales, eventos de líderes de opinión en Shanghái y Beijing con mixólogos profesionales, apariciones en revistas especializadas para dar a conocer el estilo de vida alrededor de la bebida y participación en ferias especializadas y el nombramiento como embajador de la industria tequilera al embajador de México en China, Julián Ventura Valero.<sup>5</sup>

Se considera que este contexto es favorecedor para la industria y representa un buen momento para el proyecto. La inversión de las Cámaras en la promoción del Tequila apoyará la entrada de nuevas marcas en el mercado.

---

<sup>3</sup> *Afición china por el tequila pone en riesgo mercado de Texas y México*, s.f., El Diario de EL PASO, desde [http://diario.mx/El\\_Paso/2014-04-10\\_b844fae0/aficion-china-por-el-tequila-pone-en-riesgo-mercado-de-texas-y-mexico/](http://diario.mx/El_Paso/2014-04-10_b844fae0/aficion-china-por-el-tequila-pone-en-riesgo-mercado-de-texas-y-mexico/) .

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> *Desarrollan estrategia de marketing para el tequila en China - Grupo Milenio*, s.f., MILENIO, desde [http://www.milenio.com/negocios/China-tequila-marketing-estrategia-misiones\\_comerciales-exportacion\\_0\\_517748321.html](http://www.milenio.com/negocios/China-tequila-marketing-estrategia-misiones_comerciales-exportacion_0_517748321.html) .

## PROBLEMA

LEGNA SCI es una empresa dedicada a los servicios de asesoría, gestión y apoyo en cuestiones de logística internacional. Actualmente su actividad se centra en los procesos de importación hacia el territorio mexicano.

Un cliente en China, solicita apoyo para prepararle un proyecto de exportación de Tequila a China. LEGNA-SCI no cuenta con experiencia previa en cuanto a la exportación, sin embargo cuenta con los contactos y personal altamente capacitado para la realización de un proyecto integral; desde el análisis de la industria, apoyo en la búsqueda y selección de producto y proveedores certificados y confiables, información y trámites legales, servicios logísticos internacionales y análisis de costos.

## OBJETIVO GENERAL:

El principal objetivo de este documento, y de la empresa en este proyecto, es hacer la investigación y documentación para prepararse con los requisitos y certificados correspondientes para la venta del Tequila a China.

Eso implica la selección de un proveedor certificado de Tequila que tenga un producto de buena calidad, que muestre disponibilidad y factibilidad de venderlo para exportación a China, que tenga un precio adecuado, con las condiciones de venta y tiempo de entrega que se ajusten a las necesidades del cliente y del negocio y que nos permita el uso de marca para la comercialización en destino. Además implica el aseguramiento del proceso logístico y legal desde la colocación del pedido con el proveedor del Tequila hasta la entrega del producto en el puerto de destino, asegurando cumplir con los requisitos para su correcta importación y venta en ese mercado.

## Objetivos particulares:

- Obtener y recopilar información confiable que sirva como guía para la exportación del Tequila a China.
- Presentar información que justifique la viabilidad comercial del proyecto.
- Elaborar un presupuesto que apoye la viabilidad financiera.
- Búsqueda y selección de proveedor y producto adecuado para el cliente y el mercado.
- Hacer una objetiva evaluación de las oportunidades que ofrece el mercado chino.
- Identificar y reducir los riesgos inherentes a los negocios internacionales.

## JUSTIFICACIÓN

Antes de comenzar con la ejecución de cualquier negocio, es necesario elaborar antes un Plan de Negocios, pues a través de éste se proporcionará la oportunidad para hacer una estrategia de desarrollo de negocio.

Este Plan de Negocios de exportación de Tequila a China permitirá evaluar las oportunidades y conocer el potencial que el proyecto implica, así como identificar las brechas que se deben cubrir para lograr los resultados esperados. El presente documento proporcionará información confiable y útil, necesaria para la toma de decisiones.

A través de este documento, se expondrá la situación actual de la empresa y sus oportunidades, apoyará a evaluar el potencial del producto y del servicio ofrecido, así como del mercado elegido; este plan pretende ser un punto de partida para la gestión de las operaciones de una manera más consciente y certera.

## MARCO TEORICO

¿Qué es un plan de Negocios? Según Greg Balanko-Dickson, en su libro: *Cómo preparar un plan de negocios Exitoso*, “Un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito de los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio, el documento puede ser utilizado para comunicar planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. También se emplea cuando se solicitan créditos empresariales. El plan de negocio contiene tanto objetivos estratégicos como tácticos.”<sup>6</sup>

Se transmite la importancia y la necesidad de la realización del plan de negocios antes de la implementación de cualquier proyecto.

Así también el plan de negocios incluye información y detalle de la estructura de la empresa que demuestre su capacidad para la realización del proyecto.

BANCOMEXT (Banco Nacional de Comercio Exterior) afirma que la elaboración de un Plan de Negocios de Exportación (PLANEX), “proporciona la herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecerles, mas no omite programar las adecuaciones administrativas que deberán concretarse ni cuantificar los apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad del proyecto.

La oportuna y adecuada elaboración de un PLANEX facilita al empresario la detección de riesgos y le ayuda así a evitar invertir recursos en negocios cuya rentabilidad no resulte atractiva mas, de igual forma, le brinda todos los elementos necesarios para simplificar su toma

---

<sup>6</sup> Greg Balanko-Dickson, *Como Preparar un Plan de Negocios Exitoso*, McGraw-Hill, México, 2008.

de decisiones y evidencia para él y su equipo gerencial/directivo, por igual que ante potenciales accionistas o acreedores, la bondad del negocio cuando ese es el caso.”<sup>7</sup>

La preparación del Plan de Negocios comienza conociendo los aspectos básicos de la situación actual de la empresa, eso incluye la estructura organizacional de la misma.

En el PLANEX de BANCOMEX “la visión define a dónde quiere llegar la empresa en el corto, mediano y largo plazo reflejando una situación ideal y que se logrará un impacto muy positivo –según opinan los expertos– si se redacta en presente afirmativo (“somos una empresa... que utiliza... para satisfacer...”) ya que así los integrantes de la firma comprometen sus acciones actuales a lograrla.”<sup>8</sup>

“Por su parte, la misión empresarial especifica qué se hará y cómo para poder alcanzar la visión y, en consecuencia, ofrece un sentido compartido (al interior y exterior de la empresa) de propósito, dirección y oportunidad que incentiva el trabajo colectivo y reduce la discrecionalidad –aún ante la dispersión geográfica de los trabajadores (cuando se ubican en instalaciones distantes de una misma empresa) y/o realizan un tipo de trabajo independiente– para el logro de los objetivos.”<sup>9</sup>

En la publicación “*Mission Statements and the Small Business*” nos dice que la primer decisión estratégica que un pequeño negocio es la definición de la misión y la visión, pues un negocio sin visión es como un viajero sin destino. Una misión bien formulada ayudara a enfocar las actividades a lo que es importante para el negocio.<sup>10</sup>

Al inicio de este proyecto, LEGNA-SCI no contaba con una misión y visión definidas, y ahora ya cuenta con esta parte organizacional y estratégica cubierta.

---

<sup>7</sup> “Plan De Negocios para Proyectos de Exportacion (PLANEX)”, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., 2003.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> *Ibid.*

<sup>10</sup> Toftoy Charles N y Chatterjee Joydeep, “Mission Statements and the Small Business”, en *Business Strategy Review*, vol. 15, núm. 3, septiembre de 2004, 41–44.

“Una empresa se diversifica cuando decide operar negocios en distintas industrias y mercados” el libro “La estrategia de las Latinas” de José Dela Cerda Gastelum, afirma que la diversificación como estrategia para abordar otras familias de productos o ingresar a otros mercados con potencial de rendimiento, ayuda a la empresa para ampliar su portafolio de negocios y no depender de los altibajos de una sola línea de mercancías o de un sector. Otras ventajas de la diversificación son: adquirir nuevas competencias, compartir recursos entre negocios, disminuir riesgos de pérdida de poder de mercado, obtener ventajas fiscales y encontrar oportunidades de inversión.<sup>11</sup>

Diversificar es precisamente lo que se pretende lograr con este proyecto, pues en su origen, la empresa se ha dedicado únicamente a la asesoría e importación hacia clientes en México. Este proyecto será en sentido inverso, en el que México se vuelve país proveedor y el cliente se encuentra en China.

Dela Cerda también comenta en su libro, que una de las estrategias más favorecedoras para las empresas latinas es la Internacionalización, el grado de internacionalización influye determinantemente en el índice de desempeño de las empresas latinoamericanas. Las firmas más mundializadas de la región tienen mayores crecimientos, mejores rendimientos, gran resistencia a las crisis y de cierta forma son más estables que aquellas con menores índices de internacionalización.<sup>12</sup>

LEGNA-SCI desde su creación, tiene características internacionales, y a través de este proyecto se apoyará a que empresas mexicanas se encaminen hacia la internacionalización a través de la venta internacional de sus productos.

---

<sup>11</sup> Jose DelaCerde Gastélum, *La estrategia de las latinas: la transformación de las empresas latinoamericanas para superar crisis económicas y ser globalmente competitivas*, LID Editorial Mexicana, Mexico, 2009.

<sup>12</sup> *Ibid.*

## CAPITULO 1

### ANALISIS DE LA EMPRESA

#### 1.1. Constitución Legal y Fiscal

LEGNA-SCI es una empresa constituida legalmente como LEGNA SCI S DE RL DE CV a partir del 28 de Octubre de 2011 y registrada ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público desde el 2 de Noviembre de 2011 con el giro: Otros servicios profesionales, científicos y técnicos.

Sus datos Fiscales son:

LEGNA SCI S DE RL DE CV

LSC1110281G3

Avenida Jardines del Sol 67A

Jardines del Sol,

Bahía de Banderas

Nayarit, C.P. 63730

México

Portal de Internet: <http://www.legna-sci.com/>

LEGNA-SCI cuenta con los siguientes registros:

- Padrón General de Importadores y Sectores Específicos
- Padrón de Importadores de Sectores Específicos – Textil y Confección

## 1.2. Misión Empresarial:

Misión: Legna SCI es una empresa integradora de servicios enfocada en hacer sencilla y rentable la internacionalización de las operaciones comerciales de nuestros clientes que buscan expandir su mercado mediante la exportación de sus productos y/o ser más competitivos en el mercado nacional reduciendo costos importando bienes o materias primas de manera directa.

Visión: Ser una empresa consolidada y reconocida por su confiabilidad, su calidad en el servicio y la generación de bienestar en su entorno. Queremos que nuestros clientes nos prefieran como socio comercial estratégico en México y en el extranjero.

Valores: Confianza, Integridad, Honestidad, Respeto, Responsabilidad, Compromiso.

### Objetivos de la Empresa:

- Incrementar el número de clientes y lograr fidelidad a través de operaciones frecuentes
- Obtener mayor número de certificaciones para ampliar y mejorar los servicios existentes.
- Lograr mejores acuerdos con socios estratégicos
- Ofrecer servicio de calidad hacia nuestros colaboradores internos y externos.
- Desarrollo de nuestros colaboradores en el ámbito personal, profesional y humano.
- Trabajar en la generación de proyectos con valor social.

### 1.3. Antecedentes de la Empresa:

LEGNA-SCI es una empresa integradora de servicios enfocada en gestionar y dar a sus clientes soluciones logísticas y comerciales en mercados globales de manera oportuna y eficiente, entendiendo y atendiendo estratégicamente necesidades específicas. Ofrece servicios de alta calidad a través de personal capacitado y experimentado que brinda la atención personalizada necesaria para asesorar y encontrar oportunidades rentables para los clientes.

Desde su creación a la fecha, se ha dedicado principalmente a dar servicio de importación a la zona hotelera de Jalisco y Nayarit. Hace poco se acercó un cliente con una necesidad particular; solicitando apoyo para preparar un proyecto de exportación de Tequila a China. La empresa no ha tenido gran experiencia hasta el momento como exportadora, sin embargo decide tomar el proyecto. Se ofrece el acompañamiento completo, desde selección de proveedores, trámites legales y logística internacional.

### 1.4. Organización y Estructura Administrativa:

LEGNA-SCI se compone de 2 socios, quienes a su vez ejecutan la administración, la gestión y las operaciones de la misma:

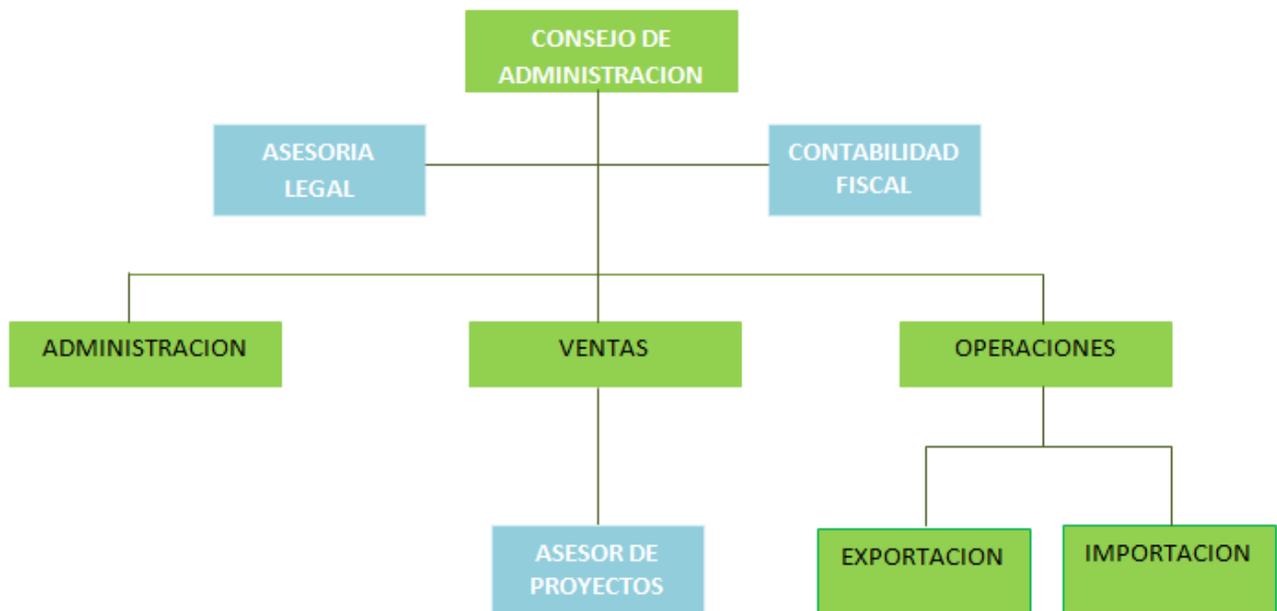
Verónica Jazmín Ángel Aceves: Licenciada en Administración y Negocios Internacionales y Especialidad en Recursos Humanos por la Universidad Panamericana, actualmente estudiando la Maestría en Comercio Internacional en la Escuela de Tráfico y Tramitación Aduanal. Se desempeñó en los últimos años como Gerente de Compras de Importación de Grupo Vidanta (Hoteles Mayan Palace) dirigiendo un departamento con presupuesto de 3.6 Millones de Dólares.

