



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TEMA:**

**“IMPLEMENTACIÓN Y DESARROLLO DE VIÑEDOS EN EL  
ECUADOR PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE VINO  
A BOGOTÁ-COLOMBIA”**

**AUTORES:**

**RODRIGUEZ GARCIA MISHELLE ISABEL  
RAMÍREZ TABARES CRISTIAN CAMILO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIEROS EN COMERCIO Y FINANZAS**

**TUTOR:**

**ECON. GONZALO J PAREDES**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Mishelle Isabel Rodríguez García y Cristian Camilo Ramírez Tabares**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTOR**

---

**Econ. Gonzalo J Paredes**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Econ. Teresa Alcívar**

**Guayaquil, a los 22 del mes de Agosto del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Mishelle Isabel Rodríguez García y Cristian Camilo Ramírez Tabares**

### **DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **Implementación y desarrollo de viñedos en el Ecuador para la producción y exportación de vino a Bogotá-Colombia** previa a la obtención del Título **de Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

### **LOS AUTORES**

---

**Mishelle Isabel Rodríguez García**

---

**Cristian Camilo Ramírez Tabares**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

## **AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Mishelle Isabel Rodríguez García y Cristian Camilo Ramírez Tabares**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Implementación y desarrollo de viñedos en el Ecuador para la producción y exportación de vino a Bogotá-Colombia**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 22 del mes de Agosto del año 2014**

## **LOS AUTORES**

---

**Mishelle Isabel Rodríguez García**

---

**Cristian Camilo Ramírez Tabares**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios por ser mi guía en este largo camino, brindándome sabiduría, enseñanzas y por permitirme compartir esta experiencia con las personas que más aprecio; en segundo lugar a mi mami y abuelita, por ser los pilares en mi vida, brindándome sus cuidados y apoyo incondicional para cada meta propuesta, siendo ellas mi ejemplo de dedicación, compromiso y fortaleza.

A mi papá que ha sido un guía en el largo camino académico, siempre con comprensión y apoyo. A mis queridos tíos, Ivonne y Richard por siempre estar pendiente y darme ánimos para culminar con esta meta y por ese cariño incondicional.

A mi mejor amigo Christian Camilo por su compromiso para la realización de este proyecto que implicó varios sacrificios, pero al final nos deja una gran satisfacción de cumplir y superar las expectativas en relación a los resultados obtenidos, así como por la amistad sincera y única.

Un especial agradecimiento a todo el equipo de Navesmar a Lucy, Yadi, Andreita por su apoyo, compañerismo y comprensión incondicional en cada permiso para poder cumplir con la realización de este proyecto.

Gracias a mis queridas amigas Anita, Sisi, Imelda, Mery, Juli, Jenn que de varias formas contribuyeron al desarrollo del presente proyecto y su amistad ha sido fundamental en estos años.

Y por último mis agradecimientos a cada persona que confió en esta idea, profesores, amigos, familiares, quienes aportaron con información, opiniones, ánimos y confianza para seguir adelante.

**MISHELLE ISABEL RODRIGUEZ GARCIA**

## AGRADECIMIENTO

Quiero empezar agradeciendo a una persona que ha sido fundamental en mi crecimiento tanto humano como profesional, quien brindo su apoyo incondicional en cada una de las facetas que desempeño, quien en una larga etapa de su vida fue padre y madre al mismo tiempo y en ambos casos lo hizo de manera incomparable quien me ha enseñado que para salir a delante solo es necesario luchar y hacerlo de manera constante, quien implanto desde que tenía uso de razón valores como el respeto, el amor, la reciprocidad, el agradecimiento, la lucha, la ambición honrada y responsable, quien me ha demostrado que tiene más valor que cualquier hombre que antes haya conocido, quien nunca se equivocó y siempre supo lo que a mí me haría bien, quien se ganó mi respeto y consideración y quien me ha acompañado tanto en mis mayores logros y alegrías, así como en mis peores momentos de tristeza ella es mi madre y le agradezco por todo su esfuerzo y dedicación.

En segundo lugar quiero agradecer a mi padre, quien a pesar de no constar en el registro civil como padre biológico ha sido participe de cada una de mis actividades y fue, es y será, el ejemplo de hombre, padre, amigo y ser humano que he de tomar como modelo a seguir, quien ha tratado a mi familia con un amor infinito digno de reconocer en un trabajo tan importante como este a él muchas gracias. A mi hermana quien a su corta edad le da luz a mi vida en momentos incontables y que con su sonrisa me enseña que necesito ser un excelente ejemplo de hermano para que ella tome como modelo y en su camino acierte en sus decisiones. Y a mi familia en general quien me ha apoyado en cada paso que doy, a mi abuelito en especial, cuyo sueño fue verme con un título universitario y sé que de donde, estará orgulloso de mi.

A mi mejor amiga Mishelle Margot y considerada una de las mejores personas que en la vida estudiantil me he encontrado, por la ayuda brindada a lo largo de los semestres la cual fue realmente crucial para hoy estar obteniendo un logro

propuesto al iniciar la universidad, por su capacidad para aconsejar de manera sincera y desinteresada, y por brindarme su paciencia en cada uno de los trabajos que hemos realizado, es justo decir que es una amistad forjada en base a la confianza y hoy es un orgullo para mí subir este último escalafón en la universidad en compañía de una gran persona.

Al final de mis agradecimientos y con el mayor grado de importancia le agradezco a Dios porque gracias a él, puedo nombrar a cada una de las personas antes mencionadas en este agradecimiento las cuales son bendiciones a igual q mis capacidades.

**CRISTIAN CAMILO RAMÍREZ TABARES**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios, mami y abuelita. A Dios porque ha estado conmigo en cada momento, siempre siendo el mi guía para las decisiones que he tomado, a mi mami por ser mi ejemplo, mi heroína, mi mejor amiga, simplemente por ser mi vida y a mi abuelita, mi ángel quien me dio todo el amor del mundo y me lleno de cuidados, ahora lo haces desde el cielo pero siempre recordándome que estas presente, son a ellos a quienes dedico todo mi esfuerzo, dedicación y amor; recordando que sobre todas las cosas nunca me olvide de Dios.

**MISHELLE ISABEL RODRIGUEZ GARCIA**

## **DEDICATORIA**

Más que una dedicatoria este es una declaración de un logro compartido, este proyecto representa cada paso que de la mano mi mama y yo hemos dado, representa la meta que trazamos juntos y prometimos alcanzar, este proyecto simboliza años de esfuerzos incansables por parte de ella y hoy por hoy este no podría ser realizable sin su apoyo, por ende este logro es de los dos.

Quiero dedicar esta investigación a mi abuelo, quien siempre se enfocó en que fuera un excelente ser humano, enseñándome todo lo que el sabia y exigiéndome al máximo, regalándome sus abrazos paternales hasta el último día en que pudo, a él le dedico este proyecto ya que sé que uno de sus más grandes anhelos fue verme lográndolo y hoy, sé que está orgulloso de mi.

A mi papa, quien merece que este proyecto sea dedicado a él por su capacidad para ser un varón y haber aceptado el duro reto de ayudar a formar alguien que no fue su obligación pero que sin embargo jamás lo hizo notar, y me acogió como su hijo legítimo, este logro también es para él.

**CRISTIAN CAMILO RAMÍREZ TABARES**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE

**CALIFICACIÓN**

---

ECON. GONZALO J PAREDES  
TUTOR

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN .....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VIII
CALIFICACIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XVI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XVII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT .....	XIX
INTRODUCCIÓN .....	20
CAPITULO I .....	23
GENERALIDADES DEL PROYECTO .....	23
1.1.- Definición del tema .....	23
1.2.- Antecedentes .....	23
1.3.- Planteamiento del problema .....	26
1.4.- Justificación .....	27
1.5.- Delimitación del Tema .....	30
1.6.-Objetivos .....	30
1.6.1.-Objetivo general del proyecto .....	30
1.6.2.-Objetivos específicos del proyecto .....	30
1.7.-Hipótesis .....	31
1.8.- Variables .....	31
CAPITULO II .....	32
MARCO REFERENCIAL Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	32
2.1.- Marco Referencial.....	32
2.1.1.-Marco teórico .....	32
2.1.1.1.- Viticultura .....	32
2.1.1.2.-Viticultura Tropical .....	32
2.1.1.3.-Filosofía de la vid bajo condiciones tropicales .....	33
2.1.1.4.- Laboreo y Manejo del suelo.....	35
2.1.1.5.- La Necesidad de Agua en la Vid .....	36

2.1.1.6.- Métodos de evaluación sensorial .....	36
2.1.1.7.-Instrumental y metodología para el control de la maduración.....	37
2.1.1.8.-Metodología de la Cata.....	39
2.1.1.8.-Clasificación de los vinos.....	42
2.1.1.9.- Tipos de vid para la vinificación.....	42
2.1.1.10.- El estudio de la localización.....	46
2.1.2.-Marco Conceptual.....	47
2.1.3.-Marco Normativo.....	49
2.1.3.1- Constitución de la República del Ecuador .....	49
2.1.3.2- Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017 .....	49
2.1.3.3- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones .....	52
2.1.3.4.-Regímenes Aduaneros .....	55
2.1.3.5.-Ley de Compañías.....	56
2.1.3.6.-Licencia Ambiental.....	57
2.1.3.7.-Permisos de Funcionamiento .....	58
2.1.3.8.-Patentes Municipales.....	60
2.2. Metodología de la investigación.....	60
2.2.1.-Población .....	62
2.2.2.-Muestra .....	62
2.2.3.-Fuentes de obtención de información.....	64
2.2.3.1.- Encuesta .....	65
2.2.3.1.1.- Objetivos de las Encuestas .....	65
2.2.3.2.- Entrevista .....	66
2.2.3.3.- Experiencia de la visita al Viñedo Chaupi Estancia winery .....	67
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>69</b>
<b>VITIVINICULTURA MUNDIAL .....</b>	<b>69</b>
3.1.- Vitivinicultura Mundial por Continente .....	69
3.1.1.-Continente Europeo .....	69
3.1.2.-Continente Oceánico .....	72
3.1.3.-Continente Americano .....	72
3.1.4.- Continente Africano .....	74
3.1.5.-Continente Asiático .....	75
3.2.-Estadística Vitivinícola Mundial .....	76
3.2.1.-Evolución de la Superficie de viñedos y Producción de Vino Mundial .....	76
3.1.2.-Mayores productores de vino en el mundo .....	79
3.2.3.- Consumo Mundial de Vino.....	81
3.2.4.- Países Vitivinícolas Emergentes .....	81

3.3.- El comercio internacional del vino .....	83
3.4.-Casos de países Exportadores de Vino Pertenecientes a la Zona Tropical .....	86
3.4.1.-Viñedos en Australia .....	86
3.4.2.-Viñedos en Taiwán .....	87
3.4.3.-Viñedos en India .....	87
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>89</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>89</b>
4.1.- Estructura organizacional .....	89
4.1.1.-Tipo de empresa.....	89
4.1.2.-Organigrama .....	92
4.1.3.-Distribución de funciones y responsabilidades.....	92
4.2.-Plan estratégico .....	96
4.2.1.-Logo de Cassa Nova .....	96
4.2.2.-Misión.....	97
4.2.3.-Visión .....	97
4.2.4.-Valores .....	97
4.3.-Localización .....	98
4.3.1.-Análisis Costa ecuatoriana .....	98
4.3.2.-Análisis Sierra ecuatoriana .....	99
4.3.3.-Resultados .....	100
4.4.-Descripción del negocio.....	102
4.4.1.- Proceso Productivo.....	102
4.4.1.1.- Sector Primario - Viticultura .....	102
4.4.1.2.- Industrialización del vino.....	105
4.4.1.2.1.- Vendimia .....	105
4.4.1.2.2.- Maceración y Fermentación .....	106
4.4.1.2.3.- Crianza en Barricas .....	108
4.4.1.2.4.- Embotellado y Almacenaje .....	109
4.4.1.3.- Cadena de Valor - Distribución.....	110
4.4.1.4.- Exportación .....	113
4.4.1.4.1.- Obtener Registro de Exportador.....	113
4.4.1.4.2.-Proceso de exportación del vino El Cardenal.....	115
4.5.- Resultados de la Encuesta al Consumidor Final .....	120
<b>CAPITULO V:.....</b>	<b>136</b>
<b>ANALISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>136</b>
5.1.-Análisis PEST – Ecuador.....	136

