

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TESIS DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
MENCIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**EXPORTACIÓN DE VINO DE CONSAGRAR EN BOTELLAS DE
250ML AL MERCADO NORTEAMERICANO**

ING. MARÍA ALEXANDRA ESPINOZA VÁSCONEZ

DIRECTOR: ING. MARIANO MERCHAN FOSSATI, MBA.

QUITO, 2015

DIRECTOR:

Ing. Mariano Merchán Fossati, MBA.

INFORMANTES:

Ing. Francisco Vargas Carrión, Msc.

Ing. Bayardo Flores Tapia, MBA.

DEDICATORIA

A mi madre y mis abuelitos, pilares fundamentales en mi vida, mis hermanos compañeros participes en cada momento, a ese amigo y cómplice que más de una vez fue mi empuje para continuar y no decaer en esta etapa de mi vida

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
1 LA EMPRESA Y SU PROCESO PRODUCTIVO.....	4
1.1 EL PRODUCTO QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA VINOS CANÁ.....	4
1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE VINOS CANÁ.....	6
1.2.1 Área Administrativa.....	6
1.2.1.1 Filosofía.....	6
1.2.2 Área Financiera.....	9
1.2.3 Área Comercial.....	10
1.3 EL PROCESO PRODUCTIVO VIGENTE.....	11
1.3.1 Cultivo de la materia prima.....	11
1.3.1.1 Preparación del terreno destinado para la siembra.....	11
1.3.1.2 Demarcación del área (viñedo).....	12
1.3.1.3 Obtención de la semilla o planta.....	13
1.3.1.4 Cuidado, cosecha y almacenaje.....	13
1.3.2 Producción del vino de consagrar.....	14
1.4 LOS PROVEEDORES COMUNITARIOS.....	15
1.5 PRODUCCIÓN NACIONAL Y DE EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA.....	16
2 LAS EXPORTACIONES DE VINO A LOS ESTADOS UNIDOS.....	20
2.1 REQUISITOS LEGALES PARA LA EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS.....	20
2.1.1 Documentación Necesaria.....	20
2.1.1.1 Factura Comercial.....	20
2.1.1.2 Otras Facturas.....	21
2.1.1.3 Custom Broker.....	23
2.1.1.4 Bonos de Aduana.....	23

2.1.1.5	Tipos de Bono	24
2.1.1.6	Customs Automated Forms Entry Systems – CAFES.....	24
2.1.1.7	Exportación de Vino a Estados Unidos	24
2.2	REQUISITOS SANITARIOS DE EXPORTACIÓN DE VINO DE CONSAGRAR.....	26
2.2.1	Registro de productos adulterados de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA).....	26
2.2.1.1	Requisitos de Composición.....	26
2.2.1.2	Requisitos Fitosanitarios para papeletas y embalajes de madera de madera entera	26
2.2.1.3	Ley de Bioterrorismo	27
2.2.1.4	¿Qué es el Bioterrorismo?.....	27
2.2.1.5	Importancia de la Ley	28
2.2.1.6	Estructura de la Ley Bioterrorista	28
2.3	MEDIOS DE TRANSPORTE DE VINO	29
2.4	TÉRMINOS DE EXPORTACIÓN DE VINO A LOS ESTADOS UNIDOS	34
3	AMPLIACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN	37
3.1	REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO	37
3.2	REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA.....	38
3.2.1	Maquinaria del área de producción.....	38
3.3	NUEVOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN	42
3.4	LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN.....	44
3.5	INVERSIONES EN MAQUINARIA, MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA.....	44
3.5.1	Maquinaria	45
3.5.2	Materia Prima.....	45
3.5.3	Mano de Obra.....	46
3.6	COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	48
4	EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	50
4.1	INVERSIONES TOTALES EN ACTIVOS DEPRECIABLES Y NO DEPRECIABLES	50
4.1.1	Activos depreciables	50

4.1.2 Activos no depreciables	52
4.2 CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO	52
4.2.1 Costos	52
4.3 INGRESOS	56
4.4 FINANCIAMIENTO	58
4.5 BALANCE DE RESULTADOS	60
4.6 FLUJO DE EFECTIVO	60
4.7 INDICADORES FINANCIEROS	62
4.7.1 TMAR o costo de oportunidad	62
4.7.2 Valor actual neto (VAN)	62
4.7.3 Tasa interna de retorno (TIR)	63
4.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	64
4.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	65
5 IMPACTOS DE LA INVERSIÓN	67
5.1 IMPACTOS SOCIALES	68
5.2 IMPACTOS ECONÓMICOS	68
5.3 IMPACTO EMPRESARIAL	69
5.4 IMPACTO COMERCIAL	69
6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
6.1 CONCLUSIONES	71
6.2 RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	75
Anexo No. 1. Acta Federal de Administración	76
Anexo No. 2. Formulario Personal	79
Anexo No. 3. Certificado de Aprobación de Etiqueta	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Porcentaje de participación proveedores comunitarios	16
Tabla 2. Datos proveedores comunitarios	16
Tabla 3. CIIU del negocio	17
Tabla 4. Producción total.....	17
Tabla 5. Datos del importador - distribuidor	18
Tabla 6. Impuestos y Cuotas de Cambio	25
Tabla 7. Estructura de la ley Bioterrorista.....	28
Tabla 8. Medidas del contenedor.....	34
Tabla 9. Términos de negociación.....	44
Tabla 10. Inversión en maquinaria	45
Tabla 11. Requerimiento de materia prima	46
Tabla 12. Empleados de Vinos Caná.....	47
Tabla 13. Rol de pagos área de producción.....	48
Tabla 14. Producción luego de expansión.....	49
Tabla 15. Costos generales de fabricación	49
Tabla 16. Equipos de oficina.....	50
Tabla 17. Instalación y mejoras.....	50
Tabla 18. Instrumentos	51
Tabla 19. Maquinaria.....	51
Tabla 20. Resumen de inversiones en activos depreciables.....	51
Tabla 21. Activos no depreciables.....	52
Tabla 22. Materia prima	53
Tabla 23. Mano de obra directa.....	53
Tabla 24. Costos indirectos de fabricación.....	53
Tabla 25. Costo de ventas.....	54
Tabla 26. Gastos suministros.....	54
Tabla 27. Gastos servicios básicos	54
Tabla 28. Gastos servicios de terceros	54

Tabla 29. Gastos sueldos	55
Tabla 30. Depreciaciones	55
Tabla 31. Amortizaciones.....	55
Tabla 32. Capital de trabajo.....	56
Tabla 33. Ingresos por ventas.....	57
Tabla 34. Proyección de ingresos.....	57
Tabla 35. Estructura del financiamiento.....	58
Tabla 36. Tabla de amortización	59
Tabla 37. Estado de resultados	60
Tabla 38. Flujo de efectivo	61
Tabla 39. TMAR	62
Tabla 40. VAN	63
Tabla 41. TIR.....	64
Tabla 42. Período de recuperación de la inversión.....	65
Tabla 43. Análisis de sensibilidad.....	65
Tabla 44. Niveles de impacto	67
Tabla 45. Impacto social.....	68
Tabla 46. Impactos económicos	68
Tabla 47. Impacto empresarial	69
Tabla 48. Impacto comercial	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Etiqueta	5
Figura 2. Gestión Desarrollo Humano.....	6
Figura 3. Planificación financiera.....	9
Figura 4. Área de mercadeo o comercialización	11
Figura 5. Siembra de pie franco.....	13
Figura 6. Proceso de producción	14
Figura 7. Etiqueta de vino en español e inglés	31
Figura 8. Vino en envase primario	32
Figura 9. Vino en envase secundario.....	32
Figura 10. Palet certificado.....	33
Figura 11. Contenido de la marca.....	33
Figura 12. Contenedores para exportar vino	34
Figura 13. Espacio físico	38
Figura 14. Máquina estrujadora.....	39
Figura 15. Máquina despalladora	39
Figura 16. Bombas y sinfines	40
Figura 17. Tribloc modelo XPLT-TLT/S	41
Figura 18. Máquina Etiquetadora	42
Figura 19. Flujograma de procesos	43
Figura 20. Comparativo de empleados.....	47

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se encuentra enfocado en la Empresa “Vinos Caná”, ubicada en la ciudad de Ibarra – Provincia de Imbabura, la misma que con una experiencia de 15 años en la elaboración de vinos de consagrar, tiene hoy en día la posibilidad de ampliar su producción y llegar con su producto al mercado norteamericano, por requerimientos de un potencial cliente en los Estados Unidos.

Es así que mediante la presente investigación, se proyectó dar solución a una interrogante de inversión, que es saber si el negocio de ampliación de Vinos Caná es posible y favorable para la Empresa.

El objetivo principal consiste en evaluar la oportunidad de negocio que tiene Vinos Caná, para la exportación de vino de consagrar en botellas de 250ml. al mercado norteamericano, a través de un diagnóstico de producción, exportación y evaluación financiera, que permita tomar la decisión de ampliar su planta procesadora.

Para lo cual se determinó los procesos de producción existentes, la situación actual de la empresa.

Se analizó los términos y requisitos de exportación de vino al mercado norteamericano.

Se identificó las inversiones requeridas para la ampliación de la planta de producción de vino de consagrar.

Finalmente se evaluó la inversión y se estableció los impactos que acarrea la ampliación de la planta de Vinos Caná.

En conclusión la propuesta resultó favorable debido a que los indicadores financieros son positivos, el período de recuperación es considerable y los impactos causados generan un aporte de desarrollo tanto para la Empresa como para la comunidad.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador, se ha caracterizado entre otras cosas, por ser un país católico, en donde las tradiciones entorno a estas creencias aún se mantienen, por lo que el vino de consagrar se lo produce de forma muy común sobre todo en los conventos religiosos, aunque ya existen empresas productoras de este producto, una de éstas es “Vinos Caná” la misma que por varios años ha venido realizando exportaciones a Estados Unidos, pero debido a la exigencia del mercado se ha visto en la necesidad de expandirse, es decir, aumentar su producción en grandes cantidades y así cubrir la demanda generada en el mercado norteamericano.

Este producto ha tenido una gran aceptación en mercados internacionales, proporcionando así un plus de calidad y producción a la sociedad ecuatoriana.

La presente investigación además de proporcionar la información necesaria para la empresa, pretende servir como un referente bibliográfico para futuras investigaciones, además el resultado de este estudio, le permitirá a la investigadora poder demostrar y plasmar todos los conocimientos adquiridos durante los años de estudio, dinamizando el desarrollo económico y social del país mediante la obtención del título de Magíster en administración de empresas.

Para las iglesias cristianas, la historia presenta en Mateo Capítulo 26 que Jesús, la noche antes de comenzar su Pasión, quiso tener con sus apóstoles una última cena, a sabiendas que pronto había de morir y no estaría más entre sus discípulos, por ello, durante la cena tomó un pedazo de pan, dio gracias, lo repartió diciendo “Tomad y comed todos de él porque esto es mi cuerpo, que será entregado por vosotros” (La Biblia, 2012) luego tomó una copa de vino y dijo “Tomad y bebed todos de él, porque éste es el cáliz de mi sangre, sangre de la alianza nueva y eterna que será derramada por vosotros y por todos los hombres para el perdón de los pecados. Haced esto en memoria mía” (La Biblia, 2012),

así nace la eucaristía y con ella el vino de consagrar que significa: transformar el pan y el vino en el cuerpo y la sangre de Jesús.

En adelante, varias religiones cristianas han seguido esta liturgia, comenzando por la Iglesia Católica y seguido por la Iglesia Evangélica, que constituyen la gran mayoría de creyentes de la religión cristiana en el mundo.

Esta liturgia cristiana universal, que se la realiza cada domingo de la semana durante todo el año, invita a consumir un vino especialmente fabricado para dicha actividad sacerdotal que es el vino de consagrar, el cual tiene las características que es dulce, 100% puro, sin ingredientes químicos y con un grado alcohólico 13 grados.

Este vino ha sido históricamente consumido en todo el mundo cristiano y para el abastecimiento de la ciudad de Quito existen tres productoras ubicadas una en Chaltura, otra en la parroquia “Divino Niño” en Ibarra y otra en Otavalo. Siendo “Vinos Caná” de Ibarra el más consumido debido a su mejor calidad y las medidas sanitarias tomadas para su elaboración, superando en ventas a la competencia e inclusive manteniendo una pequeña línea de exportación hacia los Estados Unidos a través de la cadena Costco Wholesale.

En la actualidad Vinos Caná están siendo continuamente visitadas por el Ministerio de Salud Pública que controla la influencia de la empresa en el ambiente, tipo de líquidos que se utilizan y que se cumplan las condiciones ideales para la elaboración del mismo, vigilando que se cumplan las regulaciones correspondientes en materia de alimentos y bebidas, especialmente que no se encuentre a su alrededor algún tipo de focos de infección como el de la crianza de animales menores: cuyes, conejos, cerdos y gallinas.

La Empresa “Vinos de Caná” con más de 15 años de experiencia en la elaboración de vinos de consagrar, tiene hoy en día la posibilidad de aumentar su producción, especialmente por requerimientos de un cliente en los Estados Unidos, que le ha pedido triplicar sus entregas, con miras a llegar a realizar pedidos a mayor escala, por lo que debe hacer un proyecto de inversión que determine las hectáreas de producción, los montos a invertir, su financiamiento y recuperación, así como solicitar la participación comunitaria

para incrementar sus tierras cultivadas de uva, a fin de cumplir sus pedidos presentes y futuros.

Esta oportunidad de negocios con Costco Wholesale implica un crecimiento rápido de la empresa, pero programado y evaluado financieramente de tal manera que se pueda determinar si existirá una recuperación de lo invertido a corto plazo y su retorno económico es favorable, descartando de ser el caso la inversión en el caso de pérdidas o indicadores de baja recuperación.

Es así que, a través de la presente investigación, se pretende dar solución a una interrogante de inversión que sería la de saber si el negocio de ampliación de Vinos Caná es posible y será favorable para la Empresa y no constituirá un eventual riesgo de pérdida que llevaría a cerrar el negocio con los consecuentes efectos en el empleo directo e indirecto, ya que los proveedores de uva locales viven también de sus ventas.

La presente investigación ha planificado primeramente verificar que exista la posibilidad de incremento de la producción y que todos los procesos productivos estén acorde con una eventual ampliación de las ventas al mercado Norteamericano a través de Costco Wholesale, además constatar que exista la suficiente materia prima (uva) para dicho aumento, lo que significará apoyo comunitario de los habitantes del sector, dando mayor capacitación para obtener una uva de alta calidad con beneficios en la reducción del desempleo en el sector, así como la de evitar la migración interna hacia las grandes urbes. También el hecho de incrementar la producción, llevará a la Empresa Vinos Caná a crecer significativamente, lo que dará los réditos que han esperado sus propietarios, a fin de mantener el negocio para las actuales y futuras generaciones familiares, siendo aún más necesario la investigación previa al lanzamiento de una aventura económica de grandes influencias en la familia, los trabajadores y el sector donde se encuentra ubicada.

Finalmente, la necesidad que tiene el país de mejorar su balanza comercial con países como los Estados Unidos de Norte América, será parte de los beneficios que tenga el presente proyecto de ampliación de producción, con resultados favorables para nuestro sistema de dolarización monetaria.

1 LA EMPRESA Y SU PROCESO PRODUCTIVO

1.1 EL PRODUCTO QUE COMERCIALIZA LA EMPRESA VINOS CANÁ

La Empresa Vinos Caná, tiene como actividad principal la producción, venta y exportación de vinos de consagrar, mismo que según lo menciona Narváez (2012) “es el vino utilizado en las liturgias cristianas y, en particular, en la misa, que en las diferentes iglesias cristianas es una expresión de la eucaristía”, además menciona que en varias culturas es muy conocido por su utilización como vino de mesa, para acompañar carnes, por su bajo contenido de alcohol.

De acuerdo a Lausategui (2009), el vino de consagrar es un producto que se obtiene de la uva, mediante la fermentación de su mosto o zumo, en un proceso que más adelante se detallará, y del que, como resultado se obtiene un producto de no más de 13 grados de alcohol. Este producto es muy utilizado en los templos católicos como representación de la sangre de Jesús (La Biblia, 2012), pero también es muy utilizado en ciertos hogares para acompañar ciertas comidas.

Según la información emitida por la empresa Vinos Caná (2013), en la actualidad la empresa cuenta con 15 años de experiencia en el mercado nacional y 5 en el norteamericano, siguiendo un estricto control de calidad, mismo que le ha permitido consolidarse con su principal producto.

Se debe tomar en cuenta que aunque el Ecuador no se ha caracterizado por la producción de uva con estos fines, hoy en día ya se cuenta con viñedos que proporcionan la materia prima de calidad para producir vinos de excelente calidad, ese es el caso de la empresa Vinos Caná, que al momento cuenta con 5 hectáreas de terreno en la ciudad de Ibarra, en donde realiza la producción de su materia prima para elaborar vino de consagrar, el mismo que es elaborado en la planta ubicada en la misma localidad.

Al momento la empresa cuenta con botellas de tres tamaños diferentes, 750ml, 500ml y 250ml, siendo esta última la que requiere más demanda del mercado norteamericano, es por ello que el presente estudio se direcciona a su introducción en mayor escala a este mercado.

La etiqueta, parte elemental de un producto es la que sin lugar a dudas ayuda de manera clara al mejor posicionamiento del producto en el mercado nacional e internacional, a continuación se la presenta de forma gráfica:



Figura 1. Etiqueta
Elaborado por: La autora

1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE VINOS CANÁ

Para determinar la situación actual de la empresa, se utilizará la herramienta administrativa PCI, misma que según Amaya (2009) es “Perfil de la Capacidad Interna (PCI), aquella que permitirá definir cuáles con las debilidades y fortalezas, así como de su impacto dentro de la organización.” (pág. 22).

1.2.1 Área Administrativa

La mayor fortaleza de la empresa se encuentra en su equipo de trabajo. Por lo cual Vinos Caná emprende proyectos importantes para brindar el mejor servicio a todos sus colaboradores. El mayor esfuerzo se enfoca en el desarrollo de las habilidades de sus colaboradores, mediante un programa de capacitación continua dirigido a todo el personal. (Vinos Caná, 2013)

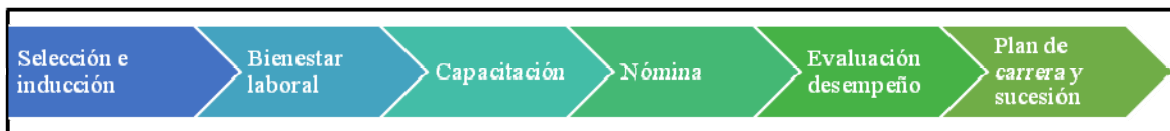


Figura 2. Gestión Desarrollo Humano

Fuente: Vinos Caná (2013)

Elaborado por: La autora.

Este departamento tiene su accionar en cinco aspectos importantes que se detallan a continuación:

- Clima organizacional
- Cultura e identidad
- Políticas corporativas
- Políticas de Seguridad e Higiene Industrial
- Desarrollo de Talento Humano

1.2.1.1 Filosofía

Vinos Caná es una empresa que tiene 15 años de experiencia en el mercado, comercializando vinos de consagrar.

Misión: “Vinos Caná” es una empresa productora y comercializadora de vinos de consagrar, que fomenta e impulsa el mejor ambiente laboral en la organización, dirigido por un grupo de profesionales que trabajan con ética, responsabilidad, compromiso, y honestidad satisfaciendo las necesidades del cliente de acuerdo a las tendencias actuales del mercado. (Vinos Caná, 2013)

Visión: Para el 2019 ser una empresa líder en la producción y comercialización de vino de consagrar en el país y en el mercado norteamericano, a través del mejoramiento continuo con una estructura moderna y flexible que le permita adaptarse a las exigencias del mercado, con tecnología de punta y un sistema moderno de información garantizando la calidad del producto. (Vinos Caná, 2013)

Valores

- **Respeto:** Resaltar los principios, pensamientos, sentimientos y acciones de todas las personas, especialmente de los clientes, para que de esta manera la organización viva en armonía, respetando a todos sus semejantes.
- **Espíritu de Equipo:** Todos deben colaborar entre sí. Para cumplir con objetivos propios y de toda la empresa.
- **Responsabilidad:** Ser responsables todos y cada uno de los miembros de la empresa, con las funciones encomendadas.
- **Honestidad:** Ser honestos para crecer siendo libres a través de la verdad y la integridad, combatiendo la corrupción así se puede crear una empresa transparente e íntegra.
- **Perseverancia:** Cumplir los sueños y las metas trazadas, tener tenacidad para convertirlos en realidad, luchar día a día, por el gran ideal, solo de esta manera se podrá llegar a convertir lo deseado en algo verdadero.

