CAPITULO 1

1.1 Introducción.

Más de un millón y medio de litros de mezcal oaxaqueño se exportan cada año y es fácil encontrarlo en países como China, Singapur, Estados Unidos, Europa desde \$20 USD por botella hasta un precio de \$275 USD en Taiwán. Este estado en el sur del territorio Mexicano fue y sigue siendo el centro de la producción de Mezcal desde tiempos coloniales, donde Hernán Cortés tenía su Marquesado. Los españoles y los criollos controlaban la producción, ya que eran los únicos que conocían el proceso de destilación, pero los indígenas rápidamente aprendieron la producción clandestina del mezcal.

Este licor ha sido no sólo una bebida típica en México, también un gran estimulante entre la población indígena. Como cualquier alimento o bebida el mezcal expresa una de las características culturales de su gente, es obligatorio compartirlo en diversidad de celebraciones. Es una bebida de ceremonias y rituales utilizada en el pasado para masajes y curaciones así como para bendecir la recolecta del maíz. La aparición del Mezcal como bebida con alto contenido de alcohol corresponde a la era de la conquista española, haciendo que sea una bebida totalmente híbrida y mestiza al mismo tiempo que combina el pasado indígena de Mesoamérica con la contribución tecnológica y cultural de Europa que lo llevó a lo que fuera el reciente territorio conocido como México.

La palabra Mezcal proviene del vocablo Náhuatl "Mexcalmetl", que significa "Agave". En la actualidad, el término comúnmente utilizado en México para nombrar al "Agave" es "Maguey".

El mezcal es la bebida representativa del estado de mexicano de Oaxaca; es también la que le ha dado fama mundial a esta tierra milenaria y la que da empleo a miles de personas, lo que la ha convertido en la principal industria de esta entidad federativa.

En la actualidad el consumo de esta bebida a nivel nacional, se limita principalmente al estado de Oaxaca y a algunas entidades de la República Mexicana. Pero es en el extranjero en donde esta bebida espirituosa ha tenido gran demanda y éxito debido no solo a la calidad de su producción sino también al origen exótico de su elaboración, la cual es casi en su totalidad artesanal, y por supuesto a su inconfundible y delicioso sabor y bouquet.

La apreciación de esta bebida en el extranjero ha traído consigo un gran aumento de la demanda de la misma, lo que ha contribuido que el nivel de exportación del mezcal haya crecido en los últimos años de manera considerable. Dicho crecimiento ha creado grandes oportunidades de negocios no solo para los productores de esta bebida, sino también para aquellos que se encargan de su comercialización; muchos son los países en donde el mezcal es apreciado o esta empezando a serlo, Brasil es uno de ellos, especialmente en su principal ciudad y motor económico, Sao Paulo, así como en su principal destino turístico, la ciudad de Río de Janeiro.

Ambas ciudades son los principales centros de distribución y consumo dentro del mercado brasileño, ambas son motores de la economía del Brasil y ambas cuenta con un nivel de ingresos muy superior a otras grandes ciudades y capitales latinoamericanas.

Es por estos atributos y ventajas, que estas ciudades son el mercado objetivo para introducir la marca de mezcal "La Feria", pues las características del mercado auguran un gran éxito de introducción y comercial, lo que traerá grandes beneficios y oportunidades de crecimiento para la empresa.

Dichas oportunidades, quieren ser aprovechadas en este proyecto de exportación, el cual tiene como meta principal, llevar esta bebida mexicana a otros mercados internacionales, específicamente el mercado brasileño, para que pueda ser disfrutada y apreciada tal y como lo hacían los antiguos Reyes Zapotecos.

1.2 Definición o Planteamiento del Problema.

La elaboración de un Plan de Negocios de Exportación para comercializar el mezcal "La Feria" en un mercado internacional, especificamente el mercado brasileño, es solo una de las muchas formas que una empresa tiene para poder expander sus ventas y su mercado. Pero, a diferencia del mercado local, los mercados internacionales son muy cambiantes, y en ellos se tiene que tener las características esenciales para poder lograr un éxito en el mismo, el cual es lograr una introdución satisfactoria del producto, lo que conllevará un aumento en el nivel de ventas y en la presencia de la empresa en otros mercados.

La principal problemática detectada en la elaboración de este Plan de Negocios de Exportación es determinar la viabilidad de la empresa para poder incursionar en mercados internacionales altamente competitivos y exigentes, no solo en la calidad del producto, si no tambien en sus características esenciales como el sabor, bouquet, originalidad en su envase y presentación, etc. Ya que la determinación de dicha viabilidad le garantizará a la organización un mayor éxito internacional, una mayor presencia en otros mercados, un aumento en sus ventas y por lo consecuente, una mayor retribución económica.