5.1.1-Político .....	136
5.1.2-Económico .....	136
5.1.3-Social .....	140
5.1.4-Tecnológico.....	141
5.2.-Análisis PEST Colombia.....	141
5.2.1.-Político .....	141
5.2.2.-Económico .....	143
5.2.3.-Social – cultural.....	145
5.2.4.-Tecnológico.....	145
5.3.-Perfil Comercial Ecuador – Colombia.....	145
5.4.- Oferta y Demanda.....	147
5.5.- Análisis FODA.....	148
Matriz FODA .....	150
5.6.-Análisis industria .....	150
5.6.1.-La competencia.....	150
5.6. 2.-Productos Sustitutos .....	152
5.6.3.-Los complementarios.....	154
5.6.4.-Los proveedores .....	155
5.6.4.1-Proveedor de maquinaria .....	155
5.6.4.2-Proveedor de Botellas de vidrio.....	155
5.6.4.3-Proveedor de Acido Sulfuroso .....	156
5.6.4.4-Proveedor de Barricas .....	156
5.6.5.-Clientes .....	156
5.7.-Marketing mix.....	157
5.7.1.-Producto.....	157
5.7.2.-Precio .....	161
5.7.3.-Promoción.....	161
5.7.4.-Plaza .....	163
<b>CAPITULO VI:.....</b>	<b>164</b>
<b>ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>164</b>
6.1.-Calendario de Inversiones .....	164
6.2.-Balances .....	165
6.3.-Costos .....	168
6.4.-Ventas proyectadas .....	171
6.5.-Estado de Pérdidas y Ganancias .....	172
6.6.-Amortizacion .....	173
6.7.- Balance General .....	174

6.8.- Indicadores Financieros.....	174
CONCLUSIONES .....	175
RECOMENDACIONES.....	179
REFERENCIAS .....	180
ANEXOS.....	184

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados según análisis sensorial.....	37
Tabla 2: Temperaturas ° c para corrección de graduación alcohólica.....	39
Tabla 3: Observación de un vino de acuerdo a sus características.....	40
Tabla 4: Método cualitativo por puntos para determinar la localización.....	46
Tabla 5: Valores a pagar por permisos de funcionamiento.....	59
Tabla 6: Cálculo de la población - Bogotá 2014.....	63
Tabla 7: Aplicación del método cualitativo por puntos para determinar la localización del viñedo .....	101
Tabla 8: Número de plantas de viña necesarias= $s/(c*d)$ .....	103
Tabla 9: Cadena de Valor .....	110
Tabla 10: Gastos locales (en dólares) .....	116
Tabla 11: Resultados de la pregunta 1.....	120
Tabla 12: Resultados de la pregunta 2.....	122
Tabla 13: Resultados de la pregunta 3.....	124
Tabla 14: Resultados de la pregunta 4.....	125
Tabla 15: Resultados de la pregunta 5.....	127
Tabla 16: Resultados de la pregunta 6.....	128
Tabla 17: Respuestas de la pregunta 7.....	130
Tabla 18: Resultados de la pregunta 8.....	132
Tabla 19: Resultados de la pregunta 9.....	133
Tabla 20: Resultados de la pregunta 10.....	135
Tabla 21: Principales indicadores económicos 2011-2013 .....	139
Tabla 22: Exportaciones e Importaciones petroleras y no petroleras.....	146
Tabla 23 Consumo de vino en Colombia .....	147
Tabla 24 Matriz FODA.....	150
Tabla 25 Inversión.....	164
Tabla 26 Balance de obras físicas .....	165
Tabla 27 Balance de Maquinaria y Equipos .....	166
Tabla 28 Balance Personal Primeros 5 años .....	167
Tabla 29 Balance del Personal Fuente y elaboración: Por los Autores .....	168
Tabla 30 Costos Indirectos .....	169
Tabla 31 Impuestos Prediales.....	170

Tabla 32 Costo Materia Prima.....	170
Tabla 33 Ventas Cassa Nova S.A para los primeros 11 años.....	171
Tabla 34 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	172
Tabla 35 Amortización.....	173
Tabla 36 Balance General .....	174
Tabla 37 Indicadores Financieros .....	174
Tabla 38 Flujo de Caja .....	201

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Producción mundial de vino - 2000 - en porcentajes.....	78
Gráfico 2: Producción mundial de vino - 2012 - en porcentaje.....	79
Gráfico 3: Consumo mundial de vino 2000 – 2012.....	81
Gráfico 4: Evolución de la producción de vino - países emergentes.....	82
Gráfico 5: Importación y exportación de vino 2012 .....	83
Gráfico 6: Mayores exportadores de vino 2011 – 2012 .....	84
Gráfico 7: Principales importadores del mundo 2011 – 2012 .....	85
Gráfico 8: Pasos para la constitución de Cassa Nova s.a.....	90
Gráfico 9: Pasos para la constitución de Cassa Nova s.a.....	91
Gráfico 10: Organigrama del viñedo Cassa Nova s.a.....	92
Gráfico 11: Proceso de vendimia.....	105
Gráfico 12: Proceso de maceración y fermentación.....	106
Gráfico 13: Proceso de crianza en barricas.....	108
Gráfico 14: Proceso de embotellado y almacenaje .....	109
Gráfico 15: Proceso para obtener registro de exportador .....	113
Gráfico 16: Proceso de exportación .....	115
Gráfico 17: Proceso de exportación.....	117
Gráfico 18: Proceso de exportación.....	118
Gráfico 19: Resultados de la pregunta 1 .....	121
Gráfico 20: Resultados de la pregunta 2.....	123
Gráfico 21: Resultados de la pregunta 3.....	125
Gráfico 22: resultados de la pregunta 4 .....	126
Gráfico 23: Resultados de la pregunta 5.....	128
Gráfico 24: Resultados de la pregunta 6.....	129
Gráfico 25 Resultados de la pregunta 7.....	131
Gráfico 26: Resultados de la pregunta 8.....	133
Gráfico 27: Resultados de la pregunta 9.....	134
Gráfico 28: Resultados de la pregunta 10.....	135
Gráfico 29: Importaciones de uva ecuador 2013 (en porcentaje) .....	138

Gráfico 30: Importaciones de vino Colombia 2013 (en millones de dólares) ..... 144

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: zona de viticultura tropical.....	33
Ilustración 2: Poda corta, en la viticultura tropical.....	35
Ilustración 3: Fórmula para la muestra .....	64
Ilustración 4: Viñedo Chaupi Estancia Winery.....	67
Ilustración 5: Evolución de la superficie de viñedos en el mundo .....	77
Ilustración 6: Evolución de la producción de vino 2008 - 2012.....	80
Ilustración 7: Logo del viñedo.....	96
Ilustración 8: Distribución de El Cardenal .....	112
Ilustración 9: Buque .....	118
Ilustración 10: Casillero del Diablo .....	151
Ilustración 11: Gato Negro.....	152
Ilustración 12: Cerveza Águila .....	153
Ilustración 13: Aguardiente Antioqueño.....	154
Ilustración 14 Vino El Cardenal.....	158
Ilustración 15: Etiqueta Central.....	159
Ilustración 16: Parte posterior de la etiqueta .....	160
Ilustración 17: Una armonía de buen gusto .....	162
Ilustración 18: Formularia de Solicitud de Licencia de uso de marca.....	189
Ilustración 21 Visita al Viñedo Chaupi Estancia Winery .....	193
Ilustración 22 Visita al Viñedo Chaupi Estancia Winery .....	194

## RESUMEN

Ecuador debe diversificar sus productos tradicionales de exportación, para desarrollar la matriz productiva del país, por ese motivo se busca analizar la factibilidad económica y financiera de que Ecuador active el sector vitivinicultor en el país, por lo que se desea desarrollar la participación internacional del Ecuador en la exportación de vinos Cabernet Sauvignon, vinos elaborados con uva cultivada en territorio ecuatoriano, donde se toma como ventaja competitiva la ubicación del país en la zona de viticultura tropical; que pese a la presunción de que en Ecuador no se puede cultivar uva para vinificación, la zona en mención ofrece dos cosechas de uva al año, de esa manera puede cubrir demanda en épocas que países como Chile o Argentina no tienen producción. El presente proyecto consiste en implementar y desarrollar el viñedo Cassa Nova S.A. que se ubicará en la provincia de Santa Elena para fomentar la inversión hacia este sector, el cual contribuirá al disminuir las importaciones. Ecuador podrá producir su propia uva para consumo doméstico y así mismo ofrecer al mercado internacional un producto terminado, de esta manera se contribuye con la balanza de pagos del país, por lo cual es indispensable especializar a los agricultores y alentarlos en la participación de este proyecto. Se toma en consideración las diferentes características positivas que ofrece la cepa cabernet Sauvignon para la elaboración de un vino así como la fácil adaptación de esta cepa a los climas cálidos. Se analizará el mercado de la ciudad de Bogotá con el fin de determinar la aceptación que tendrá un vino de procedencia ecuatoriana en la mente del consumidor; Cassa Nova tiene como objetivo dejar un vino de tradición y buen gusto con sello ecuatoriano en el mercado del país vecino Colombia.

**Palabras Claves:** (Zona de viticultura tropical, Cabernet Sauvignon, dos cosechas, exportación, vitivinicultor)

## ABSTRACT

It is quite important that Ecuador diversifies its traditional exporting products. This becomes fundamental for the development of the Ecuador's production matrix that's why analyzing the economic and financial feasibility of Ecuador activating its wine growing sector, turns into an innovative alternative. It is wished to expand the international interest on the Cabernet Sauvignon wine elaborated with Ecuadorian cultivates grapes, where the competitive advantage is the country's tropical wine growing setting. In spite of the mistaken belief that it isn't possible to grow grape for wine growing in Ecuador, the area mentioned before offers two grape crops every year; so it could be used to counter the demand when countries such as Chile and Argentina don't have any production. This project consists on implementing and developing the Cassa Nova S.A. vineyard. That will be located in Santa Elena province to promote the investment towards this sector. Ecuador will be able to produce its own grape for domestic production and at the same time it will be able to offer the international market a well finished product. Thus contributes to the balance of payments of the country, therefore it is important for farmers to specialize and encourage participation in this project. It takes into consideration the different positive features offered by the Cabernet Sauvignon strain for the development of a wine and the easy adaptation of this strain to warm climates. The Bogotá market will be analyzed in order to determine the acceptance that a wine coming from Ecuador would have in the mind of the consumer in this particular market. Cassa Nova aims to leave a wine tradition of good taste with Ecuadorian stamp in the neighboring Colombian market.

