

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Trabajo Terminal:

Panorama del mercado vitivinícola de México: y posicionamiento de baja california a nivel nacional.

Presenta:

César Augusto Romano Romero

Para obtener el Diploma de:

Especialidad en Dirección Financiera

Director de Trabajo Terminal:

Dr. Leonel Rosiles López

Mexicali, Baja California

Abril de 2018

Contenido

RESUMEN	1
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	4
1.3. Objetivos de la Investigación.....	5
1.4. Preguntas de Investigación.....	6
1.5. Hipótesis.....	6
1.6. Justificación.....	6
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. La Vitivinicultura, semblanza de su presencia en México.....	7
2.2 Definición y sus características del vino.....	11
2.3 Factores que inciden en el comportamiento de las empresas.....	13
2.4 Mercado del Vino.....	14
2.4.1 Panorama del mercado del vino a nivel Global.....	14
2.4.2 Consumo de vino a nivel global.....	18
2.4.3 La Industria de las Bebidas en México.....	21
2.4.4 Panorama del mercado nacional del cultivo de la uva.....	23
2.4.5 Superficie plantada de uva en México.....	26
3. METODOLOGIA	30
3.1. Análisis de entidades federativas dedicadas a la industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva.....	30
4. CONCLUSION	38
FUENTES	40
ANEXOS	42
Anexo 1.....	42
Anexo 2.....	43
Anexo 3. Base de Datos.....	44
Anexo 4. Base de Datos.....	45
Anexo 5. Base de Datos.....	46
Anexo 6. Base de Datos.....	47

RESUMEN.

El objetivo de este trabajo radica en un análisis para conocer la participación del Estado de Baja California en el mercado vitivinícola interno, aunado a la competitividad y posicionamiento que existe a nivel nacional e internacional. Como resultado se ofrecerá un panorama del mercado Internacional del vino, producción y consumo por países; a nivel nacional, el panorama del cultivo de la uva Industrial y las entidades federativas de México que se dedican a producirla y su aportación al total de uva industrial. Pasando al tema de Baja California como entidad productora tanto su participación que se tienen por cada uno de sus municipios. La industria vinícola continúa evolucionando de manera significativa mejorando la calidad y variedad en la producción de los vinos, innovando en nuevas líneas gourmet con mezclas de distintas variedades de vid e inclusive con la nueva tendencia en la producción de vinos orgánicos; creándose un clúster que integra otras empresas como el turismo y la gastronomía. Actualmente se han posicionado algunas casas vinícolas con premios a nivel nacional e internacional, por ello, los productores están enfocados en mejorar la calidad de sus productos con el afán de seguir compitiendo y consolidarse a nivel mundial.

Así de esta manera, actualmente, los productores de vino mexicano están más enfocados en ofrecer un producto con calidad que puedan competir a productos de las mejores casas de vino a nivel mundial; Haciendo referencia de las regiones vitivinícolas de México son: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Coahuila de Zaragoza, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Querétaro, Sonora, Zacatecas.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes.

Baja California, está integrada políticamente por cinco municipios: Mexicali, la Capital del Estado, que sobresale por su base industrial y agrícola; Tijuana, que destaca por su dinámica industria maquiladora, el comercio y los servicios; Ensenada, con el principal puerto en el estado, es además, el municipio de mayor extensión territorial y tiene gran potencial para la pesca, agroindustria y minería.

El mercado del vino en México ha tenido profundos cambios, tanto a nivel nacional como internacional. El consumo de vino en México, a pesar de haber aumentado en los últimos años, sigue siendo muy reducido en comparación con países eminentemente productores como España, Italia o Francia. La característica principal de los consumidores de vino en México sigue siendo hombres de mediana edad con un perfil socio-económico medio-alto y alto. No obstante, en los últimos años muchas de las casas de vinos han empezado a dirigir algunas de sus etiquetas hacia un segmento más joven y dinámico, donde se encuentran mujeres y hombres de 20 a 30 años.

En este sentido, podemos considerar el mercado del vino en México como un mercado totalmente en crecimiento, donde cada año aumenta tanto la producción nacional, las importaciones y el consumo de vino.

Tradicionalmente los estados que producen uva son: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora y Zacatecas. Sin embargo, de éstos

sólo cinco concentran el 95 por ciento de la superficie cosechada: Sonora, Zacatecas, Baja California, Aguascalientes y Coahuila. En lo que respecta a Baja California, de los cuatro municipios que registran actividad vitícola, de acuerdo a la superficie plantada se pueden dividir de la siguiente forma: Ensenada contribuye con un promedio del 90% de la superficie plantada seguida de Mexicali 5%, Tijuana 3% y Tecate con el 2%.

Cabe puntualizar, que las inversiones en viticultura requieren de plazos de retorno sobre inversión que rebasan los 8 años de producción y que dependiendo del tipo de conducción y de tecnología en campo, las inversiones oscilan entre los 20,000 a los 45,000 dólares por hectárea. Al día de hoy, en campos vitícolas, podemos encontrar 80 diferentes variedades de uva vínica de las cuales, sólo 30 son comercialmente explotadas. Con ello, afirmamos que se cuentan con 50 en vías de exploración, acondicionamiento e investigación para el desarrollo conjunto de la vitivinicultura mexicana, frente al futuro de mercado (Consejo mexicano Vitivinícola, 2010).

En lo que respecta en el estado de Baja California cuenta con las siguientes zonas vinícolas:

Tecate

- Valle de las Palmas

Ensenada

- Valle de Guadalupe y Valle de Calafia, al noroeste de Ensenada
- Valle de Santo Tomás, a 45 km. al sur de Ensenada

- Valle de San Vicente, a unos 90 km. al sur de Ensenada
- Valle de San Antonio de las Minas, al noroeste de Ensenada
- Región el Tule
- Valle de San Rafael
- Ejido Uruapan
- Valle de Ojos Negros

1.2. Planteamiento del Problema.

El mercado del vino a nivel internacional y nacional ha tenido un crecimiento importante, con respecto a su consumo y preferencia del gusto de los consumidores; y cabe considerar que ese crecimiento en su consumo se ve más marcado en países donde no era habitual el consumo de este mismo. Se vuelve relevante, realizar un análisis de la participación de México al mercado global, para conocer si realmente la industria vitivinícola mexicana, está ganando posicionamiento. Tanto también es analizar el mercado interno mexicano, como se ha ido dotando e incrementado en número de su industria vitivinícola; denotando su calidad de producción y calidad de sus uvas, para producir sus vinos, en sus diferentes regiones dentro del país. A la par se ven acrecentados grandes áreas de oportunidad y aunado al desarrollo en el rubro vinícola. Cabe destacar que los vitivinicultores están desarrollando una estrategia de promoción, ya no solo en los mercados nacional, sino también a nivel internacional.

Por tanto, se vuelve un tema de interés, conocer como Baja California ha ido ocupado y año con año consolidando un lugar cada vez más preponderante y participativo dentro del

mercado vitivinícola a nivel nacional e Internacional. Es conocer como ha sido el crecimiento de la industria vitivinícola en Baja California, aunado a la gran competitividad que existe a nivel nacional e internacional.

1.3. Objetivos de la Investigación.

Objetivo General.

Identificar el posicionamiento de la industria vitivinícola de México a nivel Internacional e identificar el nivel de participación del estado de Baja California en el mercado vitivinícola nacional.

Así mismo, en el presente estudio da a conocer en base a la obtención de información actualizada, de fuentes nacionales e internacionales; el posicionamiento en que se encuentran dentro del mercado nacional; con el fin de detectar acciones específicas que permitan a los vitivinicultores bajacalifornianos tener un panorama general de su posicionamiento y puedan emplearlo para su toma de decisiones.

Objetivos específicos.

- Conocer la participación dentro del mercado nacional del vino de Baja California.
- Determinar el posicionamiento del vino mexicano a nivel internacional.

1.4. Preguntas de Investigación.

- ¿Cuál es el nivel de participación del estado de Baja California a nivel nacional en la producción de Vinos?
- ¿México se ha logrado integrar y posicionar en el mercado internacional del vino?
- ¿Qué posicionamiento tiene Baja California, dentro de la industria vitivinícola nacional, en comparativos de eficiencia de recursos?

1.5. Hipótesis

Baja California forma parte de las mayores entidades productoras de vino a nivel nacional; debido a su favorecido clima y recursos, que benefician el cultivo de la vid y su industrialización

1.6. Justificación

El presente estudio se enfocará en realizar un análisis, de cómo se encuentran en la actualidad la participación de las vinícolas de baja california con respecto el mercado nacional y tanto también la posición de México frente al mercado internacional del vino. Ya que debido a las recientes oscilaciones económicas y las ya constantes altas temperaturas de

la región; los productores se siguen acrecentando en la región vitivinícola de Baja California y esto a su vez, está creando nuevos cluster (restaurantes, visitas guiadas en los viñedos, quesos, servicios hoteleros, etc.), que están brindando un nuevo tipo de turismo al estado. Así por tanto también, el presente trabajo pretende mostrar los cambios que ha desarrollado la industria vitivinícola en sus crecimientos y expansión de promoción; además de ofrecer una mirada integral desde la perspectiva de México y su integración al mercado mundial, realizando comparables de consumo y posicionamiento.

Por tanto, es de interés, conocer cuál es el posicionamiento de la industria del vino del Estado, en una comparativa de información censal del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) con las distintas entidades productoras. Buscando que con esta investigación contribuya a que las autoridades y productores correspondientes, tengan la información de las necesidades y demandas del mercado actual.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. La Vitivinicultura, semblanza de su presencia en México.

Para entender el cómo se originó la vitivinicultura en México, se retomó esta pequeña semblanza que hace Miguel Guzmán Peredo de su libro “El libro del vino” en el cual nos adentra desde sus inicios en nuestro país, hasta como se compenetro la labor del hacer vino en el estado de Baja California. Hacia 1531 el emperador Carlos I de España y V de Alemania ordenó que todos los navíos con destino a las Indias llevaran “plantas de viñas y olivos”, pues se consideraba conveniente que los viñedos y olivares se multiplicasen por

doquier en la extensa superficie de las colonias hispanas en América. Por esta razón se mostraba muy prometedor el cultivo de la vid en la Nueva España, cuyos principales propagadores eran los misioneros, quienes requerían de las uvas para elaborar el vino necesario para oficiar las misas. De tal modo los viñedos crecieron en torno a los conventos en forma semejante como había ocurrido en Europa siglos atrás. La Misión de Santa María de las Parras, en tierras de la Nueva Extremadura, la fundó, en 1568, fray Pedro de Escobedo, pero debido a la belicosidad de los aborígenes de esa región fue abandonada. Lorenzo García llegó a este lugar a finales de 1592 y logró establecerse en lo que actualmente es la Hacienda de San Lorenzo. Una vez que el rey de España le concedió la merced mediante la cual entraba en posesión de las tierras solicitadas, el 18 de agosto de 1597 fundó las bodegas de San Lorenzo, las más antiguas del continente americano, que hoy llevan el nombre de Casa Madero.