Principios corporativos

- Crear un valor diferenciado, fundamentado en el enfoque hacia el consumidor, la innovación y un alto nivel de desempeño.

- El equipo de trabajo debe ser artífice de la generación de valor y expansión del mercado.
- El estilo de gestión es prioritario para generar pasión por lo que haces.
- El comportamiento ético e integridad personal y profesional, son los valores que nos llevarán a entender y desarrollar nuestra actividad y a nuestra gente.
- La responsabilidad social corporativa debe ser un compromiso con la comunidad y a beneficio del desarrollo del Ecuador.
- El compromiso con la naturaleza es nuestro factor diferenciador en el mercado.

El direccionamiento es claro, pero cabe indicar que no existe un sistema informático específico que permita proporcionar información referente a selección y desarrollo del talento humano, nómina, egresos, seguridad física y reportes gerenciales lo que representa una debilidad de mediano impacto por la falta de automatización. (Vinos Caná, 2013)

La selección de personal cuenta con un procedimiento estricto que se cumple a cabalidad, lo cual representa una fortaleza de alto impacto ya que garantiza que el recurso humano cumpla el perfil y competencias requeridas para llenar una vacante.

El personal incorporado debe involucrarse con la organización para lo cual se desarrolla una inducción que consiste en charlas informativas de la reseña histórica, misión, visión, políticas, estructura organizacional, entrega del reglamento interno de trabajo y una visita a las instalaciones de la planta industrial para conocimiento del proceso; lo que representa una fortaleza de alto impacto. (Vinos Caná, 2013)

Se puede identificar que el proceso de capacitación no está muy bien estructurado ya que existen áreas que no tienen acceso a ella por un inadecuado diagnóstico de necesidades pese a que se cuenta con un presupuesto anual para este rubro, lo que representa una debilidad de mediano impacto.

El pago de los haberes a los empleados lo realiza quincenalmente acumulando para la segunda quincena el pago de horas extras, cabe resaltar que los niveles de remuneración están dentro del promedio del mercado y que existen planes de incentivos económicos para

el personal de ventas y producción de acuerdo a presupuestos establecidos mensualmente, representando para la organización una fortaleza de alto impacto. (Vinos Caná, 2013)

Todo lo expuesto anteriormente permite indicar que esta área representa una fortaleza de mediano impacto a la organización ya que se trabaja por el bienestar del recurso humano y esto finalmente permite a la empresa trabajar comprometidamente por elaborar un producto de calidad a través de una buena gestión desarrollada por sus altos mandos con la colaboración de todos quienes conforman Vinos Caná, reconocida a nivel nacional y en el mercado norteamericano.

1.2.2 Área Financiera

“La capacidad financiera, mide aquellas fortalezas y debilidades que se presentan como consecuencia de los niveles de endeudamiento y financiamiento de la organización.”(Amaya, 2009, pág. 35).

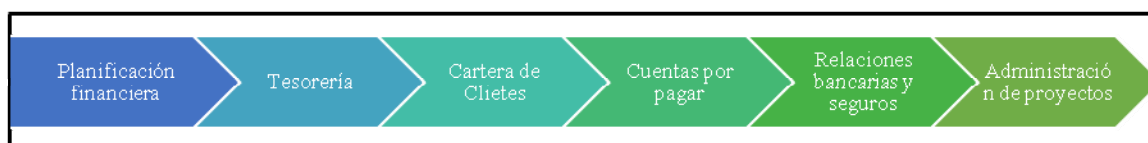


Figura 3. Planificación financiera

Fuente: Vinos Caná (2013)

Elaborado por: La autora.

El área financiera de Vinos Caná, es la responsable de las políticas globales financieras y dentro de ellas:

- Planificación financiera
- Control de gestión
- Tesorería

La elaboración del presupuesto se realiza de manera mensual en base a los requerimientos de cada área y es consolidado por un analista financiero quien lo elabora y lo aprueba previa revisión y autorización del Gerente Financiero. El presupuesto no puede ser modificado durante el mes y los valores adicionales en los que se incurren deben ser

ingresados mediante el módulo de ajustes y es aprobado previa una explicación detallada que lo sustente. (Vinos Caná, 2013)

Este punto para la organización es considerado como una debilidad de mediano impacto porque en muchas ocasiones puede retrasar procesos y generar malestar en los clientes.

La evaluación presupuestaria se la realiza mensualmente donde se coteja valores ingresados con valores utilizados y se obtiene el porcentaje de ahorro o no utilización, dependiendo del caso.

El sistema contable no es totalmente automatizado por tal motivo los balances son entregados mensualmente, debido a la falta de desarrollo de algunos módulos del sistema informático, lo que representa una debilidad de alto impacto por la manipulación de la información y error en la información ingresada.

Los tributos y obligaciones son cancelados en los plazos establecidos para evitar sanciones o deterioro de cupos crédito con proveedores o el sistema financiero. La situación económica de la empresa es sana, manejan flujos de caja diarios donde refleja la recuperación de cartera e ingresos por ventas y pago a proveedores cuyo plazo de pago son 90 días.

Este panorama nos permite identificar una fortaleza de alto impacto ya que gran porcentaje de clientes compran al contado y el flujo de efectivo es considerable.

1.2.3 Área Comercial

La capacidad de comercialización es medida a través del desempeño del departamento como tal, además de la utilización efectiva de las estrategias de mercadeo con el fin de mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado.

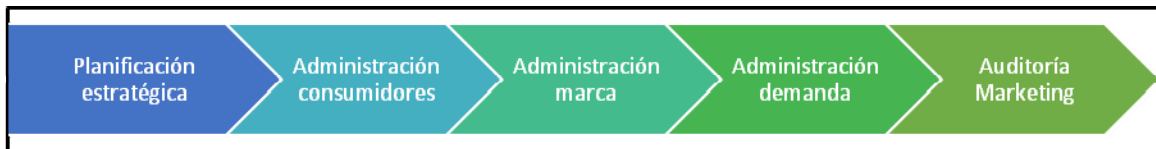


Figura 4. Área de mercadeo o comercialización

Fuente: Vinos Caná (2013)

Elaborado por: La autora.

El departamento de marketing tiene como objetivo primordial llevar a cabo campañas publicitarias que ayuden a los potenciales clientes, a conocer la empresa y al producto en sus diferentes presentaciones. (Vinos Caná, 2013)

Se considera como una debilidad de alto impacto porque no se dispone de un control de los clientes, es importante conocer lo que percibe al momento de adquirir el producto y si este cumple con las expectativas del mismo, lo que puede beneficiar o perjudicar a la empresa en el caso de que no se realicen los controles pertinentes con respecto a este aspecto.

1.3 EL PROCESO PRODUCTIVO VIGENTE

Actualmente la empresa cuenta con tecnología de punta, misma que permite la obtención de un producto de calidad, cumpliendo las normas de calidad ISO 9001-2000. El proceso productivo de la empresa Vinos Caná (2013) consta de dos etapas muy importantes, el cultivo de la materia prima y la producción propia del vino:

1.3.1 Cultivo de la materia prima

1.3.1.1 Preparación del terreno destinado para la siembra

Este es un paso muy importante, por lo que la empresa cuenta con terrenos propios de 5 hectáreas, de esta manera se garantiza la calidad de la materia prima, este debe ser casi desértico y arcilloso, puesto que la planta de la uva no necesita de mucha irrigación para su crecimiento, pero se debe cuidar que exista erosión para que la planta pueda recibir la nutrición necesaria, y así facilitar el libre desenvolvimiento del sistema radicular de la planta. (Vinos Caná, 2013)

Se debe cumplir con las condiciones de análisis del suelo como:

- Se realizará un arado de por lo menos 30cm de profundidad
- Se procederá a tomar una muestra de la tierra para analizarla en un laboratorio que con este fin cuenta la empresa, de esta manera se conoce con certeza el estado del lugar en donde se cosechará la materia prima.
- Una vez obtenido el resultado positivo, se limpiará la superficie, este proceso llevará entre tres y cuatro meses. Se reutilizará la vegetación removida para crear material orgánico que favorezca a la siembra.
- A continuación se ejecutará la subsolada del área, esta consiste en remover la tierra sin voltearla a una profundidad de entre 40 y 60cm
- Por último, se realizará el arado y rastra del terreno, de forma cruzada y a una profundidad de 20 a 25cm.

1.3.1.2 Demarcación del área (viñedo)

Para que esta parte del proceso sea la adecuada, se debe tomar en cuenta la distancia de siembra, y la orientación de las hileras de la siembra; tomando en cuenta los siguientes factores:

- **Distancia de siembra:** Se debe tomar en cuenta la calidad de la semilla, que proporcionará el vigor a la planta, y la fertilidad del suelo, la empresa en sus cultivos presenta un esparcimiento de 3m x 2.5m de esta manera se obtiene 1.333 planta por cada hectárea de sembrío.
- **Orientación de las hileras:** Estas deben estar orientadas en sentido transversal al escurrimiento de las aguas de lluvia, aquí se deben realizar señalizaciones ya que tendrán una profundidad de 60m x 60m x 60m
- **Fertilización:** Esta debe ser equilibrada, puesto que esto permitirá la obtención de plantas verdes, robustas y que brinden racimos llenos, este proceso se lo realiza previo a la siembra, y como mantenimiento durante el crecimiento de la planta.

1.3.1.3 Obtención de la semilla o planta

La empresa cuenta con proveedores de plantas madre, esto quiere decir que al momento no se utiliza semillas, sino que se realiza el proceso de siembra mediante “pie franco” esto se debe a que se los puede manipular para que el resultado sean racimos de acuerdo a lo requerido dentro del proceso de producción.



Figura 5. Siembra de pie franco

Fuente: Vinos Caná (2013)

Estas se las coloca en los hileras ya preparadas con anterioridad, en recipientes de fundas de plástico de material biodegradable, esta facilita al que el enraizamiento sea mucho más eficaz.

1.3.1.4 Cuidado, cosecha y almacenaje

Los viñedos se caracterizan por ser plantas que no necesitan de cuidados muy exigentes, pero la empresa con el fin de proporcionar calidad en su producto, vela por estos, con un control muy exhaustivo mediante la realización de la fertilización pertinente y del cuidado de plagas propias del suelo, es importante destacar que en este tipo de cosechas se realiza un riego por goteo, de esta manera se evitan las enfermedades ocasionadas por el remojo del follaje de la planta. (Vinos Caná, 2013). La cosecha se la realiza dos veces al año, y se almacenarán los racimos en cajas pequeñas de esta manera se evitará el maltrato de la materia prima.

1.3.2 Producción del vino de consagrar

Vinos Caná (2013), cuenta con la tecnología necesaria para cumplir con todos los requerimientos y normas de calidad, tanto nacionales como internacionales, es por eso que cuenta con un riguroso sistema de producción, el mismo que le ha permitido hasta el momento obtener un producto de calidad, con posicionamiento en el mercado nacional y norteamericano.



Figura 6. Proceso de producción

Fuente: Aranda, Zabalsa, Martínez, Valero y Scarpellini (2006, pág. 29)

- **Recepción:** Desde los viñedos propios y de aquellos aledaños, se receipta la materia prima mediante un riguroso proceso de control de calidad, puesto que de esto depende la calidad del vino a ser comercializado.
- **Maceración en frío:** Una vez que el producto se encuentra en las bodegas, se debe evitar que el proceso de fermentación natural se inicie, esto se lo realiza a través del frío, este proceso servirá para que cada uno de los hollejos o uvas conserven su potencial gustativo y aromático.
- **Prensado:** A través de la maquinaria necesaria se realiza el prensado de la uva, que permitirá la extracción del mosto de la fruta.
- **Desfangado:** En esta etapa del proceso se retiran todas las impurezas del mosto después del prensado, con el objetivo de al momento de la fermentación emita una aromatización mucho más pura.

- **Fermentación:** En este momento, los jugos emitidos por el mosto que cuentan con azúcar, mediante levaduras naturales propias de la uva, se convierten en alcohol etílico, este es considerado como uno de los pasos más importantes de todo el proceso porque le dará al vino de consagrar la saborización esencial que lo caracteriza.
- **Trasiegos:** Es la limpieza del vino de forma natural, se realiza la separación del vino de las lías, que son los residuos del fondo de los depósitos.
- **Clarificación:** Se añade al vino un clarificante, esto permitirá eliminar cualquier partícula de suspensión existente.
- **Estabilización por frío:** Esto permite que los ácidos tartáricos propios de la uva se adhieran firmemente a la mezcla, evitando que se precipiten en la botella cuando salga al mercado.
- **Filtrado:** Permitirá la eliminación de los sedimentos del vino.
- **Embotellado:** Mediante maquinaria especializada, se realiza el llenado de las botellas, con la mezcla definitiva y apta para el consumo de un mercado nacional e internacional.

1.4 LOS PROVEEDORES COMUNITARIOS

Vinos Caná es una empresa que a más de buscar un posicionamiento en el mercado en el que se desarrolla, tiene como política interna la conservación de la naturaleza y la colaboración con las personas que se encuentran en los alrededores de la planta de producción, por lo que, su materia prima no solo la cultivan en sus plantaciones propias, sino que trabajan con los comuneros del sector, quienes proporcionan un porcentaje de la cosecha requerida para la obtención de vinos de consagrar.

Al momento la empresa cuenta con viñedos que le proporcionan el 70% de la materia prima necesaria para cubrir su producción mensual, es decir un 30% de esta, es suministrado por productores comunitarios nacionales a la planta de producción. La compañía trabaja de forma directa con los sectores aledaños a la planta de producción, estos proveedores comunitarios son: Hacienda Maupertuis y Viñedo del Sur. (Vinos Caná, 2013)

Tabla 1:**Porcentaje de participación proveedores comunitarios**

NOMBRE	LOCALIZACIÓN	PORCENTAJE
Hacienda Maupertuis	Bolívar	18%
Viñedo del Sur	Tungurahua	12%
TOTAL		30%

Fuente: Vinos Caná (2013)

Los proveedores comunitarios con los que trabaja Vinos Caná, mantienen una producción estable ya que cuentan con clientes fijos, a continuación se presentan datos importantes al respecto de estas empresas:

Tabla 2:**Datos proveedores comunitarios**

PROVEEDORES COMUNITARIOS				
NOMBRE	PRODUCCIÓN TOTAL	PRODUCCIÓN DESTINADA VINOS CANÁ	PRINCIPALES CLIENTES	PROMEDIO DE INGRESOS
	KILOS	KILOS		
Hacienda Maupertuis	3500	2520	Vinos Caná, Corporación La Favorita	4.200,00
Viñedo del Sur	2000	1680	Vinos Caná, Mercado Mayorista de Ambato, Mercado Mayorista de Pelileo	2.400,00

Fuente: Vinos Caná (2013)

La empresa cuenta con un contrato con sus proveedores, en el que se manifiesta la necesidad porcentual de la materia prima de forma mensual, por motivos del presente estudio, se pretende reformar dichos contratos para de acuerdo al análisis incrementar o disminuir los actuales requerimientos.

1.5 PRODUCCIÓN NACIONAL Y DE EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA

La industria en la que se desarrolla la actividad del negocio en la que se enmarca Vinos Caná, se encuentra dividida en dos categorías principales: la de las bebidas alcohólicas, que incluye bebidas destiladas, vino y cerveza, y la de las bebidas sin alcohol, que se

divide en fabricación de jarabes para elaboración de gaseosas, bebidas refrescantes, producción de zumo de frutas en sus diversas presentaciones. (Jaramillo, y otros, 2011, p. 7)

Según el Banco Central del Ecuador (2012), la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU 3) permite que los países que deseen exportar sus productos, se enmarquen en los requisitos y categorías establecidas en la escala internacional. Esta codificación representa un factor muy importante al momento de clasificar las actividades productivas de una empresa, por lo que, analizando este detalle se puede determinar que:

- La producción de bebidas se encuentra dentro de las industrias manufactureras, sector Elaboración de productos alimenticios y bebidas en la división 15, grupo 155, tal como se detalla a continuación.

Tabla 3:

CIIU del negocio

CATEGORÍA DE TABULACIÓN	DIVISIONES	GRUPOS	DESCRIPCIÓN
D	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS		
	15	Elaboración de productos alimenticios y bebidas	
		155	Elaboración de bebidas

Fuente: Banco Central del Ecuador (2012)

Actualmente Vinos Caná (2013) cuenta con una plantación de 1.333 vides por hectárea de terreno, es decir, en las 5 hectáreas con las que cuenta en viñedo se tienen alrededor de 6.665 arbustos, de los cuales se realizan cosechas dos veces al año. La cantidad de kilos que se generen por hectárea es variante de acuerdo a la calidad del clima en temporada de siembra, pero por lo general se obtienen 2.000 kilos por hectárea, es decir 10.000 kilos por cosecha, a esto se le suma la producción adquirida a los proveedores comunitarios de 4.000 kilos más o menos, dando una sumatoria de 14.000 kilos de uva, de los cuales se pueden producir entre 7.000 y 10.000 litros de vino.

Esta producción se la envasa en las tres presentaciones con las que la empresa trabaja desde hace algunos años, de la siguiente manera:

Tabla 4:
Producción total

PRODUCCIÓN TOTAL ANUAL			
CANTIDAD	MEDIDA	LITROS	NO. BOTELLAS
750	ml	3520	4693
500	ml	2630	5260
250	ml	3850	15400
TOTAL		10.000	

Fuente: Vinos Caná (2013)

De los cuales se encuentra destinada para la exportación el 70% de la producción de las botellas de 250ml; el sobrante se distribuye a nivel nacional en las diferentes cadenas de supermercados y distribuidores de vinos autorizados.

La empresa encargada de este proceso es Premier Beverage Company Llc, con su matriz ubicada en el Estado de Florida. A continuación se presenta de forma detallada la información relevante de dicha compañía:

Tabla 5:
Datos del importador - distribuidor

		OBSERVACIONES
IMPORTADOR:	Premier Beverage Company Llc	
DIRECCIÓN:	9801 Premier Pkwy Miramar, Florida (Fl) 33025 - United States	
ACTIVIDAD:	Venta y distribución de vino de varias clases	
AÑO DE CREACIÓN:	2003	
NÚMERO DE EMPLEADOS	400	
VALOR TOTAL DE LAS IMPORTACIONES		
VALOR EN DÓLARES AMERICANOS	46.830.876	
VOLUMEN EN TONELADAS	16.019	
NÚMERO DE ENVÍOS	43	En la categoría de importación 2204 correspondiente a vinos de uva fresca, mosto de uva en el que el grado de alcohol no supere los 15°
PAÍSES DESDE DONDE IMPORTA:	México, Italia, Ecuador, Argentina, Portugal, España y Chile	

Fuente: Leon (2014, pág. 2)

En cuanto al porcentaje de productos destinados para la exportación, una de las políticas de la empresa es que su responsabilidad sobre el producto llega hasta el puerto de Guayaquil, donde pasa a manos del distribuidor o importador, quien se encargará de llevar el producto a los Estados Unidos, y repartirlo entre sus clientes.

En lo referente a la producción destinada para la distribución a nivel nacional, la empresa mantiene clientes establecidos por varios años, con los que se ha realizado alianzas estratégicas que permitan mantener en el mercado al producto, estas empresas o comercializadoras son:

- Diócesis de Milagro
- Diócesis de Morona Santiago
- Comercializadora “Flores” – Riobamba
- Comercializadora “Vanvino” – Loja
- Distribuidora “El Colombiano” – Tulcán

La entrega de los productos a estas empresas se las realiza en cada una de las ciudades, una vez al mes, manteniendo un stock permanente en la planta de producción.

2 LAS EXPORTACIONES DE VINO A LOS ESTADOS UNIDOS

2.1 REQUISITOS LEGALES PARA LA EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS

Según el informe publicado por Pro Ecuador (2011) para exportar productos a Estados Unidos se debe tener en cuenta todos los factores y las complejidades que esto implica, ya que estos trámites se sustentan en base a diferentes variables como: inspecciones, tipo de exportación, tipo de producto, entre otras.