**Key words:** (tropical wine growing setting, Cabernet Sauvignon, two harvests, exportation, winemaker)

## INTRODUCCIÓN

Durante varios años la ciudad de Bogotá ha marcado un crecimiento sostenido en el consumo del vino, por lo que ha sido posible que la cultura del vino se desarrolle en esta ciudad convirtiéndose así este producto en una de las primeras opciones por el consumidor al momento de adquirir una bebida alcohólica, por este motivo y para poder satisfacer la demanda, las importaciones de vino han aumentado significativamente en Colombia en los últimos años.

Ecuador, es uno de los países más ricos en recursos naturales; sus suelos llenos de nutrientes y clima apropiado, entre los que se cuentan los de la provincia de Santa Elena, son favorables para el cultivo de una gran variedad de frutas. En consecuencia, podemos concluir que Ecuador puede y cuenta con los recursos naturales necesarios para cultivar uva; y que con la implementación y desarrollo de viñedos en la provincia de Santa Elena, se podrá producir vino nacional de alta calidad, ayudando así a la diversificación de las exportaciones tradicionales del país, al ofrecer un producto con el sello ecuatoriano a el país vecino Colombia.

Por los motivos anteriormente expresados en el párrafo anterior, Ecuador es un país que puede desarrollarse como vitivicultor en el mercado Internacional, más aun al saber que por las condiciones climáticas y geográficas del país, permitirá tener dos cosechas de uva al año, mientras que los demás países del mundo ubicados en la zona de viticultura mediterránea que se dedican a esta actividad solo pueden tener una, se toma este hecho como una ventaja competitiva, porque se podrá cubrir la demanda de vinos en fechas donde países como Chile y Estados Unidos no tienen producción.

En el presente trabajo se desarrollarán 6 capítulos y se presentará el vino El cardenal, un Cabernet Sauvignon hecho a base de uvas cultivadas en suelo ecuatoriano, con características inigualables en cuerpo y sabor; el cual será elaborado, embotellado y añejado en el viñedo ubicado en la provincia de Santa Elena, para luego ser exportado a Bogotá y entregado a los diferentes importadores de licores, los cuales cuentan con canales de distribución como restaurantes, hoteles, supermercados, centros de diversión y por medio de ellos se llegará al consumidor final.

El primer capítulo hace referencia a las generalidades del proyecto y exhibe el objetivo general y los objetivos específicos del presente trabajo.

El segundo capítulo presenta una descripción del marco referencial con información del sector vinícola en el Ecuador y se describe las principales teorías aplicadas al cultivo y elaboración del vino, asimismo explica la metodología de investigación que se utilizará.

Asimismo el tercer capítulo detalla información sobre la industria vitícola mundial, exhibiendo de manera general los principales factores que han permitido a esta industria ser tan representativa en la historia de la humanidad.

El cuarto capítulo corresponde a la propuesta de implementar el viñedo Cassa Nova S.A., donde se describirá la estructura organizacional y el plan estratégico del viñedo; adicional detalla el proceso de elaboración del vino El Cardenal y el proceso de exportación a ser aplicado.

El quinto capítulo se desarrollará un análisis de mercado en la ciudad de Bogotá, definiendo las oportunidades que se tendrá al exportar el vino y la aceptación por parte del consumidor hacia un producto ecuatoriano. Con el vino El Cardenal se llegará a la mente del consumidor con el principal objetivo de

convertir a este Cabernet Sauvignon El Cardenal en una tradición de buen gusto y sabor.

El sexto capítulo permitirá obtener proyecciones financieras con el fin de determinar la factibilidad del negocio, especificando costos de producción del vino. Comprende un análisis financiero que permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

## **CAPITULO I**

### **GENERALIDADES DEL PROYECTO**

#### **1.1.- Definición del tema**

El proyecto consiste en implementar y desarrollar el viñedo Cassa Nova S.A. que se ubicará en la provincia de Santa Elena, con el fin de producir vino ecuatoriano y exportarlo a la ciudad de Bogotá, para fomentar la diversificación de productos de exportación que ofrezca al mundo una nueva perspectiva de Ecuador como país vitivinicultor, desmintiendo la presunción de que debido al clima tropical no se puede cultivar uva de calidad para vinificación.

Con el presente proyecto se busca determinar si existe una oportunidad comercial en la industria vinícola del país vecino Colombia y conocer si el viñedo Cassa Nova S.A. puede aprovechar los beneficios que el suelo ecuatoriano ofrece para el cultivo de la vid, mediante el desarrollo de la cepa Cabernet Sauvignon para la producción de vino; de igual manera definir las posibles barreras para ingresar con este producto al mercado colombiano y los procesos necesarios para la elaboración y distribución del vino El Cardenal.

#### **1.2.- Antecedentes**

La historia del vino en el país se remonta al año 1544 donde cultivar la vid era muy importante para los evangelizadores; por orden de la realeza los religiosos debían sembrar plantas de vid en las tierras recién conquistadas.

De acuerdo a documentos históricos una de las primeras viñas implementadas en el país estuvo situada en las inmediaciones del Rio Guayllabamba, en un sitio cercano a lo que actualmente se conoce como el Valle del Chota.

Varios años después, la producción de uva en América empezó a interferir con los intereses de la Corona Española, por lo que el Consejo de Indias prohibió la siembra de viñedos y producción de vino en América. Se considera este un antecedente importante en la historia del país debido a que esta prohibición ocasionó que el desarrollo de la cultura del vino sea limitado.

El Dr. Nicolás Martínez Vásconez destacado funcionario político en la historia del Ecuador, quien publicó el libro *El cultivo de la viña folleto instructivo* que relató su experiencia en la vitivinicultura, dio apertura a una nueva etapa en la historia del vino en el Ecuador. Con el fin de profundizar en este tema el Dr. Martínez envió a su hijo Anacarsis a Francia para especializarse en viticultura en 1881 posteriormente en el año 1884 con el regreso de Anacarsis padre e hijo, renovaron los viñedos de Catiglata con cepas francesas, e importaron desde Europa la maquinaria más moderna de la época para el proceso de vinificación de sus vinos. El primer proceso científico de vinificación en Ecuador se mantuvo por más de medio siglo hasta la muerte de Anacarsis Martínez en 1930.

En la actualidad Ecuador cuenta con 3 viñedos los cuales son: Viña Dávalos, Chaupi Estancia Winery y Dos Hemisferios que mediante la investigación han logrado cultivar diferentes cepas de uvas para la elaboración de vino.

En 1982 Mauricio Dávalos desarrolló la Viña Dávalos ubicada en el Valle del Chota, donde actualmente se produce vino tinto y blanco los cuales se comercializan solo en el mercado quiteño, vinos hechos a base de uva y naranja.

También se cuenta con Chaupi Estancia Winery viñedo ubicado en el centro del mundo en el Valle de Yaruqui cuya historia se remonta al año 1994 cuando el norteamericano Dick Handal apasionado del vino en una de sus visitas al

Ecuador como asistente ejecutivo de Textiles Nacionales se reúne con el Ing. Agrónomo Ángel Duran quien contaba con tres plantas de uva, pero ignoraba su cepa y junto con Dick Handal enviaron a analizar las propiedades de la uva y se descubrió que era una cepa de origen español denominada Palomino; Chaupi Estancia Winery es la primera bodega ecuatoriana productora de vinos finos los cuales son comercializados en el mercado local.

En el año 1999 Guillermo Wright amante del vino implementó la Bodega Dos Hemisferios en la parroquia de San Miguel de Morro ubicada en la provincia de Santa Elena, en la actualidad Dos Hemisferios producen 3 tipos de vinos denominados: Paradoja, Bruma y Enigma.

En relación a las cosechas de uva en el país, han sido muy escasas y para cubrir la demanda de uva en el mercado local se depende de las importaciones principalmente desde Chile y Estados Unidos. De acuerdo a datos del Banco Central en el 2013 las importaciones de uva ascendieron a USD 25 millones de dólares, por lo que se concluye que este sector contribuye a los problemas que enfrenta el Ecuador con la balanza de pagos

Debido a la complejidad en el cultivo de esta fruta y es escaso conocimiento en técnicas de cultivo los agricultores no han incursionado en el sembrío de la vid y siguen centralizados en el cultivo de productos tradiciones como es el caso del banano y el cacao que con el pasar de los años la sobreoferta de estos productos ha ido aumentando, reduciendo la competitividad del país.

Por otro lado en los últimos años la cultura del vino se ha desarrollado significativamente en Colombia, en el 2013 de acuerdo a la base de datos COMTRADE, Colombia importó USD 49854 millones de dólares en vino incluyendo mosto de uva principalmente desde Chile y Argentina pese a las nuevas restricciones impuestas por parte del gobierno colombiano como lo son

la imposición del decreto 1686 del Invima que se refiere a nuevos requisitos sanitarios para poder comercializar bebidas alcohólicas y la expedición de la Ley 1696 de 2013, identificándola como la ley contra conductores borrachos.

La ciudad de Bogotá es el principal objetivo de Chile y Argentina al momento de exportar sus vinos, debido a que en los últimos años de acuerdo a un estudio realizado por la firma Euromonitor International en el 2007 el consumo de vino fue de 24,4 millones de litros, y en el 2012 esta cifra aumentó considerablemente a 40 millones de litros. Lo que significa un incremento del 61 % y un consumo per cápita de 2,4 litros. (Díaz, 2013)

Esto indica que el interés por el vino ha crecido notablemente en el consumidor colombiano dando como resultado el desarrollo de la cultura del vino en este país y demuestra como el ciudadano está dispuesto a consumir un producto nuevo en relación a lo que tradicionalmente se ha consumido en Colombia como lo es la cerveza y el agua ardiente.

### **1.3.- Planteamiento del problema**

En Ecuador no se ha fomentado la producción de uva y se ha dejado a este sector agrícola olvidado, por este motivo actualmente Ecuador solo cuenta con tres vitivinicultores y pequeños viticultores a nivel nacional lo cuales no logran satisfacer la demanda de uva en el país, por lo cual un gran porcentaje de la uva que se consume es importada, principalmente desde Chile y Estados Unidos, situación que va en contra de lo que el gobierno fomenta con el desarrollo de la matriz productiva y la disminución de las importaciones.

Adicionalmente la concentración en productos tradicionales para exportación, no permiten que se desarrolle una variedad de productos para comercializar. A lo largo de los años los agricultores han enfocado sus conocimientos y

recursos en productos tradicionales como lo son el cacao y el banano sin poder lograr incrementar sus ingresos significativamente debido a la sobreoferta que existe en el mercado con los productos tradicionales. Durante años Ecuador ha invertido millones de dólares en importaciones de uva y vinos, contribuyendo a los problemas de la balanza de pagos que enfrenta el país.

Actualmente como en Ecuador no se ha impulsado el crecimiento de la cultura del vino, los agricultores conocen muy poco de las técnicas de cultivo para la vid y se ha creado la idea errónea que en el país no se puede cultivar uva para la producción de vino debido a que no se cuenta con las 4 estaciones bien definidas y el exceso de humedad característico del territorio. Por este motivo no se obtienen con facilidad los insumos necesarios como maquinaria, barriles para la fermentación del mosto, corchos y botellas, fundamentales para el proceso de producción, dando como resultado la importación de los mismos.

Un factor importante que ha contribuido a que este sector sea poco competitivo en el mercado doméstico es que el vino por ser una bebida alcohólica es considerado como producto de consumo especial, por lo cual graba un impuesto del 60 % pese a ser un producto de procedencia nacional y al momento de salir al mercado el precio tiende a ser igual o más elevado comparado con un vino internacional.

#### **1.4.- Justificación**

Para la definición del proyecto influyeron varios factores, como el hecho de promover una idea innovadora que permita fomentar el desarrollo de la matriz productiva del país; de igual manera era fundamental proponer un proyecto convincente, que con los adecuados estudios y estrategias se pudiera considerar rentable.