Misioneros en Baja California

Fueron los misioneros jesuitas quienes llevaron el cultivo de la vid a tierras bajacalifornianas a finales del siglo XVII. Fray Juan de Ugarte trasladó parras de *Vitis vinífera* a la Misión de San Javier en los primeros años del siglo XVIII y desde allí los religiosos de esa orden difundieron esta actividad agrícola a regiones más septentrionales, donde fundaron ocho misiones. En el año 1767 los jesuitas fueron expulsados de los territorios hispanos en América merced a una orden del rey Carlos III. Al frente de esos recintos religiosos quedaron los monjes franciscanos, quienes al mismo tiempo que

promovían el evangelio cristiano, difundían el cultivo de la vid y elaboraban vino. Es prudente referir que en 1769 fray Junípero Serra salió de la Misión de Loreto, capital de las Californias, rumbo a la Alta California. El 1º de julio de ese año fundó la Misión de San Diego de Alcalá, en torno a la cual fue creciendo una población hoy conocida con el nombre de San Diego. Este misionero, originario de Mallorca, es considerado el fundador de la vitivinicultura estadounidense, ya que, en su tarea, encomiable en grado superlativo, lo mismo atendía –en las nueve misiones que fundó desde San Diego hasta San Francisco, en tierras ahora pertenecientes a Estados Unidos de América– las necesidades espirituales de los naturales que evangelizaba, cultivaban las viñas y elaboraba vino.

Si bien a Junípero Serra se le tiene por el pionero de la vitivinicultura en California, es preciso mencionar que los historiadores aseveran que en 1619–150 años antes de la llegada del monje franciscano a San Diego–, lord Delaware hizo llevar a la colonia de Virginia vides procedentes de Francia y Alemania, lo mismo que viñadores europeos para promover la elaboración del vino. En 1623 la Junta Colonial de Virginia dictó una ley que obligaba a cada colono residente a plantar diez viñas con miras a difundir su cultivo. También he encontrado noticias acerca de que en 1609 los misioneros franciscanos llevaron a Nuevo México –a la sazón territorio sujeto a la hegemonía del virreinato de la Nueva España– el cultivo de la vid con la finalidad de elaborar vino para celebrar la ceremonia de la misa.

Apoyos a la incipiente producción

Miguel Hidalgo y Costilla, iniciador de la guerra de independencia, promovió la vitivinicultura en la Intendencia de Guanajuato. Durante su gestión como párroco del poblado de Dolores, de 1803 a 1810, fomentó el cultivo de la vid y la consecuente producción de vino. Cuando Agustín Iturbide fue emperador de México trató de fomentar la incipiente industria vitivinícola nacional, para lo cual en 1824 –tres siglos después del decreto expedido por Hernán Cortés–, ordenó que se aplicasen impuestos hasta de 35% a los vinos importados como una forma de estimular la producción en México. En 1843 Antonio López de Santa Anna, atendiendo las recomendaciones de Lucas Alamán, ministro en su gabinete, fundó la Escuela Nacional de Agricultura en Chapingo, desde donde se procuró favorecer la difusión de las viñas en territorio mexicano.

En 1870 se fundó la Bodega de San Luis Rey en la población de San Luis de la Paz, Guanajuato. Las Bodegas de Santo Tomás se remontan a 1888 y fueron establecidas en el sitio donde, en 1791, José Lorient fundó la Misión de Santo Tomás de Aquino. Y en 1907 un grupo de familias venidas de Rusia se asentaron en un predio de la ex Misión de Guadalupe, fundada en 1834 por fray Félix Caballero con el nombre de Misión de Nuestra Señora de Guadalupe del Norte, y allí sembraron trigo para después cambiarlo por vides. Éstos fueron los iniciadores de la producción de vino en el Valle de Guadalupe, ubicado a corta distancia al noreste de Ensenada, área geográfica donde se elaboran algunos de los mejores vinos de México. Otros de estos caldos etílicos de señalada calidad, finura y exquisito sabor se producen en los valles de Parras y de Tequisquiapan.

A partir de la tercera década del siglo XX comenzó cierto auge en la vitivinicultura nacional. Abelardo L. Rodríguez, presidente de México de 1932 a 1934, compró las Bodegas de Santo Tomás e instaló en la ciudad de Ensenada una planta vinificadora. En 1936 se establece la Vinícola Regional y un italiano llegado a México, Angelo Cetto, comienza a elaborar vinos de calidad en el Valle de Guadalupe.

De aquellos lejanos tiempos a nuestros días han transcurrido casi 70 años. La industria vitivinícola mexicana ha sorteado infinidad de obstáculos y superado numerosas vicisitudes hasta consolidarse de una manera ostensible. La finura y excelencia de los vinos elaborados en nuestro país son reconocidas tanto nacional como internacionalmente. Las numerosísimas medallas de oro, plata y bronce alcanzadas en concursos internacionales por empresas como Casa Madero, L. A. Cetto, Bodegas Santo Tomás, Monte Xanic y Domecq, entre otras, constituyen el mejor testimonio del reconocimiento que en otras latitudes se les otorga a estos néctares báquicos.

2.2 Definición y sus características del vino

Definición del Vino

Se define básicamente el vino como, la bebida resultante de la fermentación alcohólica completa o parcial de la uva fresca, estrujada o no, o del mosto de uva. Su graduación alcohólica adquirida no puede ser inferior a 8,5% vol. Se tienen que tomar en cuenta las condiciones climáticas, de la variedad, de factores cualitativos especiales o de tradiciones propias de ciertos

viñedos, el grado alcohólico total mínimo podrá ser rebajado a 7% vol. por una legislación particular de la región considerada.

Tipos de vinos de acuerdo con el contenido en azúcar:

- seco, cuando el vino contiene 4 g/l de azúcar como máximo o 9 g/l cuando el contenido en acidez total (expresada en gramos de ácido tartárico por litro) no es inferior en más de 2 g/l al contenido en azúcar.
- semi-seco, cuando el vino contiene más que los valores aludidos en el primer punto y alcanza como máximo 12 g/l o 18 g/l cuando el contenido en acidez total se fija en aplicación del primer punto de más arriba.
- semi-dulce, cuando el vino contiene más que los valores aludidos en el segundo punto y alcanza como máximo 45 g/l.
- dulce, cuando el vino tiene un contenido mínimo de azúcar de 45 g/l.

Cuadro 1. Variedades de uva más comunes dentro de la vitivinicultura en Baja California.

Variedades mas comunes	
Syrah	Chenin Blanc
Grenach	Tempranillo
Mourvedre	Nebbiolo
Merlot	Chardonnay
Cabernet Sauvignon	Petite Syrah
Cabernet Franc	Zinfandel
Malbec	Rubi Cabernet
Carmenère	Sangiovesse
Petit Verdot	Barbera
Sauvignon	Misión
Sémillon	Colombard
Muscadelle	Merlot blanc
Ugni blanc	Viognier y Nebbiolo

2.3 Factores que inciden en el comportamiento de las empresas

Factores Internos y Externos.

La participación dentro del mercado nacional de los vinos de baja california, y de manera general el panorama de México a nivel internacional

Algo también a considerar en la toma de decisiones de una empresa, son los factores tanto internos como externos (exógenos); ya que estos factores son de vital importancia a tomar en cuenta, ya que participan de manera directa o indirectamente en la conformación de valor.

Como se hace mención en el libro, valuación de empresas y creación de valor Las empresas (p 61), realizan sus operaciones dentro de la industria o mercado en que se desenvuelven y no de manera aislada; es por el que resulta importante efectuar el análisis de estos elementos, ya que existen factores como tendencias, crecimientos, competencia, entre otros, que afectan de manera directa el desempeño operativo financiero de la empresa en cuestión.

Al desarrollar un estudio financiero de una empresa o negocio, es fundamental llevar a cabo un análisis de los factores internos y externos, tanto también de las variables macroeconómicas, su influencia en la industria o mercado que opera, así como el desempeño financiero de la empresa sujeta a análisis.

En este tipo de análisis debe realizarse de manera adecuada y esté relacionado con la empresa en cuestión. Los análisis deben servir para conocer el impacto, ya sea positivo o negativo; dichos elementos y que pudieran influir en la rentabilidad y viabilidad de esta.

Variables Macroeconómicas. Generalmente se enfoca al análisis y tendencias de los indicadores más importantes de la economía (Producto Interno Bruto, Inflación, Remuneraciones Económicas a los Trabajadores, Consumo Privado, Tasas de Interés); así como aquellos indicadores macroeconómicos importantes de los sectores o industria específica de acuerdo con cada caso en particular.

Comportamiento de la Industria. Al realizar el análisis de la Industria a la que pertenece la empresa, es necesario realizar los factores críticos que afectan la Industria, como su estructura, crecimiento histórico y esperado, nivel de madurez, número de competidores, barrera de entrada, rentabilidad histórica proyectada, expectativas de crecimiento, impacto de productos sustitutos, entre otros.

Factores Internos. El principal objetivo de este tipo de análisis es atender las fortalezas y debilidades de la empresa en cuestión, así como comparar su desempeño con empresas similares en la industria o en el mercado.

2.4 Mercado del Vino

2.4.1 Panorama del mercado del vino a nivel Global.

La producción Mundial de vino 2014-2015 se ha incrementado en un 1.6%; eso es debido a que otros países se están integrando a la producción de uva industrial para la elaboración de vino; lo cual hace, que la cifra de producción baja en los grandes países

productores no sea representativa en la cifra global. Esa cifra de crecimiento total. Aunque si se toma en consideración la producción 2013-2015 se tuvo un decremento en la producción de -3.5%, esto puede ser representativo a una mala cosecha o factores climáticos en algunos países productores; es representativa directamente para los países que son los que producen los vinos de mayor calidad; anteponiendo un ejemplo, en el caso de Italia que la producción de vino se refleja una disminución de -8.3% Francia ha tenido un crecimiento a su producción de vino de 12.8%, España mostro una tendencia de decrecimiento del -18%, Chile mostro un crecimiento en su producción de 0.8%, en México mostro una tendencia de estabilidad en su producción con un crecimiento de 3.6%; todas estas referencia con respecto del año 2015 al 2013. Información que se puede observar en la tabla 1. Donde se muestran la producción de vino de las principales productoras vitivinícolas a nivel Mundial.