El tiempo ideal en el que un producto debe ser liberado por el US Customs and Border Protection USCBP es de 1 día, esto se da si se cumple con todos los requerimientos formales. Para esto es importante que se cuente con un agente aduanal en el puerto de entrada; además de que el producto deberá cumplir con todos los requerimientos necesarios entre ellos se pueden citar, envase adecuado para su conservación. (p. 11)

2.1.1 Documentación Necesaria

2.1.1.1 Factura Comercial

Este documento es uno de los más importantes al momento de concretar la exportación de un producto a los Estados Unidos, esta debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

1. Descripción clara del artículo
2. Cantidad
3. Valor (preferible en dólares)
4. País de origen
5. Lugar de compra
6. Nombre de la empresa o persona que vende
7. Ubicación de la empresa o persona que vende

8. Nombre y dirección de la empresa que compra la mercadería, si es distinta a la que importa.
9. La dirección en Estados Unidos de la persona o empresa a la que los productos son enviados.

La información que contiene la factura deberá permitir que el oficial del USCBP determine si la mercadería es admisible, podría darse el caso de que proceda a la clasificación correcta en el Sistema Arancelario Armonizado de los Estados Unidos, estableciendo el arancel que debe ser cancelado. (Aduana y protección Fronteriza de EEUU, 2014)

Las facturas en algunos casos pueden llevar más información de acuerdo a lo requerido en la normativa vigente en el 19 Code of Federal Regulations, Sección 141.86. (Código de Regulaciones Federales, 2014)

El idioma de la factura debe ser inglés o debe tener una correcta traducción, la factura especificará en detalle lo que contiene la mercadería, un detalle a tomar en cuenta es que la factura contenga el peso del producto o la medida del mismo, de no ser así incurrirá en un pago extra de la generación de este requisito antes de la liberación de la CBP.

Cada factura deberá mostrar los pormenores, de todos los descuentos de la lista o precios base que haya sido fijado como precio de compra o valor. Las facturas deberán ir enumeradas consecutivamente en la parte inferior de la cara de cada página.

2.1.1.2 Otras Facturas

Factura Proforma

De acuerdo a la Aduana y protección Fronteriza de EEUU (2014), si no se presenta la factura, se introduce una declaración en la forma de una factura (factura proforma) la cual será presentada al momento de la entrada por el importador.

Se presenta dentro de 50 días dentro de la sumaria de entrada la factura, si esta va a ser utilizada para fines estadísticos, para otros fines se presenta dentro de no menos 120 días, a partir de la fecha de sumaria de entrada.

Si el importador cumple con los plazos de entrega de facturas, la responsabilidad ante el jefe del puerto es del importador que debe hacer llegar antes de los 120 días de expiración de la factura. Es interesante para el exportador conocer de la factura proforma ya que él no la elabora, pero en ella se incluye toda la información requerida a efectos de entrada.

Una factura proforma no está sujeta al artículo 141.89 del reglamento del CBP, de todas maneras la factura debe contener los datos necesarios para su revisión, clasificación y efectos de valoración.

Las facturas Especiales

Se requieren facturas especiales, según la Aduana y protección Fronteriza de EEUU (2014) en el CFR 141.89. En algunas ocasiones, facturas que contienen más información que las normales.

Para acelerar el proceso de despachos de aduanas es importante tener en cuenta lo siguiente:

1. Que la factura contenga toda la información requerida.
2. Respetar el formato de la factura, todo debe ir escrito con claridad y suficiente espacio entre líneas.
3. Las facturas deben contener la información que aparece en la lista de un empaque bien preparado.
4. Los números y marcas deben estar indicados conforme indica la factura.
5. La descripción de la mercadería del envase individual debe encontrarse detallada.
6. Los productos deben ser marcados claramente con el nombre del país de origen.
7. Cumplir con todas las leyes vigentes en productos específicos de acuerdo al requerimiento de ingreso a los Estados Unidos.
8. Ser detallista con los requerimientos específicos de cada producto principalmente en la facturación embalaje, marcado y etiquetado.
9. Las normas de embalaje debe trabajarlas con CBP respecto al producto a introducir.
10. Ser cuidadoso y evitar que los contrabandistas introduzcan su mercancía en sus productos.

11. Preferiblemente realizar el envío en una compañía participante del Sistema Automatizado de Manifiesto.
12. Es mejor utilizar una empresa que participa en el Automated Broker Interface (ABI).

2.1.1.3 Custom Broker

Es una persona preparada para realizar trámites aduaneros, por medio de esta persona el importador puede evitar la demora, se trata de gente especializada en aduana. Algo importante es que cuentan con la autorización del USCBP. Se encarga de realizar todos los formularios oficiales y trámites aduaneros dentro del plazo correspondiente, hay que tener claro que quien cumple todos los trámites es el importador y el broker es un apoyo, el costo es aproximadamente de \$200,00 a \$450,00 dólares por trámite, lo que es relativamente económico a comparación del valor que tiene la mercadería a exportar, además se evitan errores que podrían ser costosos y demorar la llegada de la mercadería a su lugar de destino.

2.1.1.4 Bonos de Aduana

El sistema que se utiliza para la introducción de mercadería a los Estados Unidos, es a través de un bono que sirve como soporte o garantía por cualquier error o inconveniente que se presente en la tramitología del producto. Este pago se da por anticipado porque sería prácticamente imposible cancelarlo en caso de que se presente un inconveniente en el proceso de aduana y se realice el ingreso formal.

El monto del bono está estimado en el valor de la mercadería más el valor estimado del arancel. Este bono se puede cancelar por medio de un depósito en efectivo, ahorro en bonos de los Estados Unidos o en bonos del tesoro estadounidense. El pago de los aranceles finaliza una vez que se liquide, este proceso dura aproximadamente diez meses y medios, por lo que se requiere el pago del bono en toda importación formal.

Para cumplir con algunos procesos en la Aduana y protección Fronteriza de EEUU (2014) se dan ocasiones en el que el valor del bono es retenido por más de un año de haber sido

liquidados en el USCBP. Se retiene cuando se requiere hacer ajustes y en caso de que el importador no se acerque a pagar.

El requerimiento de los bonos por parte de la USCBP, es otro de los motivos por los que es importante y necesario contar con un agente de aduana que maneje extremadamente bien todo el proceso. Algunos agentes tienen ya bonos establecidos anticipadamente.

2.1.1.5 Tipos de Bono

1. Bonos de entrada única.- Sirven para empresas o personas que realizan un solo ingreso de importación.
2. Bonos continuos.- Sirven para empresas o personas que realizan múltiples transacciones de importación.

2.1.1.6 Customs Automated Forms Entry Systems – CAFES

El objetivo del sistema (CAFES), es hacer simple el proceso de seguimiento de la carga que ha depositado bonos para ingresar a Estados Unidos por vía terrestre o marítima. El sistema es de barras bidimensionales que mejoran el proceso y supera el sistema convencional de código de barras. Este sistema contiene mucha más información. Sirve para el cruce de información con el producto físico, de esta manera se elimina algunos pasos del proceso manual lo que ayuda a dinamizar el mecanismo.

Según Expeditors (2014) este servicio es otorgado por el Servicio de Aduanas y Protección de Fronteras de manera gratuita para todos los importadores de productos desde el exterior, es importante mencionar que los vinos de consagrar son importados a los Estados Unidos por el distribuidor, por lo que Vinos Caná deslinda su responsabilidad de tramitación desde que el producto ingresa al puerto marítimo de Guayaquil.

2.1.1.7 Exportación de Vino a Estados Unidos

Según el departamento de la Aduana y protección Fronteriza de EEUU (2014) y las leyes que reglamentan los procesos de importación de productos, las personas y empresas que desean exportar a Estados Unidos algún tipo de licor deberán:

1. Obtener por parte del importador el permiso correspondiente emitido por la TTB, de esta manera obtiene un “Importer Basic Permit” que significa Permiso Básico de Importador. Una vez obtenido el permiso debe llenar el formulario TTB F 5100.24 este documento se denomina Acta Federal de Administración. (Anexo No.1).
2. En caso de que es un ciudadano extranjero debe llenar el formulario TTB F 5000.9. (Anexo No. 2)
3. Si se quiere obtener un Certificado Básico de Importación, el sujeto o la empresa debe tener un local en los Estados Unidos, de no ser así debe contratar un importador que sea reconocido legalmente.
4. Otro de los requisitos que debe tener el importador es que debe poseer el Certificado de Aprobación de Etiqueta por medio de la aplicación para y la Certificación/Exención de Etiqueta/ Aprobación de Botella. TTBF 5100.31. (Anexo No. 3)
5. El importador también debe cumplir con reglamentos estatales y locales aplicables de acuerdo al producto que comercializa. Se debe percatar de cumplir con estos requisitos además de los Federales, pues en cada localidad o Estado los requisitos tienen sus particularidades. En la página Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau se encuentra un listado de las autoridades que pueden dar más información de los requerimientos de cada Estado.
6. La entidad importadora debe tener la seguridad de que la bebida alcohólica este registrada con la administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos y proveer a la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) la notificación previo una importación. (Larco).
7. Los impuestos generados son de total responsabilidad del importador, sean estos federales o estatales, en la siguiente tabla ilustra el valor de impuesto del vino.

Tabla 6:**Impuestos y Cuotas de Cambio**

VINO	GALÓN DE VINO	BOTELLA DE 250 ML
14% de alcohol o menos	\$ 1,07	\$ 0,21
Más de 14 a 21%	\$ 1,57	\$ 0,31
Más de 21 a 24%	\$ 3,15	\$ 0,62
Naturalmente Espumoso	\$ 3,40	\$ 0,67
Artificialmente carbonatada	\$ 3,30	\$ 0,65
Sidra duro	\$ 0,23	\$ 0,04

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (2013)

2.2 REQUISITOS SANITARIOS DE EXPORTACIÓN DE VINO DE CONSAGRAR

2.2.1 Registro de productos adulterados de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA)

Al igual que los alimentos, las bebidas alcohólicas deben cumplir ciertos requisitos sanitarios, los cuales tienen que ver con el embalaje, composición y la ley de Bioterrorismo, por tal motivo la Administración de Alimentos y Medicamentos FDA, menciona los siguientes requisitos (2014, pág. 66)

2.2.1.1 Requisitos de Composición

El Consejo de Relaciones Exteriores Estadounidense en el apartado 4.21 del título establece hasta cierto límite de sulfitos, acidez, volátil y grado alcohólico, dependiendo de los tipos de vinos. La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) permite un contenido máximo de metanol en vino del 0.1% y el contenido de plomo debe ser inferior a las 300 partes por mil millones (300ppmm). Además hay una recomendación por parte de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) respecto a los contenidos en vino de carbamato de etilo (uretano).

Cabe mencionar que el producto elaborado por Vinos Canadá cuenta con todos los requisitos establecidos por la Administración de alimentos y medicamentos de los Estados Unidos.

2.2.1.2 Requisitos Fitosanitarios para papeletas y embalajes de madera de madera entera

Las maderas en paletas o en medios de carga y embalaje deben entrar a un tratamiento sugerido por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (2014), esto es exigido por Animal & Plant Health Inspection Service (APHIS).

El Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos promulgó el reglamento para embalajes de madera que determina que:

Esta norma establece que todo el material de embalaje de madera reglamentado deberá ser tratado y marcado apropiadamente cumpliendo un programa oficial supervisado y desarrollado por la Organización Nacional de Protección Sanitaria (ONPF) del país de exportación.

2.2.1.3 Ley de Bioterrorismo

De acuerdo a lo publicado en la Administración de Alimentos y Medicamentos FDA (2014), Esta ley tiene entre sus disposiciones el fortalecimiento de las capacidades para mitigar las emergencias en cuanto a salud pública se refiere. Esta ley se la tomo como prioritaria para ser aprobada.

Exceptuando los productos que están bajo la jurisdicción de la USDA, todas las empresas exportadoras de bebidas y alimentos deben registrar sus productos en la Administración de Alimentos y medicamentos. Todos los envíos que se van a realizar hasta los Estados Unidos deben ser informados con anterioridad.

2.2.1.4 ¿Qué es el Bioterrorismo?

Son los actos terroristas que llevan fines criminales, por medio de agentes biológicos entre los que se puede nombrar:

- Microorganismos patógenos.
- Toxinas.
- Sustancias dañinas.

La finalidad de estos ataques pueden ser principalmente los humanos, los animales o las plantas y alimentos que sirven al hombre. Estos ataques causan mucho daño en ocasiones pueden llevar a la muerte.

2.2.1.5 Importancia de la Ley

Su importancia se basa en que los nuevos requerimientos que en ella se contemplan están encaminados a mejorar el proceso de importación hacia los Estados Unidos para evitar ataques terroristas.

2.2.1.6 Estructura de la Ley Bioterrorista

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2013), son cinco factores los que se encuentran estructurando en la Ley Bioterrorista, los mismos que están divididos en subtítulos y secciones respectivamente.

Tabla 7:

Estructura de la ley Bioterrorista

Título I	Preparación Nacional contra el Bioterrorismo y otras emergencias de salud pública
Título II	Mejoramiento en el control y manejo de agentes biológicos peligrosos y toxinas
Título III	Protección e inocuidad en el suministro de alimentos y medicamentos
Título IV	Protección en el suministro de agua potable
Título V	Estipulaciones Finales

Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2013)

De acuerdo a la ley el Título III, “Protección e Inocuidad en el suministro de alimentos y Medicamentos” Subtítulo A donde se establecen las reglas sobre las siguientes secciones, afectan directamente a los exportadores de producto hacia el mercado de Estados Unidos:

- Sección 305: Registro de Instalaciones
- Sección 307: Notificación previa de alimentos importados
- Sección 306: Establecimiento y mantenimiento de registros
- Sección 303: Detección administrativa

Son estas disposiciones las que están directamente relacionadas a la exportación de productos hacia Estados Unidos.

2.3 MEDIOS DE TRANSPORTE DE VINO

Según el Ministerio de Comercio Exterior de Colombia (2013) la mayor parte de las empresas exportadoras e importadoras cuentan con varias opciones para el transporte de sus productos a su lugar de destino, por lo que al momento de tomar esta decisión se deberá tomar en cuenta factores importantes como, el tiempo de entrega.

Cada una de las modalidades de transporte, contienen características específicas que pueden marcar ventajas y desventajas, dependiendo del tipo de productos de que se van a trasladar, sus costos y los beneficios que se ofrezcan, entre los más importantes se pueden encontrar:

- **Transporte marítimo:** Este tipo de transporte proporciona la posibilidad de transportar mercadería pesada a un costo reducido, por lo que es utilizada por muchas empresas que exportan o importan, productos como acero, vehículos, minerales, petróleo, granos, banano, entre otros.
- **Ferrocarril:** Este brinda la posibilidad de transportar a un costo muy bajo productos de gran peso, como carbón, papel, fertilizantes, entre otros; cabe señalar que este abarcará menores distancias que un marítimo.
- **Transporte aéreo:** Por lo general es utilizado para el desplazamiento de productos perecederos, es decir que su tiempo de consumo es limitado, como los alimentos o flores por ejemplo, además es importante mencionar que sus costos son elevados, por lo que deberá ser utilizado por aquellas empresas que puedan asumir este costos sin perjudicar el costo de la negociación.
- **Transporte por tierra:** Por lo general se lo realiza en camiones, y es utilizado por las empresas para completar el traslado de sus productos, realizado en otras modalidades, es muy utilizado ya que lleva el producto puerta a puerta, llevando grandes volúmenes de mercancías a destinos de una misma región.
- **Transporte multimodal:** En este modelo de transporte las empresas combinan los diferentes transportes dependiendo del tramo en el que se encuentre para llegar a su destino.

Vinos Caná se encarga de llevar sus productos al puerto de Guayaquil en transporte terrestre, y desde ahí el distribuidor quien importa el producto a los Estados Unidos, lo hace de manera Marítima.

Según Amaluisa (2011), las vías de acceso más comunes al mercado de los Estados Unidos son las aéreas y marítimas. Para el caso de la presente propuesta se lo realizará a través de los puertos navieros del país destino. Es importante mencionar que entre los puertos más importantes se encuentran:

- Puerto de Louisiana del Sur
- Houston
- Texas
- Newark-Elizabeth Marine Terminal
- Nueva Jersey
- Beaumont
- Long Beach
- California
- Corpus Cristi
- Nueva Orleans
- Lousiana
- Huntington
- Entre otros

En el caso específico de Vinos Caná, deberá determinar el puerto en el que se le facilite la distribución interna, esto se determinará más adelante.

Para la exportación de vino a Estados Unidos es preciso cumplir con algunas obligaciones, reglamentos y requisitos. Para el transporte del vino se debe tener en cuenta los siguientes detalles:

1. Se requiere que la etiqueta se encuentre escrita en inglés y español.



Figura 7. Etiqueta de vino en español e inglés

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

2. El contenido de la etiqueta debe contener:

- Marca comercial (Brand Name).
- Clase y tipo de vino (Class and Type Designation).
- Contenido Alcohólico (Alcohol Content).
- Porcentaje de vino extranjero (Percentage of foreign wine).
- Nombre y señas del productor o importador (Name and Address).
- Contenido neto (Net Contents).
- Declaración de presencia de colorante.
- Declaración sobre la sacarina (Saccharin disclosure).
- Declaración acerca de los sulfitos (Sulfite declaration).
- Nombre del importador o envasador del vino.
- Advertencia sobre la salud (Health Warning Statement).
- País de origen (Country of Origin).

3. Envase Primario

Este envase es el que contiene al producto en la presentación individual. En el caso de esta investigación la empresa despacha sus productos en botellas de vidrio de 250 ml.



Figura 8. Vino en envase primario

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

4. Envase Secundario

Este es un complemento que va por la parte de afuera del primer envase, el cual va agrupado en el caso de este proyecto en cartones que contienen 12 unidades.



Figura 9. Vino en envase secundario

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

5. Cumplimiento de la norma NIMF - 15

De acuerdo a la norma NIMF-15, la cual trata de evitar la entrada de plagas, insectos o parásitos que pueda contener la madera proveniente de otros países. Para esto se debe utilizar empresa certificadas en la elaboración de palets.

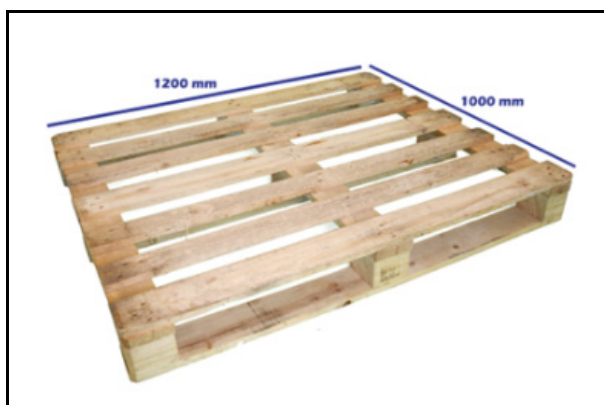


Figura 10. Palet certificado

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

6. Las marcas deberán:

- Conformarse de acuerdo al modelo.
- Ser legibles.
- Ser permanente y no transferible.
- Colocarse en un lugar visible, de preferencia al menos en los dos lados opuestos del artículo certificado.

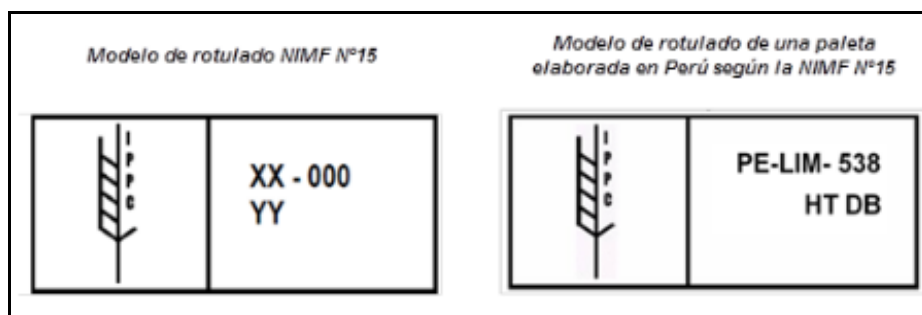


Figura 11. Contenido de la marca

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

7. Tipos de contenedores a utilizar

La medida estándar (DRY CARGO) 20' X 8' X 6'.

Tara: 2210 – 2400kg / Carga máxima 21700 – 28240 kg / Capacidad Cúbica 22.3 m



Figura 12. Contenedores para exportar vino

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

Tabla 8:

Medidas del contenedor

MEDIDAS	EXTERIOR		INTERIOR		PUERTA ABIERTA	
	METROS	PIES	METROS	PIES	METROS	PIES
LARGO	6.05	20'	5.9	19.4'		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7.8'	2.33	7.8'
ALTO	2.59	8.6'	2.4	7.10'	2.29	7.6'

Fuente: Lachos, Bonarriba y Cumpen (2014)

2.4 TÉRMINOS DE EXPORTACIÓN DE VINO A LOS ESTADOS UNIDOS

Según la International Chambers of Commerce (2014) los términos usados en todo el mundo para determinar y dividir los costos de las transacciones y responsabilidades de compradores y vendedores se denominan Icoterm que en inglés sería International Commercial Terms y en español quiere decir Términos Comerciales internacionales, entre estos términos podemos citar dos; FOB y CIF.