Miguel Ángel Alfaro Villanueva: Licenciado en Administración y Mercadotecnia y Especialidad en Finanzas por la Universidad Panamericana, actualmente estudiando la Maestría en Comercio Internacional en la Escuela de Tráfico y Tramitación Aduanal. En los últimos años colaboró como Director de Finanzas en Bodega Mueblera ALVI una distribuidora mueblera en la zona costera de Nayarit y Jalisco con 3 bodegas y más de 100 vendedores.

LEGNA-SCI contrata el servicio de profesionistas independientes especializados. Una abogada especialista en derecho corporativo y contratos, como apoyo en todos los temas legales; y un contador público para los servicios de contabilidad y declaración fiscal.

Además LEGNA-SCI, se apoya del servicio de asesores de proyectos, que participan en proyectos específicos dependiendo del área de especialización que se requiera.

Son dos personas que realizan los procesos, y este es un organigrama funcional:



## 1.5. Portafolio de Negocios y Cadena de Valor

- Gestión y Planeación de Compras: Se apoya a encontrar los productos que satisfagan las necesidades de los clientes en cuanto a:
  - Precio: elaborando cotizaciones integradas (*door to door*) que dan certeza sobre el precio final del embarque puesto en la planta del cliente.
  - Calidad: Se asegura de que el cliente obtenga lo que realmente necesita y para ello se solicitan muestras del producto para su análisis antes de la compra, es el cliente quien propone y aprueba las especificaciones y condiciones finales de la orden de compra que se le hace llegar al proveedor.
  - Servicio: buscamos proveedores ya sean locales o globales con los que en todo momento se mantiene comunicación activa para la resolución de cualquier duda y den el estatus de la operación en todo momento. De ser necesario, se puede realizar una inspección del embarque antes del envío.
- Estudios de viabilidad financiera: Se entrega una cotización completa de los embarques puestos en planta del cliente para aprobación que incluye: costo del producto, transporte, gastos y servicios, impuestos aduanales. Al final, el cliente recibe una sola factura local por el concentrado de gastos realizados dentro y fuera del país.
- Administración y seguimiento de logística internacional: Se cuenta con una red de agentes de transporte (aéreo, marítimo y terrestre) que permiten optimizar los tiempos y costos. Se reducen los riesgos asegurando las mercancías transportadas y se da seguimiento continuo al status de los embarques.
- Consultoría y servicios aduanales: Se cuenta con padrón de importadores y se dispone de una amplia red de agentes aduanales en todo el país, lo que permite dar

entrada a los embarques por la aduana más conveniente según la ubicación del cliente y el costo del transporte. Se asegura que los embarques cumplan con las normas establecidas, regulaciones arancelarias y no arancelarias.

- Almacenaje, distribución y entrega de mercancías: Se tienen convenios con una amplia red de transportistas que aseguran el correcto y efectivo traslado de sus embarques incluyendo: servicios de consolidación y desconsolidación, almacenaje, maniobras de carga y descarga.

## CAPITULO 2

### PRODUCTO QUE SE DESEA EXPORTAR

En este capítulo se proporcionará información acerca del producto Tequila, se define qué es y qué características debe tener para que pueda ser considerado Tequila, así como su categorías (Tequila y Tequila 100%) y su Clases (Blanco, Oro, Reposado, Añejo y Extra Añejo) y se describen las características de cada una.

#### 2.1. Definición de Tequila:

De acuerdo con la Norma Oficial Mexicana NOM-006-SCFI-2012(Anexo 2), se transcribe la definición de Tequila como sigue:

“Bebida alcohólica regional obtenida por destilación de mostos, preparados directa y originalmente del material extraído, en las instalaciones de la fábrica de un Productor Autorizado la cual debe estar ubicada en el territorio comprendido en la Declaración, derivados de las cabezas de Agave de la especie tequilana weber variedad azul, previa o posteriormente hidrolizadas o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no, siendo susceptibles los mostos de ser enriquecidos y mezclados conjuntamente en la formulación con otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 49% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa, en los términos establecidos en la presente norma y en la inteligencia que no están permitidas las mezclas en frío. El Tequila es un líquido que puede tener color, cuando sea madurado, abocado, o añadido de un color específico.

El Tequila puede ser añadido de edulcorantes, colorantes, aromatizantes y/o saborizantes permitidos por la Secretaría de Salud, con objeto de proporcionar o intensificar su color, aroma y/o sabor.”

## 2.2. Denominación de Origen:

De acuerdo a la publicación en la página del CRT<sup>13</sup> al respecto, se transcribe lo siguiente:

“Denominación de Origen es el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste, los factores naturales y humanos.

Esta definición exige:

- La existencia de una zona geográfica delimitada (propuesta por interesados)
- Un reconocimiento o renombre comprobado del lugar geográfico (declaratoria)
- Condiciones precisas de producción (Norma)
- Tipicidad.

En general, existe un consenso entre los expertos de la materia quienes aceptan que los factores decisivos en una denominación de origen son los siguientes y en ese orden;

1. Clima.- En este renglón, sobresalen, la Intensidad lumínica, horas/luz, precipitación pluvial, Temperatura, Humedad relativa.
2. Suelo.- Son factores relevantes la textura del suelo y la química del suelo.
3. Especie vegetal.- en el caso del Tequila, sabemos que el vegetal utilizado es el agave tequilana Weber variedad azul. Especie endémica y por lo tanto, perfectamente adaptado a las condiciones climatológicas y de suelo.

---

<sup>13</sup> Consejo Regulador del Tequila - Semblanza, s.f., desde <https://www.crt.org.mx/index.php/denominacion-de-origen/semblanza> .

4. Actividades humanas.- Se refiere a las labores humanas involucradas desde el cultivo del agave, su cosecha, producción y maduración del Tequila. Estas actividades pueden incluir la técnica, tradiciones artesanales y habilidades.<sup>14</sup>

El 13 de octubre de 1977 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la declaración de protección a la Denominación de Origen Tequila, este fue un paso de gran importancia para el incremento de la calidad del producto y su repunte a nivel internacional. El territorio protegido comprende 181 municipios de cinco estados de la República Mexicana: Jalisco con sus 125 municipios, Nayarit con 8, Guanajuato con 7, Tamaulipas con 11 y Michoacán con 30. Solamente en estas regiones se puede cosechar y utilizar la materia prima, Agave tequilana Weber variedad azul, para la producción de tequila. Ningún otro país puede producir Tequila.<sup>15</sup>

### 2.3. Categorías de Tequila:

De la NOM-006-SCFI-2012, se transcribe como sigue: de acuerdo al porcentaje de los azúcares provenientes del Agave que se utilice en la elaboración del Tequila, éste se puede clasificar en una de las siguientes categorías:

#### 2.3.1. 100% Agave:

“Es el producto, (...) que no es enriquecido con otros azúcares distintos a los obtenidos del Agave de la especie tequilana weber variedad azul cultivado en el territorio comprendido en la Declaración. Para que este producto sea considerado como “Tequila 100% de agave”

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> *El Tequila, Bebida Mexicana por Excelencia | México Produce.*, s.f., desde <http://www.mexicoproduce.mx/articulos/tequilaMexicano.html> .

debe ser envasado en la planta que controle el propio Productor Autorizado, misma que debe estar ubicada dentro del territorio comprendido en la Declaración.

Este producto debe ser denominado únicamente a través de alguna de las siguientes leyendas: “100% de agave”, “100% puro de agave”, “100% agave”, o “100% puro agave”, al final de las cuales se puede añadir la palabra “azul”.

### 2.3.2. Tequila:

“Es el producto, (...) en el que los mostos son susceptibles de ser enriquecidos y mezclados conjuntamente en la formulación con otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 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 debe realizar con azúcares provenientes de cualquier especie de agave. Sólo se podrá incrementar el 51% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa con azúcares reductores totales provenientes de Agave de la especie tequilana weber variedad azul cultivado en el territorio comprendido en la Declaración.”

### 2.4. Clases:

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

- Blanco.
- Joven u Oro.
- Reposado.
- Añejo.
- Extra Añejo.

De acuerdo a la mencionada norma NOM-006-SCFI-2012, se transcribe como sigue:

Tequila blanco o plata.- Producto transparente no necesariamente incoloro, sin abocante<sup>16</sup>, obtenido de la destilación añadiendo únicamente agua de dilución (...)en los casos que proceda para ajustar la graduación comercial requerida, pudiendo tener una maduración menor de dos meses en recipientes de roble o encino.

Tequila joven u oro.- Producto resultante de la mezcla de Tequila blanco con Tequilas reposados y/o añejos y/o extra añejo. También se denomina Tequila joven u oro al producto resultante de la mezcla de tequila blanco con alguno de los abocantes. Su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución.

Tequila reposado.- Producto susceptible de ser abocado<sup>17</sup>, sujeto a un proceso de maduración<sup>18</sup> 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. 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, su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. El resultado de las mezclas de Tequila añejo con Tequila extra añejo se considera como Tequila añejo.

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

---

<sup>16</sup> Abocante: uno o más de los siguientes ingredientes: color caramelo, extracto de Roble o encino natura, glicerina y jarabe de azúcar, que se adicionan al Tequila con el objeto de proporcionar o intensificar su color, aroma y/o aroma.

<sup>17</sup> Abocado: el Procedimiento para suavizar el sabor del Tequila, mediante la adición de uno o mas de los siguientes ingredientes: Color caramelo, Extracto de roble o encino natural, glicerina y jarabe a base de azúcar

<sup>18</sup> Maduración: 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

capacidad máxima sea de 600 litros, su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución.

Para el mercado internacional se puede sustituir la clasificación mencionada en el párrafo anterior 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.

## 2.5. Especificaciones Fisicoquímicas del Tequila:

Para que sea llamado Tequila debe cumplir con las siguientes especificaciones fisicoquímicas:

Parámetros	Tequila Blanco		Tequila Joven u Oro		Tequila Reposado		Tequila Añejo		Tequila Extra añejo		Método de Ensayo (Prueba) (1)
	MIN	MAX	MIN	MAX	MIN	MAX	MIN	MAX	MIN	MAX	
Contenido Alcohólico a 293 K (20°C) (%Alc. Vol.)	35	55	35	55	35	55	35	55	35	55	NMX-V-013-NORMEX
Extracto Seco (g/l)	0	0,30	0	5	0	5	0	5	0	5	NMX-V-017-NORMEX
Valores expresados en mg/100 ml de Alcohol Anhidro											
Alcoholes Superiores (alcoholes de peso molecular superior al alcohol etílico o aceite de fusel) (como Alcohol Amilico)	20	500	20	500	20	500	20	500	20	500	NMX-V-005-NORMEX
Metanol (2)	30	300	30	300	30	300	30	300	30	300	NMX-V-005-NORMEX
Aldehidos (como acetaldehído)	0	40	0	40	0	40	0	40	0	40	NMX-V-005-NORMEX
Esteres (como acetato de etilo)	2	200	2	200	2	250	2	250	2	250	NMX-V-005-NORMEX
Furfural	0	4	0	4	0	4	0	4	0	4	NMX-V-004-NORMEX
(1) Véase capítulo 3, Referencias.											
(2) El parámetro mínimo puede disminuir si el productor de Tequila demuestra al Organismo Evaluador de la Conformidad, que es viable reducir el contenido de metanol mediante un proceso distinto.											

Especificaciones Fisicoquímicas del Tequila. Fuente: NOM-006-SCFI-2012<sup>19</sup>

<sup>19</sup> DOF - Diario Oficial de la Federación, s.f., desde [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5282165&fecha=13/12/2012](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5282165&fecha=13/12/2012) .

## 2.6. Proceso de Elaboración del Tequila:

Se obtuvo información del CRT<sup>20</sup> acerca del proceso de elaboración y se transcribe como sigue:

“El proceso de producción de Tequila dura entre 7 y 9 años e inicia con la plantación del agave tequilana Weber variedad azul, que es la materia prima utilizada para la elaboración de esta bebida alcohólica.

A su vez, de acuerdo con la Declaratoria General de protección a la denominación de Origen Tequila y la NOM del Tequila, la citada variedad de agave debe cumplir con otros requisitos para que pueda ser utilizado en la fabricación de Tequila, esto es, 1) su cultivo debe realizarse dentro de una zona geográfica delimitada por la declaratoria general de denominación de origen, y 2) debe estar registrado en el organismo de certificación del Tequila.

El tiempo promedio que requiere la planta para alcanzar su madurez es de 7 años, al término del cual, se alcanza la acumulación máxima de los carbohidratos de esta planta.

Jima.- Acción que consiste en separar la parte no aprovechable de las hojas o pencas de agave cuando esta ha alcanzado el desarrollo adecuado para su industrialización. El resultado de esta operación es la obtención de la “piña” del agave formado por el tallo y la parte basal de las hojas o pencas en donde se encuentran almacenados los carbohidratos utilizados para la elaboración del Tequila. La herramienta utilizada en la jima del agave es la Coa.