Visualizando otro análisis por parte del, Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv¹) sobre los datos interanuales de comercio mundial de vino desde abril de 2009 a marzo de 2010, muestra que se mantiene la tendencia de crecimiento en las compra-ventas, pero a precios inferiores.

Cuadro 2. Producción de vino por países 2013-2015.

¹ El Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv) es una fundación privada, creada a través de la Federación Española del Vino (FEV) y Ministerio de Agricultura (Magrama), para investigar y analizar datos del sector vinícola.

Producción de vino por Países, 2013 - 2015 (litros)

Posicion	Pais	2013	2014	2015	Cambio % 2015/2013	Participacion % Mundial 2015
	TOTAL MUNDIAL	29,416,500	27,957,700	28,395,900	-3.5%	100%
1	ITALIA	5,400,000	4,420,000	4,950,000	-8.3%	17.43%
2	FRANCIA	4,210,000	4,650,000	4,750,000	12.8%	16.73%
3	ESPAÑA	4,538,000	3,822,100	3,720,000	-18.0%	13.10%
4	ESTADOS UNIDOS	3,114,600	3,234,900	2,975,600	-4.5%	10.48%
5	ARGENTINA	1,500,000	1,520,000	1,340,000	-10.7%	4.72%
6	CHILE	1,280,000	1,000,000	1,290,000	0.8%	4.54%
7	AUSTRALIA	1,230,000	1,190,000	1,190,000	-3.3%	4.19%
8	SUDAFRICA	915,000	959,000	1,120,000	22.4%	3.94%
9	CHINA	1,180,000	1,160,000	1,100,000	-6.8%	3.87%
10	ALEMANIA	840,000	920,000	890,000	6.0%	3.13%
11	PORTUGAL	620,000	620,000	670,000	8.1%	2.36%
12	RUSIA	529,000	488,000	460,000	-13.0%	1.62%
13	RUMANIA	510,000	370,000	350,000	-31.4%	1.23%
14	HUNGRIA	260,000	260,000	290,000	11.5%	1.02%
15	BRASIL	270,000	270,000	280,000	3.7%	0.99%
16	GRECIA	330,000	280,000	270,000	-18.2%	0.95%
17	NUEVA ZELANDA	250,000	320,400	230,000	-8.0%	0.81%
18	AUSTRIA	240,000	200,000	230,000	-4.2%	0.81%
19	SERBIA	220,000	220,000	220,000	0.0%	0.77%
20	UCRANIA	208,000	200,000	200,000	-3.8%	0.70%
21	BULGARIA	144,100	191,300	191,300	32.8%	0.67%
22	CROACIA	147,900	168,000	168,000	13.6%	0.59%
23	CANADA	121,000	127,000	141,000	16.5%	0.50%
24	MOLDAVIA	120,000	127,000	130,000	8.3%	0.46%
25	URUGUAY	113,000	116,000	116,000	2.7%	0.41%
26	MEXICO	110,000	114,000	114,000	3.6%	0.40%
27	GEORGIA	105,000	98,000	98,000	-6.7%	0.35%
28	SUIZA	110,000	98,000	98,000	-10.9%	0.35%
29	MACEDONIA	85,000	87,000	87,000	2.4%	0.31%
30	JAPON	80,900	82,000	82,000	1.4%	0.29%

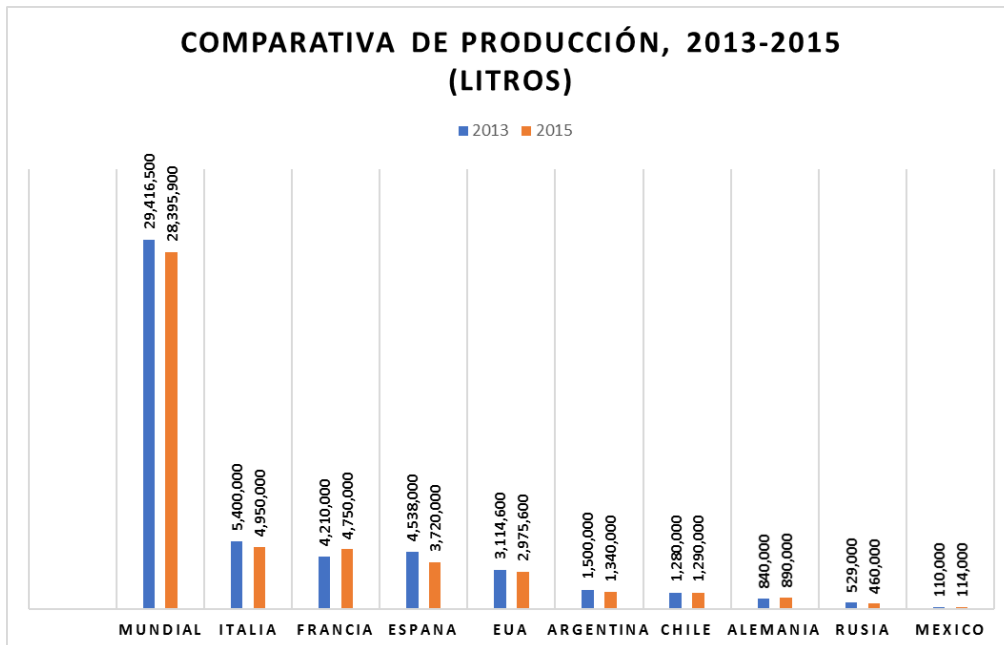
Fuente: tabla de wine institute <http://www.wineinstitute.org/>

Así, se puede observar que México ocupa el lugar número 26 de producción de vino a nivel Mundial, lo cual no se muestra como una potencia vitivinícola productora, pero analizando la tabla 1, se puede denotar que la producción de vino en México se ha mantenido estable en su producción, mostrando crecimientos y tendencias porcentuales constantes de la fecha 2013 a 2015.

Al realizar un comparativo en los niveles de producción, de los principales países que son competencia directa en la venta de vino con México; es decir, países que de los cuales se registran con mayores importaciones de vino; resultado que se puede observar en

el grafico 1. De lo cual se muestra que haciendo el comparativo de producción con el país de Chile, muestra una superioridad de hasta once veces mayor que la producción de vino mexicana.

Gráfico 1. Comparativa de Producción a nivel mundial entre nueve países productores



Fuente: elaboración propia en base a información de <http://www.wineinstitute.org/>

En cifras, del anterior comparativo, la producción de vino para México en el año 2015 es de 114,000 litros de vino; que, si se compara con la producción de vino chileno, lo cual representa una producción para el mismo año referido anteriormente de 1,290,000 litros de vino. Lo cual representa más de 11 veces la producción que México realiza.

2.4.2 Consumo de vino a nivel global

El consumo de vino a nivel mundial, de acuerdo con la tabla 2. consumo de vino por países, presenta una tendencia promedio constante de disminución en su consumo con un -0.26% del año 2013 al año 2015. Países como Francia e Italia que son países con una gran historia de consumo de vino, están con una tendencia de consumo a la baja ya sea que los consumidores de estas mismas naciones que son referentes en la producción de vino están teniendo un cambio en las preferencias de sus consumidores nacionales. Como se puede apreciar en la tabla 2, consumo de vino por países, el mercado del vino muestra oscilaciones en su consumo a nivel mundial, a esto se puede entender, que en los mercados de bebidas con alcohol y/o fermentadas, presentan una gran competencia en los paladares de los consumidores; lo cual se presenta una tendencia de los grandes países productores de comercializar vino de media calidad con el fin de acrecentar sus ventas y finalizar su producción.

Cuadro 3. Consumo de vino por países, 2013-2015 por litros.

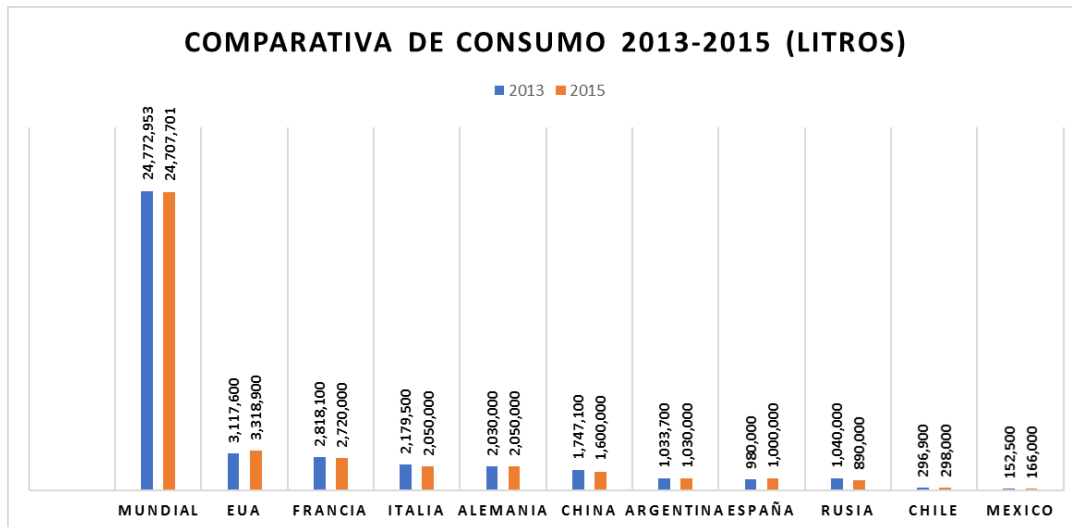
Consumo de vino por Países, 2013 - 2015 (litros)