El fin de estos términos es determinar la responsabilidad tanto de compradores como de vendedores en un proceso de exportación o importación, de esta manera se establece la quien asume los riesgos y responsabilidades en cada una de las etapas del proceso de transporte.

La historia de estas normas se remonta al año 1936, año en que se publicaron por primera vez, pero ya desde el año 1920 se utilizaban estos términos. Estas normas son publicadas en la Cámara de Comercio Internacional (ICC) y el idioma en que oficialmente son

publicadas es el inglés, pero existen traducciones en más de 30 idiomas. Las normas actuales se denominan Icoterm 2000. (pág. 65)

De ahí los términos más utilizados y que se enfocan directamente con dicha actividad son los siguientes:

CIF (Coste, Seguro y flete – Cost, Insurance and Freight): La responsabilidad del exportador llega hasta que el producto arriba al puerto de destino, y contrata todos los seguros necesarios. El importador solo adquiere un seguro mínimo que le sirva para concluir el proceso. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 71)

FOB (Franco a Bordo – Free and board): En este término la responsabilidad del vendedor llega hasta cuando el producto alcanza a la borda del barco que va a exportar; es usada más vía marítima, luego del término se debe colocar el puerto de embarque. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 71)

EXW (En fábrica, Ex Works): En este término el comprador se hace cargo de todos los gastos de traslado y retiro, desde el lugar que se encuentra el vendedor. Los gastos anteriores al traslado los asume el vendedor. El vendedor tiene la responsabilidad de tener la mercadería disponible en su fábrica. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 71)

FCA (Franco Transportista – Free Carrier): Entre comprador y vendedor llegan a un acuerdo para dividirse las responsabilidades, la mercadería debe estar disponible en el lugar acordado. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 71)

FAS (Franco al Costado del Buque – Free Alongside Ship): Este término es más utilizado para el transporte de productos al granel vía acuática, la similitud que tiene con FOB es que debe ir seguido del Puerto de embarque. La responsabilidad recae en el vendedor hasta que la mercancía llegue al costado del barco en el puerto convenido. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 71)

CFR (Coste y Flete – Cost and Freight): La responsabilidad del vendedor solo hasta que la mercadería pasa la borda del barco en el puerto de origen. El seguro es pagado por el

importador, pero el vendedor paga todos los gastos hasta que la mercadería llegue al puerto de destino. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 71)

CPT (Transporte pagado hasta – Carriage Paid to): El vendedor asume toda la responsabilidad de llevar la mercadería al lugar pactado y el importador solo recibe la mercadería. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

CIP (Transporte y seguros pagados hasta – Carriage and Insurance Paid To): Tiene similitud con los términos CPT, pero el exportador debe contratar un seguro en las mismas circunstancias de CIF. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

DAF (Entregada en Frontera – Delivered At Frontier): El exportador se deslinda de responsabilidad una vez que la mercadería llega al lugar convenido en la frontera, previo la aduana del país colindante, que se debe describir. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

DES (Entrega sobre Buque – Delivered Ex Ship): El exportador tiene la obligación de tener lista la mercancía en el barco del puerto de llegada, previo al despacho de la mercadería y su paso por la aduana para su importación. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

DEQ (Entregada en Muelle): El exportador se encarga de poner la mercadería en el puerto de destino en el muelle del mismo, disponible para el comprador. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

DDU (Entregada con derechos no pagados – Delivered Duty Unpaid): Todos los gastos corren por cuenta del exportador y la mercancía es llevada hasta el lugar pactado en el país de importación, puesta a disposición del comprador. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

DDP (Entregada derechos pagados – Delivered Duty Paid): Este término es usado por las empresas de Courier, se paga todas las obligaciones hasta el país importador igual que el DDU pero se suma impuestos, cargas y derechos. (International Chambers of Commerce, 2014, pág. 72)

3 AMPLIACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

3.1 REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO

Actualmente Vinos Caná cuenta con una planta de producción apta para el proceso productivo vigente, cabe recalcar que este en muchas de sus fases se los realiza de manera manual o artesanal, por lo que mediante el actual proyecto de expansión se pretende renovar la planta mediante procesos automatizados que agilicen dichas actividades.

Por tal motivo se efectuará la adquisición de maquinaria, que cumpla con las expectativas de producción que la empresa se ha marcado como meta, esto debido a su incremento en las exportaciones hacia los Estados Unidos, para lo cual se ha buscado de entre una gama de equipos aptos para estos procesos, y se han escogido aquellos que además de proporcionar los resultados esperados, también aportan con el ahorro de espacio físico, por lo que no será necesaria la ampliación física de la planta, sino tan solo una mejor distribución interna de la misma.

Tomando en cuenta el incremento mencionado anteriormente que se deberá generar en la producción, de la misma manera se requerirá una mayor recepción de materia prima, por lo que al no contar con un viñedo de mayor extensión la adquisición que se realiza a los proveedores comunitarios de la zona deberá incrementar en un 20%.

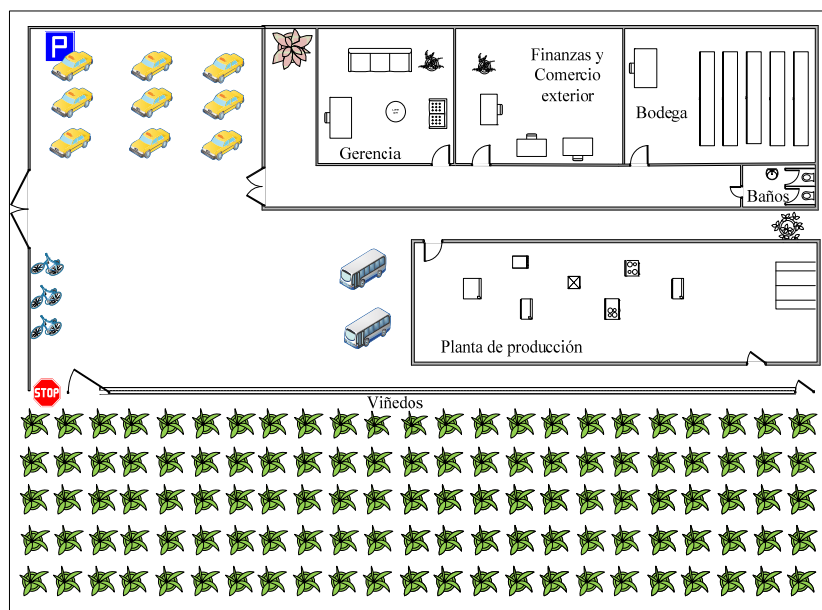


Figura 13. Espacio físico

Elaborado por: La autora

3.2 REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA

En Vinos Caná los procesos de producción actualmente se los realiza de manera manual o a través de maquinaria operada de manera manual, por lo que es necesaria la innovación en maquinaria que permita una mayor optimización de los tiempos, y como resultado se obtenga una mayor cantidad de producto en menor tiempo.

La empresa renovará parte de las maquinarias ya existentes, sobre todo aquellas que con su adquisición permitirán la optimización de los procesos y el ahorro en la contratación de mano de obra directa, básicamente se innovará el área de producción y embotellado.

3.2.1 Maquinaria del área de producción

- **Estrujadora:** Esta máquina tiene como objetivo primordial romper la uva, permitiendo la extracción de su jugo, en este proceso las levaduras naturales que se encuentra sobre la cascara de la fruta se mezclan con los jugos. La estrujadora se encuentra compuesta por:

- Una tolva de recepción (pequeña)
- Dos o más rodillos, ubicados de forma paralela

Estos últimos deberán estar ubicados a una distancia inferior al tamaño de la uva, de esta manera al paso de la fruta se provocará presión, lo que desencadenará la ruptura de la misma. Además de encontrarse en la posición ideal estos deberán girar de manera indistinta, es decir el uno irá hacia la derecha y el otro hacia la izquierda, de esta manera el estrujado será perfecto. (Sáez, 2013, pág. 2)



Figura 14. Máquina estrujadora

Fuente: Sáez (2013, pág. 2)

- **Despalilladoras:** De acuerdo a lo publicado por Sáez (2013), esta maquinaria cuenta con una jaula cilíndrica horizontal, un tambor de acero inoxidable con orificios del tamaño de una uva grande en sus paredes, de manera interna cuenta con un eje impulsado por un motor, del que se desprenden perpendicularmente unos bastones que no tocan la pared, pero que dan vuelta de forma contraria al tambor, en su parte superior cuenta con una tolva para la recepción de uva.

Su función principal se trata de que a través de la fricción y empuje ocasionados por el tambor y las palas que giran de manera contraria, obligando así a la uva a soltar el racimo.



Figura 15. Máquina despalilladora

Fuente: Sáez (2013, pág. 3)

- **Bombas y sinfines:** Los sinfines consisten en “una hélice que va girando, este giro helicoidal hace que cualquier masa sea transportada desde el punto inicial de la hélice hasta el final” (Sáez, 2013, pág. 4)

Las bombas por su parte son elemento imprescindibles en una fábrica de vino, puesto que al adquirir este tipo de maquinaria evita la contratación de mano de obra, además de disminuir los tiempos y mejorar la higiene, esta es una especie de aspiradora.



Figura 16. Bombas y sinfines

Fuente: Sáez (2013, pág. 3)

3.1.1. Maquinaria del área de embotellado

- **Tribloc enjuagado llenado-taponado:** Esta es una máquina muy eficiente puesto que realiza el proceso de embotellado de forma eficiente, además que proporciona ahorro en el espacio de la planta de producción, es capaz de producir entre 1.500 y 9.000 botellas por hora, el sistema de llenado es por gravedad.

“La máquina se encuentra equipada con grifos de llenado y uno o varios cabezales de taponado para corcho cilíndrico, con dosificación de los tapones automáticamente mediante una tolva situada en la parte superior de la taponadora” (Agrovin, 2013, pág. 1)

Para el actual proyecto de expansión se adquirirá el modelo XPLT-TLT/S.

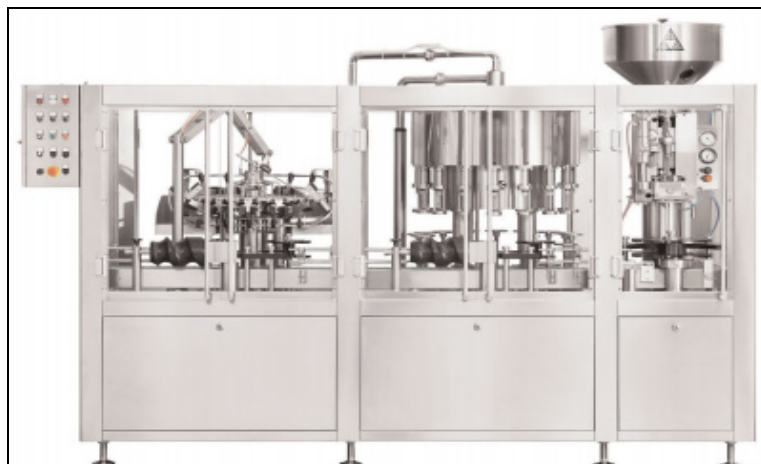


Figura 17. Tribloc modelo XPLT-TLT/S

Fuente: Agrovin (Agrovin, 2013, pág. 2)

- **Etiquetadora autoadhesiva rotativa:** La máquina de modelo ET-R tiene un sistema automático para colocar etiquetas autoadhesivas en botellas de la industria vinícola, es capaz de aplicar la etiqueta, contra etiqueta, segunda contra etiqueta y el collarín de la botella, su funcionamiento básicamente consiste en:

“La botella entra en la máquina mediante sinfín y estrellas, entrando en las tulipas de etiquetado, mediante un giro de casi 360° pasan por los cabezales etiquetadores que distribuyen y aplican las etiquetas en el envase, quedando la misma perfectamente colocada y pegada en el envase mediante cepillos, de este modo la etiqueta queda aplicada sobre la botella sin arrugas o desgarros”. (Agrovin, 2014, pág. 2)



Figura 18. Máquina Etiquetadora

Fuente: Agrovin (2014, pág. 2)

3.3 NUEVOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Con la adquisición de la nueva maquinaria, la empresa emprenderá una mejora en sus procesos de producción, puesto que aquellas partes de este que eran elaboradas de manera manual o artesanal pasaran a ser automatizadas, mejorando tiempos de fabricación y calidad del producto, ya que este tipo de instrumentaria proporciona mucha más precisión al momento de la elaboración del producto.

Básicamente el proceso de producción es el mismo, simplemente la mejora comprende los tiempos y cantidad de producción, por la optimización generada por la nueva maquinaria, a continuación se presenta un flujograma en donde se puede visualizar de forma clara las actividades a desarrollar para la obtención del vino.

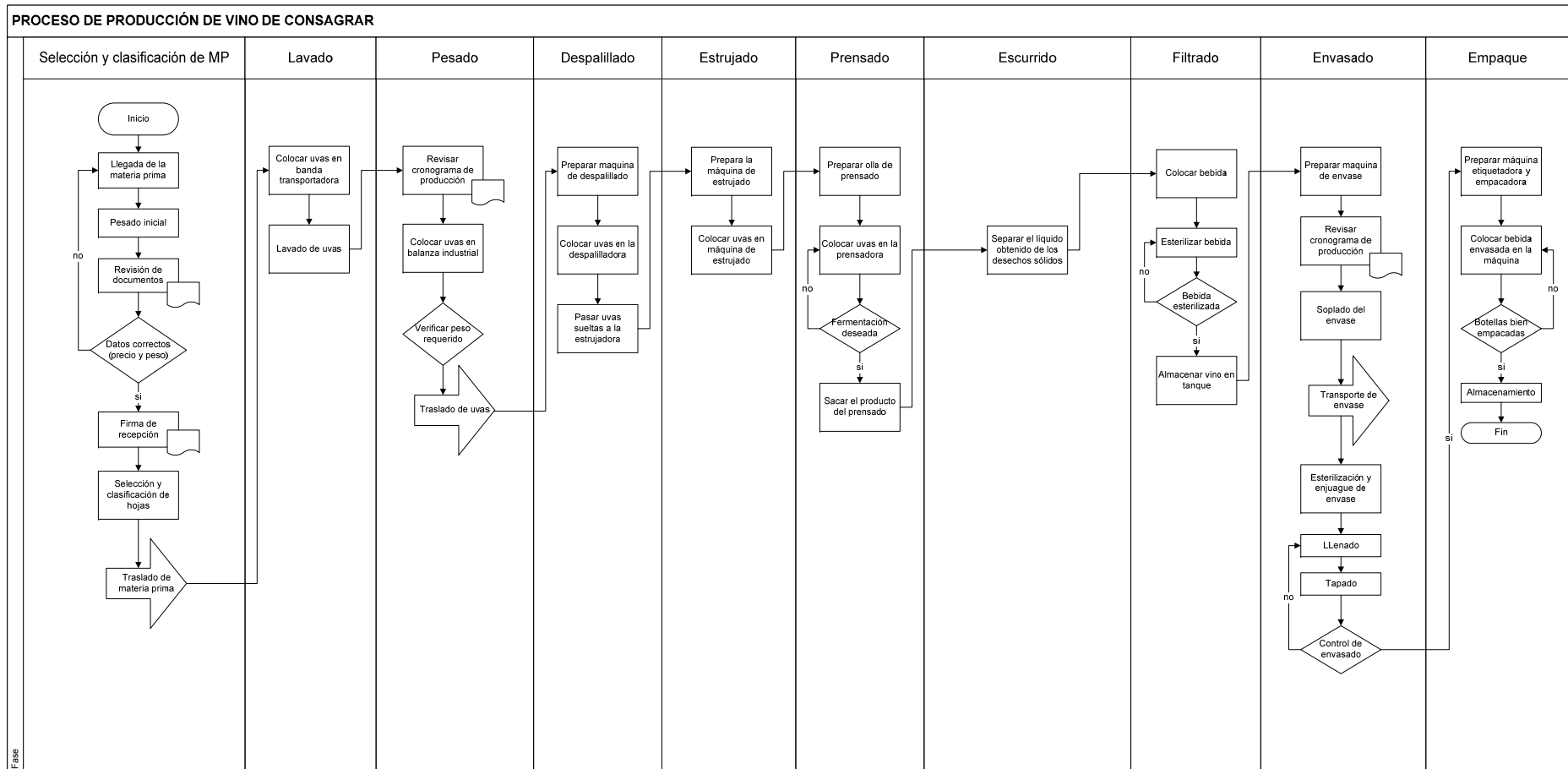


Figura 19. Flujograma de procesos
 Elaborado por: La autora

3.4 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

Es importante mencionar que las negociaciones con los distribuidores en los Estados Unidos han sido pactadas mediante Incoterms, estos términos de negociación según Antúm (2004) son “un conjunto de reglas para la interpretación de los términos comerciales más utilizados en las transacciones de comercio exterior, en todo el mundo”. Donde:

Tabla 9:

Términos de negociación

INCOTERM	
Grupo “E” Salida	EXW En Fábrica
Grupo “F”	FCA Franco transportista
Grupo “C”	CPT: Transporte pagado hasta el puerto de Guayaquil CIP: Transporte y seguro pagado hasta el puerto de Guayaquil

Elaborado por: La autora

Vinos Caná tomando en cuenta lo antes mencionado, ha establecido términos de negociación o Incoterms específicos con sus compradores, estableciendo que:

- Luego de que el producto es envasado y empacado en la planta de producción situada en Ibarra, el producto es transportado por la empresa Transportes Pichincha a un costo mensual de **USD. 1.650** dicho valor incluye seguro de la mercadería.
- El canal de distribución que se va a utilizar es a través de distribuidores, la responsabilidad de la empresa productora de vino de consagrar llega hasta el puerto de embarque en Guayaquil, los trámites consiguientes son responsabilidad del distribuidor que se encargará del flete internacional e importación del producto al mercado estadounidense.

3.5 INVERSIONES EN MAQUINARIA, MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA

“Inversión fija se entiende por activos tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente

de ellos sin que esto ocasione problemas a sus actividades productivas”. (Baca, 2010, pág. 143)

Tomando en cuenta la conceptualización anterior, se define a continuación las inversiones que la empresa debe realizar para poner en marcha el plan de expansión propuesto.

3.5.1 Maquinaria

De acuerdo a lo provisto por la empresa, se realizará una inversión en maquinaria de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 10:

Inversión en maquinaria

INVERSIÓN MAQUINARIA		
MAQUINA	MODELO	VALOR
Estrujadora	INOX 1000	469,22
Despalladoras	INOX BETA 2000	1772,77
Bombas y sinfines	FL30, 1 CV 1500 RPM	1695,11
Tribloc	XPLT-TLT/S.	3461,14
Etiquetadora autoadhesiva rotativa	ET-R	2530,12
TOTAL		9928,36

Elaborado por: La autora

Cabe señalar que la maquinaria que se pretende adquirir es de última tecnología en lo que respecta a la producción, embazado y etiquetado, además proporcionarán a la empresa la oportunidad de incrementar su producción hasta en un 100%, pero para efectos de la actual expansión solo se apuntará a un crecimiento de apenas el 20%, esto debido a los requerimientos actuales del producto y la disponibilidad de la materia prima, aunque no se descarta la utilización al máximo de las capacidades de la maquinaria en el futuro.

3.5.2 Materia Prima

Al iniciar un plan de expansión en la producción de vinos de consagrar, la empresa requerirá la obtención de un mayor volumen de materia prima, que le permita cubrir sus

necesidades de producción, es por esto que en la siguiente tabla se muestran a detalle los costos por materia prima:

Tabla 11:
Requerimiento de materia prima

INVERSIÓN MATERIA PRIMA									
DETALLE	REQUERIMIENTO ACTUAL			REQUERIMIENTO PROPUESTA			TOTAL REQUERIDO		
	KILOS	V/. POR KILO	VALOR TOTAL	KILOS	V/. POR KILO	VALOR TOTAL	KILOS	V/. POR KILO	VALOR TOTAL
Producción propia	10000	0,68	6.800,00	-	-	-	10000	0,68	6.800,00
Proveedores comunitarios	4000	1,23	4.920,00	2800	1,23	3.444,00	6800	1,23	8.364,00
TOTAL			11.720,00	TOTAL		3.444,00	TOTAL		15.164,00

Elaborado por: La autora

Como ya se habían mencionado anteriormente, la empresa no cuenta con los cultivos suficientes para incrementar su producción propia, y así cubrir de manera efectiva la expansión de producción propuesta, de tal forma deberá acudir a los proveedores comunitarios de la zona quienes cubrirán con el 20% más de materia prima requerida, es decir proporcionarán a Vinos Caná 2.800 kilos más de uva de los habituales, completando así un total de 6.800 kilos.