Hidrólisis.- Considerando que el principal carbohidrato que contiene el agave es la inulina- el cual es un polímero de fructosa y glucosa- y que este compuesto no es susceptible de ser fermentado por las levaduras, es necesario realizar la hidrólisis para obtener azúcares

---

<sup>20</sup> Consejo Regulador del Tequila - *Elaboración y Normativa*, s.f., desde <https://www.crt.org.mx/index.php/el-tequila/elaboracion-y-normativa> .

simples (principalmente fructosa). Para ello, se utiliza principalmente un procedimiento térmico o enzimático o bien, la combinación de ambos. Además de la hidrólisis de la inulina, en esta etapa también se forman muchos compuestos que son determinantes en el perfil organoléptico del producto final. La hidrólisis se lleva a cabo en hornos de mampostería o autoclaves y en ambos casos se emplea vapor a una temperatura entre 100 y 110°C.

Extracción.- Previa o posterior a la hidrólisis, los carbohidratos o azúcares contenidos en las piñas de agave deben ser separados de la fibra, esta extracción se realiza comúnmente con una combinación de desgarradora y un tren de molinos de rodillos. Todavía existen casos excepcionales donde la extracción de los azúcares se realiza en Tahonas y actualmente, es común el uso de difusores que hacen más eficiente esta operación; en este caso, generalmente la extracción es una etapa previa a la hidrólisis.

Formulación.-De acuerdo con la Norma Oficial Mexicana del Tequila, el fabricante puede elaborar 2 categorías de Tequila, las cuales son Tequila 100% de agave y Tequila respectivamente.

El Tequila 100% de agave es aquel que se elabora a partir de los azúcares extraídos del agave exclusivamente y por lo tanto, la formulación a que nos referimos puede consistir únicamente del envío de los jugos a las tinas de fermentación y la adición de levaduras, ajuste del pH óptimo para las levaduras y ajuste de la °T adecuada. El resultado de esta operación es el mosto fresco, listo para iniciar la fermentación.

Sin embargo, en el caso de la categoría Tequila, este puede elaborarse con la participación de hasta un 49% de azúcares provenientes de fuente distinta al agave; en tal caso, la formulación consiste en la mezcla de los azúcares extraídos del agave y de otra fuente, siempre y cuando la participación de esta última no sea mayor al 49% de azúcares reductores

totales expresados en unidades de masa. Además de lo anterior, se lleva a cabo la adición de levaduras, ajuste del pH óptimo para las levaduras y ajuste de la °T adecuada. El resultado de esta operación es el mosto fresco, listo para iniciar la fermentación.

Fermentación.- En esta fase del proceso, los azúcares presentes en los mostos son transformados, por acción de las levaduras, en alcohol etílico y bióxido de carbono. En esta etapa, también se formarán otros compuestos que contribuirán a las características sensoriales finales del Tequila.

Factores críticos a controlar en esta fase son, la temperatura (32 a 35°C), el pH (4-5), nutrientes y la contaminación por organismos que representan una competencia para las levaduras. Controlando estos factores, aparte de favorecer la fermentación, también se controla la contaminación por hongos o bacterias.

Vale la pena mencionar que el aumento de temperatura por arriba del óptimo, puede provocar muerte de las levaduras y por lo tanto detener la fermentación con las consecuentes pérdidas por ineficiencia; sin embargo, antes de que eso suceda, el incremento de la temperatura puede favorecer la evaporación del etanol formado además que la expulsión del bióxido de carbono es más violento generando un mayor arrastre de etanol a través de las micropelículas que rodean a la burbuja de bióxido de carbono y que se convierte en pérdidas o ineficiencias en el proceso.

Destilación.- Una vez concluida la fase de fermentación, los mostos contienen cantidades mínimas de azúcares y a su vez, contienen cantidades representativas de alcohol, estas cantidades pueden variar de 4 a 10% Alc. Vol. Por lo tanto, una vez concluida la fase de fermentación, es necesario llevar los mostos a destilación; proceso que consiste en la separación de los constituyentes del mosto. La destilación alcohólica está basada en que el

alcohol etílico siendo más ligero que el agua, vaporiza a una temperatura menor que el punto de ebullición del agua, los vapores pueden ser condensados y convertidos a forma líquida con un alto contenido alcohólico.

La destilación se realiza generalmente en alambiques y consiste en dos fases aunque también es común el uso de columnas de destilación. El producto obtenido del primer ciclo se conoce comúnmente como ordinario y en esta fase, se eliminan los componentes no deseables como son; los restos de levaduras, las sales nutritivas, sólidos, algunos alcoholes secundarios como el Metanol y un grupo de compuestos conocidos como alcoholes superiores y en última instancia, el agua. El conjunto de estos componentes no deseables se conoce como vinazas.

El ordinario obtenido, es sometido a un segundo ciclo o rectificación obteniendo finalmente el Tequila.

En otras palabras, podemos decir que cuando el objetivo es separar los componentes menos volátiles de la mezcla líquida se utiliza una destilación denominada destrozamiento o agotamiento y cuando el objetivo es separar y obtener los compuestos más volátiles de la mezcla líquida, se emplea el proceso de rectificación o enriquecimiento.

El Tequila obtenido puede tener varios destinos como son; el envasado como tequila blanco, su abocamiento y envasado como tequila joven o bien puede ser enviado a maduración para la obtención de tequila reposado, añejo o extra añejo y su posterior filtración y envasado.

Maduración. De acuerdo con la Norma, el Tequila reposado, debe madurarse en contacto directo con la madera de recipientes de roble o encino por lo menos dos meses.

Para el Tequila añejo el proceso de maduración debe durar por lo menos, un año en contacto directo con la madera de recipientes de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros.

Para el Tequila extra añejo el proceso de maduración debe durar por lo menos tres años en contacto directo con la madera de recipientes de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros.

La maduración del Tequila debe realizarse por el Productor Autorizado dentro del territorio comprendido en la Declaración.

La temperatura, humedad, el contenido alcohólico inicial del tequila, el tiempo y el número de ciclos de las barricas influyen en el color, aroma y sabor final del Tequila; Los cambios durante la maduración del Tequila son causados principalmente por (1) un decremento en los alcoholes superiores los cuales son absorbidos por el carbón de las barricas y ahumando el producto final, (2) por extracción de compuestos de la madera mismos que proporcionan el color y el aroma particular- taninos, (3) reacción entre algunos componentes del tequila dando lugar a otros nuevos y (4) oxidación de los componentes originales del tequila y aquellos extraídos de la madera.”<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid.*

## 2.7. Envasado del Tequila

El Tequila se debe envasar en recipientes nuevos de tipo sanitario. Los materiales permitidos actualmente son vidrio, aluminio, cartón laminado, acero inoxidable y polietileno tereftalato (PET).

La capacidad de cada envase no debe ser mayor de 5 litros y en ningún caso se deben usar envases con marcas que no sean propiedad del Productor Autorizado o envasador aprobado en los términos de la NOM.

El Tequila 100% de agave debe ser envasado por el propio fabricante dentro de la zona protegida por la declaratoria general de denominación de origen.

Por su parte, la categoría tequila, puede ser comercializado a granel en sus cinco clases (Blanco, Joven, Reposado, Añejo o Extra añejo), ya sea a envasadores nacionales o extranjeros.<sup>22</sup>

## 2.8. Etiquetado del Tequila

De acuerdo con la Norma del Tequila, cada envase debe ostentar una etiqueta legible que contenga la siguiente información en idioma español, la cual debe ser veraz y no inducir al error al consumidor con respecto a la naturaleza y características del Tequila:

- a) La palabra "Tequila"
- b) Categoría y clase a las que pertenece.

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

- c) En el caso de los tequilas abocados, el nombre del o los sabores, aromas añadidos o de aquel que predomine en el producto, también se deberá declarar el nombre del color, en su caso. El nombre del color debe aparecer y puede incorporarse en cualquier parte de la etiqueta o envase.
- d) Contenido neto expresado en litros o mililitros, conforme a la NOM-030-SCFI
- e) El contenido alcohólico expresado en por ciento de alcohol en volumen a 20 °C, que debe abreviarse “% Alc. Vol.”
- f) Nombre o razón social del Productor Autorizado o de la fábrica donde el Tequila es producido y, en su caso, del envasador aprobado.
- g) Domicilio del Productor Autorizado o de la fábrica donde el Tequila es producido y, en su caso, del envasador aprobado.
- h) Nombre de la Marca registrada o cualquier otro signo distintivo conforme a la legislación, normatividad o reglamentación aplicables en el lugar de comercialización, conforme al convenio de corresponsabilidad inscrito en el IMPI.
- i) La leyenda “Hecho en México”; “Producto de México”; “Elaborado en México”, u otras análogas.
- j) Contraseña oficial, conforme a la NOM-106-SCFI; acompañado del número de registro del Productor Autorizado.
- k) Lote: cada envase debe llevar grabada o marcada la identificación del lote a que pertenece, con una indicación en clave. La identificación del lote que incorpore el Productor Autorizado o envasador aprobado no debe ser alterado u oculto de forma alguna.
- l) Las leyendas precautorias establecidas en la legislación sanitaria.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibid.*

## 2.9. Clasificación Arancelaria:

### Fracción Arancelaria de Exportación de Tequila En México - 2208.90.03

Sección:	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborado
Capítulo:	22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
Partida:	2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior al 80% vol.; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.
Sub Partida:	220890	- Los demás.
Fracción:	22089003	Tequila.

Fuente: Siicex-Caarem<sup>24</sup>

### Fracción Arancelaria de Importación de Tequila a China 2208.90.10

CODIGO HS	NOMBRE EN INGLES	NOMBRE EN CHINO
22082000	Spirits from distilled grape wine or marc	蒸餾葡萄酒制得的烈性酒
22083000	Whiskies	威士忌酒
22084000	Rum & tafia	朗姆酒及其他甘蔗蒸餾酒
22085000	Gin & geneva	杜松子酒
22086000	Vodka	伏特加酒
22087000	Liqueurs and cordials	利口酒及柯迪爾酒

<sup>24</sup> *Tarifa de la Ley de Impuestos Generales De Importacion y Exportacion*, s.f., desde <http://www.siicex-caaarem.org.mx/bases/tigie2007.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510b2e/81dbbfbb36bf85cf862573020072b482?OpenDocument> .

22089000	Spirituuous beverages	濃度 < 80% 的未改性乙醇 ; 其他酒精飲料
22089010	Tequila	龍舌蘭酒
22089090	Other spirituuous beverages	濃度 < 80% 的未改性乙醇; 其他酒精飲料

Fuente: China bookshop.net<sup>25</sup>

## 2.10. Bebidas Espirituosas:

Las bebidas espirituosas son las bebidas alcohólicas obtenidas por destilación de productos de origen agrícola, con al menos un 15% de volumen alcohólico. Por origen agrícola entendemos el que ha sido obtenido por la destilación, previa fermentación, de uno o varios productos agrícolas como uva, cereales, remolacha, patata, caña de azúcar.

Existen categorías concretas de bebidas espirituosas, entre las cuales encontramos el brandy, el anís, el whisky, el ron, el vodka, el gin, aguardientes, licores, pacharán, Tequila, pisco, bourbon. Cada categoría exige ciertos requisitos para poder incluir una bebida en ella, como son la materia prima, la graduación mínima, las cualidades organolépticas, el número de destilaciones o el tiempo de envejecimiento.<sup>26</sup>

Por sus características, el Tequila es considerado una Bebida espirituosa.

<sup>25</sup> HS Code Commodity Classification English / Chinese References / Chinabookshop.net, s.f., desde [http://www.chinabookshop.net/hscodet.php?type\\_id=2208&term=](http://www.chinabookshop.net/hscodet.php?type_id=2208&term=) .

<sup>26</sup> Federación Española de Bebidas Espirituosas, s.f., desde <http://www.febe.es/las-bebidas-espirituosas/que-son-bebidas-espirituosas/> .

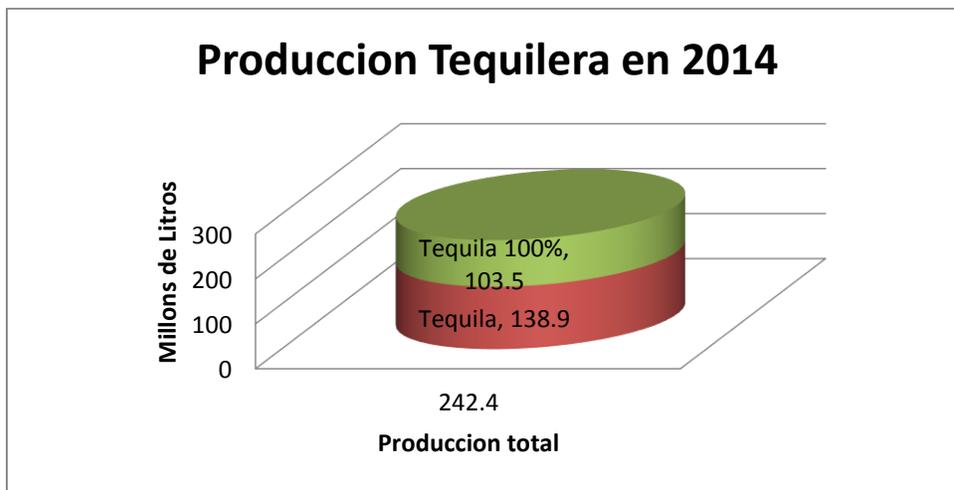
## CAPITULO 3

### ANALISIS Y SELECCIÓN DEL MERCADO

Aún cuando no es el objetivo principal de este trabajo, es importante el análisis del mercado y de la industria; se debe asegurar que exista un mercado accesible para el producto y que las condiciones sean favorables para que el producto pueda capturar una porción del mercado y hacer frente a la competencia.

#### 3.1. Análisis de la Industria:

En 2014 la producción total de Tequila fue de 242.4 millones de litros, de los cuales 138.9 millones fueron de Tequila y 103.5 millones fue producción de Tequila 100%; representando el Tequila 100% el 43% de la producción.<sup>27</sup>



Grafica 1: Producción Tequilera en 2014. Fuente: Estadísticas CRT

<sup>27</sup> *Informacion Basica de la Industria Tequilera*, 13 de enero de 2015, desde [http://www.tequileros.org/stuff/file\\_estadistica/1429544021.pdf](http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1429544021.pdf) .