Posicion	Pais	2013	2014	2015	Cambio % 2015/2013	Participacion % Mundial 2015
	TOTAL MUNDIAL	24,772,953	24,578,251	24,707,701	-0.26%	100%
1	ESTADOS UNIDOS	3,117,600	3,217,500	3,318,900	6.46%	13.43%
2	FRANCIA	2,818,100	2,750,000	2,720,000	-3.48%	11.01%
3	ITALIA	2,179,500	2,040,000	2,050,000	-5.94%	8.30%
4	ALEMANIA	2,030,000	2,020,000	2,050,000	0.99%	8.30%
5	CHINA	1,747,100	1,580,000	1,600,000	-8.42%	6.48%
6	REINO UNIDO	1,270,000	1,260,000	1,290,000	1.57%	5.22%
7	ARGENTINA	1,033,700	990,000	1,030,000	-0.36%	4.17%
8	ESPAÑA	980,000	990,000	1,000,000	2.04%	4.05%
9	RUSIA	1,040,000	960,000	890,000	-14.42%	3.60%
10	AUSTRALIA	540,000	540,000	540,000	0.00%	2.19%
11	CANADA	498,000	506,000	522,000	4.82%	2.11%
12	PORTUGAL	480,000	470,000	480,000	0.00%	1.94%
13	SUDAFRICA	370,000	400,000	420,000	13.51%	1.70%
14	RUMANIA	460,000	470,000	390,000	-15.22%	1.58%
15	JAPON	342,100	348,000	351,000	2.60%	1.42%
16	BRASIL	348,800	350,000	350,000	0.34%	1.42%
17	PAISES BAJOS	311,600	306,600	330,000	5.91%	1.34%
18	SUIZA	310,900	310,000	311,000	0.03%	1.26%
19	CHILE	296,900	298,000	298,000	0.37%	1.21%
20	GRECIA	290,000	300,000	260,000	-10.34%	1.05%
21	SUECIA	240,000	250,000	260,000	8.33%	1.05%
22	BELGICA	245,000	240,800	242,000	-1.22%	0.98%
23	AUSTRIA	253,000	252,000	240,000	-5.14%	0.97%
24	COREA DEL SUR	270,000	219,000	224,000	-17.04%	0.91%
25	HUNGRIA	190,000	220,000	210,000	10.53%	0.85%
26	UCRANIA	198,300	200,000	210,000	5.90%	0.85%
27	CROACIA	195,600	198,000	199,500	1.99%	0.81%
28	REPUBLICA CHECA	200,300	200,000	199,000	-0.65%	0.81%
29	MEXICO	152,500	160,000	166,000	8.85%	0.67%
30	DINAMARCA	160,000	160,000	160,000	0.00%	0.65%

Fuente: tabla de wine institute <http://www.wineinstitute.org/>

Las tendencias de mercado de consumo de vino marcan que los países como Japón, Rumania, China, Estados Unidos, Chile, México. Son países, que se están fijando como un foco de mercado para las naciones altamente productoras de vino, para exportar sus excedentes que no pueden comercializar en sus mismos mercados internos y externos.

Gráfico 2. Comparativa de Consumo 2013-2015, entre los diez países productores.



Fuente: elaboración propia en base a información de <http://www.wineinstitute.org/>

En la referencia de la tabla de países y su consumo de vino; que los cuales se pueden tener como un mercado focal de países con mayores tasas de consumo. Mostrándose en el gráfico 2. Donde se tomaron algunos de los países más representativos, donde se muestran los países que son la competencia directa en el mercado del vino en México. Así mismo, México presenta un crecimiento muy constante de manera positiva con 152,500 litros de consumo para el año 2013, lo cual tiene una tendencia de crecimiento promedio de 8.85% anual, del año 2013 al año 2015. Lo cual representa un buen nicho de mercado para naciones como Francia, Italia, Chile, Estados Unidos, España; que tienen excedentes de producción en excepción Estados Unidos que no alcanza a satisfacer la demanda de vino interna. Por lo cual México en la industria vitivinícola, le está apostando a ofrecer a su nicho de mercado,

vinos de calidad de nivel medio a los vinos de nivel Premium. Para lo cual le permita cuidar su mercado de consumidores por su calidad y sabor. Dejando de lado el solo ofrecer productos para satisfacer la demanda de vino a nivel nacional.

2.4.3 La Industria de las Bebidas en México.

Hablando del mercado de las bebidas en México, y sus diversas segmentaciones, dan a mostrar que, de acuerdo con el estudio “Industria de bebidas en México”,² se hace mención que, en 2013, el segmento de bebidas no alcohólicas tuvo ingresos totales de \$40.4 billones de dólares, manteniéndose como el tipo de bebida más lucrativa en México. La Cerveza, sidra y bebidas alcohólicas aromatizadas, le siguieron con 21.5 billones de dólares o un 31.7% del mercado. Posteriormente las bebidas espirituosas y vino ocupa la 3^a y 4^a posiciones con 5 billones de dólares y 0.9 billones de dólares, respectivamente.³

Gráfico 3. Ingreso porcentual de acuerdo con el tipo de bebida en México, del año 2013.

Ingreso porcentual de acuerdo con su tipo de Bebida, en México, 2013 (billones de dolares)



² Consultora PWC México, julio 2015, Investigación de mercado de la “Beverage Industry in México”.

³ Bebidas espirituosas: se refiere a bebidas alcohólicas destiladas como el ron, whisky, brandy, vodka, tequila, etc. Tienen un contenido alcohólico relativamente elevado (alrededor de 40°).

Fuente: “Beverage Industry in México”, julio 2015, consultora PWC.

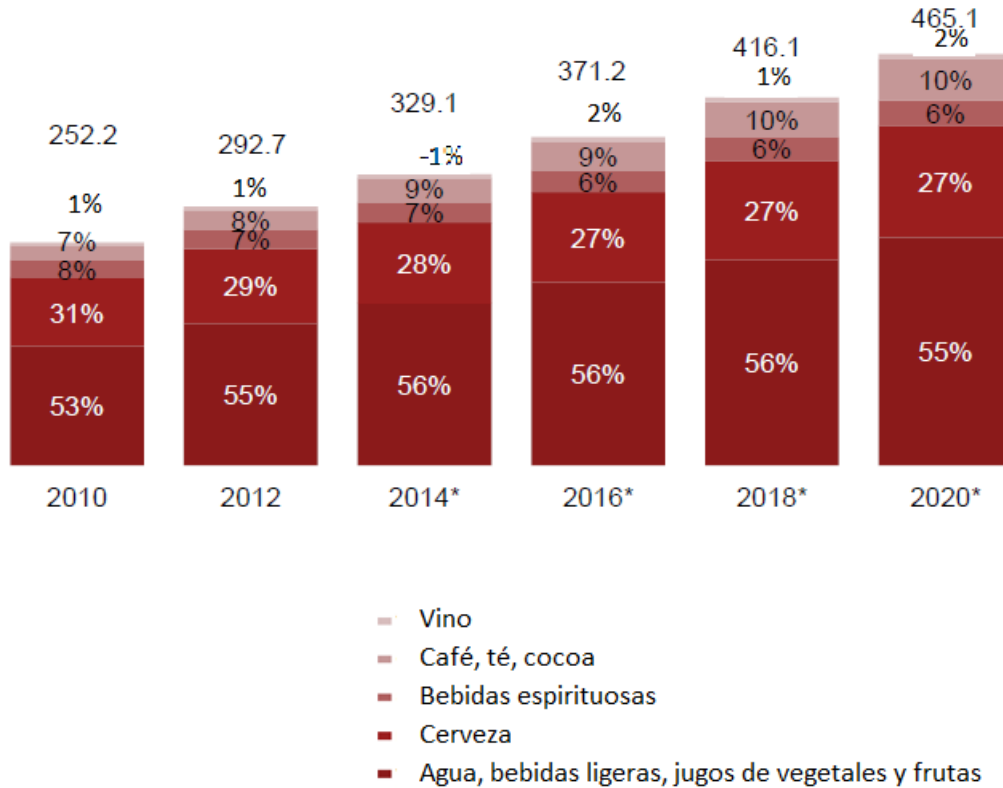
El consumo de vino sigue siendo muy inferior en comparación a los consumos de otras bebidas con alcohol, como la cerveza u otros licores como el tequila, whisky, vodka, que vienen englobadas en las bebidas espirituosas.

Preferencias del consumidor

Con referencia a los gustos y preferencias de los consumidores, con respecto a los diferentes tipos de bebidas en el estudio realizado “Beverage Industry in México”; México consume 174 litros de agua embotellada por persona por año en 2013, convirtiendo al país en el mayor consumidor de agua embotellada del mundo. Es muy común comprar grandes botellas de agua para el consumo doméstico. Las bebidas del café son muy populares para los adultos y los adolescentes y más las cafeterías están abriendo debido a la tendencia creciente de socializar en cafés. Cerveza, tequila y ron permanecen como favoritos de todos, mientras que el vino está creciendo en popularidad. Los mexicanos tienden a ser leales con marcas familiares y preferirían recortar su gasto en otras cosas que adquirir productos de otras marcas.

Gráfico 4. Gasto per cápita Anual en México, de acuerdo con las bebidas consumidas.

Gasto per-cápita Anual de México en Bebidas (USD), 2010 - 2020



Fuente: “Beverage Industry in México”, julio 2015, consultora PWC.

2.4.4 Panorama del mercado nacional del cultivo de la uva

En México, la situación actual de vino no ha variado prácticamente en los últimos cinco años. La producción de vino en México sigue siendo inferior a la cantidad de vino importado. Aproximadamente, el 65% del vino que se consume en México procede del exterior; el crecimiento del consumo de vino es de 1.7% de crecimiento anual promedio. La cual marca una tendencia de apreciación al consumo de esta bebida.

A pesar de la recesión económica mundial en 2008, la venta de vino siguió creciendo entre los consumidores mexicanos. Se alcanzaron ventas de 66 millones de litros, aumentando así un 2% con respecto al 2008 y continuando con un crecimiento constante promedio de 1.7% anual del 2010 al 2013. Algo a considerar es que el mercado joven en México no está muy acostumbrada a consumir el vino y la mayor parte de los consumidores de vino, vienen siendo hombres de mediana edad con un perfil socioeconómico medio-alto y alto. Analizando este nicho de mercado, en los últimos años muchas de las casas de vino empiezan a dirigir algunas de sus etiquetas hacía un segmento más joven, con una media de edad entre los 20 a 30 años.

En este sentido, podemos considerar el mercado del vino en México como un mercado totalmente en crecimiento, donde la tendencia de crecimiento en su consumo aumenta; tanto también la producción de vino nacional y sus importaciones. Tanto que, el vino mexicano cubre tan solo entre un 25% al 30% de la demanda de mercado a nivel nacional; la diferencia se cubre con importaciones de vino que en el cual el procedente de España y Chile en su mayor parte cubren el resto de la demanda. Una característica de los vinos importados a México es que son vinos de bajo precio, ya que sus precios promedios oscilan entre los \$80 y \$150 pesos.

Imagen 1. Regiones con relevancia vitivinícola en México.