Basados en los beneficios que el Ecuador ofrece como su suelo lleno de nutrientes y clima favorable para el cultivo de una gran variedad de frutas, las cuales son un recurso renovable y sirven como materia prima para la elaboración de una gran variedad de productos, que permitan la diversificación de las exportaciones al comercializar un producto terminado, es por eso que las inversiones deben ir direccionadas al sector agrícola, el cual es una fortaleza para el Ecuador.

Cassa Nova S.A. busca implementar un viñedo en la Provincia de Santa Elena, con el fin de desarrollar el cultivo de uva en el país, el cual durante años ha sido limitado debido a la idea errónea de que el clima del Ecuador es poco propicio para el cultivo de la vid, es fundamental desmentir esta presunción, debido a que por las condiciones geográficas del país en especial la costa ecuatoriana, permite obtener dos cosechas de uva al año, algo bastante inusual, porque en países como Chile y Estados Unidos solo existe una cosecha anual; el país tiene el privilegio de contar con una ventaja competitiva sobre los grandes productores a nivel internacional.

Es de suma importancia incorporar a actores económicos que han sido excluidos en la historia del Ecuador por el escaso conocimiento y especialización en el sector vinícola, de igual manera es primordial adoptar los lineamientos del gobierno actual al ser parte del Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), orientados al objetivo diez, el cual hace relación a la transformación de la matriz productiva, debido a que se busca lanzar al mercado internacional un producto con valor agregado y no materia prima como se ha realizado durante años, de igual manera el presente proyecto concuerda con la meta 10.1 del Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) al tener como fin incrementar la participación de las exportaciones de productos terminados al

impulsar la exportación de un Cabernet Sauvignon ecuatoriano, denominado El Cardenal.

La propuesta de implementar el viñedo es fomentar la inversión hacia este sector, el cual contribuirá al disminuir las importaciones. Ecuador podrá producir su propia uva para consumo doméstico y así mismo ofrecer al mercado internacional un producto terminado, de esta manera se contribuye con la balanza de pagos del país por lo cual es fundamental especializar a los agricultores y alentarlos en la participación de este proyecto.

Pese a que la industria vinícola no se ha desarrollado en Ecuador y no cuenta con los insumos necesarios para el proceso de producción como lo son maquinarias, botellas, barriles y corchos, los cuales habría que importarlos; tomando como referencia al Régimen 53 Devolución Condicionada de Tributos *DrawBack* se obtendrá la devolución total o parcial de los tributos pagados a importaciones de insumos que se incorporen al producto final que se va a exportar, por este motivo las restricciones aduaneras impuestas recientemente a las importaciones no afectaran al proyecto.

Actualmente en Ecuador las bebidas alcohólicas son consideradas producto de consumo especial y comercializar el vino El Cardenal en el mercado nacional no será factible debido al alto impuesto que se deberá asumir, por este motivo la proyección es Internacional hacia el mercado Colombiano, en el último año las importaciones colombianas han aumentado en relación en Bebidas alcohólicas y no alcohólicas provenientes de Ecuador, en base a esto se desarrollaran las estrategias necesarias para introducir el vino El Cardenal en la mente del consumidor, ganando aceptación y participación en el mercado.

Es necesario señalar que el proyecto en mención es a largo plazo, es por ello que con el estudio a realizar se dará a conocer la rentabilidad del negocio; es

fundamental recordar - Sólo es posible avanzar cuando se mira lejos. Solo cabe progresar cuando se piensa en grande (Ortega, 2014)

### **1.5.- Delimitación del Tema**

El proyecto tiene como finalidad la implementación del viñedo Cassa Nova SA en la provincia de Santa Elena, para la elaboración de un Cabernet Sauvignon ecuatoriano, el cual será exportado a la ciudad de Bogotá, destinado a hombres y mujeres mayores de 20 años con gusto por el vino en diferentes ocasiones a los cuales se llegará a través del importador de licores. Asimismo conocer la aceptación que un vino ecuatoriano tendrá en el mercado colombiano.

### **1.6.-Objetivos**

#### **1.6.1.-Objetivo general del proyecto**

Determinar la factibilidad económica y financiera de implementar y desarrollar el viñedo CASSA NOVA en la provincia de Santa Elena mediante la producción y exportación de vino ecuatoriano al mercado colombiano, para contribuir con la diversificación de las exportaciones tradicionales del país.

#### **1.6.2.-Objetivos específicos del proyecto**

- Examinar el sector vitivinicultor Mundial.
- Planificar la estructura organizacional, plan estratégico del viñedo Cassa Nova S.A y explicar el proceso de cultivo de la vid, producción y distribución del vino.
- Definir el nicho de mercado a través de un estudio de mercado.
- Medir la rentabilidad del proyecto, mediante la elaboración de estados financieros proyectados y definir la inversión inicial para este proyecto.

## **1.7.-Hipótesis**

La siembra de la vid y la posterior producción, industrialización y comercialización internacional del vino ecuatoriano no solo es posible, sino también rentable, contribuyendo al desarrollo de la matriz productiva del país y a la diversificación de las exportaciones ecuatorianas.

## **1.8.- Variables**

### **Dependientes**

Cultivar vid para la elaboración, y comercialización internacional de vino ecuatoriano.

### **Independiente**

- La viticultura tropical ofrece a Ecuador una ventaja competitiva.
- Vino Cabernet Sauvignon ecuatoriano.
- Un mercado en expansión como la ciudad de Bogotá.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.- Marco Referencial**

##### **2.1.1.-Marco teórico**

###### **2.1.1.1.- Viticultura**

La viticultura se refiere a la actividad de cultivar uvas, es decir que consiste en cosechar la vid para la obtención de la uva la cual puede ser para consumo o puede ser sometida para el proceso de vinificación. Tradicionalmente la vid es cultivada entre el paralelo 50 del hemisferio Norte y el 45 del hemisferio Sur. (Almanza, 2011)

###### **2.1.1.2.-Viticultura Tropical**

En las últimas décadas la viticultura tropical ha sido de mucha importancia, esta ha permitido el desarrollo del cultivo de la vid entre los trópicos de Cáncer y Capricornio, zonas donde ha sido complejo el cultivo de esta fruta y solo se ha realizado en escala familiar.

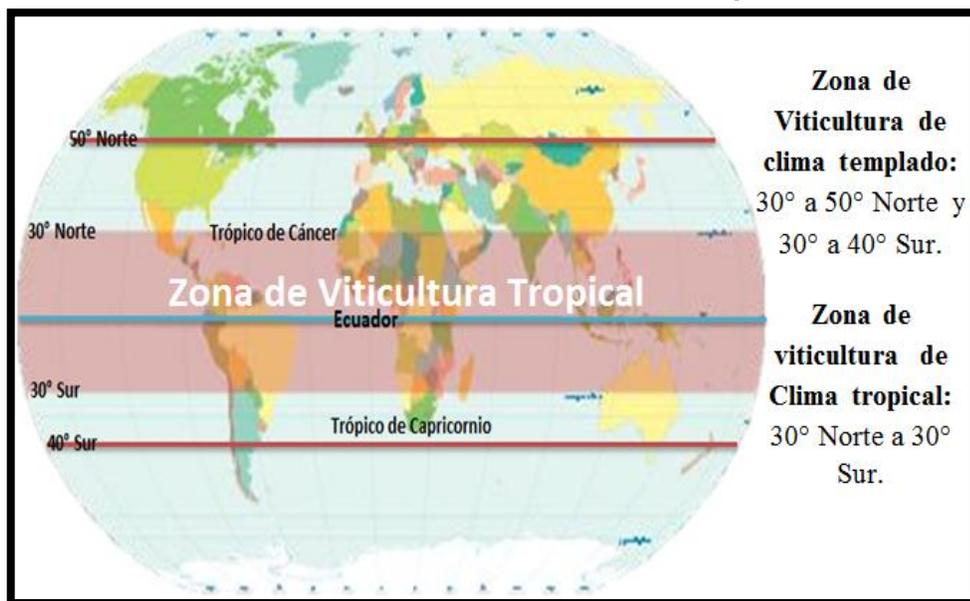
La viticultura tropical permite aumentar las riquezas de un país debido a que el país deja de depender de las importaciones de uvas, vinos, pasas entre otros e incluso fomenta las exportaciones de estos productos. Países como: Ecuador, Brasil, India, Taiwán, Venezuela, Australia entre otros se encuentran en la zona de clima tropical.

En Ecuador durante décadas se ha dependido de la importación de la uva y de productos derivados, lo cual ha sido perjudicial para la economía del país

debido a la dependencia de estas importaciones y la idea errónea que se ha introducido en la mente de los ecuatorianos al pensar que por la ubicación geográfica del país no es factible cosechar uva. Es importante dar a conocer que Ecuador se encuentra ubicado en la zona de viticultura tropical donde también es propicio el cultivo de la vid y con los cuidados y técnicas a ser aplicadas adecuadas la implementación de viñedos es rentable.

### 2.1.1.3.-Filosofía de la vid bajo condiciones tropicales

**Ilustración 1: zona de viticultura tropical**



**Fuente:** (Hidalgo L. , 2011)

**Elaboración:** Autores

Bajo condiciones tropicales la vid crece, sin cero vegetativo, es decir crece en forma continua, dejando de ser caducifolia por ausencia del periodo de reposo, manteniéndose constantemente verde, lo que implica un manejo apropiado en su cultivo para regular su desarrollo, ordenando su ciclo evolutivo, dando lugar a la producción durante todo el año.

Según se establezca la fecha de poda, se podrán obtener de 2 a 4 cosechas por planta al año, dependiendo de la variedad cultivada, con ciclos transcurridos entre la poda y la vendimia subsiguiente variables de 10 a 20 semanas.

Basados en estas condiciones la vida productiva de los viñedos es entre 10 a 20 años, recordando que también influyen factores importantes como las condiciones del ecosistema de la región, del material vegetal usado y el manejo de la plantación. (Hidalgo L. , 2011)

Es importante mencionar que si no se tiene un manejo adecuado del viñedo podemos tener un escenario negativo caracterizado por la acrotonía, con una gran dominancia apical de las yemas distales en pulgares y varas de la poda, lo que determina el distanciamiento excesivo de los órganos productivos lo que dará como resultado el envejecimiento prematuro del viñedo y en algunos casos una baja productividad y rendimiento por hectárea, dando a lugar tomar en cuenta la importancia en el cuidado del viñedo.

En la viticultura tropical se debe considerar el alto índice de fertilización de las flores, consecuencia de un índice de cuajado muy alto, dando lugar a un excesivo número de bayas por racimo, dificultando su desarrollo. La filosofía de los viñedos tropicales exige la simulación de un periodo de reposo posterior a la recolección de la uva hasta que se realice la poda, que puede variar entre una y ocho semanas, cuya duración no está condicionada por la filosofía de la vid si no por el manejo que se dé al viñedo. (Hidalgo L. , 2011)

Los viñedos tropicales se deben manejar en formas apoyadas, parrales y espalderas con el fin de garantizar la actividad fotosintética de las plantas con un mayor aprovechamiento de la heliofanía es decir la duración de luz solar debido a que es más reducida en comparación de las zonas mediterráneas. Se puede observar que dependiendo de las técnicas de cultivo que se apliquen en

el cultivo de la vid se puede aprovechar las cualidades propias de la zona de viticultura tropical, la cual da una ventaja competitiva al duplicar las cosechas de uva.