Durante 2014 se exportó el 71.2% de la producción, enviando al extranjero 172.5 millones de litros, de los cuales 99.8 millones de litros fueron de Tequila y 72.7 millones de Tequila 100%. El monto estimado de las exportaciones representó en 2014 1.1 billones de dólares americanos. Durante el mismo periodo, la industria tequilera generó 30,000 empleos, de los cuales 24,000 en el campo y 6,000 en la industria<sup>28</sup>.

Se exporta a más de 120 países, siendo Estados Unidos de América el principal destino, representando el 78.1 % de las exportaciones, con ventas estimadas de 742 Millones de dólares en 2014.<sup>29</sup>

#### 10 Principales destinos del Tequila de Exportación en 2014

No.	País	2014	Part.
1	ESTADOS UNIDOS	134,673	78.1%
2	ESPAÑA	4,729	2.7%
3	ALEMANIA	4,438	2.6%
4	FRANCIA	3,394	2.0%
5	PANAMA	1,804	1.0%
6	BRASIL	1,556	0.9%
7	RUSIA	1,488	0.9%
8	JAPON	1,481	0.9%
9	REINO UNIDO	1,368	0.8%
10	SUDAFRICA	1,129	0.7%
-	RESTO DEL MUNDO	16,441	9.5%
<b>TOTAL EXPORTACIÓN</b>		<b>172,500</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNIT

<sup>28</sup> *Ibid.*

<sup>29</sup> *Ibid.*

En México en 2014, tenían registro 143 empresas productoras de Tequila y 1338 marcas vigentes y certificadas de envasado Nacional.<sup>30</sup>

Actualmente las principales Casas Tequileras están en manos de empresas extranjeras. La primera en ser adquirida por extranjeros fue Tequila Cazadores, que en 2002 fue comprado por Bacardí; posteriormente Tequila Sauza le fue vendida a la firma norteamericana Beam Future Brands; Tequila Viuda de Romero fue comprado por la compañía francesa Pernord Ricard; Casa Herradura, una de las empresas con mayor tradición tequilera, es hoy propiedad de la estadounidense Brown Forman Corporation.<sup>31</sup>

Diageo, considerada la mayor productora de bebidas espirituosas en el Mundo, es dueña del 50 por ciento de la marca de tequila Don Julio y dos marcas más, uno llamado Peligroso y otro DeLeón.<sup>32</sup>

Las mayoría de las firmas extranjeras que compraron las más grandes y antiguas haciendas tequileras, ya tienen presencia en China.

De acuerdo a la compañía especializada en investigaciones de mercado IBISWorld las principales compañías se reparten el mercado mundial de las bebidas espirituosas con grandes participaciones de la siguiente manera:

<b>Compañía</b>	<b>Participación de Mercado (2014)</b>
Diageo plc	29.5%
Pernod Ricard SA	19.4%
Bacardi & Company Limited	10.7%
Other	40.4%

Fuente: Global Spirits Manufacturing. IBISworld.com<sup>33</sup>

<sup>30</sup> *Ibid.*

<sup>31</sup> *Se apoderan extranjeros del tequila*, 25 de enero de 2013, Reporte Indigo, desde <http://www.reporteindigo.com/reporte/mexico/se-apoderan-extranjeros-del-tequila> .

<sup>32</sup> *Diageo “se bebe” a Don Julio y Cuervo “brinda” con Bushmills Irish*, s.f., El Financiero.com, desde <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/diageo-se-bebe-a-don-julio-y-cuervo-brinda-con-bushmills-irish.html> .

### 3.2. Análisis del mercado meta

República Popular China, tiene una superficie de 9 Millones 600 mil km<sup>2</sup>, por su extensión es el cuarto país y por su población es el primero del mundo con 1,368 millones de habitantes. La Capital es Beijing y otras ciudades importantes son: Shanghái, Guangzhou, Shenzhen, Hong Kong, Dongguan, Foshan, Tianjin, Chongqing, Wuhan, Harbin, Shenyang, Chengdu, Zhengzhou.

La moneda oficial de China se llama Renminbi (RMB), que significa "moneda del pueblo". Su unidad básica es el yuan (CNY) y ambos términos se utilizan de forma indistinta, es decir, 5RMB es lo mismo que 5CNY. Los símbolos de la divisa son ¥ y 元.<sup>34</sup>

Desde la introducción de las reformas económicas de 1978, China ha sido la economía de más rápido crecimiento del mundo, alcanzando en 2014 la primacía mundial en términos de PIB medido en paridad de poder adquisitivo (PPP por su siglas en ingles *Purchasing Power Parity*) y manteniéndose como la segunda potencia por PIB nominal. China es, además, el mayor exportador e importador de bienes y la primera potencia industrial.<sup>35</sup>

China es la segunda potencia económica del mundo, el primer exportador y posee las reservas de cambio más elevadas. La recesión mundial de 2009 interrumpió el ritmo de crecimiento constante que había emprendido el país, y se han manifestado los límites de un crecimiento enfocado esencialmente en las exportaciones. Como consecuencia de la

---

<sup>33</sup> *Global Spirits Manufacturing*, IBISWorld, diciembre de 2014.

<sup>34</sup> *Moneda en Shanghái - Monedas, billetes y dinero en China*, s.f., desde <https://www.disfrutashanghai.com/moneda>

<sup>35</sup> *China trade now bigger than US - Telegraph*, s.f., desde <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/9860518/China-trade-now-bigger-than-US.html> .

desaceleración económica mundial y la baja de los intercambios, el crecimiento del país se desaceleró hasta 7,4% en 2014, su nivel más bajo en 24 años.<sup>36</sup>

### 3.3. Situación del Mercado.

De acuerdo a la base de Datos de Euromonitor Internacional, el pronóstico de consumo de bebidas alcohólicas en China asciende a 6,337 millones de litros en 2016 y se proyecta un crecimiento promedio de 6.5% anual durante los próximos años.<sup>37</sup>

Grafica: Pronostico de Ventas anuales en Litros de Bebidas Espirituosas en China.

Change View	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Spirits						
China	5,577,044,531.2	5,925,603,040.0	6,337,647,568.7	6,766,664,765.3	7,203,889,363.0	7,641,933,778.7

Fuente: Euromonitor Internacional.

Grafica: Pronostico de porcentaje de crecimiento anual en volumen de Bebidas Espirituosas en China.

Change View	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	
Spirits						
China		6.2	7.0	6.8	6.5	6.1

Fuente: Euromonitor Internacional.

El grueso de la población se inclina por el consumo de cerveza, en 2013 esta bebida gozaba del 84 % de participación del mercado en China, mientras que las bebidas espirituosas (dentro de las cuales se encuentra el Tequila) tuvieron una participación del 9% del volumen

<sup>36</sup> Política y economía China - Santandertrade.com, s.f., desde [https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/china/politica-y-economia?&actualiser\\_id\\_banque=oui&id\\_banque=35&memoriser\\_choix=memoriser](https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/china/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=35&memoriser_choix=memoriser) .

<sup>37</sup> Euromonitor International - Analysis, s.f., desde <https://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/related> .

total del mercado de las bebidas alcohólicas representando 5,263 Millones de Litros de consumo en 2013<sup>38</sup> como se muestra en la siguiente grafica:

Grafica de Consumo de bebidas alcohólicas en China y su porcentaje de participación por categorías

Million litres	2013	% Participacion
Beer	51,649.70	84%
Cider/Perry	0.1	0%
RTDs/High-Strength Premixes	1.8	0%
Spirits	5,263.30	9%
Wine	4,546.40	7%
<b>Alcoholic Drinks</b>	<b>61,461.20</b>	<b>100%</b>

Fuente: Euromonitor Internacional.

Del mercado de las bebidas espirituosas en China, la mayor parte de la población consume bebidas locales logrando éstas una participación del 98.29% en 2013. El resto 1.71 % del volumen se lo reparten entre el Brandy y Cognac, Sidra, Whiskies, Ron y otros alcoholes, teniendo el Tequila el .01% de participación, representando 300,000 litros de bebida en el año<sup>39</sup> como se muestra en la grafica a continuación:

---

<sup>38</sup> *Ibid.*

<sup>39</sup> *Ibid.*

Grafica de Consumo de bebidas espirituosas en China y su porcentaje de participación por categorías

mn litros	2013	%Participacion
Brandy and Cognac	64.6	<b>1.23%</b>
Liqueurs	2	<b>0.04%</b>
Rum	1	<b>0.02%</b>
Tequila (and Mezcal)	0.3	<b>0.01%</b>
Whiskies	19.1	<b>0.36%</b>
White Spirits	3	<b>0.06%</b>
Other Spirits	5,173.30	<b>98.29%</b>
<b>Spirits</b>	<b>5,263.30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Euromonitor Internacional.

La publicación electrónica de Euromonitor Internacional realiza una proyección de ventas de Tequila y Mezcal en China por encima de los 600 mil litros para 2016 y proyecta crecimiento constante.<sup>40</sup> En esta publicación de Euromonitor, para cuestiones de estadística se clasifican dentro del mismo rango el Tequila y el Mezcal, sin embargo el mezcal no presenta volúmenes significativos.

Grafica: Pronóstico de ventas en volumen total de bebidas espirituosas por categoría.

'000 litros	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Brandy and Cognac	58710.5	54051.3	50664.3	48333.6	47021.6	46840.3
- Brandy	38,386.3	35827.9	33348.4	30954.9	28653.8	26450.3
- Cognac	20,324.2	18223.3	17316	17378.7	18367.8	20390
Liqueurs	2238	2409	2629.8	2902	3173.7	3436.9
- Bitters	115.2	128.4	141.9	155.3	168.5	181.2
- Cream-based Liqueurs	975.5	1054.1	1181.5	1360.1	1538.9	1710.9
- Other Liqueurs	1,147.3	1226.5	1306.5	1386.6	1466.2	1544.8

<sup>40</sup> *Ibid.*

Rum	1045.5	1135	1229.7	1329.7	1434.8	1544.9
- Dark Rum	222.0	249.4	279	310.7	344.5	380.3
- White Rum	823.4	885.5	950.7	1019	1090.3	1164.6
Tequila (and Mezcal)	514.4	565.5	619.9	678.5	741.4	808.7
Whiskies	16994.1	15897.7	15579	16136.4	17086.6	18484.4
- Bourbon/Other US Whiskey	2,666.1	2858.8	3060	3269.7	3487.6	3713.5
- Canadian Whisky	578.8	592.9	606.1	619.8	633.3	646.5
- Irish Whiskey	-	-	-	-	-	-
- Japanese Whisky	-	-	-	-	-	-
- Blended Scotch Whisky	13,158.4	11849.8	11264.4	11497	12079.8	13055
- Single Malt Scotch Whisky	590.8	596.2	648.5	749.9	885.9	1069.4
- Other Whiskies	-	-	-	-	-	-
White Spirits	3559.8	3923.4	4276.6	4608.6	4907.9	5163.7
- Gin	665.7	696.4	726.5	755.8	784.1	811.2
- Vodka	2,894.1	3227	3550.1	3852.7	4123.8	4352.5
Other Spirits	5493982.3	5847621.2	6262648.1	6692676	7129523.4	7565654.9
- Chinese Herbal Spirits	203,399.7	234625.5	272754.3	318519.4	370857.5	430135.5
- Economy Local Spirits	2,697,499.5	2790711.8	2882884.5	2973708.3	3062864.3	3150024.9
- Lower Mid-Range Local Spirits	1,201,240.0	1281764.4	1378011.4	1473292	1566400.5	1656079.1
- Premium Local Spirits	127,080.3	118966.2	112810.8	108339.5	105356.8	103731
- Super Premium Local Spirits	83,676.5	76414.7	70705.3	66275.9	62923.7	60500.4
- Upper Mid-Range Local Spirits	1,181,086.2	1345138.7	1545481.9	1752540.9	1961120.6	2165183.9
Spirits	5577044.5	5925603	6337647.6	6766664.8	7203889.4	7641933.8

Fuente: Euromonitor Internacional.

### 3.4. Hábitos de consumo

El mercado chino consume bebidas espirituosas como costumbre social. El licor más típico y consumido en China es el *Baijiu*, también conocido como el licor chino. Se trata de un licor destilado a partir del arroz u otro tipo de cereales, que suele tener una alta graduación y que se consume desde hace miles de años. Se toma mucho entre los mayores de la familia cuando se reúnen, se celebra una fiesta con invitados o solo para relajarse en compañía de los amigos. Es muy normal que los anfitriones animen a sus invitados a beber para demostrar su hospitalidad, puesto que cuanto más licor bebe un invitado, se entiende que más sinceridad y simpatía tiene.

Los consumidores mayoritarios del licor tradicional son los hombres de 30 a 60 años, siendo su porcentaje mucho mayor que el femenino. Además, la gente del norte de China bebe más que la del sur debido al clima. Sin embargo, la generación actual, los jóvenes, prefieren consumir licores extranjeros en las fiestas. Los chicos beben más que las chicas y se considera mal visto cuando bebe una chica.

En China, la gente opina que los productos occidentales son de buena calidad y tienen más garantía. Generalmente, las personas que consumen productos extranjeros pertenecen a la clase social más alta y son más cultos.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Cui Jingxue, *¿Qué se bebe en China?* / *Capital Empresarial*, 4 de febrero de 2014, desde <http://www.een.edu/capitalempresarial/?p=290> .

### 3.5. Análisis de la Competencia

El mercado de licores extranjeros ha aumentado muchísimo durante los últimos años debido a la globalización. Muchos productos extranjeros, incluidos los licores, son introducidos en el mercado chino. Concretamente, las bebidas más populares son la cerveza y el vino, y otras como el whisky y el brandy ganan cada día más seguidores.