3.5.3 Mano de Obra

Actualmente la planta de producción realiza muchos procesos de forma manual, lo que dificulta el ahorro de tiempo y el aumento de producción, por tal motivo cuenta con 8 empleados que se desempeñan en la producción de vinos de consagrar.

La automatización de los procesos de producción de vinos de consagrar, ocasionará la reducción del personal, puesto que muchas de las actividades que anteriormente se las realizaba como manuales o artesanales, con la adquisición de la nueva maquinaria quedarán relegados, es por esto que la mano de obra requerida actualmente será la siguiente:

- Jefe de comercio exterior
- Supervisor de área de producción
- Empleado No. 1: encargado de la recepción y clasificación de la materia prima.
- Empleado No. 2: encargado del manejo de la maquinaria del proceso de producción.
- Empleado No. 3: encargado del manejo de la maquinaria del embotellamiento y etiquetado.

A modo de comparación se presenta de forma gráfica la mano de obra existente en la empresa actualmente, frente a la que se requerirá una vez que se ponga en marcha el proyecto:

Tabla 12:

Empleados de Vinos Caná

EMPLEADOS			
DETALLE	JEFE DE COMERCIO EXTERIOR	SUPERVISOR DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	EMPLEADOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN
Actuales	1	1	6
Futuros	1	1	3

Elaborado por: La autora

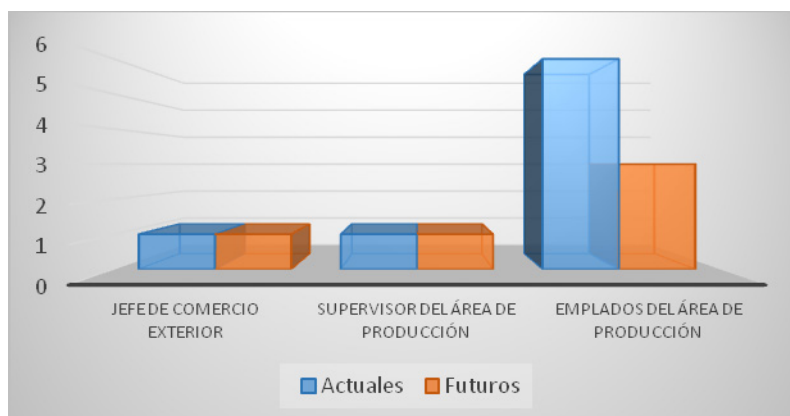


Figura 20. Comparativo de empleados

Elaborado por: La autora

Cabe indicar que los empleados existentes en la planta de producción son un soporte para el proceso de producción de vinos de consagrar, es importante tomar en cuenta que la maquinaria siempre requerirá de la supervisión de la mano de obra directa, esto garantizará su buen funcionamiento. El rol de pagos del área de producción se presenta de la siguiente manera:

Tabla 13:**Rol de pagos área de producción**

ROL DE PAGOS PLAN DE PRODUCCIÓN										
CARGO	N.	SUELDO	SUELDO TOTAL	APORTE IESS 12,40%	DÉCIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VAC	COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO TOTAL
Empleado No. 1	1	400,00	400	49,60	33,33	28,33	16,67	527,93	527,93	6.335,20
Empleado No. 2	1	400,00	400	49,60	33,33	28,33	16,67	527,93	527,93	6.335,20
Empleado No. 3	1	400,00	400	49,60	33,33	28,33	16,67	527,93	527,93	6.335,20
TOTAL	3	1.200,00	1.200,00	148,80	100,00	85,00	50,00	1.583,80	1.583,80	19.005,60

Elaborado por: La autora

La tabla anterior muestra los costos que generan a la empresa la contratación del personal en el área de producción, a razón de \$1.583,80 mensuales y \$19.005,60 anualmente, es importante mencionar que el personal cuenta con todos los beneficios de ley, establecidos en el Código de Trabajo vigente, como son:

- Afiliación al IESS
- Participación del décimo tercero
- Participación del décimo cuarto
- Vacaciones

3.6 COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Según Baca Urbina (2001) el costo es aquella erogación o desembolso de dinero en efectivo o en especie, realizado con el fin de cubrir las necesidades de materiales, insumos y mano de obra que exigen los procesos para ofrecer un servicio o producto de calidad. A diferencia del gasto, estos reembolsos son recuperables a través del precio de venta, en donde se incluyen los costos obtenidos más un margen de utilidad esperado (pág. 169).

Para poder determinar los costos generales de fabricación, es importante determinar el incremento en la producción de vino, cabe señalar que la exportación solo se la realiza a botellas de 250 ml, presentándose de la siguiente manera:

Tabla 14:
Producción luego de expansión

PRODUCCIÓN TOTAL							
CANTIDAD	MEDIDA	PROD. ACTUAL	% EXPANSIÓN	PROD. EXPANSIÓN	NO. BOTELLAS	UNID. X CAJA	CAJAS
250	ml	3850	20%	5850	23400	12	1950
TOTAL		3850	-	5850			

Elaborado por: La autora

Tomando en cuenta los datos mencionados anteriormente se detallan a continuación los gastos generales de fabricación en los que incurriría la empresa con este proceso de expansión:

Tabla 15:
Costos generales de fabricación

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN (CIF)				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
3900	Cajas de cartón	0,30	1.170,00	2.340,00
46800	Etiquetas frontales	0,06	2.808,00	5.616,00
46800	Etiquetas posteriores	0,06	2.808,00	5.616,00
46800	Etiqueta tipo collarín	0,01	468,00	936,00
2	Flete de transporte	1.650,00	3.300,00	6.600,00
46800	Botellas	0,72	33.696,00	67.392,00
46800	Corchos	0,12	5.616,00	11.232,00
TOTAL			49.866,00	99.732,00

Elaborado por: La autora

De acuerdo a las cifras presentadas, los costos generales de fabricación ascienden a \$99.732,00, valor anual, es importante mencionar que este rubro se lo deberá desembolsar dos veces al año, ya que las exportaciones se las realizará en este período.

4 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

4.1 INVERSIONES TOTALES EN ACTIVOS DEPRECIABLES Y NO DEPRECIABLES

Para el caso de la presente propuesta a realizar se han definido los siguientes activos depreciables y no depreciables que se requerirán para la puesta en marcha del proyecto, las mismas se detallan a continuación:

4.1.1 Activos depreciables

Tabla 16:

Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANT	DETALLE	V/UNIT	V/ TOTAL
1	Juego de cámaras de vigilancia	265,00	265,00
1	Planta de Luz	250,00	250,00
TOTAL		515,00	515,00

Elaborado por: La autora

Tabla 17:

Instalación y mejoras

INSTALACIÓN Y MEJORAS	
DETALLE	V/ TOTAL
Adaptación del área operativa	1.000,00
TOTAL	1.000,00

Elaborado por: La autora

Tabla 18:
Instrumentos

INSTRUMENTOS			
CANT	DETALLE	V/UNIT	V/ TOTAL
4	Tijeras para cortar racimos	2,50	10,00
3	Pipas para pruebas	8,00	24,00
TOTAL		10,50	34,00

Elaborado por: La autor

Tabla 19:
Maquinaria

INVERSIÓN MAQUINARIA		
MAQUINA	MODELO	VALOR
Estrujadora	INOX 1000	469,22
Despalladoras	INOX BETA 2000	1772,77
Bombas y sinfines	FL30, 1 CV 1500 RPM	1695,11
Tribloc	XPLT-TLT/S.	3461,14
Etiquetadora autoadhesiva rotativa	ET-R	2530,12
TOTAL		9928,36

Elaborado por: La autora

Por lo que se obtiene el siguiente detalle de las inversiones de activos depreciables:

Tabla 20:
Resumen de inversiones en activos depreciables

INVERSIÓN EN ACTIVOS DEPRECIABLES	
DETALLE	V/ TOTAL
Equipos de oficina	515,00
Instalación y mejoras	1.000,00
Instrumentos	34,00
Maquinaria	9.928,36
TOTAL	11.477,36

Elaborado por: La autora

4.1.2 Activos no depreciables

Los activos no depreciables en los que la empresa deberá incurrir por motivos de la puesta en marcha de la presente propuesta, son principalmente la renovación de los permisos de funcionamiento anuales.

Tabla 21:

Activos no depreciables

INVERSIÓN ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
DETALLE	CANT	C. UNIT.	C. TOTAL
Renovación de permisos de funcionamiento	1	200,00	200,00
TOTAL			200,00

Elaborado por: La autora

4.2 CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO

Para poder determinar el capital de trabajo que presenta el proyecto se deberá analizar los costos y los gastos que se requerirá realizar, a continuación se presenta de forma detallada cada uno de estos rubros.

4.2.1 Costos

Según Baca Urbina (2001) el costo es aquella erogación o desembolso de dinero en efectivo o en especie, realizado con el fin de cubrir las necesidades de materiales, insumos y mano de obra que exigen los procesos para ofrecer un servicio o producto de calidad. A diferencia del gasto, estos reembolsos son recuperables a través del precio de venta, en donde se incluyen los costos obtenidos más un margen de utilidad esperado (pág. 169). Para el desarrollo del presente proyecto, los costos incluyen la materia prima, mano de obra directa y los costos generales de fabricación o también llamados costos indirectos (CIF).

Tabla 22:
Materia prima

MATERIA PRIMA									
DETALLE	REQUERIMIENTO ACTUAL			REQUERIMIENTO PROPUESTA			TOTAL REQUERIDO		
	KILOS	V/. POR KILO	VALOR TOTAL	KILOS	V/. POR KILO	VALOR TOTAL	KILOS	V/. POR KILO	VALOR TOTAL
Producción propia	10000	0,68	6.800,00	-	-	-	10000	0,68	6.800,00
Proveedores comunitarios	4000	1,23	4.920,00	2800	1,23	3.444,00	6800	1,23	8.364,00
TOTAL			11.720,00	TOTAL		3.444,00	TOTAL		15.164,00

Elaborado por: La autora

Tabla 23:
Mano de obra directa

ROL DE PAGOS PLAN DE PRODUCCIÓN										
CARGO	N.	SUELDO	SUELDO TOTAL	APORTE IESS 12,40%	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	COSTO MENSUAL	COSTO POR EMPLEADO	COSTO TOTAL
Empleado No. 1	1	400,00	400	49,60	33,33	28,33	16,67	527,93	527,93	6.335,20
Empleado No. 2	1	400,00	400	49,60	33,33	28,33	16,67	527,93	527,93	6.335,20
Empleado No. 3	1	400,00	400	49,60	33,33	28,33	16,67	527,93	527,93	6.335,20
TOTAL	3	1.200,00	1.200,00	148,80	100,00	85,00	50,00	1.583,80	1.583,80	19.005,60

Elaborado por: La autora

Tabla 24:
Costos indirectos de fabricación

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN (CIF)				
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
3900	Cajas de cartón	0,30	1.170,00	2.340,00
46800	Etiquetas frontales	0,06	2.808,00	5.616,00
46800	Etiquetas posteriores	0,06	2.808,00	5.616,00
46800	Etiqueta tipo collarín	0,01	468,00	936,00
2	Flete de transporte	1.650,00	3.300,00	6.600,00
46800	Botellas de vidrio	0,72	33.696,00	67.392,00
46800	Corchos	0,12	5.616,00	11.232,00
	TOTAL		49.866,00	99.732,00

Elaborado por: La autora

A manera de resumen se presenta las siguientes cifras, con las que se obtiene el costo de ventas del proyecto:

Tabla 25:

Costo de ventas

COSTO DE VENTAS	
Materia Prima	15.164,00
Mano de Obra	19.005,60
CIF	99.732,00
TOTAL	133.901,60

Elaborado por: La autora

4.1.1. Gastos

Los gastos que se presentarán en la ejecución del proyecto son:

Tabla 26:

Gastos suministros

GASTOS SUMINISTROS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Suministros de oficina	15,00	180,00
Suministros de computación	25,00	300,00
TOTAL	40,00	480,00

Elaborado por: La autora

Tabla 27:

Gastos servicios básicos

GASTOS SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de luz eléctrica	356,00	4272,00
Servicio de agua potable	251,00	3012,00
Servicio telefónica fija	52,00	624,00
Servicio de internet	21,00	252,00
TOTAL	680,00	8160,00

Elaborado por: La autora

Tabla 28:**Gastos servicios de terceros**

GASTOS SERVICIO DE TERCEROS				
CANTIDAD MES	DETALLE	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Contabilidad	300,00	300,00	3.600,00
1	Guardianía	500,00	500,00	6.000,00
1	Técnico	400,00	400,00	4.800,00
TOTAL			1.200,00	14.400,00

Elaborado por: La autora

Tabla 29:**Gastos sueldos**

ROL DE PAGOS AÑO 1											
CARGO	N	SUELDO	SUELDO TOTAL	APORTE IESS 12,40%	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	FR	VAC	COSTO MENSUAL	COSTO MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO TOTAL
Jefe de comercio exterior	1	800,00	800,00	99,20	66,67	28,33	0,00	33,33	1.027,53	1.027,53	12.330,40
Supervisor de producción	1	700,00	700,00	86,80	58,33	28,33	0,00	29,17	902,63	902,63	10.831,60
TOTAL	2	1.500,00	1.500,00	186,00	125,00	56,67	0,00	62,50	1.930,17	1.930,17	23.162,00

Elaborado por: La autora

Tabla 30:**Depreciaciones**

DEPRECIACIONES				
ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Equipos de oficina	515,00	10	51,50	4,29
Instalación y mejoras	1.000,00	10	100,00	8,33
Instrumentos	34,00	10	3,40	0,28
Maquinaria	9.928,36	10	992,84	82,74
TOTALES	11.477,36		1147,74	95,64

Elaborado por: La autora

Tabla 31:**Amortizaciones**

AMORTIZACIONES				
ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Renovación de permisos de funcionamiento	200,00	5	40,00	3,33
TOTAL	200,00		40,00	3,33

Elaborado por: La autora

El capital de trabajo incluye los costos y gastos que incurre el negocio en la exportación de vinos de consagrar a los Estados Unidos. Su monto asciende a \$65.392,33 para el primer año, el mismo que hace referencia a 5 meses de desfase con los que se partirá en el negocio, donde se incluyen el tiempo de cosecha, entrega en el destino, tiempo de negociaciones y pagos. En la siguiente tabla se detallan los rubros:

Tabla 32:

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO Y SU VARIACIÓN					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Ventas	133.901,60	136.311,83	138.765,44	141.263,22	143.805,96
Gasto suministros	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98
Gasto servicios básicos	8.160,00	8.380,32	8.606,59	8.838,97	9.077,62
Gasto servicios de terceros	14.400,00	14.788,80	15.188,10	15.598,18	16.019,33
TOTAL	156.941,60	159.973,91	163.066,40	166.220,30	169.436,88
MESES	12	12	12	12	12
MESES DE DESFASE	5	5	5	5	5
CAPITAL DE TRABAJO	65.392,33	66.655,80	67.944,33	69.258,46	70.598,70
DIFERENCIA		(1.263,46)	(1.288,54)	(1.314,13)	(1.340,24)

Elaborado por: La autora

Cabe mencionar que los gastos fueron proyectados bajo el supuesto de la inflación, a excepción de los gastos sueldos mismos que se mantienen para el tiempo de evaluación pero se incrementa debido al pago de fondos de reserva a los empleados.

4.3 INGRESOS

Los ingresos que se espera percibir con la puesta en marcha del proyecto, son provenientes de la estimación del nivel de ventas de vino de consagrar en presentación de botellas de vidrio de 250 ml en el mercado de los Estados Unidos.

Para estimar los ingresos que percibirá el negocio, se considera un precio de venta al público, siguiendo la fórmula:

$$PVP = \text{Costo unitario} + \text{utilidad esperada}$$

$$PVP = \$2,86 + 55\%$$

$$PVP = \$4,43$$

Es importante mencionar que el precio unitario es el resultado del valor del costo de ventas dividido para el número de unidades vendidas, de tal manera se presentan los ingresos de la siguiente manera:

Tabla 33:
Ingresos por ventas

INGRESOS POR VENTAS					
DETALLE	PVP	UNIDADES VENDIDAS		INGRESOS TOTALES	
		SEMESTRAL	ANUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Botellas de 250 ml	4,43	23400	46800	103.773,74	207.547,48

Elaborado por: La autora

Para la proyección de los ingresos se han tomado en cuenta los siguientes supuestos:

- Las proyecciones son realizadas por un período de 5 años a partir de la puesta en marcha del proyecto.
- Las unidades vendidas al año se encuentran proyectadas en base al crecimiento del PIB de los Estados Unidos a diciembre del 2013, publicado por Pro Ecuador (2014, pág. 1)

Teniendo en cuenta los factores mencionados anteriormente se obtienen las siguientes proyecciones:

Tabla 34:
Proyección de ingresos

PROYECCIÓN DE VENTAS			
AÑO	UNIDADES	PRECIO	VALOR
2015	46.800	4,43	207.547,48
2016	47.642	4,43	211.283,33
2017	48.500	4,43	215.086,43
2018	49.373	4,43	218.957,99
2019	50.262	4,43	222.899,23

Elaborado por: La autora

4.4 FINANCIAMIENTO

Considerando la inversión requerida para ejecutar la expansión de Vinos Caná, la misma que logrará el financiamiento con aportes propios y a través, de la contratación de un crédito en la Corporación Financiera Nacional (CFN), con una tasa de interés del 9.45% anual, los cuales serán cancelados mensualmente en un lapso de 5 años.