1.3 Objetivo General.

El objetivo general de este trabajo de investigación recepcional es el analizar y determinar la factibilidad de la elaboración e implementación de un proyecto de exportación para el mezcal "La Feria", para poder establecer una base metodológica que sirva como guía para comercializar este producto en mercados internacionales, específicamente en el mercado de Brasil, considerando en este las posibles variables que puedan afectar o repercutir en el éxito o fracaso del mismo.

1.4 Objetivos Específicos.

- 1. Elaborar un Proyecto de exportación para el mezcal "La Feria", para que este pueda ser dado a conocer y comercializado en mercados internacionales, específicamente en el mercado del Brasil.
- 2. Implementar o aplicar dicho Proyecto de exportación para poder comercializar el mezcal "La Feria".

1.5 Alcances y Límites de la Investigación.

El área a investigar en este trabajo o proyecto, abarca el área de Negocios Internacionales en especial en lo correspondiente al proceso de exportación y comercialización en el extranjero de un producto típicamente mexicano, en este caso, limitándose a una bebida espirituosa denominada "Mezcal La Feria", dentro del mercado de Brasil

Dicho estudio pretende establecer las bases necesarias para introducir con éxito este producto originario del estado mexicano de Oaxaca en dicho mercado extranjero, analizando las diversas variables que pudieran afectar su proceso de comercialización, y aumentando así el consumo de este en el país antes citado lo que traerá consigo un beneficio económico a la empresa.

1.6 Justificación de la Investigación.

En la actualidad, el comercio exterior se ha convertido en el motor de crecimiento de muchas empresas, que al ver estas las grandes limitaciones en los mercados internos debido a diversos factores que influyen en el, han visto en los mercados internacionales una opción viable para la comercialización de sus productos y servicios. El comercio exterior, se mide con las exportaciones e importaciones de bienes y servicios. Al crecimiento de la producción y venta mundial se ha unido un crecimiento del comercio internacional desde principios del siglo XIX, por lo que se considera que el comercio exterior es un motor de crecimiento económico, ya sea como una causa de este crecimiento o como un factor favorecedor del mismo.

Hoy en día, el dinamismo del comercio exterior es un elemento esencial del crecimiento económico; la principal característica del actual comercio exterior es la multilateralidad, que contrasta con los acuerdos bilaterales entre los países. Esta característica es la que confiere al comercio exterior su carácter de fenómeno global. El comercio multilateral requiere la eliminación de los acuerdos bilaterales entre los países, lo que permite un mayor flujo de productos y servicios entre los mismos, generando grandes oportunidades de negocios, las cuales benefician a todos aquellos que comercialicen con éstos.

Es común pensar que el comercio internacional se reduce al intercambio de bienes finales, pero lo cierto es que un elevado porcentaje de las transacciones se produce intercambiando bienes producidos en varios países y ensamblándolos en otros, que a su vez exportan el bien final a otros. Este proceso refleja la globalización del proceso de producción y se debe a la planificación de esta por parte de grandes corporaciones multinacionales que producen cada componente del bien final para su fabricación.

Por su parte hay otros productos y servicios que son elaborados en su totalidad en determinados países y regiones, este es el caso del mezcal oaxaqueño, el cual es un producto que cuenta con sus reglas de origen, las cuales limitan su producción total dentro del territorio del estado mexicano de Oaxaca, las cuales garantizan su autenticidad, sabor y por supuesto nivel de calidad. Todas estas características han contribuido al éxito de este producto dentro y fuera del estado de Oaxaca.

Este es el objetivo de este trabajo, el cual tiene como fin la elaboración e implementación de un proyecto de exportación para comercializar en mercados internaciones (específicamente el mercado brasileño), el mezcal "La Feria", el cual es una bebida típica del estado mexicano de Oaxaca y que ha tenido una gran aceptación y demanda en el mercado mundial, lo que ha provocado que este producto tenga grandes oportunidades de negocios y beneficios para esta industria fuertemente golpeada por el mercado interno mexicano y que ha visto en el extranjero grandes oportunidades de negocios y expansión. Y a su vez, que este trabajo sirva como guía para que dicho proceso sea más efectivo, viable y que garantice la óptima comercialización del producto y a su vez, la recuperación de la inversión realizada.