Las ventas del Tequila representaron una parte insignificante del volumen de ventas de bebidas espirituosas en 2013. Los consumidores chinos tienen conocimiento limitado del Tequila y aun no se ha logrado una cobertura en distribución que logre el acceso a más consumidores. El Tequila es usado principalmente para la fabricación de cócteles en los bares en las regiones desarrolladas.

Actualmente ya existen 20 empresas tequileras que exportan a China, ofreciendo más de 43 marcas.<sup>42</sup>

Muchas de las grandes haciendas y la distribución de este producto son controladas por extranjeros, cuyos canales de distribución suelen ser bastantes sofisticados con contactos bien establecidos en todo el mundo.

Tequila Pepe López, es propiedad de Brown-Forman Corp., la firma estadounidense que fabrica el whiskey Jack Daniel's, el Tequila Herradura y Jimador. Tequila Peligroso y DeLeon fueron comprados por Diageo, la mayor productora de bebidas espirituosas como whisky Johnnie Walker y Vodka Smirnoff.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> *Aumentan 17% las ventas de tequila en China tras un año de promoción - La Jornada Jalisco*, s.f., desde <http://lajornadajalisco.com.mx/2015/08/aumentan-17-las-ventas-de-tequila-en-china-tras-un-ano-de-promocion/> .

<sup>43</sup> *El tequila se “emborracha” de optimismo - Negocios - CNNExpansion.com*, s.f., CNN Expansion, desde <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/02/11/el-tequila-se-emborracha-de-optimismo> .

Tequila José Cuervo tiene también presencia en China como la marca más vendida en el mundo.

En China, Casa Herradura, quiere conquistar por lo menos el uno por ciento de los mil millones de cajas de licores que se consumen anualmente en ese país.<sup>44</sup>

### 3.6. Estadísticas de Importación

En 2014, la exportación de tequila a China fue de 65 mil 428 litros. Mientras que la bebida 100% de agave cerró 2014 con 421 mil 133 litros enviados, de Enero a Agosto de 2015 se exportaron a China 229 mil 213 litros de tequila.<sup>45</sup>

Según la base de Datos Euromonitor, el valor de las importaciones de Tequila a China en 2014 represento cifras arriba de los \$44 Millones de Dólares. <sup>46</sup>(Tipo de cambio referencia a diciembre 2015 .1563 CYN por 1 USD)

---

<sup>44</sup> *En manos de extranjeros, la mayoría de tequileras :: El Informador*, s.f., desde <http://www.informador.com.mx/economia/2013/485723/6/en-manos-de-extranjeros-la-mayoria-de-tequileras.htm> .

<sup>45</sup> *Preven resolver exportación de tequila a China en tres meses :: El Informador*, s.f., desde <http://www.informador.com.mx/economia/2015/599254/6/preven-resolver-exportacion-de-tequila-a-china-en-tres-meses.htm> .

<sup>46</sup> *Euromonitor International - Statistics*, s.f., desde <https://www.portal.euromonitor.com/portal/statistics/tab> .

### 3.7. Marketing

Se aprovechará la campaña de promoción que la CNIT lleva a cabo en China para hacer más popular el consumo del Tequila en el país asiático.

En 2015 la Cámara Nacional de Industria Tequilera (CNIT) presentó la campaña de promoción que reforzará la comercialización del Tequila en China. La estrategia busca ampliar el conocimiento sobre la bebida en un mercado potencial de 300 millones de consumidores y contempla las siguientes actividades promocionales:

- La capacitación del personal en el país asiático.
- Misiones comerciales para tener trato frente a frente con los empresarios locales.
- Eventos de líderes de opinión en Shanghái y Beijing con mixólogos profesionales.
- Apariciones en revistas especializadas para dar a conocer el estilo de vida alrededor de la bebida.
- Participación en ferias especializadas
- El nombramiento como embajador de la industria tequilera al embajador de México en China, Julián Ventura Valero.<sup>47</sup>

Con una explicación más detallada, la campaña de la CNIT consistió en una campaña de posicionamiento, para lograr este objetivo se desarrolló una estrategia multiplataforma de comunicación dirigida a:

- Hombres y mujeres de 20 a 45 años de clase media-alta, con un “*core target*” de jóvenes entre 20 y 29 años.

---

<sup>47</sup> Redacción, *Desarrollan estrategia de marketing para el tequila en China*, s.f., Milenio, desde [http://www.milenio.com/negocios/China-tequila-marketing-estrategia-misiones\\_comerciales-exportacion\\_0\\_517748321.html](http://www.milenio.com/negocios/China-tequila-marketing-estrategia-misiones_comerciales-exportacion_0_517748321.html) .

- Distribuidores e importadores.
- Líderes de opinión.
- Representantes estratégicos de la industria de bebidas alcohólicas.

Como parte de este proyecto se llevó a cabo un estudio de mercado cualitativo para conocer los hábitos de consumo del tequila en el mercado chino. Estudio que fue tomado como guía para la creación de un concepto rector que se centra en una representación artística distinta y original en su forma y concepto.

Se presentó al tequila como una bebida Premium y se utilizaron códigos de comunicación que son reconocidos y pueden ser apropiados por el mercado de los jóvenes en China, para lograr un alto impacto y aumentar la recordación de la bebida mexicana. <sup>48</sup>



<sup>48</sup> Publicidad Vértice Campaña de posicionamiento, s.f., desde <http://www.verticecom.com/trabajos-recientes/trabajo/tequila-en-china/148/> .

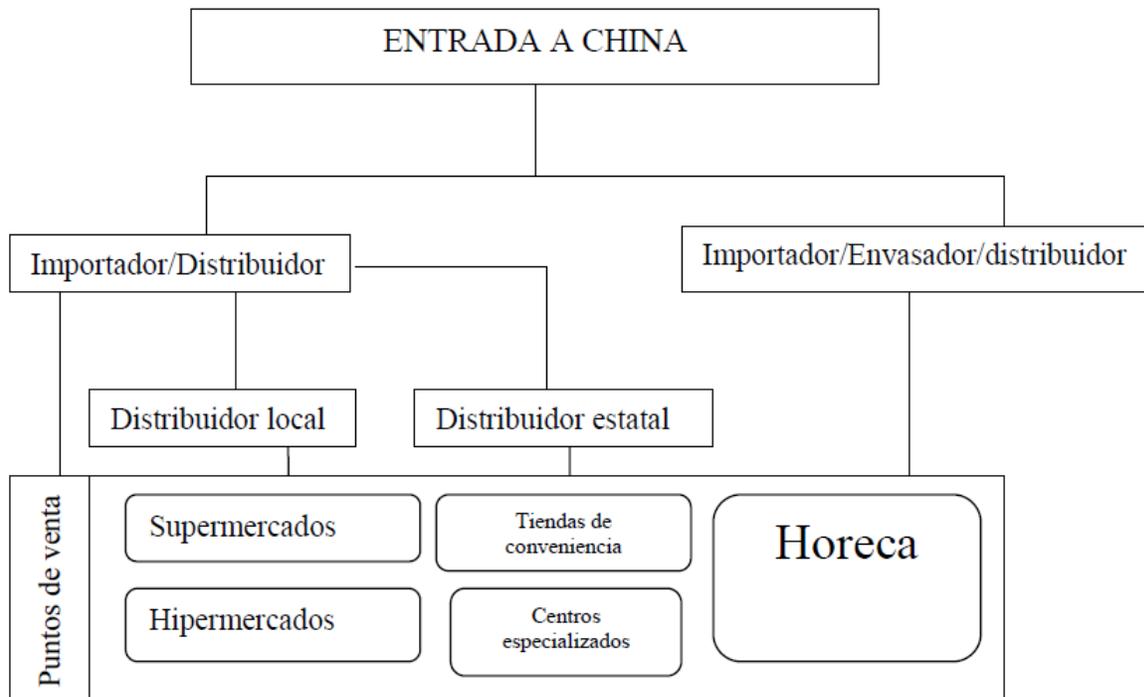
### 3.8. Red de distribución

Los distribuidores son la herramienta clave para conseguir posicionar el producto en los puntos de venta. Muchas cadenas de alimentación mantienen una fuerte dependencia de distribuidores locales y la posibilidad de encontrar un agente que desee trabajar con el género importado dependerá del consumo del producto.

Los distribuidores siguen siendo la mejor forma de entrada al mercado dadas las relaciones que tienen y el amplio conocimiento que poseen sobre el mercado local.

Para lograr la distribución efectiva del Tequila en China se puede apoyar de varios sistemas, el Importador es quien realiza la tarea de la importación, y en muchas ocasiones se encargan de la distribución del producto. Ellos a su vez cooperan con distribuidores locales que operan en zonas pequeñas, o pueden trabajar con distribuidores estatales que cuentan con acceso a puntos de venta en zonas más extensas. Otra opción es operar a través de "HORECA" que son el giro de los Hoteles, Restaurantes y Cafeterías.

El cliente a quien se pretende vender este producto es un importador mayorista quien a su vez cuenta con distribuidores y minoristas que pondrán el producto cercano al público.



Esquema explicativo de los canales de distribución de Bebidas alcohólicas en China

### 3.9. Precios

El Tequila en China es un producto caro y en ello inciden varios factores, fundamentalmente los elevados impuestos al consumo y los altos aranceles que sufre en la importación (en promedio se puede decir que en la actualidad, sumando los diferentes gravámenes, el precio CIF se incrementará un mas del 50% al realizar el despacho de aduanas). Por otro lado los márgenes de los distintos intermediarios también son altos, sin olvidarse de que los costos de distribución y de almacenaje tampoco representan cantidades desdeñables.

El precio se compone de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} & \text{COSTO DEL PRODUCTO} \\ & + \\ & \text{COSTOS DE TRASPORTE} \\ & + \\ & \text{MARGEN AGENTE EXPORTADOR (LEGNA-SCI)} \\ & = \\ & \text{PRECIO DE VENTA AL IMPORTADOR} \\ & + \\ & \text{ARANCEL:} \\ & \text{IMPUESTO A LA IMPORTACION 10\% + IMPUESTO AL CONSUMO 25\% +} \\ & \text{IMPUESTO AL ESTAMPADO 0.3\% + IVA 17\%} \\ & + \\ & \text{MARGEN DISTRIBUIDOR} \\ & + \\ & \text{MARGEN CANAL DE MINORISTA} \\ & = \\ & \text{PRECIO DE VENTA AL CONSUMIDOR} \end{aligned}$$

El Tequila se ubica en la gama de productos Premium en donde se encuentra compitiendo con productos como whiskey y cognac, por lo cual el precio debe ir en relación al precio de estos productos, ya que si tiene un precio mayor, puede salir de mercado y si tiene un precio menor puede considerarse como un producto de menor calidad. En relación a esto el precio del Tequila en China oscila entre los 30 y 60 USD.

El Tequila que se exportara para este proyecto se encuentra en un punto intermedio de precio pues se pretende vender en 45 USD. Precio al consumidor final.

Para obtener una idea real de los precios a los que se comercializa al público, se hizo investigación “in situ” sobre los precios en los puntos de venta en la zona de Shanghai y en el popular portal de ventas de licores por internet en China “Shanghai 9”<sup>49</sup>.

	<b>CNY</b>	<b>USD</b>
Patrón Añejo	1680	<b>\$ 257.14</b>
Patrón Reposado	1580	<b>\$ 241.84</b>
Patrón Silver	1480	<b>\$ 226.53</b>
Don Julio Añejo	1380	<b>\$ 211.23</b>
Hacienda Vieja	1080	<b>\$ 165.31</b>
José Cuervo Gold	680	<b>\$ 104.08</b>
José Cuervo Clásico	680	<b>\$ 104.08</b>
Olmecca Gold or Silver	680	<b>\$ 104.08</b>
<b>Tipo de Cambio</b>	<b>6.5333</b>	<b>\$ 1.00</b>

<sup>49</sup> *Tequila | Shanghai 9 | Home Delivery | Buy Tequila Online | Tequila Delivery*, s.f., desde <http://www.shanghai9.com/en/tequila.html> .



<b>TEQUILA</b>		<b>特基拉酒</b>	<b>32ml</b>	<b>Bottle</b>
Patron Anejo		帕冲安乔陈酿	100	1680
Patron Reposado		帕冲佳酿	95	1580
Patron Silver		帕冲银	90	1480
Don Julio Anejo		特醇陈酿龙舌兰酒	85	1380
Hacienda Vieja		龙舌兰酒	70	1080
Jose Cuervo Gold		豪帅金快活	50	680
Jose Cuervo Clasico		豪帅银快活	50	680
Olmecca Gold or Silver		奥米加金·奥米加银	50	680
<b>VODKA</b>		<b>伏特加</b>	<b>32ml</b>	<b>Bottle</b>
Absolut ELYX		绝对伏特加 ELYX	80	1280

	CNY	USD
Patrón XO Café	699	\$ 106.99
Patrón Blanco	899	\$ 137.60
1800 Reposado	389	\$ 59.54
José Cuervo Especial Gold	199	\$ 30.46
José Cuervo Especial Silver	199	\$ 30.46
José Cuervo Tradicional	399	\$ 61.07

Tipo de Cambio	6.5333	\$ 1.00
----------------	--------	---------



	<b>CNY</b>	<b>USD</b>
1800 Añejo	450	\$ <b>68.88</b>
1800 Reposado	345	\$ <b>52.81</b>
1800 Silver	315	\$ <b>48.21</b>
Camino Real Gold	135	\$ <b>20.66</b>
Camino Real Silver	135	\$ <b>20.66</b>
Casa Noble Añejo	645	\$ <b>98.72</b>
Casa Noble Cristal	555	\$ <b>84.95</b>
Casa Noble Reposado	600	\$ <b>91.84</b>
Casa Noble Single Barrel Añejo	1425	\$ <b>218.11</b>
Casa Noble Single Barrel Reposado	740	\$ <b>113.27</b>
<b>Tipo de Cambio</b>	<b>6.5333</b>	<b>\$ 1.00</b>



# Shanghai 9

11AM-8PM MON-SAT

Enter your keyword...