Tabla 35:

Estructura del financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
ACTIVOS	USD	PORCENTAJE
Capital Propio	37.069,69	48,10%
Préstamo	40.000,00	51,90%
TOTAL	77.069,69	100%

Elaborado por: La autora

El financiamiento de la inversión se realizará con un porcentaje del 48,10% por parte de la empresa y el 51,90% por la entidad financiera mencionada anteriormente. A continuación se presenta la tabla de amortización del crédito:

Tabla 36:

Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PRÉSTAMO:	40.000,00	PLAZO: 5 años	TASA ANUAL:	9,45%
TASA MENSUAL	0,79%	CUOTA MENSUAL: 839,10		
PERIODOS	INTERÉS	PAGO MENSUAL	PAGO CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0				40.000,00
1	315,00	839,10	524,10	39.475,90
2	310,87	839,10	528,22	38.947,68
3	306,71	839,10	532,38	38.415,29
4	302,52	839,10	536,58	37.878,72
5	298,29	839,10	540,80	37.337,91
6	294,04	839,10	545,06	36.792,85
7	289,74	839,10	549,35	36.243,50
8	285,42	839,10	553,68	35.689,82
9	281,06	839,10	558,04	35.131,78
10	276,66	839,10	562,43	34.569,34
11	272,23	839,10	566,86	34.002,48
12	267,77	839,10	571,33	33.431,15
13	263,27	839,10	575,83	32.855,33
14	258,74	839,10	580,36	32.274,96
15	254,17	839,10	584,93	31.690,03
16	249,56	839,10	589,54	31.100,49
17	244,92	839,10	594,18	30.506,31
18	240,24	839,10	598,86	29.907,45
19	235,52	839,10	603,58	29.303,88
20	230,77	839,10	608,33	28.695,55
21	225,98	839,10	613,12	28.082,43
22	221,15	839,10	617,95	27.464,48
23	216,28	839,10	622,81	26.841,66
24	211,38	839,10	627,72	26.213,94
25	206,43	839,10	632,66	25.581,28
26	201,45	839,10	637,64	24.943,64
27	196,43	839,10	642,67	24.300,97
28	191,37	839,10	647,73	23.653,24
29	186,27	839,10	652,83	23.000,42
30	181,13	839,10	657,97	22.342,45
31	175,95	839,10	663,15	21.679,30
32	170,72	839,10	668,37	21.010,92
33	165,46	839,10	673,64	20.337,29
34	160,16	839,10	678,94	19.658,34
35	154,81	839,10	684,29	18.974,06
36	149,42	839,10	689,68	18.284,38
37	143,99	839,10	695,11	17.589,27
38	138,52	839,10	700,58	16.888,69
39	133,00	839,10	706,10	16.182,59
40	127,44	839,10	711,66	15.470,93
41	121,83	839,10	717,26	14.753,67
42	116,19	839,10	722,91	14.030,76
43	110,49	839,10	728,61	13.302,15
44	104,75	839,10	734,34	12.567,81
45	98,97	839,10	740,13	11.827,68
46	93,14	839,10	745,95	11.081,73
47	87,27	839,10	751,83	10.329,90
48	81,35	839,10	757,75	9.572,15
49	75,38	839,10	763,72	8.808,43
50	69,37	839,10	769,73	8.038,70
51	63,30	839,10	775,79	7.262,91
52	57,20	839,10	781,90	6.481,01
53	51,04	839,10	788,06	5.692,95
54	44,83	839,10	794,27	4.898,68
55	38,58	839,10	800,52	4.098,16
56	32,27	839,10	806,82	3.291,34
57	25,92	839,10	813,18	2.478,16
58	19,52	839,10	819,58	1.658,58
59	13,06	839,10	826,04	832,54
60	6,56	839,10	832,54	0,00

Elaborado por: La autora

4.5 BALANCE DE RESULTADOS

De acuerdo a los datos presentados anteriormente se obtiene el siguiente estado de resultados:

Tabla 37:
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	207.547,48	211.283,33	215.086,43	218.957,99	222.899,23
(-)Costo de ventas	133.901,60	136.311,83	138.765,44	141.263,22	143.805,96
Utilidad bruta	73.645,88	74.971,51	76.320,99	77.694,77	79.093,28
GASTOS					
Gasto suministros	480,00	492,96	506,27	519,94	533,98
Gasto servicios básicos	8.160,00	8.380,32	8.606,59	8.838,97	9.077,62
Gasto servicios de terceros	14.400,00	14.788,80	15.188,10	15.598,18	16.019,33
Gastos sueldos	23.162,00	24.662,00	24.662,00	24.662,00	24.662,00
Depreciación	1.147,74	1.147,74	1.147,74	1.147,74	1.147,74
Amortización	200,00	-	-	-	-
UAII	26.096,14	25.499,69	26.210,30	26.927,95	27.652,62
Intereses	3.500,32	2.851,96	2.139,60	1.356,94	497,02
UAPI	22.595,82	22.647,73	24.070,70	25.571,02	27.155,60
(-)Participación laboral 15%	3.389,37	3.397,16	3.610,60	3.835,65	4.073,34
Utilidad antes de Imp. Renta	19.206,45	19.250,57	20.460,09	21.735,36	23.082,26
(-)Impuesto a la Renta 22%	4.225,42	4.235,13	4.501,22	4.781,78	5.078,10
UTILIDAD NETA	14.981,03	15.015,44	15.958,87	16.953,58	18.004,16

Elaborado por: La autora

4.6 FLUJO DE EFECTIVO

El flujo neto de fondos o flujo de caja contiene los ingresos o entradas en efectivo del proyecto y los egresos o salidas de capital a fin de viabilizar la expansión de Vinos Caná al mercado de los Estados Unidos, en un determinado período. A continuación se observa su detalle:

Tabla 38:
Flujo de efectivo

FLUJO DE CAJA						
RUBRO	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS						
Ingresos por ventas		207.547,48	211.283,33	215.086,43	218.957,99	222.899,23
COSTOS						
Costo de Ventas		133.901,60	136.311,83	138.765,44	141.263,22	143.805,96
GASTOS						
Gastos generales		46.202,00	48.324,08	48.962,96	49.619,08	50.292,92
Depreciación		1.147,74	1.147,74	1.147,74	1.147,74	1.147,74
Amortización		200,00				
Total Costos y Gastos		181.451,34	185.783,64	188.876,13	192.030,04	195.246,62
UTILIDAD OPERATIVA (UAI)		26.096,14	25.499,69	26.210,30	26.927,95	27.652,62
Intereses		3.500,32	2.851,96	2.139,60	1.356,94	497,02
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		22.595,82	22.647,73	24.070,70	25.571,02	27.155,60
Participación trabajadores (15%)		3.389,37	3.397,16	3.610,60	3.835,65	4.073,34
UTILIDAD ANTES DE IR		19.206,45	19.250,57	20.460,09	21.735,36	23.082,26
Impuesto a la renta (22%)		4.225,42	4.235,13	4.501,22	4.781,78	5.078,10
UTILIDAD NETA (Beneficio Neto)		14.981,03	15.015,44	15.958,87	16.953,58	18.004,16
Depreciación equipo nuevo		1.147,74	1.147,74	1.147,74	1.147,74	1.147,74
Amortización		200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión fija	-11.477,36					
Inversión diferida	-200,00					
Capital de trabajo	-65.392,33					
Recup. Capital de Trabajo		1.263,46	1.288,54	1.314,13	1.340,24	60.185,97
Valor Residual						5.738,68
FLUJO DE CAJA LIBRE	-77.069,69	16.328,77	16.163,18	17.106,61	18.101,32	85.076,54
Préstamo	40.000,00					
Amortización préstamo		6.568,85	7.217,21	7.929,56	8.712,23	9.572,15
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-37.069,69	9.759,92	8.945,97	9.177,04	9.389,09	75.504,39

Elaborado por: La autora

4.7 INDICADORES FINANCIEROS

El análisis de factibilidad permitirá evaluar que tan rentable es el negocio y si se obtendrá la utilidad esperada por el emprendedor, la fuente que permitirá realizar este análisis es el flujo de caja, mediante el cual se obtienen los resultados a continuación descritos.

4.7.1 TMAR o costo de oportunidad

El costo de oportunidad o tasa de descuento viene dado por la siguiente fórmula:

$K'o = \text{costo de los recursos propios} + \text{costo de los recursos ajenos} + \text{TLR} + \text{inflación}$

$$K'o = \text{Tasa Pasiva} * (\% \text{ recursos propios}) + (\text{tasa activa} * (1 - t) * (\% \text{ recursos ajenos})) + \text{TLR} + \text{inflacion}$$

Tabla 39:

TMAR

COSTO DE OPORTUNIDAD	
FACTOR	PORCENTAJE
Tasa pasiva	4,53%
Tasa activa	9,45%
Recursos ajenos	51,90%
Recursos propios	48,10%
t=tasa impositiva vigente	33,70%
Inflación	2,70%
Riesgo país (EMBI)	4,11%

Elaborado por: La autora

$$K'o = (4,53\% * 48,10\%) + (9,45\% * (100\% - 33,70\%) * 51,90\%) + 4,11\% + 2,70\%$$

$$K'o = 12,24\%$$

4.7.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto se lo definirá a través de la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_o + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

I_0 = Inversión inicial.

FNE = Flujo neto de efectivo anual.

i = costo de oportunidad del plan.

Tabla 40:

VAN

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO NETO	(1 + i) ⁿ	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	-37.069,69	1	-37.069,69
1	9.759,92	1,122406653	8.695,53
2	8.945,97	1,259796695	7.101,12
3	9.177,04	1,414004192	6.490,11
4	9.389,09	1,587087713	5.915,92
5	75.504,39	1,781357808	42.385,87
TOTAL			70.588,55

Elaborado por: La autora

$$VAN = -37.069,69 + \frac{9.759,92}{(1 + 0,1224)^1} + \frac{8.945,97}{(1 + 0,1224)^2} + \frac{9.177,04}{(1 + 0,1224)^3} + \frac{9.389,09}{(1 + 0,1224)^4} + \frac{75.504,39}{(1 + 0,1224)^5}$$

$$VAN = -37.069,69 + 70.588,55 = 33.518,86 \text{ dólares.}$$

El VAN que se percibiría con la ejecución del plan de expansión de Vinos Caná es de **USD33.518,86**; siendo este el resultado de transportar los flujos de efectivo a valor presente, mismo que al ser positivo permite visualizar, que la empresa no compromete sus recursos económicos, concluyendo de esta manera con que la puesta en marcha del proyecto es factible.

4.7.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Según Aguilera (2005) “La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada” (pág. 241)

Tabla 41:**TIR**

TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	FLUJO NETO
0	-37.069,69
1	9.759,92
2	8.945,97
3	9.177,04
4	9.389,09
5	75.504,39
TIR	33,38%

Elaborado por: La autora

Con el propósito de determinar si la expansión de la empresa Vinos Caná es beneficioso o no para sus propietarios, la TIR deberá ser comparada con otros criterios de evaluación que le brinde al proyecto iguales o mejores réditos.

Para el caso de la presente propuesta se considera una relación con el costo de oportunidad siendo este del 12,24%. Así, entonces se puede observar que la TIR supera al costo de oportunidad (33,38% > 12,24%), en tal virtud la apertura del negocio, es una opción aceptable y ejecutable, de acuerdo a los parámetros preestablecidos.

4.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El período de recuperación de la inversión es un cálculo de fácil aplicación, este indicador permite medir la liquidez del proyecto, así como también el riesgo relativo, anticipando los sucesos en el corto plazo.

Tabla 42:

Período de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUP. DE LA INVERSION			
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJO ACT.ACUM.
0	-37.069,69	-37.069,69	-37.069,69
1	9.759,92	8.695,53	-28.374,16
2	8.945,97	7.101,12	-21.273,04
3	9.177,04	6.490,11	-14.782,93
4	9.389,09	5.915,92	-8.867,01
5	75.504,39	42.385,87	

Elaborado por: La autora

$$PRI = (4) + \frac{8.867,01}{37.069,69}$$

$$PRI = (4) + 0,209197285$$

$$PRI = 0,209197285 \times 12 = 2,510367424$$

$$PRI = 0,510367424 \times 30 = 15,31102272$$

La inversión asignada a la puesta en marcha del presente proyecto, será recuperada a partir del año 4, con 2 meses y 15 días.

4.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad del presente proyecto se tomará en cuenta tres escenarios: esperado, pesimista y optimista, se debe considerar que este cálculo se lo realizará en base a la variación del precio en el mercado, es decir, a través de la inflación anual.

Tabla 43:

Análisis de sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
INFLACIÓN	VAN	TIR	ESCENARIO
2,70%	33.518,86	33,38%	ESPERADO
8,83%	11.653,59	29,03%	OPTIMISTA
2,45%	30.767,78	33,54%	PESIMISTA

Elaborado por: La autora

La inflación más alta presentada en los últimos años se registra en el año 2008, donde alcanzó 8,83%, tasa ha sido utilizada para determinar el escenario optimista, puesto que los precios de venta tendrán una variación tomando en cuenta este indicador financiero, es decir si es alta, los precios serán altos y si disminuyen de igual manera lo harán los precios. Para el escenario esperado se ha tomado en consideración la tasa de 2,70% misma que según los datos oficiales presentados por el Banco Central del Ecuador, para diciembre del 2013 se cerró con este valor de inflación, de igual manera para el escenario pesimista se prevé que la inflación anual a penas alcance al 2,45%, ya que esta es la más baja registrada en el año 2007, la variable precio provocará que los ingresos de la compañía no llegue a ser los esperados.

5 IMPACTOS DE LA INVERSIÓN

Al realizar la puesta en marcha del proyecto se generarán varios impactos, para tal efecto se realizará una matriz la cual permitirá mediante la cuantificación de los resultados, determinar el alcance del mismo.

Es indispensable definir el rango en los que se pueden calificar, los mismos que se los realizará de acuerdo a la siguiente escala:

Tabla 44:
Niveles de impacto

NIVELES DE IMPACTO	
VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

Elaborado por: La autora

A continuación se determinará las diferentes matrices con sus respectivos rangos en cada uno de los impactos asignándoles una valoración de acuerdo a los indicadores utilizados lo cual nos permite obtener una información más precisa.

5.1 IMPACTOS SOCIALES

Tabla 45:

Impacto social

IMPACTO SOCIAL							
NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Estabilidad Económica							X
Generación de empleo					X		
TOTAL					1	3	

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \square}{N} \qquad \text{Nivel de Impacto} = \frac{4}{2} = 2$$

Con la implementación de este proyecto, el impacto social que se genera tiene niveles importantes, ya que favorecerá a las personas involucradas directamente en el mismo, ya que se generará estabilidad económica y finalmente la utilización planificada de ingresos económicos en las familias, de quienes colaboran con la empresa.

5.2 IMPACTOS ECONÓMICOS

Tabla 46:

Impactos económicos

IMPACTO ECONÓMICO							
NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Desarrollo competitivo							X
Mayor utilidad							X
TOTAL							6

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \square}{N} \qquad \text{Nivel de Impacto} = \frac{6}{2} = 3$$

El impacto económico se muestra desde el punto de vista de la rentabilidad, puesto que al llegar con sus productos al exterior específicamente a los Estados Unidos, se espera que las

ventas se incremente a medida que las exigencias del mercado crezcan, lo que genera un desarrollo competitivo, lo que permite que el nivel de ingresos se maximice, a través de una utilidad mayor.

5.3 IMPACTO EMPRESARIAL

Tabla 47:

Impacto empresarial

IMPACTO EMPRESARIAL							
NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Cultura organizacional							X
Cumplimiento de leyes							X
TOTAL							6

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \square}{N} \qquad \text{Nivel de Impacto} = \frac{6}{2} = 3$$

La cultura organizacional es uno de los factores que se debe cultivar al desarrollar cualquier negocio, puesto que esto le garantizará a la empresa el mantenerse al día en sus funciones, en este aspecto la compañía cuenta con las funciones de su personal y directivos bien especificadas, por otro lado para la puesta en marcha se contará con todos los permisos de funcionamiento actualizados por las autoridades competentes.

5.4 IMPACTO COMERCIAL

Tabla 48:

Impacto comercial

IMPACTO COMERCIAL							
NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
INDICADOR							
Competitividad							X
Mejora continua							X
Fijación de precios							X
TOTAL							9

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \square}{N} \qquad \text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{3} = 3$$

El presente proyecto generará un impacto comercial muy importante, puesto que actualmente en el mercado nacional, es la única empresa que realiza exportaciones de vinos de consagrar al exterior, tomando en cuenta que la producción de este producto es mayoritariamente de carácter artesanal, por lo que los factores como la mejora continua es importante mantenerlo así como la competitividad en la comercialización del producto.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- Vinos Caná es una empresa dedicada a la producción y comercialización de vinos de consagrar, actualmente sus productos son distribuidos a nivel nacional e internacional.
- El crecimiento del PIB en los Estados Unidos es de 1,80%, lo que garantiza que el mercado será estable, debido a que este rubro identifica el rendimiento del país en el año de estudio.
- La planta de producción presenta espacio suficiente para la colocación de la maquinaria que se pretende adquirir, por lo que el espacio físico no será un inconveniente para la puesta en marcha de la propuesta de expansión.
- A través del cálculo de los diferentes indicadores financieros, se puede concluir con que la propuesta es viable y factible, puesto que presenta un VAN positivo de \$33.518,86, una TIR de 33,38% y un período de recuperación de la inversión de 4 años, 2 meses y 15 días, tiempo considerado como aceptable.
- La aplicación de la propuesta presentará el desarrollo de varios impactos, esto debido a la trascendencia que se generará con su ejecución, cabe señalar que todos los aspectos analizados son positivos, por lo que no afecta a ningún sector.

6.2 RECOMENDACIONES

- Realizar procesos de mejora continua en la empresa, sobre todo en el área de producción puesto que esto permitirá llevar a cabo nuevos procesos de expansión a diferentes mercados nacionales e internacionales.

- Realizar de manera continua evaluaciones del mercado destino, lo que permitirá conocer las necesidades de los consumidores, de esta manera conocer si el producto requiere algún tipo de mejora a corto o largo plazo.
- Realizar una distribución de la planta de producción que permita optimizar tiempos de producción.
- Proceder con la ejecución del proyecto, una vez que el cálculo de los indicadores financieros han determinado su factibilidad.
- Evaluar de manera periódica los impactos en los que el proyecto incurre, de esta manera se generará un compromiso social con la comunidad involucrada.

BIBLIOGRAFÍA

1. Administración de Alimentos y Medicamentos FDA. (12 de junio de 2014). *FDA*. Obtenido de Administración de Alimentos y Medicamentos FDA: <http://www.fda.gov/aboutfda/enespanol/default.htm>
2. Aduana y protección Fronteriza de EEUU. (2014). *Documentación*. Chicago: Harper Collins.
3. Agrovin. (2013). *Tribloc modelo XPLT-TLT/S*. Castilla La Mancha - España: Agrovin.
4. Agrovin. (2014). *Etiquetadora autoadhesiva rotativa*. Castilla La Mancha - España: Agrovin.
5. Aguilera, R. (2005). *La evaluación de proyectos de inversión*. México: Editorial Limusa.
6. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau. (11 de Octubre de 2013). *Importando bebidas alcoholicas a los Estados Unidos*. Obtenido de Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau: <http://www.ttb.gov/forms/f510024.pdf>
7. Amaluisa, K. (2011). *Guía como exportar a los Estados Unidos*. New York: Pro-Ecuador.
8. Amaya, J. (2009). *Gerencia: planeación y estrategia*. Colombia: Editorial de la Universidad Santo Tomás.
9. Antúm, J. P. (2004). *Logística Internacional*. México: Instituto de ingeniería UNAM.
10. Aranda, A., Zabalsa, I., Martínez, A., Valero, A., & Scarpellini, S. (2006). *El análisis del ciclo de vida, como herramienta empresarial*. Madrid - España: Fundación Confemental.
11. Baca Urbina, G. (2010). *Preparación y evaluación de proyectos*. Barcelona: McGraw Hill.
12. Banco Central del Ecuador. (2012). *Las clasificaciones de industrias y de productos del Sistema de Cuentas Nacionales 1993 aplicadas a la economía ecuatoriana*. Quito: BCE.
13. CAFES. (12 de Enero de 2014). *Sistema Aduanero Automatizado*. Obtenido de Customs and Border Protection: http://apps.cbp.gov/csms/csms.asp?srch_argv=09-000263&srctype=all&opt=1

14. Código de Regulaciones Federales. (2014). *Sección 141.86*. Manhattan: Modern Library.
15. Convencion Internacional de Protección Fitosanitaria. (10 de Febrero de 2014). *Proteger de las plagas los recursos del mundo*. Obtenido de Convencion Internacional de Protección Fitosanitaria: <https://www.ippc.int/es>
16. Expeditors. (24 de febrero de 2014). *CAFES (Sistema Aduanero Automatizado Formulario de Entrada)*. Obtenido de <http://domino.expeditors.com/apps/Customs/CBP.nsf/4b6301232341762c8825740400062d99/c2e38e7156785ecd882575ee007417b4?OpenDocument>
17. International Chambers of Commerce. (11 de Junio de 2014). *The world bussine organization*. Tennesse: International Chambers of Commerce.
18. Jaramillo, J., Botero, D., Suárez, R., Zapata, G., Malaver, N., & Rivera, H. (2011). *Análisis de la industria del té y las aromáticas en Colombia*. Colombia: Universidad del Rosario.
19. La Biblia. (2012). *La Santa Biblia*. Quito: Alianza Cristiana y Misionera.
20. Lachos, A., Bonarriba, D., & Cumpen, J. (20 de Enero de 2014). *Exportación de vinos a Estados Unidos*. Barcelona: Prezi.
21. Larco, M. (10 de Agosto de 2013). *Exportación de Licores a Estados Unidos*. México: SIICEX. Obtenido de Comercio y Exportaciones.
22. Lausatogui, J. (2009). *Vino, Misa y TRadición*. Barcelona: Lugar del vino.
23. Leon, R. (2014). *Ficha detallada de Premier Beverage Company Llc*. Miramar - Florida: Grupo Santander.
24. Ministerio de Comercio Exterior de Colombia. (2013). *Guía para exportar*. Bogotá: Ministerio de Comercio Exterior de Colombia.
25. Narváez, V. (15 de enero de 2012). El famoso vino de consagrar. *El Comercio*, pág. 15.
26. Pro - Ecuador. (18 de Julio de 2011). *Exportadores*. Quito: Pro - Ecuador. Obtenido de Pro Ecuador.
27. Sáez, P. B. (2013). *Maquinaria Básica para una Bodega de Elaboración de Vino*. Logroño: Vinos y Viñedos.
28. Secretaría de la Comisión Técnica de la IICA. (22 de Agosto de 2013). *Ley Bioterrorista*. San José de Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Obtenido de Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
29. Urbina, B. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
30. Vinos Canadá. (2013). *La empresa en general*. Ibarra.