### **Ilustración 2: Poda corta, en la viticultura tropical.**



**Fuente y Elaboración:** Los Autores

#### **2.1.1.4.- Laboreo y Manejo del suelo**

Esta actividad comprende el conjunto de operaciones de cultivo que se realizan en el mismo, con el objetivo de lograr el desarrollo de la vid con éxito, se actúa sobre los componentes físico – químicos y biológicos. La fertilidad del suelo está ligada principalmente a dos factores la porosidad y la estructura dos, estos dos factores se modifican los cultivos a lo largo de los años, bajo los efectos de la lluvia, temperaturas y las operaciones del cultivo en sí. (Hidalgo L. , 2011)

La principal misión del laboreo es la regeneración de la estructura y el restablecimiento de la porosidad en su capa laborable, mediante la aplicación de un esfuerzo mecánico y con la ayuda de la humedad impida su adherencia a los aperos del cultivo.

Las labores vitícolas tratan de beneficiarse de los efectos favorables enumerados y evitando en lo posible los desfavorables, todo en dependencia

directa con la naturaleza del suelo, del estado vegetativo de la planta. El número de laboreo de un viñedo tiende a ser muy numeroso y excesivo. Las labores del suelo se clasifican en muy profundas de 40 a 60 cm de profundidad; profundas de 20 a 35 cm de profundidad y superficiales que solo llegan de 5 a 15 cm. (Hidalgo L. , 2011)

#### **2.1.1.5.- La Necesidad de Agua en la Vid**

La vid es una planta que tiene poca necesidad de agua para su cultivo, es decir en promedio necesita de 280 a 300 litros de agua para formar un kilogramo de materia seca, inferior a las de otros cultivos herbáceos y leñosos mediterráneos. La vid tiene un potente sistema radicular que profundiza en el suelo y un gran poder de succión de raíces, todo esto contribuye a que el cultivo pueda ser seco. La vid es resistente a largos periodos de sequía, pasando por periodos difíciles. (Hidalgo L. , 2011)

#### **2.1.1.6.- Métodos de evaluación sensorial**

Existe un método elaborado por M. Ruiz Hernández, para determinar sensorialmente la maduración de las vendimias tintas. Tomando en la mano 10 granos de uva y oprimiéndolos, se extrae la pulpa y el mosto en un recipiente, donde a los 15 minutos se realiza una observación de su color. Los mismos hollejos una vez entrujados, se enjuagan con agua y se coloca una de ellos entre los incisivos, realizando tres masticaciones moderadas sucesivas. Se debe tener en cuenta la importancia del uso de los sentidos en cada proceso de cultivo y elaboración del vino, es de vital importancia para la aplicación del proyecto la activación de los sentidos para poder identificar las vendimias y los posibles resultados que las mismas tendrán. (Hidalgo L. , 2011)

La primera impresión recibida se desecha, teniendo en cuenta la segunda sensación, que es de aroma aprendiéndose por vía nasal; así como también la tercera evalúa el gusto. Los resultados obtenidos se pueden resumir en lo siguiente:

**Tabla 1: Resultados según análisis sensorial**

<b>Color:</b>	Rojo	Rosa	Piel de cebolla	Amarillo	Cuero	Tabaco
<b>Aroma:</b>	Regaliz y rosa	Regaliz	Rosa	Hierba débil	Hierba	Hierba Fuerte
<b>Gusto:</b>	Tanino amargo. Superficie lengua	Tanino amargo. Bordes lengua.	Amargo Punta de la lengua	Hierba áspera débil	Hierba áspera	Hierba áspera fuerte
<b>Destino:</b>	Gran Reserva	Reserva	Crianza	Jóvenes y Rosados		

**Fuente y Elaboración:** (Hidalgo J. , 2004)

Otros autores como J. Rousseau y D. Delteil han elaborado otro tipo de análisis sensorial de racimos de uva, segmentando el análisis en tres principales partes de los granos de la uva: pulpa, hollejos y pepitas; y haciendo participar los sentidos de la vista, del tacto y del gusto. Este análisis se realiza a las bayas para determinar los niveles de maduración de las bayas. (Hidalgo L. , 2011)

Es notable la importancia del uso de los sentidos para conocer lo que se está produciendo, el análisis sensorial será aplicado desde el cultivo de la uva para conocer el tipo de fruto que se obtiene, así mismo será utilizado para catar el vino elaborado en el viñedo Cassa Nova.

#### **2.1.1.7.-Instrumental y metodología para el control de la maduración**

La determinación de la riqueza en azúcares de las uvas se puede realizar por métodos químicos, basados en reducción de sales de cobre. Esta

determinación no presenta mayor dificultad, pero es algo más complicado de realizar, que los sistemas de medición de tipo físico como son la densimetría o la refractometría. Los segundos tienen menos precisión que los primeros, pero los resultados son suficientes para cumplir el objetivo marcado.

Los densímetros o aerómetros se basan en el principio de Arquímedes, donde se relaciona el volumen de mosto desplazado con su peso; introduciendo estos aparatos en una probeta que contiene una muestra del mosto, y tomando la lectura en una escala que llevan adosados, en el enrascado con la superficie del mosto por donde se sumerge.

Los areómetro “Baumé”, comprende una gama de valores de densidades, entre 1, 0 que equivale a 0° Baumé (°Bè) del agua pura, hasta la cifra de 1, 842 equivalente a 66 ° Bè del ácido sulfúrico concentrado. La correspondencia de esta escala con la densidad es la siguiente:

$$\text{Densidad (D)} = \frac{144,3}{144,3 - \text{°Bé}}$$

$$\text{° Baumé} = \frac{144,3}{144,3 - D}$$

La ventaja de este tipo de densímetros, se encuentra en que para los valores comprendidos entre 6 y 12, coinciden de manera aproximada con la graduación alcohólica probable para el mosto. Los aerómetros Baumé están marcados a una temperatura de 15 ° C por lo que las lecturas realizadas a otras temperaturas precisan de una corrección, sumando 1 / 10 del valor 2 ° C hacia arriba o restando lo contrario (Hidalgo L. , 2011), como se observa en la tabla 2 dependiendo de la temperatura, se realizará la corrección.

**Tabla 2: Temperaturas ° c para corrección de graduación alcohólica**

Temperatura °C	Corrección	Temperatura °C	Corrección
25	+2	14	-0,2
24	+1,8	13	-0,4
23	+1,6	12	-0,6
22	+1,4	11	-0,8
21	+1,2	10	-1,0
20	+1,0	9	-1,2
19	+0,8	8	-1,4
18	+0,6	7	-1,6
17	+0,4	6	-1,8
16	+0,2	5	-2,0
15	0,0		

Fuente: (Hidalgo J. , 2004)  
Elaboración: (Hidalgo J. , 2004)

#### **2.1.1.8.-Metodología de la Cata**

De acuerdo a la ejecución del análisis sensorial del vino que define (Hidalgo J. , 2004) exige la aplicación de una determinada metodología, donde se hacen participar de manera secuencial a la mayor parte de los sentidos del ser humano y generalmente en el siguiente orden: vista, olfato y gusto. Se trata por lo tanto, de eliminar en la medida lo posible el factor subjetivo de los sentidos humanos utilizando por una parte siempre el mismo mecanismo analítico para evaluar todas las muestras de vino y por otra parte disponiendo de un conjunto de catadores experimentados que permite la supresión de los posibles errores de apreciación de un solo individuo.

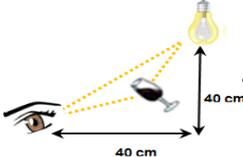
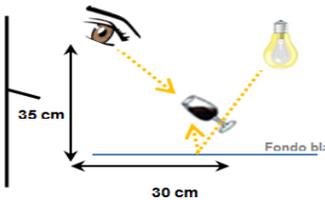
#### **La Vista**

La cata visual es el primer paso, donde se analizan 3 características fundamentales: color intensidad y limpidez. Es fundamental que el vino se contemple desde la copa, inicialmente en reposo, a través de la luz y tratando de visualizar su limpidez, la intensidad, el brillo y la tonalidad del color. Al agitar

el vino, y mientras este reposa, se podrá apreciar la formación de lágrimas que se deslizan por las paredes de la copa, lo que indicará un mayor o menor grado alcohólico y de glicerina. (Hidalgo J. , 2004)

La apreciación del color se realiza inclinando la copa 45° sobre un fondo blanco para observar mejor los colores y matices. A continuación se presenta las diferentes observaciones de acuerdo a los factores para identificar un buen vino.

**Tabla 3: Observación de un vino de acuerdo a sus características**

Limpidez	Brillo
<p>Se identifica las partículas en suspensión, dichas partículas serán más visibles de acuerdo a la transparencia del vino.</p> 	<p>Un vino con brillo nos puede indicar que el vino cuenta con buena acidez.</p> 
Color	Matiz
<p>Al observar el color del vino, se puede indentificar cuerpo, edad y estado del vino.</p> 	<p>El matiz indica la evolución del vino, lo cual va a depender de la variedad de uva que se utilizó.</p> 

Fuente: (Hidalgo J. , 2004)

Elaboración: Autores

## El Olfato

El aroma es fundamental, debido a que proporciona información sobre el tipo de cepa usado para la elaboración, calidad y edad del vino. En la cata de vinos se

considera a las impresiones positivas del vino como aroma y en relación a impresiones negativas se determina como olor.

Los aromas de los vinos se clasifican en tres categorías: primarios, secundarios y terciarios. Los aromas primarios se refieren a los aromas pertenecientes a la uva, mientras que los secundarios se refiere a los aromas de la fermentación alcohólica. Finalmente los aromas terciarios son los adquiridos durante la crianza del vino, sea esta en barrica o en botella; los aromas terciarios pueden provenir de la oxidación o reducción del vino. Es importante mencionar que si un vino cuenta con las tres categorías de aroma se denomina *bouquet*.

Los vino jóvenes solo cuentan con las dos primeras categorías por lo tanto no se los puede llamar *bouquet*.

## **El Gusto**

Los sabores dulces se perciben en la punta de la lengua, el ácido en los laterales y debajo; el salado, en los bordes y el amargo en la zona posterior de la lengua. Al referirse a la cata de un vino de debe tomar un pequeño sorbo y mantenerlo en la boca el tiempo necesario para poder captar los diferentes sabores, es importante tomar un poco de aire lo cual oxigenará el vino en la boca. A continuación se describen las cuatro fases:

1. Ataque: En esta fase predominan los sabores dulces.
2. Evolución o paso de boca: Predominan los sabores ácidos, salados y amargos.
3. Impresión final: En ella prevalecen los sabores ácidos y amargos.
4. Postgusto: La cata no finaliza al ingerir el vino, la cavidad bucal, la faringe y las fosas nasales se quedan absorbidas por el vino y sus

vapores, que sobresaltan el gusto y el olfato. Estas sensaciones permiten determinar la calidad de un vino.

#### **2.1.1.8.-Clasificación de los vinos**

Los vinos pueden clasificarse en:

- Seco
- Abocado
- Semiseco
- Semidulce
- Dulce

En relación al criterio de origen los vinos también se pueden clasificar en:

- Vino Blanco
- Vino Tinto
- Vino Tinto de Doble Pasta
- Vino Rosado
- Vino Clarete

#### **2.1.1.9.- Tipos de vid para la vinificación**

Es importante mencionar que para la elaboración de vinos existen diferentes tipos de cepas las cuales dependiendo sus características serán utilizadas para la vinificación de vinos blancos o vinos tintos; entre las más conocidas y de mayor adaptación a diferentes climas y por su calidad, (Hidalgo J. , 2004) las clasifica de la siguiente manera:

## **Barbera**

Esta variedad es típica de Piemonte – Italia, en principio esta cepa era conocida como de baja calidad pero con una producción elevada en Italia, los vinos elaborados con barbera se caracterizan por su aroma a frutos del bosque, tiene un sabor seco y es de textura sedosa, en la actualidad esta cepa es muy usada por países como Chile, Argentina y Estados Unidos.