SEARCH

- Non Alcoholic
- Food & Groceries
- Beer & Cider
- Wine
- Champagne & Sparkling
- Whisky / Whiskey
- Cognac / Brandy
- Vodka
- Gin
- Rum
- Tequila**
- Liqueur
- Other

### Categories

- Non Alcoholic
- Food & Groceries
- Beer & Cider
- Wine
- Champagne & Sparkling
- Whisky / Whiskey
- Cognac / Brandy
- Vodka
- Gin
- Rum
- Tequila**
- Liqueur
- Other

Order by telephone

13564190998

11AM-8PM MON-SAT

Home / Tequila

## Tequila

34 Item(s)

Show 200 per page

Sort By Name



1800 Anejo Tequila

CNY450.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



1800 Reposado Tequila

CNY345.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



1800 Silver Tequila

CNY315.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Camino Real Gold Tequila

CNY135.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Camino Real Silver Tequila

CNY135.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Casa Noble Anejo Tequila

CNY645.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Casa Noble Crystal (Blanco) Tequila

CNY555.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Casa Noble Reposado Tequila

CNY600.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Casa Noble Single Barrel Anejo Tequila

CNY1,425.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Casa Noble Single Barrel Reposado Tequila

CNY740.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Chango Loco Mezcal Espadin

CNY350.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare



Chango Loco Mezcal Perchuga

CNY575.00

Add to Cart

Add to Wishlist  
Add to Compare

	<b>CNY</b>	<b>USD</b>
Don Julio Añejo	580	\$ <b>88.78</b>
Don Julio Blanco	435	\$ <b>66.58</b>
Don Julio Reposado	500	\$ <b>76.53</b>
Dulce Vida Añejo	475	\$ <b>72.70</b>
Dulce Vida Blanco	365	\$ <b>55.87</b>
Dulce Vida Extra Añejo	1485	\$ <b>227.30</b>
Dulce Vida Reposado	395	\$ <b>60.46</b>
Gran Patrón Burdeos Añejo	7999	\$ <b>1,224.34</b>
Gran Patrón Platinum	2888	\$ <b>442.04</b>
Hi Degree Agave	165	\$ <b>25.26</b>
José Cuervo Especial Silver	95	\$ <b>14.54</b>
José Cuervo Especial Gold	95	\$ <b>14.54</b>

Tipo de Cambio	6.5333	\$ <b>1.00</b>
----------------	--------	----------------



Don Julio Anejo Tequila

CN¥580.00

Out of stock

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Don Julio Blanco Tequila

CN¥435.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Don Julio Reposado Tequila

CN¥500.00

Out of stock

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Dulce Vida Anejo Tequila

Regular Price:

~~CN¥626.00~~

Special Price:

CN¥475.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Dulce Vida Blanco Tequila

Regular Price:

~~CN¥390.00~~

Special Price:

CN¥365.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Dulce Vida Extra Anejo Tequila

CN¥1,485.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Dulce Vida Reposado Tequila

Regular Price:

~~CN¥435.00~~

Special Price:

CN¥395.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Gran Patron Burdeos Anejo Tequila

CN¥7,999.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Gran Patron Platinum Tequila

CN¥2,888.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Hi Degree Agave Blanco Tequila

CN¥165.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Jose Cuervo Especial Silver Tequila

Regular Price:

~~CN¥128.00~~

Special Price:

CN¥95.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



Jose Cuervo Especial Tequila (Gold)

Regular Price:

~~CN¥128.00~~

Special Price:

CN¥95.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)

	<b>CNY</b>	<b>USD</b>
Lunazul 100% Agave Añejo	300	<b>\$ 45.92</b>
Lunazul 100% Agave Blanco	225	<b>\$ 34.44</b>
Lunazul 100% Agave Reposado	225	<b>\$ 34.44</b>
Olmecca Blanco	130	<b>\$ 19.90</b>
Olmecca Gold	130	<b>\$ 19.90</b>
Patrón Añejo 100% Agave	585	<b>\$ 89.54</b>
Patrón Reposado 100% Agave	395	<b>\$ 60.46</b>
Patrón Silver 100% Agave	425	<b>\$ 65.05</b>
Patrón XO Café	350	<b>\$ 53.57</b>
Patrón XO Café Dark	425	<b>\$ 65.05</b>

Tipo de Cambio	6.5333	<b>\$ 1.00</b>
----------------	--------	----------------



**Lunazul 100% Agave Anejo Tequila**

CNY300.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Lunazul 100% Agave Blanco Tequila**

CNY225.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Lunazul 100% Agave Reposado Tequila**

CNY225.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Olimeca Tequila Blanco**

Regular Price:  
~~CNY138.00~~

Special Price:  
CNY130.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Olimeca Tequila Gold**

Regular Price:  
~~CNY138.00~~  
Special Price:  
CNY130.00

Out of stock

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Patron Anejo 100% Agave Tequila**

Regular Price:  
~~CNY615.00~~  
Special Price:  
CNY585.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Patron Reposado 100% Agave Tequila**

Regular Price:  
~~CNY550.00~~  
Special Price:  
CNY395.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Patron Silver 100% Agave Tequila**

Regular Price:  
~~CNY525.00~~  
Special Price:  
CNY425.00

[Add to Cart](#)

[Add to Wishlist](#)  
[Add to Compare](#)



**Patron XO Cafe**

Regular Price:  
~~CNY455.00~~  
Special Price:  
CNY350.00



**Patron XO Cafe Dark Cocoa**

CNY425.00

[Add to Cart](#)

## CAPITULO 4

### ASPECTOS OPERACIONALES

#### 4.1. Estrategia de proveeduría:

Se trabajará con un producto y una marca ya existente en México, el producto debe cumplir con las especificaciones requeridas por la NOM-006-SCFI-2012, la fábrica y la marca deberá estar registrada en las instancias correspondientes. De esta manera se tendrá el producto disponible de manera mucho más rápida y se asegura que ya cuenta con las acreditaciones necesarias. Para lograr esta certeza, se obtuvo de la CNIT el directorio de productores, y se consultó con el CRT el padrón de Marcas de Tequila de Envasado de Origen Certificadas.

Ya con el directorio, se realizó una preselección de varias fábricas con las cuales se detectaron posibilidades de trabajar; se hizo contacto con dichos productores y se realizó la agenda de visitas a las fábricas que mostraron interés en el proyecto.

Se realizaron visitas a 6 productores (los nombres de las casas se omiten por razones de confidencialidad) dichas visitas incluyeron recorridos en las instalaciones. Se obtuvo una gran variedad de muestras con sus respectivas cotizaciones.

Para la selección del proveedor se evaluaron aspectos tales como:

- Instalaciones de la Fábrica
- Capacidad de producción
- Oferta Exportable
- Disposición y facilidades para colaborar
- Calidad del producto
- Presentación del producto
- Precio

El proveedor seleccionado es la Fábrica de Tequila Don Nacho, S.A. de C.V. que ofrece la facilidad trabajar con la gama completa de sus marcas de *Tequila Don Nacho Tradicional* y *Tequila Don Nacho Premium*, con la flexibilidad de poder adaptar el producto y la presentación al mercado al que se pretende alcanzar. Adicionalmente, este proveedor no solamente vende en el mercado nacional, si no que ya exporta a otros mercados.

Durante el recorrido por la fábrica, se observó que es notable la limpieza y el orden de sus instalaciones y sus procesos. Son productores agaveros, su capacidad instalada es de 15,200 litros diarios; se esfuerza por respetar los procesos naturales en la elaboración de sus productos.

Los productos que maneja Tequila Don Nacho han sido catalogados con excelentes evaluaciones según instituciones internacionales:

En 2006 Beverage Testing Institute:

- Tequila Don Nacho Blanco logro Medalla de Plata con 88 puntos. “Altamente recomendado”
- Tequila Don Nacho Reposado recibió Medalla de Oro con 92 puntos “Excepcional”

En 2008 Beverage Testing Institute

- Tequila Don Nacho E. Premium Silver recibió Medalla de Oro con 92 puntos. “Excepcional”
- Tequila Don Nacho E. Premium Añejo logró Medalla de Oro con 94 puntos. “Excepcional”
- Tequila Don Nacho E. Premium Reposado recibió Medalla de Plata con 87 puntos. “Altamente recomendado”

En 2010 San Francisco World Spirits Competition

- Tequila Don Nacho Blanco logró Medalla de Bronce

- Tequila Don Nacho Reposado logró Medalla de Plata
- Tequila Don Nacho Extra Premium Blanco logró Medalla de Plata
- Tequila Don Nacho Extra Premium Reposado recibió Medalla de Oro
- Tequila Don Nacho Extra Premium Añejo recibió Medalla de Oro

2012. Beverage Testing Institute.

- Tequila Don Nacho Blanco logró Medalla de Plata con 87 puntos. “Altamente recomendado”
- Tequila Don Nacho Reposado logró Medalla de Plata con 88 puntos. “Altamente recomendado”
- Tequila Don Nacho E. Premium Reposado recibió Medalla de Oro con 91 puntos. “Excepcional”
- Tequila Don Nacho E. Premium Silver recibió Medalla de Oro con 90 puntos. “Excepcional”
- Tequila Don Nacho E. Premium Añejo recibió Medalla de Oro con 94 puntos. “Excepcional”

Cuenta con la certificación internacional de la HACCP *Hazard Analysis Critical Control Points* o en español APPCC que significa Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control. (Este sistema permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos)<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> *Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) y directrices para su aplicación.*, s.f., desde <http://www.fao.org/docrep/005/y1579s/y1579s03.htm> .



Tequila Don Nacho cuenta con 5 productos, todos son Tequila 100% agave en presentación de 750 ml. Con 38° Alc. Vol.

- Don Nacho 100% Blanco
- Don Nacho 100% Reposado
- Don Nacho Extra Premium Blanco
- Don Nacho Extra Premium Reposado
- Don Nacho Extra Premium Añejo

Para este proyecto se decidió que se trabajará la comercialización de las variables 100% agave y no las Premium para entrar con un mejor precio al mercado.

## 4.2. Facturación

Se consideraron 3 opciones de facturación:

1. Facturación del fabricante a LEGNA-SCI y a su vez venta de LEGNA-SCI al cliente en China. En virtud de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (LIEPS) y la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA), están sujetas al pago de una tarifa del 53% las bebidas con contenido alcohólico con una graduación alcohólica de más de 20°G.L, como es el caso del Tequila, además del pago del IVA del 16% en el mercado nacional. Debido a que LEGNA-SCI es una empresa nacional, esta transacción sería sujeta al pago de estos Impuestos, e incrementaría el costo del producto, por lo tanto esta opción no es viable.
2. Facturación directa del fabricante al cliente en China, en la cual LEGNA-SCI actuaría como gestor de servicios a cambio de una comisión, sin embargo, esta opción limita el control de las negociaciones.
3. Facturación del fabricante a una empresa extranjera, exentando de esta manera el pago de impuestos nacionales continuando con el control de las negociaciones. Se decide tomar esta opción y para éste efecto, se creó una empresa socia de LEGNA-SCI en Estados Unidos llamada LEGNA International Trade (LIT).

## 4.3. Contrato de Suministro

Se recomienda la elaboración de un contrato de suministro con el fabricante del Tequila para aclarar y asegurar los términos de la negociación, en donde el fabricante deberá ser responsable de la calidad del producto, del cumplimiento de la normativa en cuanto a la fabricación y envasado del Tequila, así como documentación y registros de acuerdo a lo dictado por el CRT. Dicho contrato también deberá cubrir los acuerdos de precio de

compra, los términos de venta, de entrega y pagos, así como el compromiso de suministro por al menos los próximos 5 años. Se deberán asegurar los términos y derechos del manejo de la marca en China; dará derecho a la comercializadora de seleccionar los canales de distribución y fijar los precios de venta, el contrato además, deberá estipular penalizaciones por incumplimiento. Se incluye modelo en Anexo 6.

#### 4.4. Proyecciones de Mercado

La publicación electrónica Euromonitor Internacional pronostica ventas de Tequila y Mezcal en China de arriba de los 600 mil litros para 2016 y proyecta crecimientos constantes.<sup>51</sup>

Pronóstico de ventas de Tequila en miles de litros.

