



VERDAD, BELLEZA, PROBIIDAD

UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA de
TAMAULIPAS



FACULTAD DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN VICTORIA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

TESIS:

**Análisis del Sistema Producto Agave Mezcal del Estado de
Tamaulipas**

Que para obtener el Grado de:

**MAESTRA EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL
CON ÉNFASIS EN ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA**

Presenta:

Irene Yazmín Rodríguez Heredia

Directores de Tesis:

Dra. Norma Angélica Pedraza Melo
Dr. Ovidio Salazar Salazar

Cd. Victoria, Tamaulipas, México

Enero de 2014



Contenido

Dedicatorias:	1
Agradecimientos:	2
ÍNDICE DE CUADROS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	9
Palabras clave:	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I ANTECEDENTES	12
1.1. Oferta/Demanda del Mezcal	15
1.1.1. Internacional	15
1.1.2. Nacional	20
1.1.3. Estatal/Regional	27
CAPITULO II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	29
2.1 Justificación del Estudio	31
2.2 Objetivos	32
2.3 Preguntas de Investigación	33
2.4 Delimitaciones/Limitaciones	34
CAPITULO III MARCO TEÓRICO	35
3.1. Proceso de Administración Estratégica	35
3.1.1. Formulación de la estrategia	36
3.1.2. Implementación de la estrategia	46
3.1.3. Evaluación de la estrategia	47
3.2. Planeación estratégica de mercadotecnia	48
3.2.1. Definición y análisis de los segmentos de mercado	49
3.2.2. Elección del mercado meta	51
3.2.3. Posicionamiento del mercado meta	52
3.2.4. Definición de la mezcla de mercadotecnia	53
3.3. Comercialización de productos en el extranjero	74
3.3.1. Guía básica del exportador del banco nacional de comercio exterior	84





CAPITULO IV METODOLOGÍA	85
4.1. Tipo de Investigación, Alcance y Enfoque	86
4.2. Población Muestra.....	86
4.3. Técnicas de Recopilación de Información	87
4.4. Métodos de Análisis	89
CAPITULO V DIAGNÓSTICO DEL AGAVE-MEZCAL	90
5.1. Producto	90
5.1.1. Descripción de la materia prima.....	90
5.1.2. Descripción del mezcal	91
5.1.3. Atributos y propiedades del mezcal	93
5.1.4. Proceso de producción del mezcal	93
5.1.5. Presentación del mezcal en el mercado	95
5.1.6. Calidad	101
5.2. Comercialización del Mezcal	102
5.2.1. Categorización de la Cadena Productiva del Mezcal	102
5.2.2. Canales de Comercialización del Mezcal.....	107
5.2.3. Acopio de la materia prima (piñas de agave-mezcal)	108
5.2.4. Transporte de la materia prima (piñas de agave-mezcal).....	109
5.2.5. Precio del Mezcal.....	110
5.3. Estructura de Costos del Mezcal	118
5.4. Rentabilidad	121
5.5. Valor Agregado del Agave-Mezcal.....	123
5.6. FODA del Agave-Mezcal.....	125
5.7. Caracterización del diagnóstico	130
CAPITULO VI RESULTADOS	132
6.1. Identificación y descripción de estrategias.....	132
6.2. Análisis y selección de estrategias	135
6.3. Plan de Inteligencia Comercial	136
6.3.1. Acciones para el fortalecimiento de la cadena agave mezcal.....	136
6.3.2. Estrategias de Mercadotecnia.....	137





6.4. Identificación de Oportunidades de Negocio	148
CAPITULO VII CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES E IMPLICACIONES	150
Bibliografía	154
ANEXOS.....	157