## **Cabernet Franc**

Su origen se localiza en la zona de Burdeos, es una de las principales variedades de uva negra, los vinos elaborados con Cabernet Franc se caracterizan por su mezcla con toques de herbáceos de tabaco y especies oscuras, muchas veces tiende a ser confundido con un Cabernet Sauvignon pero su textura permite diferenciar a estas cepas.

## **Cabernet Sauvignon**

Esta variedad es cultivada alrededor del mundo, tiene fácil adaptación a diferentes climas, esta cepa es resultado del posible cruce entre Cabernet Franc y un Sauvignon Blanc. Se trata de una de las viníferas tintas más conocida alrededor del mundo, la brotación y maduración tardía, con racimos pequeños y apretados de forma cilíndrica corta, de bayas esféricas producen unos potentes vinos con aroma a frambuesa, cassis, y pimienta verde; las características mencionadas anteriormente permiten que los vinos elaborados con esta cepa sean de crianza.

## **Colombard**

Es una de las principales variedades de uvas en el mundo, generalmente utilizada para la producción de Cognac y Armagnac. Esta variedad es poco

utilizada para la elaboración de vinos, cuando es utilizada se obtiene vino blanco seco, Colombard ofrece aromas cítricos como del limón. Por lo general esta cepa se adapta en ambientes cálidos.

### **Inzolia**

Esta variedad es utilizada para la elaboración de vinos blancos secos, el origen de esta cepa proviene desde Sicilia, los vinos elaborados con Inzolia contienen un alto grado alcohólico y una larga vida, adicional provee un aroma almendrado.

### **Macabeo**

Es una uva de vino blanco, utilizada frecuentemente en España y Francia, es una uva versátil la cual provee vinos dulces secos. Esta variedad es bastante resistente a la oxidación debido a sus altos niveles de monómeros antioxidantes, generalmente su crianza se realiza en barricas ya que necesita cierta cantidad de exposición de oxígeno.

### **Merlot**

Esta variedad proviene del Cabernet Franc, del mismo modo desciende de el Cabernet Sauvignon, Petit Verdot, esta cepa se originó en Burdeos, esta cepa prefiere los climas fríos, así como los suelos más pesados y arcillosos, debido a que su brotación es más temprana y por lo tanto su ciclo de vegetación y maduración es más largo. Los vinos elaborados con Merlot se caracterizan más por su textura que por su sabor.

## **Monastrell**

Variedad tinta típicamente Mediterránea, cuyo origen se encuentra en el Levante español. Esta variedad de brotación y maduración tardía, precisa de un clima cálido para madurar y precisamente en este es donde esta variedad manifiesta sus mejores características. Los racimos son compactos y de tamaño mediado, sus bayas son de color azul negro. Se obtienen vinos con un alto grado alcohólico y con aroma de frutos negros como arándanos y cassis, así como ciruelas pasas y se elaboran vinos de crianza con esta cepa.

## **Pinot Blanc**

Es una uva blanca, esta variedad es una mutación del Pinot Gris que es una mutación del Pinot Noir por lo que es una variedad genéticamente inestable. Al Pinot Blanc es considerado también como Chardonnay. Los vinos elaborados con Pinot Blanc se caracterizan por aromas almendrados y otras especies.

## **Semillon**

El origen de variedad se encuentra en Burdeos o en las comarcas limítrofes como en Dordogne y Lot en Garonne. El semillon sirve para elaborar vinos secos o dulces, esta variedad de cepa combina a la perfección con otro tipo de cepas, por lo general un vino elaborado con semillon puede convertirse en un *bouquet*, estos vinos se caracterizan por un aroma floral y su sabor dulce.

## **Syrah**

La leyenda de esta variedad tinta se origina en la ciudad de Schiraz, esta variedad se adapta a climas cálidos, siendo poco tolerante tanto como al exceso y falta de calor. Prefiere suelos pocos profundos, rocosos y bien drenados. Con esta cepa se producen vinos oscuros con aromas florales como

violeta y clavel así como a fresas, mora, grosellas y regaliz, es importante mencionar que en zonas más cálidas los sabores son más cremosos y de chocolate.

#### 2.1.1.10.- El estudio de la localización

El estudio de la localización tiene como objetivo elegir aquella ubicación que permita mayores ganancias y beneficios entre las posibles alternativas que se tomen en consideración por el evaluador del proyecto.

Cassa Nova implementará el método cualitativo por puntos en el cual se le asignan pesos ponderados en forma de porcentajes que sumados darán 100 % divididos entre las distintas variables que vayan a ser tomadas en consideración para el análisis de acuerdo a la importancia relativa que se les asigne por el evaluador.

Posteriormente se procede a realizar la tabla comparativa entre las distintas opciones en la cual se le dan calificaciones de 0 a 10 a las variables que son tomas en cuenta. La suma de la multiplicación de la calificación por el peso asignado a cada variable, dará como resultado la opción con mayores beneficios. (Sapag, 2007)

**Tabla 4: Método cualitativo por puntos para determinar la localización**

Factor	Peso	Zona A		Zona B	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia Prima disponible	33%	6	1,98	5	1,65
Cercanía Mercado	12%	9	1,08	4	0,48
Costos Insumos	25%	7	1,75	8	2,00
Clima	8%	3	0,24	5	0,4
Mano de Obra disponible	22%	6	1,32	7	1,54
Totales	100%		6,37		6,07

Fuente y Elaboración: (Sapag, 2007)

### **2.1.2.-Marco Conceptual**

**Acrotonía:** se refiere a la tendencia de ciertas plantas a brotar primero por las yemas terminales, con el fin de expandirse lo más posible.

**Catar:** Es exponer un vino al juicio de los sentidos para valorarlo, apreciarlo y disfrutar de él.

**Denominación de Origen Reconocida (DO)** Se refiere al nombre del país, de la región o del lugar utilizado en la designación de un producto originario de este país, de esta región, de este lugar o del área definida para este fin bajo este nombre y reconocido por las autoridades competentes del país en cuestión. ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Densimetría:** Medición del alcohol en el destilado.

**Espaldera:** Es un soporte para la vid, debido a que por su peso no es capaz de mantenerse a sí misma en pie.

**Fenología:** Se refiere a la ciencia que estudia los factores climáticos que pueden incluir en un cultivo determinado, en este caso se referirá al cultivo de la vid y los factores que afectan la calidad de uva producida.

**Heliofanía:** Es la duración de brillo solar, es decir nos permite registrar el tiempo que un cultivo recibe radiación directa, y esta va a ser determinada por la zona geográfica que permitirá conocer la potencialidad de un cultivo.

**Indicación Geográfica Reconocida (IG)** Se refiere al nombre del país, de la región o del lugar utilizado en la designación de un producto originario de este país, de esta región, de este lugar o del área definida para este fin bajo este

nombre y reconocido por las autoridades competentes del país en cuestión. ( OIV Organización Internacional de la viña y el vino, 2013)

**Heces:** Es la masa sedimentada en los embaces formado por las sustancias orgánicas pertenecientes a los residuos de fermentación y de clarificación.

**Lías:** Se conoce como lías a las sustancias solidas que se acumulan en el fondo del embace en el proceso de fermentación de la uva.

**Mosto:** Es el jugo fresco de la uva que no ha iniciado fermentación.

**Prensado:** Es la actividad en la cual se extrae el zumo de las uvas con el fin de elaborar el vino.

**Reguladores de Crecimiento:** Son aquellas sustancias, generadas en el laboratorio del viñedo, que producen los mismos efectos que las fitohormonas sintetizadas por la planta y que también pueden modificar cualitativamente el crecimiento de las mismas.

**Vinícola:** Se refiere a la producción de vino únicamente.

**Vitícola:** Se refiere al cultivo de la vid.

**Vitivinicultor:** Se denomina vitivinicultura a la realización de cultivar vid y producir vino.

**Vino:** Es una bebida obtenida por la fermentación alcohólica, total o parcial de la uva fresa o del mosto de la uva.

**Vendimia:** se refiere al proceso de recolección de las uvas.

### **2.1.3.-Marco Normativo**

#### **2.1.3.1- Constitución de la República del Ecuador**

Expresamente el gobierno del Ecuador expone su interés en apoyar aquellos proyectos, empresas, o inversiones que estén destinadas al sector productivo industrial como se puede ver en el Art. 306 de la Constitución de la República del Ecuador en el cual establece que. “El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado...”

Uno de los compromisos de Cassa Nova S.A. adquiere es volver su relación con el medio ambiente una prioridad, este proyecto se basa en la transformación de una cepa de uva, en un producto terminado, en el cual los desperdicios normales que se obtienen de cada proceso productivo pueden ser debidamente utilizados para el abono de la tierra donde crecerán futuras plantaciones de uva, y de esta manera la empresa cumple con el perfil establecido por este artículo y se alinea con las leyes del Ecuador.

#### **2.1.3.2- Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017**

Ecuador es conocido por producir y exportar materias primas y está centralizar su comercialización en productos tradicionales como lo son el cacao y el banano y de igual manera año a año las importaciones de productos terminados incrementan, lo cual genera problemas en la balanza de pagos, debido a que no se compensa el valor importado por el exportado. Es importante mencionar que los precios de la materia prima no se pueden comparar con los precios de productos terminados, provocando la desigualdad en el comercio internacional. Dada esta situación el presente gobierno fomenta

un proceso de cambio de la matriz productiva que le permita al país desarrollar el valor agregado de los productos ecuatorianos.

Por lo expuesto anteriormente el presente proyecto va orientado a contribuir con el desarrollo del objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual impulsa la transformación de la matriz productiva del país.

La matriz productiva es un conjunto de interacciones entre algunas personas que hacen el uso de recursos que tienen como objetivo llevar a cabo las actividades productivas, a este conjunto se le suma bienes, procesos de manufacturación y relaciones son resultados de dichos procesos. Estas combinaciones son denominadas patrón de especialización, por ejemplo, la economía ecuatoriana se caracteriza por la producción de materias primas para mercados internacionales. Este aspecto ha definido el patrón de especialización en el Ecuador (primario – exportador). (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012)

El Gobierno se propuso transformar la matriz productiva con el fin de permitir:

- Tener una nueva distribución y redistribución de riquezas
- Fortalecer la economía ecuatoriana
- Fomentar la equidad territorial
- Implementar recursos para el desarrollo del mercado ecuatoriano.

Esta transformación da lugar a una producción diversificada con un valor agregado, el cual permitirá explotar los recursos del país y los conocimientos y capacidades de los ciudadanos. Las bases para el cambio de la matriz productiva son:

1. Variación de la producción centralizada en el desarrollo de las diferentes industrias y construcción de nuevas industrias que permitan que el país pueda ofrecer una gran gama de productos internacionalmente y así eliminar la dependencia que tiene.
2. Integración de nueva tecnología y conocimientos en la manufacturación de los bienes dándoles así a los productos un alto valor agregado.
3. Limitación de importaciones de bienes y servicios que se pueden sustituir a corto plazo por los que actualmente son producidos en el país.
4. Estimulación a las exportaciones de productos innovadores buscando así entablar relaciones comerciales con nuevos países.

El proyecto forma parte del cambio de la matriz productiva ya que de una manera directa se propone una idea que involucra un producto con valor agregado, en el cual serán necesarias innovaciones tecnológicas, la industrialización de la materia prima, en este caso la uva, el conocimiento técnico del capital humano, el uso eficiente de un sector del suelo ecuatoriano, entre otros; el proyecto generará empleos y también brindará al país un producto no tradicional, el cual podrá ser ofrecido mundialmente, dando a conocer así al Ecuador no sólo por situación geográfica sino también por su diversa gama de productos con valor agregado.