'000 litros	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Tequila (and Mezcal)</b>	514.4	565.5	619.9	678.5	741.4	808.7

Fuente: Euromonitor Internacional

Sin embargo, según el artículo Publicado en el Informador el 14 Mayo 2015; el presidente de la Cámara de la Industria Tequilera, Luis Velasco Fernández informó que se plantea una meta de exportación de 10 millones de litros de tequila para el año 2020. Se estima que en China existen 300 millones de consumidores potenciales de la bebida.<sup>52</sup>

Adicionalmente el Secretario de la Asociación de la Industria de Vinos y Bebidas de Beijing, Song Shuyu, aseguró que en un plazo de cinco años, las exportaciones tequileras de Jalisco hacia China crecerán 500%.<sup>53</sup>

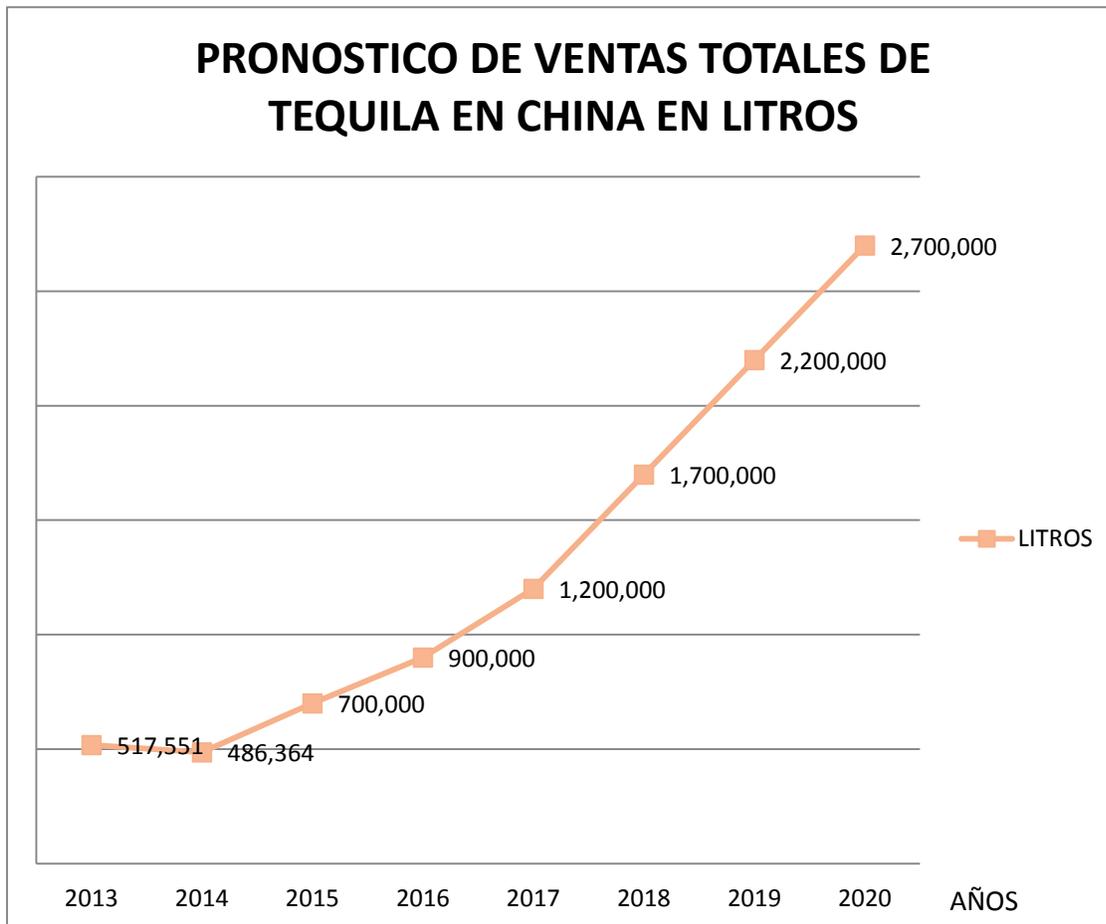
<sup>51</sup>Euromonitor Internacional - Statistics, s.f., desde <https://www.portal.euromonitor.com/portal/statistics/tab> .

<sup>52</sup> La CNIT prevé incrementar exportaciones de tequila a China :: El Informador, s.f., desde <http://www.informador.com.mx/economia/2015/592009/6/la-cnit-preve-incrementar-exportaciones-de-tequila-a-china.htm> .

<sup>53</sup> Andrés Alvarado Ramos, *op. cit.*

Con base en lo anterior, se proyecta la venta total de Tequila en China

2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
517,551	486,364	700,000	900,000	1,200,000	1,700,000	2,200,000	2,700,000



#### 4.5. Estimación de las ventas y participación de mercado

Comparado con las proyecciones de la industria para los próximos 5 años, en 2016 LEGNA pretende vender 1 contenedor con 8400 botellas representando 6300 litros de tequila, 2 contenedores para 2017, 3 contenedores para 2018 y 4 contenedores 2019 y 2020 respectivamente. Cumpliendo con las ventas planeadas se pretende lograr una participación para 2016 de 0.7% y un incremento de participación para llegar al 1.14% en 2019, como se observa en el cuadro siguiente:

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Ventas Totales Proyectadas</b>	<b>900,000</b>	<b>1,200,000</b>	<b>1,700,000</b>	<b>2,200,000</b>	<b>2,700,000</b>
<b>Participacion buscada</b>	0.700%	1.050%	1.112%	1.145%	0.933%
<b>Contenedores al Año</b>	1 X 20"	2 X 20"	3 X 20"	4 X 20"	4 X 20"
<b>Litros x vender</b>	6300	12600	18,900	25200	25200

#### 4.6. Certificaciones y aranceles de Exportación en México

##### 4.6.1. Certificaciones en México

El Tequila debe cumplir con la Norma Oficial Mexicana "NOM-006-SCFI-2012 Bebidas alcohólicas-Tequila-Especificaciones" sobre las características y especificaciones que deben cumplir todos los integrantes de la cadena productiva, industrial y comercial del Tequila. Esta norma se aplica a todos los procesos y actividades relacionados con el abasto de agave de la especie tequilana weber variedad azul, la producción, envase, comercialización, información y prácticas comerciales vinculadas a la bebida alcohólica destilada denominada Tequila,

conforme a las especificaciones de esta NOM. CRT es quien verifica el cumplimiento de la norma y otorga el certificado.

#### 4.6.2. Aranceles e impuestos de exportación en México

En México, el Tequila para exportación tiene tasa de 0% de arancel y está exento del pago de IVA y de IEPS.

#### 4.6.3. Documentos para exportar Tequila de México:

- RFC: Toda persona moral como persona física que realice actividades lucrativas, está obligada a pagar impuestos al gobierno federal (artículo 31 Constitucional), y para ello es necesario estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) ante el SAT.
- Padrón de Exportadores de Sectores Específicos: Es expedido por el SAT, es un registro que indica la aprobación fiscal del gobierno para poder exportar una mercancía, en este caso en específico, el Tequila.
- Certificado de exportación: Antes de embarcar y exportar, el productor debe pedir al CRT un Certificado de Exportación, mismo que certificará la autenticidad del lote que está siendo embarcado y que será requerido por la aduana para permitir la exportación antes de abandonar el país.
- Factura Comercial: Es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador.
- Lista de Embarque (*Bill of Lading*): Lo emite el transportista; es el conocimiento de embarque o B/L (por sus iniciales en inglés) es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza en el marco de un contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este documento es proteger al cargador y al

consignatario de la carga frente al naviero y dar confianza a cada parte respecto al comportamiento de la otra.

- Lista de Empaque: La emite el Exportador, contiene los datos relativos al producto para facilitar su ubicación y manipulación. Contiene detalle de los bultos, peso, medida, marcas, etc.

#### 4.7. Certificaciones y aranceles de Importación en China

##### 4.7.1. Importación en China

El comprador /distribuidor en China debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Licencia para vender bebidas alcohólicas, además de licencia para la importación de TEQUILA.
- Certificado de especies no reguladas listadas en el apéndice del HS para la importación y exportación de flora y fauna silvestre.
- Licencia automática para importar a la República Popular de China.
- Registrarse en la siguiente página: <http://ire.eciq.cn>. Esto con el fin de tener un mejor control y agilizar la importación al tener ya registrados los datos del importador y del exportador.

Una vez que el agente importador cubrió todos los requisitos, es necesario realizar la etiqueta china, esto es una etiqueta que se adhiere al producto en el reverso de la botella con el fin de señalar que el producto puede ser vendido en el mercado nacional.

Requisitos para la realización del trámite del etiquetado:

- Certificado de Libre venta o "*free sell certificate*": Es una carta que emite el Ministerio de Agricultura- Servicio Agrícola y Ganadero- Departamento de Protección Agrícola Sub-departamento de Alcoholes y Viñas.
- Certificado de Marca (*Trademark certificate*): Con el que se demuestra que se tiene el derecho sobre el uso de la marca. Es un documento en el que dueño de la marca autoriza su uso en China para efectos de la comercialización de la misma.
- Entregar 10 pares de etiquetas (cada par incluye la etiqueta frontal y la posterior de cada marca).
- Traducir las etiquetas al inglés y después al chino.

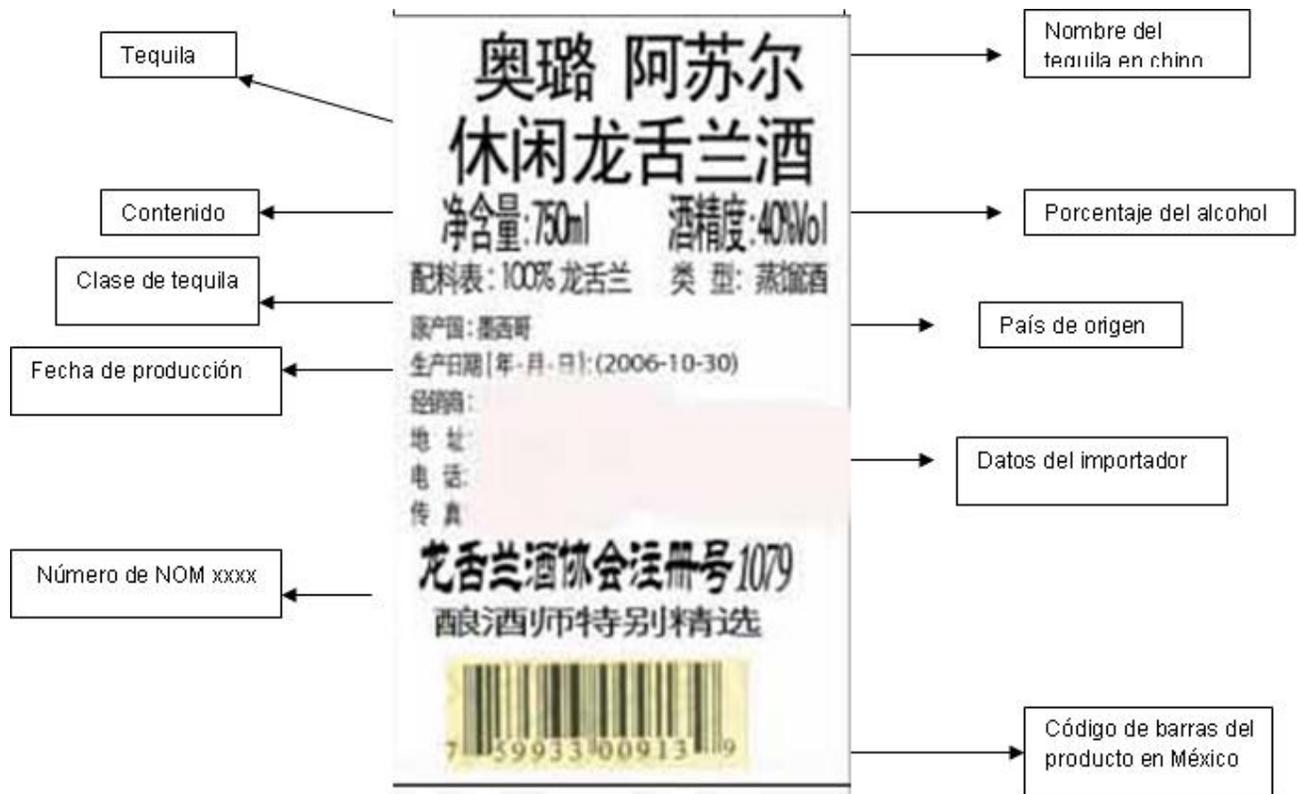
Tiempo de trámite: 30 días, se hace directamente en Shanghái en la oficina de Shanghai Entry and Exit Bureau. Una vez aceptada la etiqueta se procede con el pago.

Costo: aproximadamente 2,000 RMB por marca registrada.

Requisitos que debe contener una etiqueta:

- Nombre / marca de producto
- Lista de ingredientes, salvo en los productos hechos de un solo ingrediente.
- Volumen neto (ml): Por ejemplo: 50ml, 350 ml, 500 ml, 750 ml, 1 L. Para los envases de 200ml la altura mínima de impresión de las letras en las etiquetas es de 3 mm. A partir de 200 ml hasta menores a 750ml. Para envases de 1 litro, la altura de impresión mínima es de 4 mm. Para los envases superiores a 1 litro de la altura de impresión mínima es de 6 mm.
- Grado alcohólico (%): La declaración alcohol debe estar en el porcentaje o grado alcohólico vol.'

- Fecha de embotellado (año / mes / día): la fecha de embotellado es obligatoria en las etiquetas chinas.
- Productor / Distribuidor / Importador (nombre y dirección): El nombre y la dirección del agente de China, el importador o el distribuidor deberán figurar en la etiqueta. El nombre y la dirección del productor no es obligatorio, pero si se incluye no deben traducirse en caracteres chinos.
- País de origen
- Tipo de producto: (por ejemplo, tequila blanco, tequila oro, tequila reposado, tequila añejo, o tequila extra añejo)
- Advertencias obligatorias: Deberá presentar la leyenda “过量饮酒有害健康” (“El consumo excesivo de alcohol es perjudicial para la salud”), o "Las mujeres embarazadas y los niños no deberán beber”.



#### 4.7.2. Aranceles e impuestos en China:

Sobre el valor en aduana de la mercancía, se grava con los siguientes aranceles e impuestos:

Impuesto a la importación	10.0%
IVA	17.0%
Impuesto al consumo	25.0%
Impuesto de estampado	00.3%

#### 4.7.3. Documentos para Importar Tequila a China:

- Certificado Libre de Venta (*Free Sale Certificate*): Es expedido por COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios) en donde se debe especificar que las botellas de tequila listadas son producidas por (fabricante XXXXXXX) y que cumplen con las provisiones gubernamentales para consumo humano y que están disponibles para venta y distribución en el país. Debe contener una lista de las especificaciones del tequila que será comercializado y deberá ser firmado por las autoridades. Para la emisión de este documento es necesario contar ya con el aviso de funcionamiento ante la COFEPRIS.
- Certificado de exportación: Antes de embarcar y exportar, el productor debe pedir al CRT un Certificado de Exportación, mismo que certificará la autenticidad del lote que está siendo embarcado y que será requerido por la aduana para permitir la exportación antes de abandonar el país.

- Certificado emitido por SEMARNAT especificando que el agave no está en peligro de extinción: Es un certificado que debe contener lo siguiente: Número de oficio, Asunto: Respuesta al estatus sobre la planta de agave, fecha, Dirigido a la empresa Explicación que la planta de agave usada para la producción del tequila NO está en peligro de extinción, Firma por la autoridad y sello.

NOTA: También el importador debe realizar el registro en la oficina o departamento de Control de Especies en Peligro de Extinción, del puerto en China, por el que se realice la importación de tequila.

- Documento mencionando la palabra en latín de la materia prima utilizada: *Agave Tequilana*: Lo emite la empresa, y debe ser un documento que mencione que la palabra en latín de la materia prima del tequila, ya que será inscrito en la dependencia de aduanas de China cuando se importe la marca por primera vez.