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES	15
FIGURA 2. EXPORTACIONES DEL MEZCAL CERTIFICADO	18
FIGURA 3. DISTRIBUCIÓN DEL MEZCAL CERTIFICADO EXPORTADO POR CATEGORÍA EN EL AÑO 2011 (38% ALC. VOL.)	19
FIGURA 4. ESTADOS INCLUIDOS EN LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN DEL MEZCAL	21
FIGURA 5. PRODUCCIÓN DE MEZCAL CERTIFICADO POR ESTADO (LITROS A 45% ALC. VOL.)	25
FIGURA 6. MUNICIPIOS PRODUCTORES DE MEZCAL, EN TAMAULIPAS	27
FIGURA 7. DISEÑO REFERENCIAL DE INVESTIGACIÓN	35
FIGURA 8. PROCESO DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.	36
FIGURA 9. MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE LA COMPETENCIA.	39
FIGURA 10. PASOS PARA ELABORAR LA MATRIZ EFE.	40
FIGURA 11. PASOS PARA ELABORAR LA MATRIZ PC.	40
FIGURA 12. CADENA DE VALOR.	42
FIGURA 13. PASOS PARA REALIZAR LA MATRIZ (EFI).	42
FIGURA 14. PASOS PARA ELABORAR LA MATRIZ FODA	44
FIGURA 15. ETAPAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOTECNIA.	49
FIGURA 16. SEGMENTOS DE MERCADO.	50
FIGURA 17. PASOS PARA SELECCIONAR UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.	52
FIGURA 18. MEZCLA DE MERCADOTECNIA.	53
FIGURA 19. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS	54
FIGURA 20. ESTRATEGIAS DE MANEJO DE MARCA.	56
FIGURA 21. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE MARCAS.	56
FIGURA 22. ESTRATEGIAS DE EMPAQUE.	57
FIGURA 23. ETAPAS EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.	58
FIGURA 24. VENTAS Y UTILIDADES A LO LARGO DE LA VIDA DEL PRODUCTO.	58
FIGURA 25. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS.	59
FIGURA 26. ESTRATEGIAS DE INTRODUCCIÓN DEL PRODUCTO AL MERCADO.	63
FIGURA 27. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL MERCADO DE CONSUMO Y DEL MERCADO CORPORATIVO.	65
FIGURA 28. ESTRATEGIA DE PRESIÓN (PUSH).	69
FIGURA 29. ESTRATEGIA DE IMPULSO (PULL).	70
FIGURA 30. DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN.	85
FIGURA 31. ESPECIES DE AGAVE EN LA ENTIDAD	91
FIGURA 32. FÁBRICA ARTESANAL "RANCHO AGUASARCA"	92
FIGURA 33. ATRIBUTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL MEZCAL	93
FIGURA 34. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL MEZCAL	94
FIGURA 35. PRESENTACIÓN DEL MEZCAL EN EL MERCADO	95
FIGURA 36. SELLO DE CERTIFICACIÓN	102
FIGURA 37. CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL MEZCAL EN EL ESTADO DE TAMAULIPAS	104
FIGURA 38. ESQUEMA ACTUAL DEL SISTEMA PRODUCTO EN TAMAULIPAS.	107





FIGURA 39. CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DEL MEZCAL.....	108
FIGURA 40. ACOPIO DE LAS PIÑAS DE AGAVE.....	109
FIGURA 41. TRANSPORTE DE LAS PIÑAS DE AGAVE	110
FIGURA 42. PRECIOS DEL MEZCAL EN "LA EUROPEA"	111
FIGURA 43. PRECIOS DEL MEZCAL EN "EL PALACIO DE HIERRO"	113
FIGURA 44. PRECIOS DEL MEZCAL EN "LIVERPOOL"	114
FIGURA 45. PRECIOS COMPETENTES PARA EL MEZCAL (POR CATEGORÍA)	116
FIGURA 46. ESTRUCTURA DE COSTOS DE LAS ZONAS DE ESTUDIO DE TAMAULIPAS.....	118
FIGURA 47. VALOR AGREGADO GENERADO EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DEL MEZCAL.....	123
FIGURA 48. EJEMPLO DE ENVASE Y ACCESORIO PARA EL MEZCAL.....	142
FIGURA 49. APOYOS DE BANCOMEXT: PRODUCTOS Y SERVICIOS	145
FIGURA 50. PRODUCTOS QUE SE EXTRAEN DEL AGAVE.....	149