Este proyecto trata de desarrollar industrias nuevas dentro del país, en este caso la vitivinicultura, aportando así al progreso ecuatoriano mediante la disminución de los bienes importados en esta industria y de esta forma se busca tener un equilibrio en la balanza de pagos al generar un rubro más en las exportaciones.

### **2.1.3.3- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

El presente código rige a toda las personas naturales o jurídicas que dentro del territorio ecuatoriano se dediquen a la producción y comercialización de productos reconocidos por la constitución del Ecuador, el proyecto está enfocado a la producción, comercialización y exportación de un producto terminado como es el vino, hacia la ciudad de Bogotá ubicada en el vecino país de Colombia.

Este código abarcará todo el proceso desde la producción, el eficiente uso de los recursos, hasta la exportación; se guiará tomando como normativa los principios que permitan un movimiento internacional óptimo, a través de la política comercial, por lo que se toma como herramienta todos los recursos de aplicación y de facilitación del comercio exterior, a través de los regímenes aduaneros.

De una manera directa el Art. 2 del COPCI expresa que: “Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos...”, Hace referencia al proyecto como tal, ya que se enfoca en la transformación de la materia prima en un producto terminado como es el vino, el cual genera un valor agregado.

Así mismo este proyecto es ambientalmente sustentable debido a que se considera en todo el proceso productivo que los desperdicios sirvan para el posterior tratamiento de la tierra, este desperdicio se aprovechará como abono, lo que en la práctica permite reducir los costos y ser amigables con el ambiente, de igual manera, socialmente brindará una cantidad significativa de empleos de los cuales aquellos agricultores y obreros de las tierras serán beneficiados.

En el proyecto Cassa Nova, propone la diversificación de la matriz productiva, el fomento a la producción, empleos y trabajos de calidad, la innovación en las técnicas y tecnologías necesarias para la producción, incorporación de actores económicos que han recibido poco incentivo; que según el Art. 4 del presente código son todos los factores mencionados anteriormente los fines para los cuales este código fue establecido.

Con ello se busca fomentar la diversificación de las exportaciones que comúnmente Ecuador ofrece al mundo, para enfocarse en un sector diferente de la agricultura, exponiendo internacionalmente las bondades que el suelo ecuatoriano posee.

El plan de negocios vitivinicultor que se propone utiliza la materia prima en un 100 %; en el proceso de producción del vino, luego de que se ha realizado el proceso de vendimia, se ha prensado, y se ha separado el mosto, queda un desperdicio el cual será reusado para el abono de la misma tierra, es decir Cassa Nova no contará con desperdicios que puedan perjudicar de una manera u otra al medio ambiente ni a los habitantes de los sectores cercanos.

Lo que permite tener un perfil ideal para acogerse al Art. 24 el cual hace referencia a la “Clasificación de los incentivos.- Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de tres clases...”, en el literal c, se indica que se es factible obtener una deducción adicional del impuesto a la renta para aquellas empresas que sean ecológicamente eficientes.

Acogiéndose a la ley Cassa Nova S.A. podrá obtener este beneficio, y de esta manera tener una ayuda que significará una reducción en los costos y por ende permitirá que el precio de venta sea menor o en su defecto que deje un margen mayor de ganancias.

El proyecto de Cassa Nova S.A. propone básicamente la exportación de un producto terminado desde el Ecuador hacia Colombia, el Vino será producido en la provincia de Santa Elena en la costa ecuatoriana, por lo que, acogiéndose al Art. 85 “Certificación de Origen, Corresponderá a la unidad gubernamental que se designe en el reglamento a este Código, regular y administrar la certificación de origen de las mercancías nacionales...”

Es obligación para la empresa emitir el certificado de origen respectivo y de esta manera ser acreedores de los beneficios que por tratados económicos bilaterales se tengan al momento de exportar el vino, de esta manera las autoridades colombianas, podrán pedir o no los respectivos pagos de impuestos y aranceles que requiera la ley; el Ecuador tiene un acuerdo firmado con Colombia ya que ambos son pertenecen a la Comunidad Andina de Naciones y los beneficios arancelarios son primordiales para facilitar la exportación del vino El Cardenal.

La entidad aduanera ecuatoriana se encarga de regular todas las acciones de las importaciones y exportaciones en el Art. 211 del código en mención el cual indica “Son atribuciones de la Aduana, ejercidas en la forma y circunstancias que determine el Reglamento, las siguientes...” se establecen todas las acciones que la entidad aduanera tiene potestad de tomar en cuanto a los delitos y/o contravenciones aduaneras que se den dentro de las importaciones o exportaciones, por ejemplo mediante un método de selección al azar esta entidad entra a revisar la legalidad de las acciones de la empresa que se haya escogido controlado y garantizando que dichas compañías no quebranten de ninguna manera las leyes ecuatorianas.

#### **2.1.3.4.-Regímenes Aduaneros**

Es fundamental tomar en consideración los regímenes aduaneros, debido a que un objetivo fundamental del presente proyecto es exportar por tal motivo se está sujeto a las disposiciones, normas y requerimientos aduaneros.

El vino El Cardenal será elaborado en territorio ecuatoriano y será comercializado en la ciudad de Bogotá perteneciente al país vecino Colombia, por tal motivo el proyecto se acogerá a la exportación al consumo perteneciente al Régimen 40 el que dice: “Por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones no generan tributos o impuestos...” El Cardenal será exportado a Bogotá, dicha exportación no generará pagos de tributos o impuestos, lo cual se considera como un intensivo al exportador, debido a que permite exportar sin restricciones que generen un retraso en los procesos de exportación.

Adicional debido a que en el Ecuador no se ha desarrollado la industria vitícola no se cuenta con insumos tales como corchos, botellas y barriles, los cuales deberán ser importados constantemente, recordando todas las restricciones a las importaciones se puede considerar un problema, pero según el régimen 53 *Drawback* el cual dice:” es el régimen mediante el cual las empresas exportadoras pueden obtener la devolución de los impuestos de importación pagados sobre insumos o materias primas que formen parte del bien a exportar, dentro de plazos establecidos...” de acuerdo a este régimen se garantizará la devolución de los impuestos cancelados por importación, cabe recalcar que solo se aplica este artículo mientras los productos importados sirvan para el proceso de elaboración del vino.

### **2.1.3.5.-Ley de Compañías**

El presente proyecto se registrará bajo las normas de la Ley de compañías debido a que se constituirá la empresa Cassa Nova S.A., de acuerdo a lo estipulado en el Art 1 el cual indica “Contrato o compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias...” La empresa Cassa Nova S.A. será constituida por dos accionistas los cuales unirán capitales para la creación de la empresa, adicional al financiamiento a ser solicitado a la Corporación Financiera Nacional.

En relación a la razón social de Cassa Nova S.A. de acuerdo al artículo 16 de la presente Ley “La razón social o denominación de cada compañía...” Se deberá establecer la razón social la cual deber ser distinguida y única para que se constituya como propiedad de del viñedo como tal y esta debe reflejar la actividad principal que se realizará.

Con el fin de seguir lo estipulado por la Ley se deberá enviar la documentación solicitada por la Superintendencia de Compañías de acuerdo a lo estipulado en el artículo 20 “Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a...” Se deberá cumplir enviando el Balance General anual, estados de pérdidas y ganancias e informes de los administradores, de esta manera se podrá constar como la empresa va evolucionando y contribuye a la economía del país.

De acuerdo al artículo 143 de la presente Ley el cual dice “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones...” Cassa Nova S.A. se constituirá como sociedad anónima con participación de sus accionistas.

Para la fundación de Cassa Nova S.A. se basará en lo estipulado en el artículo 146 que expresa “La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción...” La compañía para que sea constituida definitivamente debe haber totalmente suscrito el capital.

Para la constitución de la compañía anónima se debe cumplir y proveer toda la información solicitada en los literales del artículo 153 “Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contendrá además...” Aquí se indicara la información básica de los promotores como se denomina a los fundadores de la empresa, de igual manera se indica el capital con el cual será constituida la empresa, es fundamental cumplir con lo estipulado con el fin de obtener la escritura de la empresa esencial para empezar las actividades de la misma.

#### **2.1.3.6.- Licencia Ambiental**

Para empezar las actividades del viñedo es fundamental la obtención de la licencia ambiental la cual es la autorización otorgada por la Subsecretaria de Calidad Ambiental a una persona natural o jurídica, para la ejecución del presente proyecto, ya que es una actividad que puede causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente. (Subsecretaria de Calidad Ambiental Direccion de Prevencion y Control de la Contaminacion, 2014)

Se deberá solicitar a la Subsecretaria el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas, Bosques Protectores y Patrimonio Forestal del Estado, adicional se debe presentar toda la información básica del proyecto, desde la información de los proponentes hasta ubicación del proyecto, el cual en este caso será en la Provincia de Santa Elena. Luego la Subsecretaria emitirá el Certificado de Intersección.

Adicional Cassa Nova S.A. deberá solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, así mismo se solicita la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto.

La Subsecretaría notificará a Cassa Nova SA el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS. (Subsecretaria de Calidad Ambiental Direccion de Prevencion y Control de la Contaminacion, 2014)

Para Cassa Nova S.A. es primordial la obtención de la licencia ambiental debido a que sigue con los lineamientos propuestos en la misión de la empresa de ser sustentable y amigable con el medio ambiente, como proyecto se está comprometido con el desarrollo de las actividades agrícolas, teniendo en consideración que los procesos a realizar para la elaboración del vino sea responsable con el medio ambiente.

#### **2.1.3.7.-Permisos de Funcionamiento**

Se define como tipo de establecimiento a Cassa Nova como el sitio destinado la elaboración de vinos, el mismo se identifica por el código 14.1.18, es

fundamental para el viñedo Cassa Nova cumplir con los requisitos estipulados por la Agencia Nacional de control, regulación y vigilancia sanitaria para poder empezar sus actividades agrícolas, dichos requisitos se describen a continuación:

- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Título técnico del Responsable del establecimiento.
- Categorización otorgada por el MIPRO.
- Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto terminado.
- Indicar el número de empleados por sexo y ubicación.
- Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso.
- Detalle de los productos a fabricarse. (Agencia Nacional de Regulacion, Control, y Vigilancia Sanitaria , 2014)

Una vez el viñedo cuente con todos los requisitos mencionados anteriormente se procederá a cancelar el valor por el permiso, detallado en la tabla 5.

**Tabla 5: Valores a pagar por permisos de funcionamiento**

<b>Código</b>	<b>Tipo de establecimiento</b>	<b>Coficiente de cálculo</b>	<b>Tipo de riesgo</b>	<b>Valor a cancelar</b>
14.1.18.1	Industria	30	B	\$ 244,80
14.1.18.2	Mediana Industria	20	B	\$ 163,20
14.1.18.3	Pequeña Industria	15	B	\$ 122,40
14.1.18.4	Micro Empresa	0	B	0

**Fuente:** (Agencia Nacional de Regulacion, Control, y Vigilancia Sanitaria , 2014)

**Elaboración:** Autores

Cassa Nova S.A. será considerado en tipo de riesgo B y el valor a cancelar por el permiso de funcionamiento es de USD 163.20 de dólares

#### **2.1.3.8.-Patentes Municipales**

Para la obtención de la patente municipal de la Provincia de Santa Elena se deberá cumplir con los requisitos detallados a continuación:

- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la compañía.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes
- Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Formulario de Declaración de Patente Municipal y Activos Totales (Presidencia de la Republica del Ecuador , 2014)

Al cumplir con los requisitos mencionados anteriormente se procede a entregar al departamento financiero del Municipio de Santa Elena toda la documentación para que este sea valorado e ingresado en la sección de avalúos y Catastros, una vez aprobada se emite la liquidación y se culmina el proceso con la cancelación del valor de la patente en tesorería.