Fuente: imagen de <http://www.turiguide.com>

Las principales regiones vitivinícolas de México son: Baja California, Coahuila, Zacatecas, Aguascalientes y Querétaro, se localizan en climas tipo mediterráneo y semiáridos continentales. Sonora es el principal productor de uva de mesa de México y Baja California es el principal productor de vino. En la actualidad México representa el 0.40% de la producción mundial de vino; y cada vez más, los productores locales e internacionales están invirtiendo en las zonas vinícolas mexicanas, ya que, según algunos expertos mexicanos del sector, el consumo de vino en México está aumentando anualmente.

Se tiene que considerar que el Estado de Sonora es el mayor productor de uva y por tanto, es el que cuenta con más viñedos, seguido del Estado de Baja California y Zacatecas. A pesar de que la superficie cosechada y sembrada haya disminuido, la productividad del sector vinícola ha ido mejorando en estas zonas gracias a los avances tecnológicos, factor que demuestra que las importaciones de vino han ido aumentando a lo largo de los años.

En cual se denota que los niveles de producción en México, no es muy representativo; ya que, la entidad estatal “Sonora”, con la mayor producción de uva, con un 69% del total nacional, la cual dedica a la producción de uva fruta y un muy mínimo restante, para uva industrial. A lo cual hace que el país se focaliza en la venta de vino de mayor calidad, el cual por no contar con superficies de mayor extensión para la producción de uva; dirigida a la producción de vino.

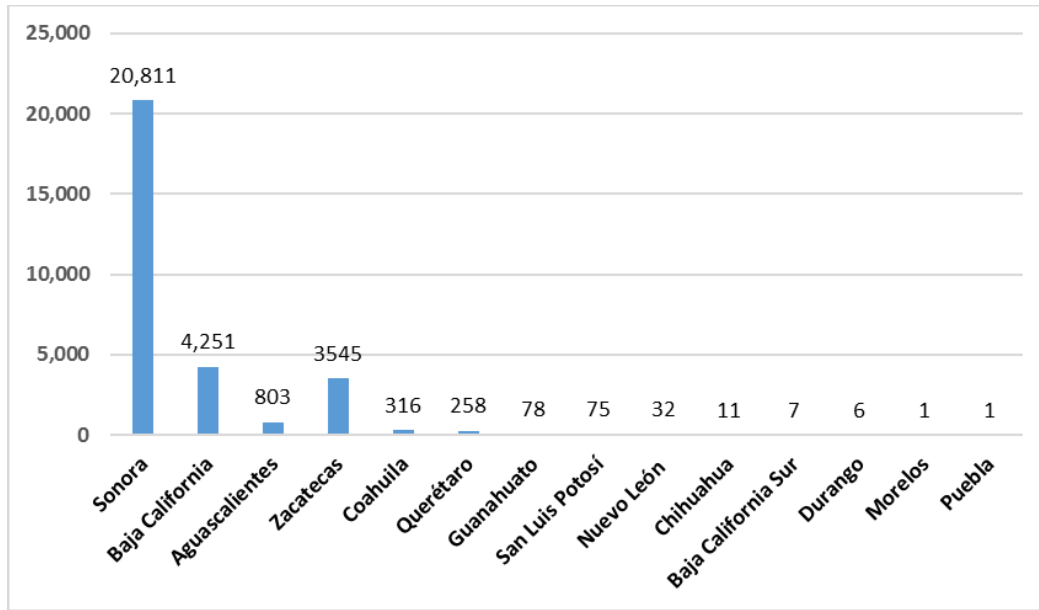
2.4.5 Superficie plantada de uva en México

De acuerdo con la publicación con respecto al cultivo de la uva, la Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS)⁴, Baja California ocupó el segundo lugar en superficie Plantada de uva, ya que participó con 14% a nivel nacional durante 2015. El principal estado productor de este cultivo es Sonora, el cual sembró más de la mitad de la superficie de uva en el país (69%); los estados de Zacatecas y Aguascalientes participaron con el 12% y 3%, respectivamente.

Tan solo cuatro estados del País producen el 98% del total de la producción de uva, siendo estos Sonora, Baja California, Zacatecas y Aguascalientes. En cuanto al valor de la producción de la uva de riego y temporal, la Entidad Baja participó con el 5.9%, siendo el estado de Sonora el que más aportó con 85.4%, el resto se repartió entre otros 12 estados.

⁴ Oficina Estatal de Información para el desarrollo Sustentable (OEIDRUS), Baja California México, 2015, “ficha Uva”.

Gráfico 5. Superficie Plantada de uva por entidad federativa, 2015 (Hectáreas)



Fuente: Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS)-Baja California.

En el municipio de Ensenada se plantó 89% del total de la superficie de uva que se cultiva en la Entidad, seguido de Mexicali que participó con 7%, Tecate 2% y Tijuana 2 por ciento. Entre 2009 y 2015, la producción experimentó un crecimiento de 10.3%, mientras que el valor de la producción tuvo un crecimiento de 47.4% con una media anual de 6.8%, gracias a una mayor superficie sembrada, mejores rendimientos y precios en los últimos años. Las tablas referentes a los años 2009 – 2015, se encontrarán en anexos.

Cuadro 4. Principales variables de producción de uva por municipio en Baja California en la modalidad de riego más temporal por municipio (2015).

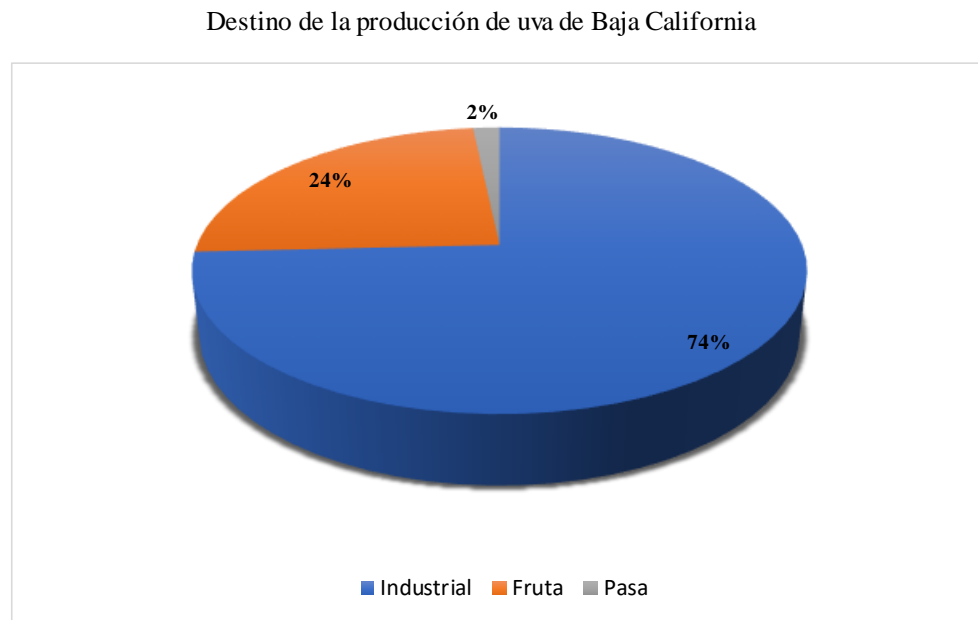
Año	Municipio	Sup. Plantada (Ha)	Sup. Cosechada	Producción (Ton.)	Rendimiento (Ton/Ha)	PMR (\$/Ton)	Valor de Producción (Miles de Pesos)
2015	Ensenada	3768	3358	19357	5.8	11787	\$228,161
2015	Mexicali	319	315	2561	8.1	16484	\$42,216
2015	Tecate	94	94	249	2.7	12370	\$3,080
2015	Tijuana	70	70	21	0.3	5000	\$105
Total		4251	3837	22188			\$273,562

Fuente: Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS)-Baja California.

Baja California es el primer productor de uva industrial para la elaboración de vinos a nivel nacional, ya que del total de la superficie plantada durante 2015 82% se destina para este fin con una producción de 16 mil 471 toneladas.

El estado de Sonora que da en segundo lugar destinando una superficie para uva industrial de 924 hectárea; la diferencia es que la producción de este tipo de fruta se va al interior de la república cuyo destino es la elaboración de brandi. La mayor parte de la producción nacional se destina para uva fruta de mesa, seguido de la uva industrial, por último, para la elaboración de pasa.

Gráfico 6. Destino de la producción de uva de Baja California en las modalidades de riego y temporal, 2015.



Fuente: Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable (OEIDRUS)-Baja California.

Baja California es la región más importante a nivel nacional en el ámbito vitivinícola; con un mercado creciente orientado a la producción de vinos de calidad Premium o internacional. Las áreas vitícolas se distribuyen en localidades y condiciones ambientales distintas, dentro de cuatro municipios del Estado.

Cuadro 5. Regiones vitivinícolas de Baja California.

Tecate	Ensenada
	Valle de Guadalupe
	Región el Tule
Valle de las palmas	Valle de San Rafael
	Ejido Uruapan
	Valle de Santo Tomás
	Valle de San Vicente
	Valle de Ojos Negros
	Valle de San Antonio de las Minas

Fuente: Elaboración propia

3. METODOLOGIA

En el presente trabajo, se establecerá en base a fuentes de información documental y bibliográfica; con fuentes estadísticas de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), otras fuentes estadísticas de instituciones dedicadas a la investigación del vino, fuentes de las asociaciones de vitivinicultores Nacionales como de la región de Baja California, entre otras.

3.1. Análisis de entidades federativas dedicadas a la industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva

En el presente trabajo usara como base de información estadística, al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), usando el resultado de los Censos Económicos, del Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC)⁵ en su versión

⁵ El SAIC es un manejador de datos en línea que dispone de diversas herramientas y un banco de datos que incluye 100 variables económicas. Lo que le permite realizar consultas de datos, diseñar sus propios tabulados estadísticos, crear cuadros comparativos de los estudios censales y los niveles de desagregación geográfica a su elección (nacional, estatal y municipal) y de actividad económica (sector, subsector, rama, subrama y clase de actividad).

histórica 2014, dado a que es la base de datos estadística que presenta los cambios de la economía nacional de las actividades económicas en nuestro país, mostrándose en los Censos Económicos 2014 que es el año que se tomara para realizar el comparativo de las distintas entidades federativas que se encuentran en la vitivinicultura; como son los siguientes estados:

- Aguascalientes
- Baja California
- Baja California Sur
- Coahuila de Zaragoza
- Chihuahua
- Durango
- Guanajuato
- Querétaro
- Sonora
- Zacatecas

El Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC) cuenta con cinco niveles de agregación; el sector es el nivel más general, se identifica con dos dígitos. Éste se divide en subsectores, que se representan con tres dígitos, cada uno de estos se desagrega en ramas de actividad, que se distinguen con cuatro dígitos, que a su vez se dividen en subramas, identificadas con cinco dígitos, éstas finalmente se dividen en clases, que es el nivel más desagregado del clasificador y se identifican con seis dígitos.