ANEXOS

Anexo No. 1. Acta Federal de Administración

Hoja #1

OMB NO. 1513-0018 (10/31/2014)

DEPARTMENT OF THE TREASURY
ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU (TTB)

APPLICATION FOR BASIC PERMIT UNDER THE FEDERAL ALCOHOL ADMINISTRATION ACT

1. FULL NAME AND PREMISES ADDRESS

3. EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER (EIN)
(Social Security number is not acceptable)

4. OPERATING NAME (DBA), if any

TELEPHONE NUMBER
State in which organized for Corporations and Limited Liability Companies (LLC):

2. MAILING ADDRESS *(If different from premises address)*

5. LABELING TRADE NAME(S), if any

6. BUSINESS(ES) TO BE CONDUCTED AT PREMISES ADDRESS *(Check applicable boxes)*

a. DISTILLED SPIRITS PLANT (BEVERAGE)
 DISTILLING
 WAREHOUSING AND BOTTLING DISTILLED SPIRITS
 PROCESSING (RECTIFYING) DISTILLED SPIRITS AND WINE

b. BONDED WINE PREMISES
 PRODUCING AND BLENDING WINE
 BLENDING WINE

c. IMPORTING INTO THE UNITED STATES
 DISTILLED SPIRITS
 WINE
 MALT BEVERAGES

d. PURCHASING FOR RESALE AT WHOLESALE
 DISTILLED SPIRITS
 WINE
 MALT BEVERAGES

or while so engaged, sell, offer, or deliver for sale, contract to sell, or ship in interstate or foreign commerce the alcoholic beverages so distilled, produced, rectified, blended or bottled, warehoused and bottled, imported, or purchased for resale at wholesale.

7. REASON FOR THE APPLICATION *(use date format MM/DD/YYYY)*

a. NEW BUSINESS
Anticipated start date _____

b. CHANGE IN CONTROL *(Actual or legal)*
 Submit Basic Permit(s) with this application.
 Date of Change _____

c. CHANGE IN OWNERSHIP
 Date of Change _____
 Name, address, and permit number(s) of predecessor _____

8. OWNER INFORMATION *(List sole owner, all general parties, LLC members/managers, corporate officers and directors, and shareholders with more than 10% voting stock. Each listed person must also furnish the information in Item 9.)*

NAME	TITLE	% VOTING/STOCK/INTEREST (If applicable)	INVESTMENT IN BUSINESS (Item 6)	SOURCE OF FUNDS INVESTED (savings, loans, gift, or specify other & financial institution name, city & state)

IF APPLICANT IS ACTUALLY OR LEGALLY CONTROLLED BY PERSONS OR BUSINESSES NOT IDENTIFIED ABOVE, PROVIDE ON A SEPARATE SHEET INFORMATION *(as specified for Item 9)* FOR EACH PERSON OR BUSINESS AND STATE THE EXTENT AND MANNER OF THE CONTROL. BUSINESSES SHOULD INCLUDE THEIR EIN.

9. COMPLETE FOR EACH PERSON LISTED IN ITEM 8.

a. FULL GIVEN NAME _____

b. DATE AND PLACE OF BIRTH _____

c. SOCIAL SECURITY OR EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER _____

d. ARE YOU A U.S. CITIZEN?
 YES NO

e. MALE FEMALE

f. OTHER NAMES USED *(Maiden name, nicknames, etc.)* _____

g. RESIDENCE(S) OVER THE LAST FIVE YEARS _____

TTB F 5100.24 (02/2011) Page 1 of 2

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (2013)

Hoja #2

a. FULL GIVEN NAME	b. DATE AND PLACE OF BIRTH	c. SOCIAL SECURITY OR EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER	d. ARE YOU A U.S. CITIZEN? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
e. <input type="checkbox"/> MALE <input type="checkbox"/> FEMALE		f. OTHER NAMES USED (Maiden name, nicknames, etc.)	
g. RESIDENCE(S) OVER THE LAST FIVE YEARS			
a. FULL GIVEN NAME	b. DATE AND PLACE OF BIRTH	c. SOCIAL SECURITY OR EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER	d. ARE YOU A U.S. CITIZEN? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
e. <input type="checkbox"/> MALE <input type="checkbox"/> FEMALE		f. OTHER NAMES USED (Maiden name, nicknames, etc.)	
g. RESIDENCE(S) OVER THE LAST FIVE YEARS			
a. FULL GIVEN NAME	b. DATE AND PLACE OF BIRTH	c. SOCIAL SECURITY OR EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER	d. ARE YOU A U.S. CITIZEN? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
e. <input type="checkbox"/> MALE <input type="checkbox"/> FEMALE		f. OTHER NAMES USED (Maiden name, nicknames, etc.)	
g. RESIDENCE(S) OVER THE LAST FIVE YEARS			
a. FULL GIVEN NAME	b. DATE AND PLACE OF BIRTH	c. SOCIAL SECURITY OR EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER	d. ARE YOU A U.S. CITIZEN? <input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
e. <input type="checkbox"/> MALE <input type="checkbox"/> FEMALE		f. OTHER NAMES USED (Maiden name, nicknames, etc.)	
g. RESIDENCE(S) OVER THE LAST FIVE YEARS			
10. HAS THE APPLICANT OR ANY PERSON LISTED FOR ITEMS 8 OR 9 EVER BEEN DENIED A PERMIT, LICENSE, OR OTHER AUTHORIZATION TO ENGAGE IN ANY BUSINESS TO MANUFACTURE, DISTRIBUTE, IMPORT, SELL, OR USE ALCOHOL PRODUCTS (beverage or nonbeverage) BY ANY GOVERNMENT AGENCY (Federal, State, local, or foreign) OR HAD SUCH PERMIT, LICENSE, OR OTHER AUTHORIZATION REVOKED, SUSPENDED, OR OTHERWISE TERMINATED? <input type="checkbox"/> YES. State details of each event on a separate sheet. <input type="checkbox"/> NO			
11. HAS THE APPLICANT OR ANY PERSON LISTED FOR ITEMS 8 OR 9 EVER BEEN ARRESTED FOR, CHARGED WITH, OR CONVICTED OF ANY CRIME UNDER FEDERAL, STATE, OR FOREIGN LAWS other than traffic violations or convictions that are not felonies under Federal or State law. <input type="checkbox"/> YES. State details of each event on a separate sheet. <input type="checkbox"/> NO			
TTB MAY REQUIRE additional information to process this application. If you are applying for a basic permit to operate a distilled spirits plant or bonded wine premises, you must also file additional forms and information required under the Internal Revenue Code. OPERATION WITHOUT A PERMIT. Criminal and administrative actions may be taken against persons engaged in a business listed in Item 6 of this form if it is not conducted pursuant to an FAA Act basic permit.			
APPLICANT'S AFFIRMATION. Under penalties of perjury, I declare that I have examined this application, including accompanying statements, and to the best of my knowledge and belief, it is true, correct, and complete. The applicant must immediately notify the TTB official with whom this application is filed of any change in ownership, management, or control of the applicant (in the case of a corporation, any change in the officers, directors, or persons holding 10 percent or more of the corporate stock). The business for which this application is made does not violate the law of the State in which the business will be conducted. In addition, if this application is approved, the applicant will conduct operations within a reasonable period of time and maintain such operations in conformity with Federal law.			
12. APPLICANT'S SIGNATURE (Sole owner, partner, corporate officer, LLC member or manager, or if designated agent, submit TTB F 5000.8)	13. TITLE OF PERSON SIGNING	14. DATE	
15. E-MAIL (INTERNET) ADDRESS (optional):			

TTB F 5100.24 (02/2011)

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (2013)

INSTRUCTIONS														
<p>1. GENERAL. You must file this application if you want a permit under the Federal Alcohol Administration Act (FAA Act) to engage in the business of:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producing or processing distilled spirits or wine includes for nonindustrial use. - Importing into the United States, or wholesaling, alcoholic beverages. <p>Nonindustrial use of distilled spirits or wines includes all beverage purposes or uses in preparing foods or drinks. Wholesaling under the FAA Act means purchasing alcoholic beverages for resale at wholesale. The FAA Act defines alcoholic beverages as distilled spirits, wine, or malt beverages including any fermented cereal beverages which have an alcohol content of not less than 1/2 percent.</p> <p>2. COMPLETING AND FILING THIS APPLICATION.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Please type or print and complete all items. - Write "not applicable" in any item requesting information that does not apply to your business. - Items 8 through 11: If this information is on file with TTB, state "On file under (name and TTB permit or registry number or type of pending application)." - If you need additional room, use a separate sheet. - If your producing or processing operations will be in Puerto Rico, contact the Director, Puerto Rico Operations, for additional requirements. - Send this form in duplicate to the appropriate TTB (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau) office. 	<table border="0"> <tr> <td style="text-align: center;">Location of Business</td> <td style="text-align: center;">Send to:</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">TTB</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">PUERTO RICO</td> <td style="text-align: center;">Site 310 Torre Chardon, 350 Carlos Chardon Ave San Juan, PR 00918-21244</td> <td style="text-align: center;">787-766-5584</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">ALL OTHER STATES</td> <td style="text-align: center;">550 Main Street, Suite 8002 Cincinnati, OH 45202</td> <td style="text-align: center;">1-877-882-3277</td> </tr> </table>	Location of Business	Send to:			TTB		PUERTO RICO	Site 310 Torre Chardon, 350 Carlos Chardon Ave San Juan, PR 00918-21244	787-766-5584	ALL OTHER STATES	550 Main Street, Suite 8002 Cincinnati, OH 45202	1-877-882-3277	<p>3. LABEL APPROVALS FOR BOTTLED ALCOHOLIC BEVERAGES. Bottlers, packagers, and importers should have TTB approved label certificates (TTB F 5100.31). A label approval is required to sell, ship, or deliver for sale or shipment, or to otherwise introduce in interstate or foreign commerce, alcoholic beverages. Also, a label approval allows importers to release specific imported alcoholic beverages from Customs' custody. For label approvals contact TTB, Advertising, Labeling and Formulation Division, Washington, DC 20220, phone (202-453-2250). TTB does not approve certificates until you have the appropriate FAA Act basic permit. You can submit draft labels (for example, mockups) to TTB for review before printing the labels. Trade name approval on your FAA Act basic permit does not constitute approval as a brand name for labeling purposes.</p> <p>4. Alcohol Dealer Registration. If you are a retail or wholesale dealer and deal in beer, wine or distilled spirits, file TTB F 5630.5d, Alcohol Dealer Registration. SPECIAL TAX FOR RETAIL AND WHOLESALE DEALERS HAS BEEN REPEALED, NO TAX PAYMENT DUE. You do not file this form when your business only involves the importation or sale of fermented cereal beverages which have an alcoholic content of less than 1/2 percent or where your business is only in Puerto Rico.</p> <p>5. EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER. You need to have this number for your business even if you do not have any employees. To obtain an EIN, file Form SS-4 with the Internal Revenue Service.</p>
Location of Business	Send to:													
	TTB													
PUERTO RICO	Site 310 Torre Chardon, 350 Carlos Chardon Ave San Juan, PR 00918-21244	787-766-5584												
ALL OTHER STATES	550 Main Street, Suite 8002 Cincinnati, OH 45202	1-877-882-3277												
PRIVACY ACT INFORMATION														
<p>1. AUTHORITY. Solicitation of information on TTB F 5100.24 is made pursuant to 27 U.S.C. Section 204(c). Disclosure of this information by the applicant is mandatory if the applicant wishes to obtain a basic permit under the Federal Alcohol Administration Act.</p> <p>2. PURPOSES. To identify the applicant, the location of the premises, and to determine the eligibility of the applicant to obtain a basic permit.</p> <p>3. ROUTINE USES. The information will be used by TTB to make determinations set forth in paragraph 2 above. Where such disclosure is not prohibited, TTB officers may disclose this information to other Federal, State, foreign, and local law enforcement and regulatory agency personnel to verify information on the application, and for enforcement of the laws of such other agency. The information may be disclosed to the Justice Department if the application appears to be false or misleading. TTB officers may disclose the information to individuals to verify information on the application where such disclosure is not prohibited.</p> <p>4. EFFECTS OF NOT SUPPLYING INFORMATION REQUESTED. TTB may delay or deny the issuance of the FAA Act basic permit where information is not complete or missing.</p> <p>5. DISCLOSURE OF EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER AND SOCIAL SECURITY NUMBER. You do not have to supply these numbers. These numbers are used to identify an individual or business. If you do not supply the numbers, your application may be delayed.</p>														
PAPERWORK REDUCTION ACT NOTICE														
<p>This request is in accordance with the Paperwork Reduction of 1995. The information collection is used to determine the eligibility of the applicant to engage in certain operations, to determine the location and extent of operations, and to determine whether the operations will be in conformity with Federal laws and regulations. The information requested is required to obtain or retain a benefit and is mandatory by statute (27 U.S.C. 203 and 204 (c)).</p> <p>The estimated average burden associated with this collection of information is 1 hour and 45 minutes per respondent depending on individual circumstances. Comments concerning the accuracy of this burden estimate and suggestions for reducing this burden should be addressed to Reports Management Officer, Regulations and Rulings Division, Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, Washington, DC 20220.</p> <p>An agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a current, valid OMB control number.</p>														
TTB F 5100.24 (02/2011)														

Anexo No. 2. Formulario Personal

Hoja #1

OMB No. 1513-0014 (05/31/2014)																									
<p>DEPARTMENT OF THE TREASURY ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU (TTB) POWER OF ATTORNEY <i>(Please read instructions before completing this form)</i></p>																									
1. PRINCIPAL (Name of Partnership, Corporation, Association, Limited Liability Company, Estate, or Individual)	2. BUSINESS IN WHICH ENGAGED																								
3. ADDRESS (Number, Street, City, State, ZIP Code), TELEPHONE NUMBER, AND E-MAIL ADDRESS																									
4. PRINCIPAL'S EMPLOYER IDENTIFICATION NUMBER (Employer Identification Number or Social Security Number)	5. PERMIT NUMBER / REGISTRY NUMBER (If applicable)																								
6. NAME, TELEPHONE NUMBER, AND E-MAIL ADDRESS OF APPOINTED ATTORNEY																									
7. ADDRESS (Number, Street, City, State, and ZIP Code)																									
8. The above named principal, engaged in the business shown, has appointed the above named attorney to: (See Instruction 2)																									
<p>(a) Execute for him/her all applications, notices, bonds, tax returns, tax information disclosure authorizations, and other instruments, claims, offers in compromise, letters, writings, and papers, and to act for him/her in dealing with the Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) in connection with matters relating to the laws and regulations administered by it. The principal authorizes the attorney named above to receive on his/her behalf any and all notices, papers, and letters from the Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau in connection with all such matters, and grants him/her full power and authority to do all that is essential in and about the premises, as duly as the principal could do if personally present, with full power of substitution and revocation. The principal hereby ratifies and confirms all that the attorney must lawfully do or cause to be by virtue of this appointment.</p> <p>(b) Authorization limited to:</p>																									
9. The power is to apply to the following. (If authority is restricted to a particular factory, plant, premises, etc., give name as: Distilled Spirits Plant, Tobacco Products Factory, Tobacco Export Warehouse, etc., and address and registry number; or, if a Wholesale Liquor Dealer, SDA, or Tax-Free Alcohol User; or if this Power of Attorney may be used for manufacturing or importing firearms or ammunition, etc., give permit number.)																									
10. SIGNATURE OF APPOINTED ATTORNEY																									
EXECUTION (See Instruction 3)																									
11. SIGNATURE IF PRINCIPAL IS INDIVIDUAL (Signature of Principal)	DATE																								
<p>12. SIGNATURE IF PRINCIPAL IS PARTNERSHIP, LIMITED LIABILITY PARTNERSHIP (LLP), ESTATE, CORPORATION, LIMITED LIABILITY COMPANY (LLC), OR ASSOCIATION. Under penalties of perjury, I declare that I have the authority to execute this power of attorney on behalf of the principal.</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">Signature</td> <td style="width: 33%;">Title</td> <td style="width: 33%;">Date</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Signature</td> <td>Title</td> <td>Date</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Signature</td> <td>Title</td> <td>Date</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>Signature</td> <td>Title</td> <td>Date</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	Signature	Title	Date				Signature	Title	Date				Signature	Title	Date				Signature	Title	Date				<p>13. Seal of Corporation, Association, or LLC (A corporation, association or LLC will impress their seal below if they have one. If there is no seal, check the "Not Applicable box". The person(s) signing in Items 11 or 12 must have been granted signing authority (other than Power of Attorney) on another document previously approved or accepted by TTB).</p> <p><input type="checkbox"/> Not Applicable</p>
Signature	Title	Date																							
Signature	Title	Date																							
Signature	Title	Date																							
Signature	Title	Date																							
TTB F 5000.8 (04/2011)																									
Page 1 of 2																									

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bareau (2013)

14. ACKNOWLEDGMENT, WITNESSING, OR DECLARATION (Complete 14a, 14b, or 14c)			
<p>14a. ACKNOWLEDGMENT</p> <p>The above-named person(s) signing as or for the principal(s) appeared before me today and acknowledged this power of attorney as his/her/their voluntary act and deed. The notarial seal must be affixed unless a seal is not required under the laws of the state where the power of attorney is executed.</p>	<p>14b. WITNESSING</p> <p>This power of attorney was signed by or for the principal(s) by a person or persons known to, and in the presence of, the two disinterested witnesses whose signatures appear below:</p>		
<p>NOTARIAL SEAL (If required)</p>	<p>Signature of Notary or Other Officer</p>	<p>Signature of Witness</p>	<p>Date</p>
<p>Date</p>	<p>Title</p>	<p>Signature of Witness</p>	<p>Date</p>
<p>14c. DECLARATION by attorney or certified public accountant who is granted the power of attorney by this form.</p> <p>I declare that I am aware of the regulations of 31 CFR Part 8, that I am not currently under suspension or disbarment from practice before the Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, and that I am currently: (Check applicable box)</p> <p><input type="checkbox"/> A member in good standing of the bar of the highest court of </p> <p><input type="checkbox"/> Qualified to practice as a certified public accountant in </p> <p style="text-align: right; margin-right: 50px;">Printed Name</p> <p style="text-align: right; margin-right: 50px;">Signature</p> <p><small>*Insert Name of State, Possession, or District of Columbia</small></p>			
FOR TTB USE ONLY			
DATE RECEIVED FOR FILING	TTB OFFICE	RECEIVED BY (Signature and Title)	
INSTRUCTIONS			
<p>1. GENERAL. This form is filed with TTB to show the appointed attorney is to represent the principal.</p> <p>2. ITEM 8. A full power of attorney is granted by paragraph 8(a). The power of attorney may be limited or restricted by deleting all of paragraph 8(a) and listing the specific powers to be conferred in section 8(b).</p> <p>3. EXECUTION. This form must be signed by or on behalf of the principal(s) as follows:</p> <p>(a) INDIVIDUAL by his or her completion of item 11.</p> <p>(b) PARTNERSHIP, LIMITED LIABILITY PARTNERSHIP (LLP) by completion of item 12 by all partners, or one partner who attaches his/her authorization to act on behalf of all the partners unless this authorization is provided by State law.</p> <p>(c) CORPORATION or ASSOCIATION by completion of items 12 and 13, an officer authorized by supporting corporate or organizational documents (preferably the president, vice-president, or treasurer; or LLC member or manager), must sign in item 12.</p> <p>(d) ESTATE by completion of item 12 by the executor or administrator and attaching other such documents as may be required by TTB.</p> <p>(e) LIMITED LIABILITY COMPANY (LLC) by completion of item 12 by all members or managers, or one member or manager who attaches his/her authorization to act on behalf of the LLC.</p> <p>4. FILING. This form must be completed in duplicate, unless otherwise required, and submitted to the Director, National Revenue Center, 550 Main St, Ste. 8002, Cincinnati, OH 45202-5215. The original with any attachments will be retained by the Director, National Revenue Center, and all other copies will be returned to the principal. If the power of attorney is applicable to more than one business establishment, additional copies must be submitted for each.</p>	<p>The additional copies will be filed in the same manner as when the power of attorney relates to only one establishment or business. Copies reproduced by photographic process need not be certified as copies of the original.</p> <p>5. ORIGINAL OF A RULING. The Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau will give to an appointed attorney the original of a ruling concerning the principal about TTB matters if a statement is made to that effect in item 8(b).</p> <p>6. REVOCAION. A power of attorney remains in effect until revoked by the principal in written notice to the Director, National Revenue Center.</p> <p>7. RULES. All persons representing clients before the Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau must comply with the regulations governing representation (26 CFR Part 601 or those regulations as recodified in 27 CFR Part 77) and any other applicable rules and statutes.</p> <p style="text-align: center;">PAPERWORK REDUCTION ACT NOTICE</p> <p>This request is in accordance with the Paperwork Reduction Act of 1995. The information collection is used by TTB to ensure that only duly authorized individuals are signing documents. The information is voluntary.</p> <p>The estimated average burden associated with this collection of information is 30 minutes per respondent or recordkeeper, depending on individual circumstances. Comments concerning the accuracy of this burden estimate and suggestion s for reducing this burden should be addressed to the Reports Management Officer, Regulations and Rulings Division, Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, Washington, DC 20220.</p> <p>An agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a current, valid OMB control number.</p>		
Page 2 of 2 TTB F 5000.8 (04/2011)			