- Análisis de laboratorio de Ftalatos: Se requiere a todos los importadores de bebidas alcohólicas, análisis de laboratorio que indiquen los niveles de plastificante en las bebidas alcohólicas. Se pueden realizar los análisis en el CRT.

NOTA: Este análisis es por cada embarque de tequila debe ser entregado en documento original y es emitido por cada marca, categoría y clase de Tequila.

- Declaración sobre las tarimas de madera: Es un documento o constancia que certifica que las tarimas fueron tratadas, debe ser expedido por la empresa que vendió las tarimas de madera.
- Procedimiento de producción: Usado para la elaboración del tequila (puede ser elaborado por la empresa en hoja membretada).
- Factura Comercial: Es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador.

- Lista de Empaque: Contiene los datos relativos al producto para facilitar su ubicación y manipulación. Contiene detalle de los bultos, peso, medida, marcas, etc.
- Lista de Embarque (*Bill of Lading*): Lo emite el transportista; es el conocimiento de embarque o B/L (por sus iniciales en inglés) es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza en el marco de un contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este documento es proteger al cargador y al consignatario de la carga frente al naviero y dar confianza a cada parte respecto al comportamiento de la otra.
- Contrato con el agente importador: Los contratos de distribución son contratos que se celebran entre, por un lado, fabricantes, mayoristas o importadores, y, por otro lado, distribuidores. Los fabricantes, mayoristas o importadores, encargan a los distribuidores la comercialización de determinadas mercaderías en una zona determinada, en condiciones que se estipulan y, generalmente, en régimen de exclusividad.
- El importador debe registrarse en la siguiente página: <http://ire.eciq.cn> a fin de tener un mejor control y agilizar la importación contando ya con el registro de los datos del importador y del exportador.

## CAPITULO 5

### ASPECTOS FINANCIEROS

#### 5.1. Costos para el Cálculo del precio de Venta

En base al costo unitario por botella de 750 ml de Tequila en fábrica de 12 USD EXW, se hace el cálculo de los costos de exportación, seguros y fletes para llegar a un costo unitario CIF (*Cost, Insurance & Freight*) Shanghai de 12.57 USD como se muestra a en el siguiente cuadro:

<b>Tipo de gastos</b>	<b>USD</b>	<b>TASA</b>
<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>12</b>	
<b>UNIDADES POR CONTENEDOR</b>	<b>8400</b>	
Valor de la mercancía	\$100,800.00	
Costo de carga de la mercancía y transporte interior (de la fábrica al puerto)	\$ 300.00	
Costo fijo de las formalidades aduaneras de exportación	\$ 450.00	
Honorarios agente aduanal	\$ 182.79	0.18%
Costo de manipulación (carga del barco) en terminal de origen en Manzanillo	\$ 365.00	
Costo total del transporte principal marítimo	\$ 2,500.00	
Costo del seguro sobre el flete principal	\$ 670.00	
Costo de manipulación descarga del barco en terminal de destino Shanghai	\$ 300.00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$105,567.79</b>	
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 12.57</b>	
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 15.00</b>	

#### 5.2. Márgenes brutos y de operación:

El costo unitario por botella del producto puesto en China es de \$12.57 USD. Se venderá a \$15.00 USD, lo cual genera un margen del 19%.

Considerando una venta el primer año de un contenedor en el cual, como ya comentamos, caben 8400 botellas. El margen bruto sería de \$20,432.21 USD. Una vez descontados los gastos administrativos y operativos proporcionales de LEGNA, el margen neto de este proyecto sería \$17,462.99 USD

### 5.3. Utilidad estimada

Teniendo en cuenta el crecimiento del mercado se pretende incrementar constantemente las utilidades generadas anualmente con el incremento de envío de contenedores a China.

De acuerdo a las ventas proyectadas, se estima la utilidad para los próximos 5 años a continuación:

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 17,462.99</b>	<b>\$ 44,796.14</b>	<b>\$ 80,614.94</b>	<b>\$ 115,846.44</b>	<b>\$ 132,810.76</b>

5.4. Estado de Resultados y balance pro-forma proyectados

<b>INGRESOS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
PRECIO UNITARIO	\$ 15.00	\$ 15.75	\$ 16.54	\$ 17.36	\$ 18.23
UNIDADES VENDIDAS	8400	16800	25200	33600	33600
<b>VENTAS</b>	<b>\$126,000.00</b>	<b>\$264,600.00</b>	<b>\$416,745.00</b>	<b>\$583,443.00</b>	<b>\$612,615.15</b>
COSTO UNITARIO	\$ 12.00	\$ 12.60	\$ 13.23	\$ 13.89	\$ 14.59
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$100,800.00</b>	<b>\$211,680.00</b>	<b>\$333,396.00</b>	<b>\$466,754.40</b>	<b>\$490,092.12</b>
COSTO DE VENTA	\$ 4,767.79	\$ 5,006.18	\$ 5,256.49	\$ 5,519.31	\$ 5,795.28
<b>INGRESOS POR SERVICIO</b>	<b>\$ 20,432.21</b>	<b>\$ 47,913.82</b>	<b>\$ 78,092.51</b>	<b>\$111,169.29</b>	<b>\$116,727.75</b>
<b>EGRESOS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
SUELDOS	\$ 2,172.60	\$ 2,281.23	\$ 2,395.29	\$ 2,515.06	\$ 2,640.81
ENERGIA ELECTRICA	\$ 72.42	\$ 76.04	\$ 79.84	\$ 83.84	\$ 88.03
RENTA DE LOCAL	\$ 579.36	\$ 608.33	\$ 638.74	\$ 670.68	\$ 704.22
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	\$ 144.84	\$ 152.08	\$ 159.69	\$ 167.67	\$ 176.05
GASTOS FIJOS	\$ 2,969.22	\$ 3,117.68	\$ 3,273.57	\$ 3,437.25	\$ 3,609.11
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ 17,462.99</b>	<b>\$ 44,796.14</b>	<b>\$ 74,818.94</b>	<b>\$107,732.04</b>	<b>\$113,118.64</b>

## 5.5. Análisis de Flujo de efectivo Proforma

A continuación detallaremos el flujo de efectivo de la operación, para iniciar operaciones se enviara un contenedor el primer año.

El cliente al colocar la orden de compra enviará el anticipo del 50%; de la misma manera, LEGNA colocará la orden de compra al proveedor y se le entregará el 50 % de anticipo del precio pactado del producto. Cuando el producto esté listo para embarque (en un lapso de 3 semanas), se informará al cliente para que envíe el 50 % restante con el cual se liquidará el producto al fabricante y se llevará el producto al puerto de Manzanillo para ser embarcado al puerto de Shanghai; a partir de este punto cliente se hará cargo de pagar los impuestos y retirar el producto del puerto.

Flujo de efectivo de la operación:

Orden de compra del cliente: \$126,000.00 USD

Orden de Compra al proveedor: \$100,800.00 USD

CONCEPTO	oct-16	nov-16
ANTICIPO CLIENTE	\$ 63,000.00	\$ 63,000.00
ANTICIPO PROVEEDOR	\$ (50,400.00)	\$ (50,400.00)
ARRASTE, DESPACHO, MANIOBRAS		\$ (1,297.79)
FLETE Y SEGURO		\$ (3,470.00)
<b>SALDO</b>	<b>\$ 12,600.00</b>	<b>\$ 7,832.21</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>\$ 12,600.00</b>	<b>\$ 20,432.21</b>

### 5.6. Análisis del punto de equilibrio

El mínimo de compra es un contenedor de 20” con 8,400 botellas, por lo tanto eso sería lo mínimo a vender para lograr el punto de Equilibrio.

<b>UNIDADES COMPRADAS</b>	<b>UNIDADES VENDIDAS</b>
<b>8,400</b>	<b>8,400</b>

### 5.7. Evaluación financiera del proyecto

Dado a que las condiciones de la negociación con el cliente, son prácticamente sin financiamiento por parte de la empresa, la inversión para este proyecto es mínima, son una proporción de los gastos operativos de Legna.

## 6. ANEXOS

Anexo 1 - Comunicado de Prensa IMPI\_2014\_045

Anexo 2 - NOM-006-SCFI-2012

Anexo 3 -Traducción circular Ministerio de Salud tequila junio 2013

Anexo 4 - NOM-106-SCFI-2000

Anexo 5 - Propuesta de Contrato de Suministro

## BIBLIOGRAFIA

Balanko-Dickson, G. (2008). *Como Preparar un Plan de Negocios Exitoso*. Mexico: McGraw-Hill.

China customs. (s.f.). *www.customs.gov.cn*. Recuperado el 23 de 10 de 2015, de <http://www.customs.gov.cn/tabid/67735/default.aspx>

CNIT. (13 de 11 de 2014). *www.tequileros.org*. Obtenido de Camara Nacional de la Instrustria Tequilera: [http://www.tequileros.org/stuff/file\\_estadistica/1420652935.pdf](http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1420652935.pdf)

CNIT. (13 de 01 de 2015). *www.tequileros.org*. Obtenido de Camara Nacional de la Instrustria Tequilera: [http://www.tequileros.org/stuff/file\\_estadistica/1429544021.pdf](http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1429544021.pdf)

CNN Expansion. (14 de 02 de 2014). *www.cnnexpansion.com*. Recuperado el 21 de 10 de 2015, de <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/02/11/el-tequila-se-emborracha-de-optimismo>

Consejo Regulador del Tequila. (s.f.). *www.crt.org.mx*. Recuperado el 23 de 10 de 2015, de <https://www.crt.org.mx/index.php/el-tequila/elaboracion-y-normativa>

El Diario de El Paso. (10 de 04 de 2014). *www.eldiario.mx*. Recuperado el 21 de 10 de 2015, de [http://diario.mx/El\\_Paso/2014-04-10\\_b844fae0/aficion-china-por-el-tequila-pone-en-riesgo-mercado-de-texas-y-mexico/](http://diario.mx/El_Paso/2014-04-10_b844fae0/aficion-china-por-el-tequila-pone-en-riesgo-mercado-de-texas-y-mexico/)

El Financiero. (03 de 11 de 2014). *www.elfinanciero.com.mx*. Recuperado el 27 de 10 de 2015, de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/diageo-se-bebe-a-don-julio-y-cuervo-brinda-con-bushmills-irish.html>

EL Informador. (16 de 09 de 2013). *www.informador.com.mx*. Recuperado el 27 de 10 de 2015, de <http://www.informador.com.mx/economia/2013/485723/6/en-manos-de-extranjeros-la-mayoria-de-tequileras.htm>

elsemanario.com. (10 de Septiembre de 2014). Exportacion de Tequila a China Crece 104%. Guadalajara, Jalisco, Mexico. Recuperado el 05 de Julio de 2015, de <http://elsemanario.com/72906/exportacion-de-tequila-china-crece-104/>

Federacion Española de Bebidas Espirituosas. (s.f.). *//www.febe.es*. Recuperado el 06 de 11 de 2015, de <http://www.febe.es/las-bebidas-espirtuosas/que-son-bebidas-espirtuosas/>

Fobes Mexico. (11 de 02 de 2014). *www.forbes.com.mx*. Recuperado el 27 de 10 de 2015, de <http://www.forbes.com.mx/tequila-mexicano-quiere-domar-al-dragon-chino/>

IBISWorld. (2014). *Global Spirits Manufacturing*. IBISWorld.

Jingxue, C. (04 de 02 de 2014). *Escuela Europea de Negocios*. Recuperado el 03 de 11 de 2015, de <http://www.een.edu: http://www.een.edu/capitalempresarial/?p=290>

Milenio.com. (14 de 05 de 2015). Desarrollan estrategia de Marketing para Tequila en China. Guadalajara, Jalisco, Mexico. Recuperado el 23 de 06 de 2015, de [http://www.milenio.com/negocios/China-tequila-marketing-estrategia-misiones\\_comerciales-exportacion\\_0\\_517748321.html](http://www.milenio.com/negocios/China-tequila-marketing-estrategia-misiones_comerciales-exportacion_0_517748321.html)

Ministerui de Asuntos exteriores y de Cooperacion de España (2015). *Ficha País China*.

NOM-006-SCFI-2012. (2012). *NOM-006-SCFI-2012*.

Reporte Indigo. (18 de 09 de 2012). *www.reporteindigo.com*. (E. Contreras, Editor) Recuperado el 27 de 10 de 2015, de <http://www.reporteindigo.com/reporte/mexico/se-apoderan-extranjeros-del-tequila>

Santander Trade. (s.f.). <https://es.santandertrade.com>. Recuperado el 03 de 11 de 2015, de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/china/politica-y-economia>

Secretaria de Economia. (s.f.). *www.economia.gob.mx*. *Reconoce el Gobierno de China la denominación de origen del tequila*. Recuperado el 20 de 10 de 2015, de Secretaria de Economia: <http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/informacion-relevante/10767-boletin-conjunto14-1105>

Secretaria de Relaciones Exteriores. (13 de 09 de 2013). *www.sre.gob.mx*. Recuperado el 21 de 10 de 2015, de Sala de Prensa SRE - comunicados: <http://saladeprensa.sre.gob.mx/index.php/comunicados/3042-323>

Siicex-Caaarem. (s.f.). *www.siicex-caoarem.org.mx*. Recuperado el 23 de 10 de 2015, de <http://www.siicex-caoarem.org.mx/bases/tigie2007.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510b2e/81dbbfbb36bf85cf862573020072b482?OpenDocument>

Troncoso, C. M. (2000). *Plan de Exportacion*. Edo. De Mexico: Prentice Hall.

White, G. (10 de 02 de 2013). *www.telegraph.co.uk*. Recuperado el 06 de 11 de 2016, de <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/9860518/China-trade-now-bigger-than-US.html>  
WIKIPEDIA. (s.f.). <https://es.wikipedia.org>. Recuperado el 03 de 11 de 2015, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica\\_Popular\\_China](https://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica_Popular_China)

[www.trade.ec.europa.eu](http://trade.ec.europa.eu). (s.f.). Recuperado el 23 de 10 de 2015, de [http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2003/september/tradoc\\_113817.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2003/september/tradoc_113817.pdf)