Se realizará un análisis utilizando las herramientas de métodos de análisis financieros, para la actividad económica, del sector de la industrias manufactureras, del subsector de la Industria de las bebidas, de la rama de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva y bebidas fermentadas, excepto cerveza, y subrama Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva y bebidas fermentadas, excepto cerveza, de la clase “Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva (312131)” basada en información de instituto nacional de estadística y geografía (INEGI) de la Encuesta mensual de la Industria Manufacturera (EMIM) para el año 2014.

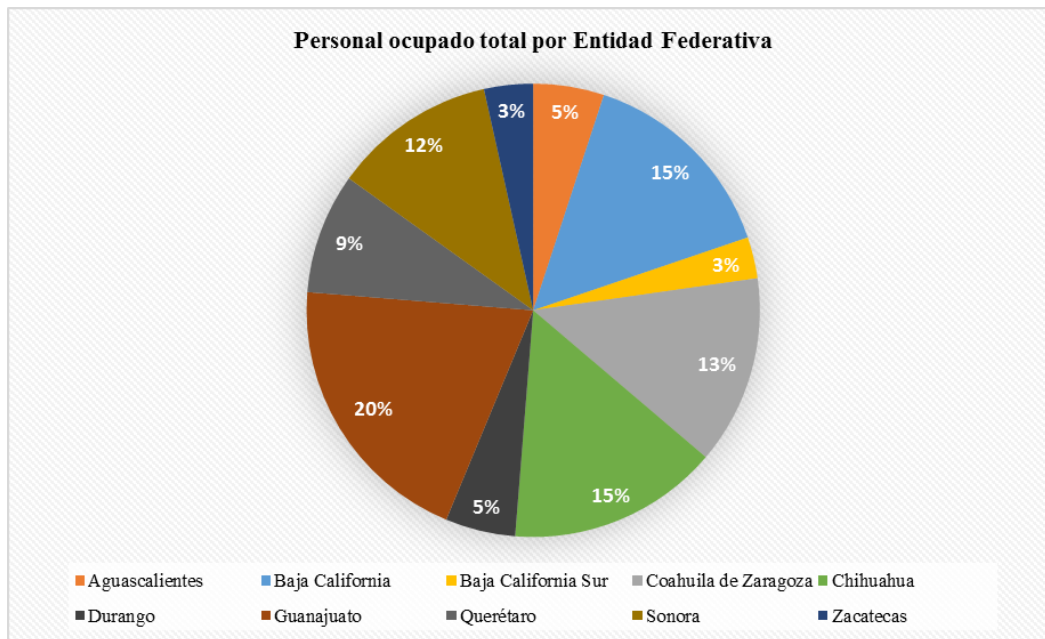
A lo cual se usaron las siguientes variables censales:

- personal ocupado total
- Inversión total
- Total, de gastos
- Total, de ingresos
- Importe por consumo de agua

En cuanto al tema de personal ocupado dentro de la elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva; de las entidades de las cuales se está realizando el comparativo Guanajuato es el estado que más personal tiene, con 1,067,292 en segundo lugar lo ocupa Baja California con 786,056 y tercer lugar el Estado de Coahuila de Zaragoza con 718,386 esto para el año 2014.

A continuación, en el grafico 7. Se muestra la distribución porcentual, de personal ocupado de las entidades analizadas del total.

Gráfico 7. Personal ocupado total en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014.

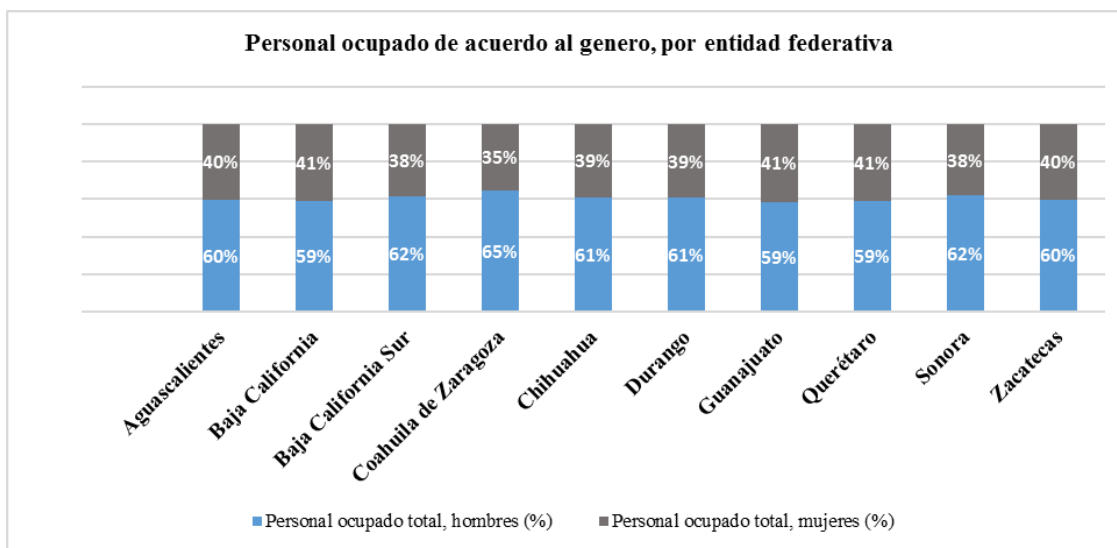


Es importante destacar, que dentro del personal ocupado en de la elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva; conocer la contratación de acuerdo con su género, ya que actualmente el papel de las mujeres dentro de las actividades de los distintos sectores económicos en el país ha ido incrementando su participación e integración en los distintos niveles jerárquicos de las industrias.

El propósito es, identificar dentro de cada una de las entidades federativas, de su total de personal ocupado para el año 2014, cuál es su distribución tanto de hombres y mujeres. Y por tanto identificar su integración de la mujer dentro de este sector. Siendo de esta manera, el estado de Guanajuato con 442,275 le sigue el estado el Baja California 321,098 y el tercer estado de los cuales contrata más número de mujeres es el estado de Zacatecas, con 74,531.

A continuación, en el siguiente grafico 8. Se muestra la distribución porcentual, de personal ocupado por genero dentro de las entidades analizadas de su total.

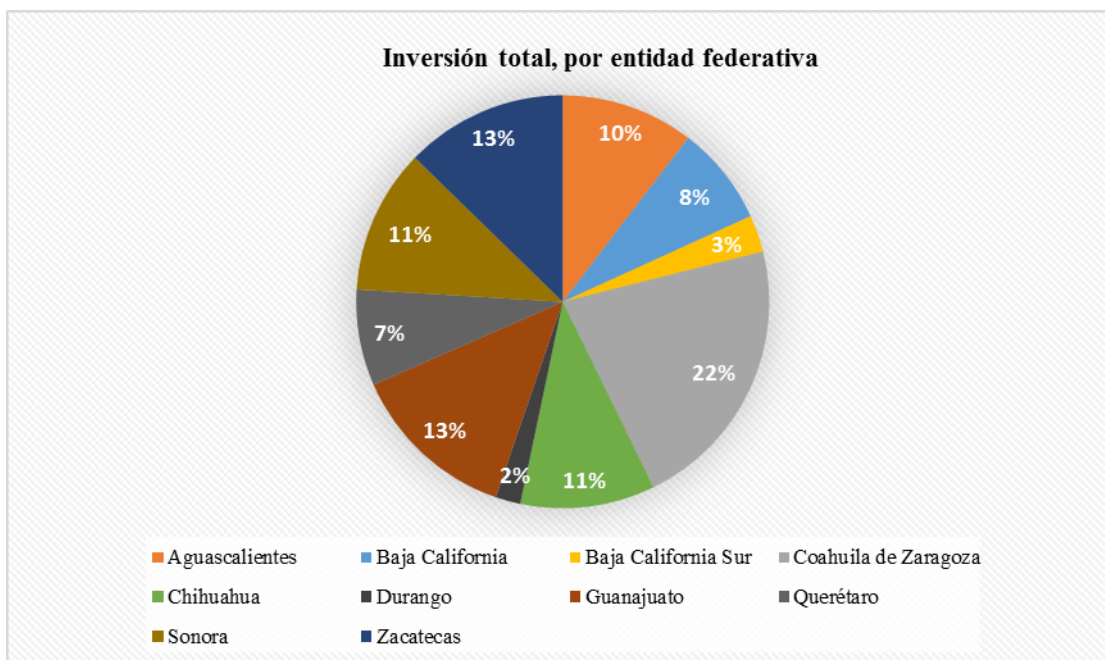
Gráfico 8. Personal ocupado de acuerdo con el género, que trabaja en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014.



En lo que se refiere a la inversión realizada en cada una de las entidades, con respecto en la industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014; Coahuila de Zaragoza fue la entidad que más invirtió en esta actividad, con \$20,187.677 millones de pesos, seguido de Guanajuato con \$12,277.297 y Baja California paso a ocupar el lugar número siete dentro de las diez entidades analizadas, con una inversión de 7,261.797 millones de pesos.

En el siguiente gráfico 9. Se muestra la distribución porcentual, de la inversión realizada en la industria de bebidas alcohólicas a base de uva, dentro de las entidades analizadas de su total.