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bareau (2013)

Anexo No. 3. Certificado de Aprobación de Etiqueta

Hoja #1

FOR TTB USE ONLY				OMB No. 1513-0020 (07/31/2015)					
TTB ID				DEPARTMENT OF THE TREASURY ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU APPLICATION FOR AND CERTIFICATION/EXEMPTION OF LABEL/BOTTLE APPROVAL <i>(See Instructions and Paperwork Reduction Act Notice Below)</i>					
1. REP. ID. NO. <i>(If any)</i>	CT	OR							
2. PLANT REGISTRY/BASIC PERMIT/BREWER'S NO. <i>(Required)</i>		3. SOURCE OF PRODUCT <i>(Required)</i>		PART I - APPLICATION 8. NAME AND ADDRESS OF APPLICANT AS SHOWN ON PLANT REGISTRY, BASIC PERMIT, OR BREWER'S NOTICE. INCLUDE APPROVED DBA OR TRADENAME IF USED ON THE LABEL <i>(Required)</i>					
		<input type="checkbox"/> Domestic <input type="checkbox"/> Imported							
4. SERIAL NUMBER <i>(Required)</i>		5. TYPE OF PRODUCT <i>(Required)</i>		8a. MAILING ADDRESS, IF DIFFERENT					
YEAR		<input type="checkbox"/> WINE <input type="checkbox"/> DISTILLED SPIRITS <input type="checkbox"/> MALT BEVERAGES							
6. BRAND NAME <i>(Required)</i>		7. FANCIFUL NAME <i>(If any)</i>		18. TYPE OF APPLICATION <i>(Check applicable box(es))</i> a. <input type="checkbox"/> CERTIFICATE OF LABEL APPROVAL b. <input type="checkbox"/> CERTIFICATE OF EXEMPTION FROM LABEL APPROVAL <i>"For sale in _____ only" (Fill in State abbreviation)</i> c. <input type="checkbox"/> DISTINCTIVE LIQUOR BOTTLE APPROVAL. TOTAL BOTTLE CAPACITY BEFORE CLOSURE <i>(Fill in amount)</i> d. <input type="checkbox"/> RESUBMISSION AFTER REJECTION TTB ID _____					
9. E-MAIL ADDRESS		10. GRAPE VARIETAL(S) <i>Wine only</i>						11. FORMULA	
12. NET CONTENTS		13. ALCOHOL CONTENT						14. WINE APPELLATION <i>(If on label)</i>	
15. WINE VINTAGE DATE <i>(If on label)</i>		16. PHONE NUMBER						17. FAX NUMBER	
19. SHOW ANY INFORMATION THAT IS BLOWN, BRANDED, OR EMBOSSED ON THE CONTAINER (e.g., net contents) ONLY IF IT DOES NOT APPEAR ON THE LABELS AFFIXED BELOW. ALSO, SHOW TRANSLATIONS OF FOREIGN LANGUAGE TEXT APPEARING ON LABELS.									
PART II - APPLICANT'S CERTIFICATION									
Under the penalties of perjury, I declare: that all statements appearing on this application are true and correct to the best of my knowledge and belief; and, that the representations on the labels attached to this form, including supplemental documents, truly and correctly represent the content of the containers to which these labels will be applied. I also certify that I have read, understood, and complied with the conditions and instructions which are attached to an original TTB F 5100.31, Certificate/Exemption of Label/Bottle Approval. I consent to the return of processed applications in the manner indicated on this application and set forth in the applicable instructions.									
20. DATE OF APPLICATION		21. SIGNATURE OF APPLICANT OR AUTHORIZED AGENT			22. PRINT NAME OF APPLICANT OR AUTHORIZED AGENT				
PART III - TTB CERTIFICATE									
This certificate is issued subject to applicable laws, regulations, and conditions as set forth in the instructions portion of this form.									
23. DATE ISSUED		24. AUTHORIZED SIGNATURE, ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU							
FOR TTB USE ONLY									
QUALIFICATIONS							EXPIRATION DATE <i>(If any)</i>		
AFFIX COMPLETE SET OF LABELS BELOW <i>(See General Instructions 4 and 6)</i>									

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bareau (2013)

Hoja #2

II. CONDITIONS OF THIS CERTIFICATE

A. This certificate does not relieve you from liability for violations of the Federal Alcohol Administration Act, the Alcoholic Beverage Labeling Act of 1988, the Internal Revenue Code of 1986, or related regulations and rulings.

B. You must ensure that: 1) all the information on your application is true and correct and 2) any and all information (including words, text, illustrations, graphics, etc.) shown or presented on the label(s) affixed to this certificate is truthful, accurate and not misleading.

C. The Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) does not routinely review submitted labels for compliance with applicable requirements for mandatory label information regarding type size, characters per inch or contrasting background. You must ensure that the mandatory information on the actual labels is legible and displayed in the correct type size, number of characters per inch, and on a contrasting background in accordance with the TTB labeling regulations, 27 CFR parts 4, 5, 7, and 16, as applicable. TTB does reserve the right to review applications for compliance with these requirements and to return non-compliant applications.

III. INSTRUCTIONS FOR COMPLETING AND SUBMITTING THIS APPLICATION

NOTE: Applications may be filed electronically by accessing the TTB website at <http://www.ttbonline.gov/tdaonline/>.

A. GENERAL INSTRUCTIONS

1. You must print or type your application and sign it in ink. Submit your application in duplicate to the ADVERTISING, LABELING AND FORMULATION DIVISION, ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU, 1318 G STREET N.W., BOX 12, WASHINGTON, DC 20005. (paper files only)
2. You may use exact copies of TTB F 5100.31 in lieu of an original form. Copies do not have to include the instruction page; however, you remain subject to all the provisions and instructions outlined on the form. We suggest that you use an original form whenever possible. See Section IV for how to obtain a supply of forms. (paper files only)
3. Generally, the person, firm, or corporation who will bottle or pack the product must file the application. However, for a product to be imported in containers intended for sale at retail, the application must be filed by the importer. In the case of a product to be relabeled by a wholesaler, the application must be filed by the wholesaler.
4. You must firmly affix (with glue or tape - DO NOT STAPLE) all labels that will appear on the container. Printer's proofs and photocopies are acceptable, if labels are in the form of can flats, photocopies are requested. (paper files only)
5. You may NOT make pen and ink changes, white out information, type-over, cross out information, and/or paste information over labels affixed to this application. (paper files only)
6. You must reduce oversized labels so that they fit in the space provided. You must indicate in Item 19 that labels have been reduced and the percentage of reduction.

B. SPECIFIC INSTRUCTIONS

ITEM 1. Include a third party representative ID number if your application will be submitted by a third party representative, and if you consent to the disclosure of information about the application to this representative, as well as the return of the processed application to this representative. Third party filers who do not already have a Representative ID Number, please contact TTB to obtain one. (See section IV for contact information.)

ITEM 2. For bonded wine cellars, bonded wine bottling houses, and distilled spirits plants, enter the applicable registry number (BWH- or TPWBH- or DSP- number). Importers must enter the TTB basic permit number and brewers must enter the brewer's notice number. Wholesalers applying to relabel must enter the wholesaler's basic permit number. If you intend to bottle this product at more than one of your locations (distilled spirits and malt beverages only), show the registry number/brewer's notice number of each location where the product will be bottled. In this instance, Item 8 should reflect your principal place of business. You may also use Item 8a to reflect additional registry/brewer's notice numbers if the space provided in Item 2 is insufficient. In this instance, cross out the words "Principal Address, if different."

ITEM 3. Indicate the source of the product by checking the appropriate box.

ITEM 4. You must assign a sequential serial number beginning with the last two digits of the current calendar year to each application and its duplicate, not to exceed 6 characters; e.g., 12-1, 12-2, etc.

ITEM 5. Indicate the type of product by checking the appropriate box. For Sake, check the "wine" box.

ITEM 6. A brand name is the name under which the product is sold. If the product is not sold under a brand name, enter the name of the bottler, packer, or importer, as applicable.

ITEM 7. A fanciful name is a name that further identifies the product and is required for some specialty products. It is optional for other products.

ITEM 8. Indicate your company name and address exactly as they appear on your plant registry, basic permit, or brewer's notice (include your approved DSA or trade name if you use it on the label). In the case of distilled spirits and malt beverages that are bottled at more than one location indicate your principal place of business address in this field.

ITEM 8a. You may enter a mailing address here if you receive mail at an address other than the address shown in Item 8.

ITEM 9. You may provide the e-mail address of the person who should receive TTB's response to this application. TTB will process and return all paper applications to this e-mail address if one is provided.

ITEM 10. You must list in this block each grape variety (if any) that appears on wine labels.

ITEM 11. The term "Formula" encompasses the following pre-COLA product evaluations: domestic beverage alcohol formulas, pre-import approval letters, lab analyses, and submissions formerly known as statements of process (SOP). A formula is a quantitative list of ingredients and a step-by-step method of manufacture for alcohol beverages (wine, distilled spirits, malt beverages) requiring approval from TTB prior to production or importation as set out in Industry Circular 2007-1. TTB's regulatory authority for such products may also be found in 27 CFR parts 4, 5, 7, 19, 24, 25, and 26. Please visit http://www.ttb.gov/formulation/pw_colla.html for more information about when a formula is required. For any domestic or imported alcohol beverage product requiring formula approval, specify the TTB Formula ID/TTB ID number, or TTB lab number. A copy of the approved formula or pre-import approval letter must accompany this label application. If the formula approval was obtained electronically through Formula Online, the system-generated TTB Formula ID number must be provided.

ITEM 12. Indicate the container size(s) (net contents) covered by label(s) affixed to the application. You may indicate a range of sizes. You are not required to obtain separate certificates for each size container on which a label or set of labels will be used.

ITEM 13. Enter the alcohol content stated on the label.

ITEM 14. Fill in only if a wine appellation of origin is stated on the label.

ITEM 15. Fill in only if the wine vintage date is stated on the label.

ITEM 16. Provide the phone number of the person responsible for the application.

ITEM 17. Provide the fax number of the person responsible for the application.

ITEM 18. You must check "y" OR "n". You must also check "c" if you intend to bottle distilled spirits in a distinctive container. You must check "c" and enter the TTB ID number as shown in the upper left hand corner of the rejected application if you are submitting an application that was previously rejected. If you check "y" 1) you may only sell this product in the State where it is bottled AND 2) the statement "For sale in _____ only" (using State abbreviation) must appear on each container. We do not issue certificates of exemption for products imported in bottles or for malt beverages.

ITEM 19. The instructions on Item 6 are on the front of the form.

ITEM 20. Enter date application is prepared or submitted.

ITEM 21. The applicant or authorized agent must sign in this block.

ITEM 22. The signer's name must be printed in this block.

TTB F 5100.31 (10/2012)

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (2013)

IV. CONTACT INFORMATION				
<p>For Additional Information Contact: Advertising, Labeling and Formulation Division (ALFD) Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau 1310 G Street, N.W., Box 12 Washington, DC 20005 Phone (301) 453-2198 1-800-427-2533 (Toll Free) E-mail address: atf@ttb.gov</p>		<p>For a Supply Of This Form (TTB F 5199.31) Contact: The form may be ordered electronically by accessing the TTB Web site at http://www.ttb.gov/formordering_forms.shtml The form may be electronically accessed at the TTB Web site at http://www.ttb.gov/form519931.pdf</p>		
V. ALLOWABLE REVISIONS TO APPROVED LABELS				
<p>Once a label receives TTB approval, you are permitted to make certain changes to that label without submitting it to TTB. The label(s) identified on and affixed to this certificate may be revised without resubmission as follows:</p>				
<p>NOTE: Any revision(s) you make to your approved label(s) must be in compliance with the applicable regulations in 27 CFR parts 4, 5, 7, and 16, and any other applicable provision of law or regulation, including, but not limited to, the conditions set forth in the "Comments" below.</p>				
YOU MAY...	REVISION APPLIES TO			COMMENTS
	WINE	DISTILLED SPIRITS	MALT BEVERAGE	
1. Delete any non-mandatory label information, including text, illustrations, graphics, etc.	YES	YES	YES	
2. Reposition any label information, including text, illustrations, graphics, etc.	YES	YES	YES	The repositioning must comply with any placement requirements applicable to mandatory information. For example, some types of mandatory information must appear on the brand label or must appear together with other label information.
3. Change the color(s) (background and text), shape and proportionate size of labels. Change the type size and font, and make appropriate changes to the spelling (including punctuation marks and abbreviations) of words, in compliance with the regulations. Change from an adhesive label to one where label information is etched, painted or printed directly on the container and vice versa.	YES	YES	YES	All mandatory information must be readily legible and appear on a contrasting background. If you received approval for a single label then you may not divide the label into multiple labels without re-approval. All changes must comply with applicable regulations, and changes in spelling must not change the meaning of the previously approved information.
4. Change the stated percentages for blends of grape varieties and appellations of origin for wine labels.	YES	NA	NA	When used for any of these items, the total percentages for each element must equal 100%. You may not change the name of the stated varieties or appellations without submitting a new application.
5. Add, change or delete a vintage date for wine labels.	YES	NA	NA	If the vintage date is deleted, no reference to "vintage" may be made on any label or other materials (e.g., caps, capsules, corks, etc.) affixed to the bottle. When adding a new vintage date, you must comply with all applicable regulations, including the requirements regarding appellations of origin.
6. Change the optional "produced" or "made" by statements on wine labels to "blended," "mixed," "colored" or "prepared" by statements.	YES	NA	NA	
7. Add, change or delete the stated amount of acid and/or the pH level for wine labels.	YES	NA	NA	
8. Change the stated amounts of sugar at harvest and/or residual sugar for wine labels.	YES	NA	NA	See ATF Ruling 82-4 for policy regarding use of sugar content statements and when such statements are required.
9. Add or delete bonded winery or bonded wine bottling house number for wine labels.	YES	NA	NA	If used, a bonded winery number must appear in direct conjunction with the bottler's name and address.
10. Change the net contents statement.	YES	YES	YES	Revisions must comply with all applicable regulations governing net content statements and standards of fill. Please ensure that all applicable type size requirements are met for each container size.
11. Change the mandatory statement of alcohol content, as long as the change is consistent with the labeled class and type designation, and all other labeling statements.	YES	YES	YES (Flavored Malt Beverages Only)	For example, you may change the alcohol content of a grape wine labeled with a varietal designation from 13 percent to 15 percent alcohol by volume even though it results in a change to the product's tax classification; however, if the product was designated and labeled as a "table wine," an alcohol content of 15 percent alcohol by volume would be inconsistent with the rules for wine of that designation, so this change would not be permitted. Similarly, a label bearing a "rum" designation may not be changed to state an alcohol content of less than 40 percent alcohol by volume. The revised alcohol content statement must be consistent with all other mandatory or optional labeling statements.
12. Add, delete, or change an optional statement of alcohol content for malt beverage labels.	NA	NA	YES	Malt beverages that contain alcohol derived from added flavors or other added nonbeverage ingredients (other than hops extract) containing alcohol are subject to mandatory alcohol content statement requirements.
13. Change the statement of percentage of neutral spirits and the name of the commodity from which a distilled spirit is produced.	NA	YES	NA	These changes must not result in a change to the class or type designation of the distilled spirit product.
14. Change the mandatory age statement, or delete or change an optional age statement for distilled spirits labels.	NA	YES	NA	These changes must not result in a change to the class or type designation. See 27 CFR 5.32 and 5.40 for further information about age statements and minimum aging requirements applicable to certain classes and types of spirits.
15. Delete or change an optional age statement, including a barrel aging statement, for wine and malt beverage labels.	YES	NA	YES	Statements of age on wine labels must comply with 27 CFR 4.39(p).
16. Add, delete, or change statements or information in order to comply with the requirements of the State in which the malt beverage is to be sold.	NA	NA	YES	Applies only to malt beverages sold in that particular State.
17. Change the numerical values for calories, carbohydrates, protein, and fat contained in a statement of average analysis.	YES	YES	YES	Changes must be in compliance with TTB Ruling 2004-1.
18. Add, delete, or change stated bottling date, production date (day/month/year) or freshness information including bottling, production or expiration dates or codes.	YES	YES	YES	Bottling dates added to wine labels must comply with 27 CFR 4.39(q).
19. Change the name or trade name to reflect a different name already approved for use by the responsible bonded wine cellar, bonded wine bottling house, distilled spirits plant, brewery, or importer. Change the address where it is within the same State.	YES	YES	YES	This means that a bonded wine cellar, bonded wine bottling house, distilled spirits plant, brewery or importer may revise the label to include the use of a name or trade name that is already approved for that particular industry member. The name or trade name must appear on the basic permit, brewer's notice, or other qualifying documents for the company to whom the original certificate was issued. If the name or trade name is also used as the brand name on the label, resulting in a change of brand name, you must submit a new application. The change in address is ONLY allowed for in-state moves or other changes to the CDLA holder's address that have already been reflected on the industry member's basic permit, brewer's notice, or other qualifying documents.
20. Add, delete, or change the name and/or address of the foreign producer, bottler, or shipper.	YES	YES	YES	The producer, bottler, or shipper must be located in the same country originally shown.
21. Add, delete, or change the name, address, and/or trademark of the wholesaler, retail licensee for whom the product is imported or bottled.	YES	YES	YES	
22. Add, delete, or change bottle deposit information.	YES	YES	YES	
23. Add, delete, or change UPC barcodes and/or 2D mobile barcodes, e.g., QR codes or Microsoft Tags.	YES	YES	YES	Addition or change of UPC Code must be in compliance with Industry Circular 73-02. Any information retrieved from 2D barcodes must be in compliance with all applicable advertising regulations.
TTB F 5199.31 (10/2012)				

Hoja #4

24. Add, delete, or change a Web site address, phone number, fax number, or ZIP code.	YES	YES	YES	
25. Add, delete, or change a lot or batch identification number or other serial numbers.	YES	YES	YES	
26. Add, delete, or change trademarks, copyright symbols (e.g., TM, ©, ®), leader symbols, company logos, and/or social media icons.	YES	YES	YES	Symbols, logos and icons may not violate TTB regulations. Advertisements on social media sites must be in compliance with all applicable advertising regulations.
27. Add, delete, or change optional information about awards or medals.	YES	YES	YES	
28. Add, delete, or change holiday- and/or seasonal-themed graphics, artwork and/or situations.	YES	YES	YES	Holiday/seasonal-themed information or graphics must not conflict with or qualify the mandatory information and must comply with all applicable regulations, including the rules governing prohibited practices.

If you have questions about what is mandatory information and what is non-mandatory information, please consult the applicable regulations in 27 CFR parts 4, 5, 7 and 16, or contact TTB. See Section IV for how to contact TTB.

PAPERWORK REDUCTION ACT NOTICE

This request is in accordance with the Paperwork Reduction Act of 1995. We collect this information to verify your compliance with the Federal laws and regulations we administer for the labeling of alcohol beverages. The information is mandated by statute (27 U.S.C. 305) and is used to obtain a benefit.

We estimate 31 minutes as the average burden for you to complete this form depending on your individual circumstances. You may comment to us about the accuracy of this burden estimate and suggest ways for us to reduce the burden. Address your comments or suggestions to: Reports Management Officer, Regulations and Rulings Division, Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, Washington, DC 20220.

We may not conduct this collection of information, and you are not required to respond to this request, unless it displays a valid, current OMB control number.

DISCLOSURE STATEMENT

We require this information under the authority of 27 U.S.C. 305(a). You must disclose this information so we may verify your compliance with the Federal laws and regulations we administer for the labeling of alcohol beverages.

We use this information for the purposes described in the preceding paragraph. In addition, the information may be disclosed to other Federal, State, and local law enforcement and regulatory agency personnel to verify information on the application and to aid in the performance of their duties. The information may further be disclosed to the Justice Department if it appears that the furnishing of false information may contribute to a violation of Federal law. If you fail to supply complete information, then there will be a delay in the processing of your application.

After TTB issues a certificate of label approval, a certificate of exemption from label approval, or a distinctive liquor bottle approval, copies of the approved applications are made available for public inspection.

Fuente: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (2013)