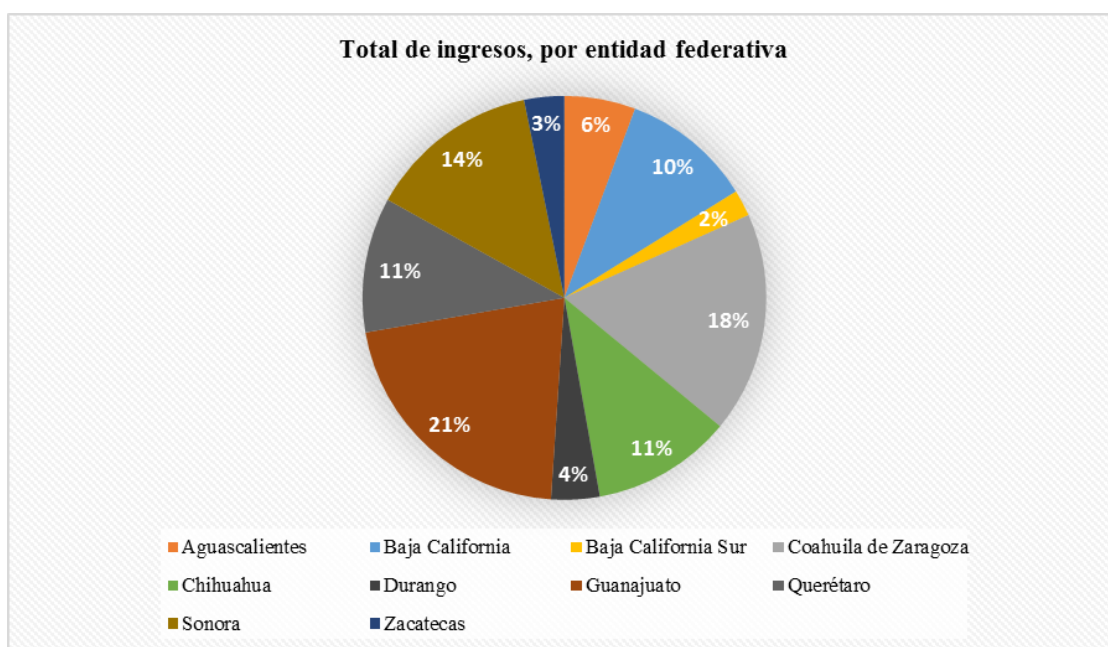
Gráfico 9. Inversión total, en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014.



En lo referente al total de Ingresos obtenidos en cada una de las entidades, con respecto en la industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014; es Guanajuato la entidad que obtuvo más ingresos, con la cantidad de \$882,646.576 millones de pesos, seguido de Coahuila de Zaragoza con \$736,602.089 millones de pesos; siendo estos dos entidades con los mayores ingresos y Baja California se posiciono en el lugar número seis, con un ingreso de \$436,214.417 millones de pesos.

En el siguiente grafico 10. Se muestra la distribución porcentual, de la inversión realizada en la industria de bebidas alcohólicas a base de uva, dentro de las entidades analizadas de su total.

Gráfico 10. Total, de ingresos en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014.

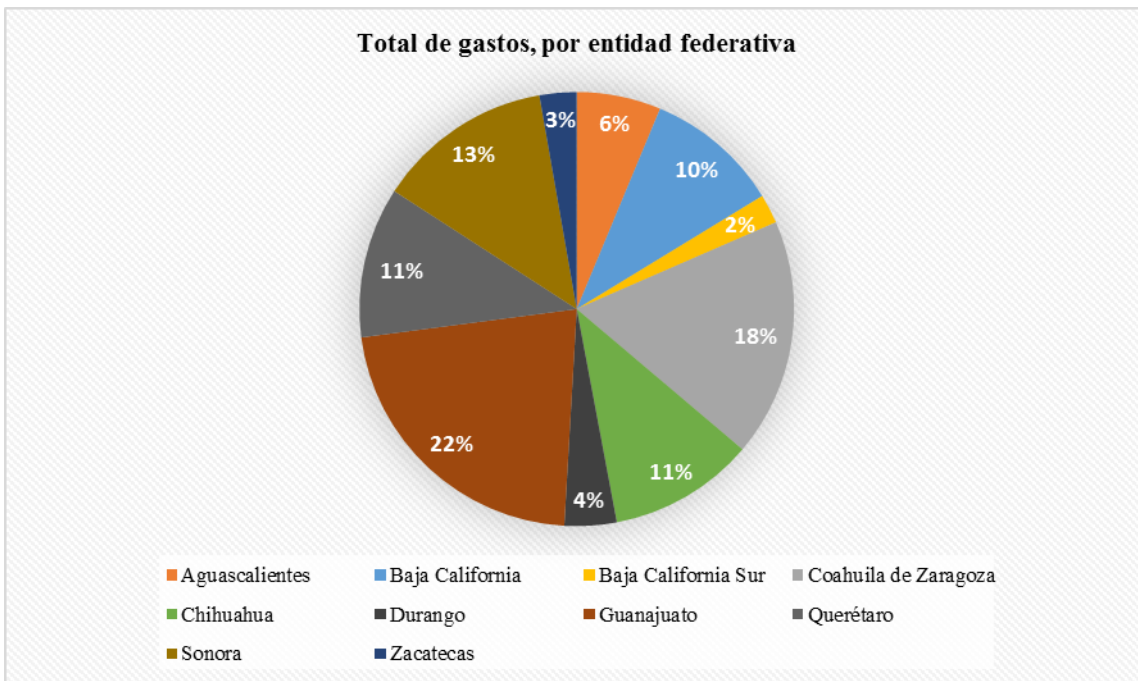


Por otra parte, en lo referente a los gastos realizados en cada una de las entidades, con respecto en la industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014; Guanajuato es el que tiene mayor gasto con la cantidad de 685,499.973 millones de pesos, la entidad que ejerce el segundo mayor gasto es Coahuila

de Zaragoza con \$552,727.462 millones de pesos, la tercera entidad con mayor gasto en la producción es Sonora con \$408,408.001 millones de pesos; Baja California es la sexta entidad que ejerce mayor gasto en la producción con la cantidad de \$ 311,940.35 millones de pesos.

En el siguiente grafico 11. Se muestra porcentualmente el gasto que se realizada en la industria de bebidas alcohólicas a base de uva, dentro de cada entidad analizadas de su total.

Gráfico 11. Representación porcentual de los gastos en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014.



Por tanto, en base a la información de ingreso-gasto, se determina que las entidades que tienen mayor beneficio en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva,

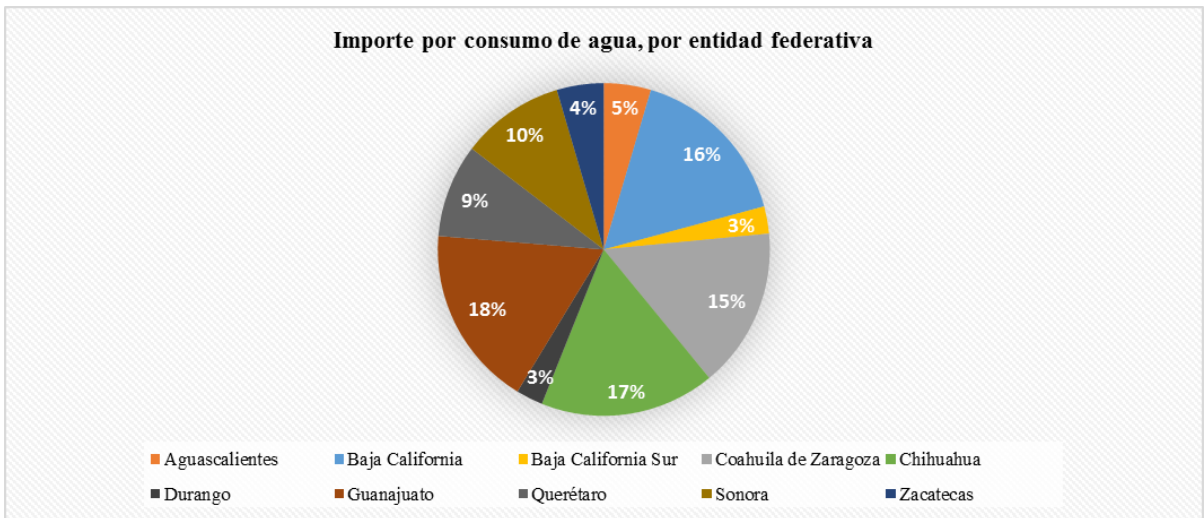
son Zacatecas, con márgenes de beneficio de 36%, le sigue Sonora, con 29% de beneficios; Baja California se encuentra como la tercera entidad en la obtención de márgenes de beneficio con 28%; siendo Aguascalientes la entidad con el resultado menor de obtención de márgenes de beneficios con 17%.

Es importante destacar, lo referente al consumo de agua, ya que, es un insumo de gran importancia dentro de la industria, para la elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva; es por ellos que se decidió incluirlo dentro de las variables comparativas.

Dentro de las entidades que tienen el importe de consumo de agua más alto, destacan en su mayoría las entidades del norte del país; denotándose, primeramente, Guanajuato con \$1,886.664, posteriormente Chihuahua, con un importe de su consumo de agua de la industria de \$ 1,828.977 y Baja California colocándose como la tercera entidad, con \$ 1,742.66 millones de pesos. La entidad con el menor importe en consumo de agua es Durango con \$280.681 millones de pesos.

En el siguiente grafico 13. Se muestra porcentualmente el importe de consumo de agua, que se realizada en la industria de bebidas alcohólicas a base de uva, dentro de cada entidad analizadas de su total.

Gráfico 13. Importe por consumo de agua, en la Industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva, por entidad federativa en el año 2014.



4. CONCLUSIÓN.

En la producción del vino a nivel mundial al menos en los años 2014-2015 ha aumentado considerablemente, lo que se traduce en la aceptación de esta bebida ampliándose el nicho de personas para el que está dirigido, por otro lado, la producción de vino ha tenido cambios en las preferencias de sus consumidores respecto a productos nacionales. En el caso de México, aun no es considerado una potencia productora en referencia de los países más consolidados, sin embargo, se ha mantenido estable en los últimos años.

A pesar de que las inversiones en la viticultura requieren de plazos de retorno de inversión ya sea de producción -años, factores climáticos- y monetaria -financiera-, hay un desarrollo positivo en este rubro. La nueva tendencia en las vinícolas en México en especial en el Estado de Baja California, se suman a lo sustentable; producir vino de calidad que permita trasladarse a un espacio de placer, descanso con un clima agradable. Donde se pueden encontrar las mejores casas vinícolas de mayor prestigiosas del país, al mismo tiempo permite realizar visitas guiadas de las mismas en la cual puedes conocer los procesos de producción y elaboración del vino. Con degustaciones de quesos de la región, actividades deportivas y hospedaje. Los beneficios anteriormente mencionados han apoyado, los cambios en el consumo

de vino en el Estado y fomentado nuevas áreas de oportunidad para los clústeres. Esto ha motivado que el vino amplié el gusto, en el rango de edad y perfil socioeconómico. El apoyo a los agricultores aún falta fortalecerlo fiscalmente, para exentarlo de impuestos especiales que elevan considerablemente su precio, dado que en otros países no está castigado.

A modo de conclusión, con respecto a El Sistema Automatizado de Información Censal, de la clase “Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva (312131)” cabe destacar que Baja California se encuentra entre las primeras entidades federativas en los diferentes rubros puntualizados en esta investigación. En lo que se refiere en el tema de personal ocupado, Baja California ocupó el segundo lugar con 786,056, solo después de Guanajuato con 1,067,292. De esta manera Baja California se consolida como una de las entidades federativas con mayor necesidad de mano de obra para esta clase de la industria.

Tanto también, Baja California en el tema de los ingresos obtenidos, ocupó un posicionamiento dentro de la media con un ingreso de \$436,214.417 millones de pesos; destacándose en los rubros mencionados en este trabajo Guanajuato, Coahuila de Zaragoza, Chihuahua y Baja California como los principales.

Otro punto nodal, es lo referente a la cuota por el consumo de agua para clase de Industria; ya que es un elemento preponderante e importancia. De la cual, dentro de las entidades en la cual el importe de consumo de agua es mayor es Guanajuato, con un importe en su consumo de agua de \$1,886.664, posteriormente Chihuahua, con un importe de su consumo de agua de la industria de \$ 1,828.977 y Baja California colocándose como la tercera entidad, con \$ 1,742.66 millones de pesos. Por ello, esta información de la investigación trata de dar un panorama y potencial, en el cual se encuentra Baja California a nivel nacional.

FUENTES.

Análisis sobre la Perspectiva Económica y de Finanzas Públicas 2017-2018. Centro de estudio de las finanzas públicas (CEFP). precefp/ 001 / 2017, abril 2017.

<http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/presentaciones/2017/precefp0012017.pdf>

Aguilar Barajas “Las empresas, micro, pequeñas y medianas en el desarrollo industrial de México”, Ismael; recuperado 12 de febrero del 2017

<http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/317/6/RCE6.pdf>

BIE, 2015. Banco de Información Económica (BIE), Encuesta mensual sobre empresas comerciales (EMEC) - 2006 en adelante, Serie histórica BIE; recuperado el 5 de marzo del 2017.

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/accesomicrodatos/emec/default.aspx>

Descubre Baja California, Gobierno de Baja California, México.

<http://www.descubrebajacalifornia.com/index.php/transporte-y-recorridos-guiados>

Diana Celaya Tentori, “EL DESARROLLO DEL SECTOR VITIVINÍCOLA EN BAJA CALIFORNIA (2000-2013): UN ANALISIS DESDE LA PERSPECTIVA DEL DESARROLLO ENDÓGENO” tesis de Doctor en Ciencias Sociales, Tijuana, Baja California, México 2014, EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE (COLEF).

Guzmán Peredo Miguel, “El libro del Vino” el arte del buen beber. Editorial Océano, España 1983.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAEE)

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/itaee/default.aspx>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2015. Censos de empresas, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 05 de febrero del 2017.

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

LA RUTA DEL VINO, DE BAJA CALIFORNIA, secretaria de cultura.

<http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo8.pdf>

matriz insumo producto vitivinícola de BC

<http://www.revista.economia.uady.mx/2013/XXX/81/2.pdf>

Wine Institute, Consumo y volumen de producción de vino a nivel Mundial, recuperado el 8 de febrero del 2017, <http://www.wineinstitute.org/>

Secretaria de Desarrollo Económico, de Baja California.

<http://www.bajacalifornia.gob.mx/sedeco/estadisticas/produccion/productoInternoBrutoSector.pdf>

Sistema de Cuentas Nacionales de México.

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/biblioteca/detalleSCNM.aspx?c=16877&upc=0&s=est&tg=54&f=2&pf=Cue> Fecha de consulta 10 de abril 2017

Sistema de Información Agropecuaria de Consulta,

<http://www.gob.mx/siap/> Fecha de consulta 17 abril de 2017.

Vidivino, 2017. Sistema producto vid (de baja california),

<http://vidyvino.org/>

ANEXOS

Anexo 1

Arena de acción 2002-2013: La construcción del sistema territorial vitivinícola⁶

Reglas en Uso

Mercado del vino en México:

1. Continúa la libre competencia en la comercialización de vino en México.
2. Comercialización de los vinos en el mercado mexicano: El éxito comercial de los vinos mexicanos e importados depende de la relación precio/calidad.
3. Producción de vino en Baja California: Existen pocos casos de éxito en el que se producen volúmenes más pequeños de vino con altos niveles de calidad, que son a su vez económicamente viables.
4. No existe información socializada sobre la producción vitivinícola, por lo tanto, hay poco conocimiento sobre todo el proceso de producción vitícola y vinícola.
5. Se requiere de inversiones cuantiosas para abrir una vinícola formalmente constituida.
6. Las leyes para venta de vino en Baja California son un impedimento para la comercialización de los productos directamente en las vinícolas productoras y para la venta de vino en restaurantes y hoteles.
7. En 2002 se publica en el Diario Oficial de la Federación la "Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios" (IEPS), misma que establece las nuevas tasas impositivas para las bebidas alcohólicas, en la cual el vino de mesa queda gravado con el 25% de impuesto sobre el precio *ad valorem*.

⁶ Diana Celaya Tentori, tesis de Doctor en Ciencias Sociales, Tijuana, Baja California, México 2014, EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE (COLEF).

Anexo 2.

Glosario de términos de variables de La investigación, de entidades federativas dedicadas a la industria de elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva		
Inversión.	<p>Es el incremento en activos, insumos y productos que experimentaron las unidades económicas durante el año de referencia. Se obtiene sumando a la Formación Bruta de Capital Fijo la variación de Existencias.</p>	<p>millones de pesos</p>
Personal ocupado total.	<p>Comprende a todas las personas que trabajaron durante el periodo de referencia dependiendo contractualmente o no de la unidad económica, sujetas a su dirección y control.</p>	<p>Personas</p>
Personal ocupado total, hombres.	<p>Comprende a todas las personas que trabajaron durante el periodo de referencia dependiendo contractualmente o no de la unidad económica, sujetas a su dirección y control.</p>	<p>Personas</p>
Personal ocupado total, mujeres.	<p>Comprende a todas las personas que trabajaron durante el periodo de referencia dependiendo contractualmente o no de la unidad económica, sujetas a su dirección y control.</p>	<p>Personas</p>
Importe Consumo de agua.	<p>Es el importe por el consumo de agua suministrada por la red municipal o por pipas, ya sea para el consumo humano o empleada en el proceso productivo.</p>	<p>millones de pesos</p>
Total de gastos.	<p>Es el monto total que la unidad económica destinó al consumo de bienes, servicios y otras erogaciones financieras, fiscales y donaciones sin contrapartida a personas físicas y morales.</p>	<p>millones de pesos</p>
Total de ingresos.	<p>Es el monto total que la unidad económica obtuvo por la venta de bienes, servicios, intereses, otros ingresos financieros y las donaciones recibidas sin contrapartida.</p>	<p>millones de pesos</p>

Anexo 3. Base de Datos

Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). Año Censal 2014. Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva (312131). Cantidades monetarias en Millones de Pesos.

Entidad	Actividad Económica	Personal ocupado total	Personal ocupado total, hombres	Personal ocupado total, mujeres	Inversión total	Total de gastos	Total de ingresos	Importe por consumo de agua
Aguascalientes	Total estatal	269467	161340	108127	\$9,697.63	\$195,416.27	\$237,428.86	\$491.65
Baja California	Total estatal	786056	464958	321098	\$7,261.80	\$311,940.35	\$436,214.42	\$1,742.66
Baja California Sur	Total estatal	156985	96846	60139	\$2,693.78	\$67,766.18	\$87,955.84	\$284.11
Coahuila de Zaragoza	Total estatal	718386	465098	253288	\$20,187.68	\$552,727.46	\$736,602.09	\$1,667.90
Chihuahua	Total estatal	803175	491402	311773	\$9,834.46	\$338,221.14	\$467,000.06	\$1,828.98
Durango	Total estatal	266471	162266	104205	\$1,828.91	\$120,702.09	\$161,458.23	\$280.68
Guanajuato	Total estatal	1067292	625017	442275	\$12,277.30	\$685,499.97	\$882,646.58	\$1,886.66
Querétaro	Total estatal	458691	270504	188187	\$7,011.99	\$350,119.81	\$450,247.19	\$972.22
Sonora	Total estatal	619690	384256	235434	\$10,569.22	\$408,408.00	\$571,945.72	\$1,079.84
Zacatecas	Total estatal	186220	111689	74531	\$11,842.16	\$85,812.84	\$133,599.99	\$490.04

Anexo 4. Base de Datos

Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). Año Censal 2014. Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva (312131). Cantidades monetarias en Millones de Pesos.

Entidad	Personal ocupado total por Entidad Federativa
Aguascalientes	269467
Baja California	786056
Baja California Sur	156985
Coahuila de Zaragoza	718386
Chihuahua	803175
Durango	266471
Guanajuato	1067292
Querétaro	458691
Sonora	619690
Zacatecas	186220

Entidad	Personal ocupado total (hombres)	Personal ocupado total (mujeres)
Aguascalientes	161340	108127
Baja California	464958	321098
Baja California Sur	96846	60139
Coahuila de Zaragoza	465098	253288
Chihuahua	491402	311773
Durango	162266	104205
Guanajuato	625017	442275
Querétaro	270504	188187
Sonora	384256	235434
Zacatecas	111689	74531

Anexo 5. Base de Datos

Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). Año Censal 2014. Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva (312131). Cantidades monetarias en Millones de Pesos. (Continuación)

Entidad	Inversión total
Aguascalientes	\$9,697.63
Baja California	\$7,261.80
Baja California Sur	\$2,693.78
Coahuila de Zaragoza	\$20,187.68
Chihuahua	\$9,834.46
Durango	\$1,828.91
Guanajuato	\$12,277.30
Querétaro	\$7,011.99
Sonora	\$10,569.22
Zacatecas	\$11,842.16

Entidad	Total de ingresos
Aguascalientes	\$237,428.86
Baja California	\$436,214.42
Baja California Sur	\$87,955.84
Coahuila de Zaragoza	\$736,602.09
Chihuahua	\$467,000.06
Durango	\$161,458.23
Guanajuato	\$882,646.58
Querétaro	\$450,247.19
Sonora	\$571,945.72
Zacatecas	\$133,599.99

Anexo 6. Base de Datos

Sistema Automatizado de Información Censal (SAIC). Año Censal 2014.
Elaboración de bebidas alcohólicas a base de uva (312131). Cantidades monetarias
en Millones de Pesos. (Continuación)

Entidad	Total de gastos
Aguascalientes	\$195,416.27
Baja California	\$311,940.35
Baja California Sur	\$67,766.18
Coahuila de Zaragoza	\$552,727.46
Chihuahua	\$338,221.14
Durango	\$120,702.09
Guanajuato	\$685,499.97
Querétaro	\$350,119.81
Sonora	\$408,408.00
Zacatecas	\$85,812.84