#### **2.2. Metodología de la investigación**

Para obtener información necesaria para el proyecto se utilizará el método de investigación explicativo el cual está orientado a comprobar la hipótesis; se analizarán e interpretarán los resultados de la investigación con el fin de corroborar que la producción de un vino de calidad en Ecuador es posible y podrá ser exportado a Bogotá; de igual manera se aplicará la investigación descriptiva que comprende la recolección de datos que identificará las preferencias y gustos del consumidor de la ciudad de Bogotá mediante la

realización de encuestas con un enfoque cuantitativo el cual permitirá proveer datos estadísticos, así mismo se realizará una segunda encuesta con enfoque cuantitativo a los 2 principales importadores de licores en Bogotá para determinar a los principales competidores, precio de venta y si los importadores están dispuestos a comercializar un Cabernet Sauvignon ecuatoriano.

También mediante el método de observación se realizará una visita al viñedo Chaupi Estancia Winery con el fin de conocer la experiencia de esta viña ecuatoriana en la industria vinícola; mediante la entrevista al Ingeniero agrónomo Jorge Duran se recolectarán datos, los cuales tendrán un enfoque cualitativo, dando lugar a opiniones y puntos de vista del diario vivir de la actividad de cultivos de vid y elaboración de vino, así se podrá tener un mejor entendimiento de cómo se ha desarrollado la industria, si existe el apoyo por parte del gobierno y las recomendaciones necesarias para incursionar en este sector.

Se contará con el soporte del Ing. Álvaro Palacios, Director de la Estación Experimental del Litoral Sur del INIAP el cual indica que la factibilidad del cultivo de uva en Ecuador y hace relevancia del tema con la situación actual del país.

El proyecto se desarrollará por medio de un plan de negocios para el viñedo Cassa Nova SA, el cual resaltaré los puntos más importantes y necesarios para llevar a cabo la implementación del viñedo, este permitirá entregar una mejor descripción del negocio; proporcionará un análisis del mercado en la ciudad de Bogotá, definiendo tendencias de la industria, competencia y barreras a eliminar para entrar al mercado, también se presentará las estrategias de comercialización y un análisis financiero.

### **2.2.1.-Población**

La población objeto de estudio para determinar la aceptación que tendrá un vino ecuatoriano son los importadores de licores pertenecientes a la ciudad de Bogotá con el fin de conocer si están dispuestos a comercializar el vino El Cardenal; de igual manera es fundamental conocer la aceptación por parte del consumidor final que estará conformado por hombres y mujeres mayores de 20 años de clase social media, media - alta y alta que acudan a restaurantes, licorerías, hoteles, supermercados y centros de diversión ubicados en la ciudad de Bogotá con el fin de adquirir un buen vino.

### **2.2.2.-Muestra**

#### **Importadores de vino Bogotá**

La presente encuesta se realizará a los dos principales importadores de licores de la ciudad de Bogotá por vía telefónica.

Importados Inverleoka S.A.

- Dirección: Cra 20 # 169 - 28
- Ciudad: Bogotá Colombia
- Actividad: Importadores de licores
- Teléfono: 256-0112

Licorela S.A.S

- Dirección: Cra. 49 B No. 93 28
- Ciudad: Bogotá Colombia
- Actividad: Importadores de licores
- Teléfono: 482-6000

## Consumidor final

El tipo de muestra a utilizarse para el proyecto es muestreo aleatorio estratificado, mediante el método probabilístico. Primero se identifica la población total de Bogotá, adicional se ha obtenido el total de personas por extracto social y a las personas mayores de 20 años, para poder determinar el número de habitantes promedio que cumplan con la delimitación del tema se utilizara el método estadístico ratio en cadena.

La población total de Bogotá de acuerdo al último censo realizado es de 7363782 de habitantes, se toma en consideración el extracto social de la ciudad de Bogotá, donde se considera la clase media, medio alta y alta y el porcentaje de la población mayores de 20 años, es importante mencionar que se tomó en consideración a la población mayores de 20 años debido a que en esta edad el gusto por el vino suele aumentar a esta edad.

De acuerdo al número de población se obtendrá el número de encuestas que se deberán realizar al consumidor final.

**Tabla 6: Cálculo de la población - Bogotá 2014**

Por extracto Social		Población Bogotá		
Medio	706191	Población mayor de 20 años	5322073	72%
Medio Alto	195873	Población menor de 20 años	2041709	28%
Alto	130261	<b>TOTAL</b>	7363782	
<b>TOTAL</b>	1032325	Total de la población para muestreo	746099	

Fuente: ( Secretaria Distrital de Planeación, 2014)

Elaboración: Autores

### Ilustración 3: Fórmula para la muestra

$$N = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{(N - 1)e^2 + z^2 p \cdot q}$$

n= Número de encuestados a realizar

Z= Nivel de confianza 95 %

p= Probabilidad que un hecho ocurra (0.5)

q=Probabilidad que un hecho no ocurra (0.5)

e=Error de la investigación (0.05)

De acuerdo al muestro realizado, se realizará la encuesta a 384 personas entre hombres y mujeres en la ciudad de Bogotá mayores de 20 años que acudan a diferentes lugares como centros de diversión, supermercados, licorerías, entre otros.

#### 2.2.3.-Fuentes de obtención de información

Para la recopilación de información del presente trabajo, se utilizaron varias herramientas, la primera es encuestas a los ciudadanos de la ciudad de Bogotá en diferentes lugares como centros de diversión, restaurantes, licorerías entre otros con el fin de determinar los principales factores de compra, de igual manera una encuesta a los principales importadores de licores en Bogotá para determinar si están dispuestos a adquirir un vino de procedencia ecuatoriana y comercializarlo en Bogotá. La segunda herramienta, una entrevista a un Ingeniero Agrónomo representante de uno de los viñedos del Ecuador con el fin de conocer su experiencia en el viñedo.

Para finalizar se realizó una visita al viñedo Chaupi Estancia Winery con el fin de adquirir información y conocer los procesos que se realizan en un viñedo.

### **2.2.3.1.- Encuesta**

Es importante mencionar que se realizarán dos encuestas, la primera será a los principales importadores de licores en Bogotá; la segunda será realizada al consumidor final, el motivo por el cual serán realizadas dos encuestas es que es de vital importancia para el proyecto conocer si el consumidor final aceptará un vino de procedencia ecuatoriana, porque pese a que las estrategias van direccionadas al importador y sea este el principal objetivo, si el consumidor final no se ve interesado en el producto por ende el importador no volverá a solicitar el producto.

#### **2.2.3.1.1.- Objetivos de las Encuestas**

La encuesta a los importadores de licores busca determinar la predisposición de los importadores colombianos ubicados en la ciudad de Bogotá para importar un Cabernet Sauvignon hecho en Ecuador, así como también el precio referencial que estarían dispuestos a pagar por el vino y de igual manera establecer los principales competidores en el mercado.

La encuesta al consumidor final tiene como fin conocer a cabalidad el mercado de vinos en la ciudad de Bogotá, el precio de venta que el público estaría dispuesto a pagar por el vino, los lugares donde la población de este lugar consume el producto en mención con mayor frecuencia y conocer si es un factor decisivo de compra para el consumidor el lugar de procedencia del vino.

### **2.2.3.2.- Entrevista**

El principal objetivo de la entrevista es recolectar información sobre el manejo de un viñedo, adicional conocer si se cuenta con el apoyo necesario para el desarrollo del sector de acuerdo a la experiencia que el viñedo ha obtenido en los últimos años, se utilizarán preguntas abiertas las cuales permitirán conocer puntos de vistas en relación a técnicas de cultivos utilizadas, combinación de cepas y la adaptación de las mismas al clima de la sierra ecuatoriana donde se encuentra ubicado el viñedo en mención, de igual manera obtener recomendaciones que deberían ser tomadas en cuenta para el crecimiento de la industria vinícola del país serán fundamentales en el transcurso de la entrevista.

La entrevista será realizada la Ingeniero Agrónomo Jorge Duran quien explicará del proceso del cultivo de la vid, la elaboración del vino desde el proceso de recolección de la vendimia hasta el embotellamiento de sus vinos, finalmente se concluirá con la degustación de uno de los vinos producidos en el viñedo con la cepa representativa del mismo la cual es palomino.

Se contactará al Ing. Álvaro Palacios, Director de la Estación Experimental del Litoral Sur del INIAP, con el fin de confirmar la factibilidad del cultivo de uva en Ecuador y si la uva que se obtendrá es apta para el proceso de vinificación, para que el vino producido pueda competir con vinos internacionales, de igual manera hacer referencia a la relevancia del tema con la situación actual del país en relación al desarrollar la matriz productiva.

Actualmente el INIAP realiza estudios de los suelos de diferentes zonas del Ecuador y esta institución ha tomado en cuenta el desarrollo de viñedos, por ese motivo se acudirá a ellos y se podrá obtener información primaria para el desarrollo del presente proyecto.

### 2.2.3.3.- Experiencia de la visita al Viñedo Chaupi Estancia winery

#### Ilustración 4: Viñedo Chaupi Estancia Winery



**Fuente y elaboración:** Los autores

De acuerdo a lo conversado con el representante del viñedo en mención se constata que es posible cultivar uva de calidad para vinificación, que los vinos elaborados en Ecuador cuentan con todas las cualidades en relación a sabor, aroma y textura para competir con un vino de procedencia internacional, adicional se asegura la fácil adaptación de varias cepas como lo son el palomino y el Sauvignon Blanc en el suelo ecuatoriano. Es importante mencionar que según la experiencia de este viñedo es más factible el cultivo de la vid en una zona menos lluviosa debido a que este cultivo por sus características en las raíces no necesita exceso de agua.

Se observa la dedicación y compromiso que ha sido entregado para el desarrollo de este viñedo por parte de sus representantes y el orgullo de ser una de las primeras viñas en el Ecuador, se puede apreciar y poner en práctica que un viñedo más que un negocio es una pasión por lo cual se quiere reflejar

esa pasión para el presente proyecto, el cual exige dedicación y perseverancia para edificar la idea de implementar un viñedo con visión internacional y desarrollar un tradición de buen gusto y aceptación de un vino ecuatoriano en la mente del consumidor.

## CAPITULO III

### VITIVINICULTURA MUNDIAL

#### 3.1.- Vitivinicultura Mundial por Continente

La importancia del cultivo de la vid en el mundo en aspectos económicos y sociales es trascendental, de acuerdo a los datos estadísticos de la Organización de la Viña y el Vino, la cual indica que el cultivo de la vid ha alcanzado una superficie total de 7528 miles de hectáreas en el mundo hasta el 2012 y la producción de vino en el mismo año fue de 252 millones de hectolitros, es preciso mencionar que esta cifra de 7528 miles de hectáreas ha sido menor en comparación con los años anteriores, este escenario se debe principalmente a la reducción de viñedos en europeos. ( OIV Organizacion Internacional de la viña y el vino, 2013)

##### 3.1.1.-Continente Europeo

###### Alemania

El cultivo de la vid es delimitado en el norte de Europa por Alemania. El clima frío en esta zona hace difícil la maduración de la uva, en efecto se buscan lugares donde haya mayor insolación, debido a esto la mayor producción de vinos se encuentra al oeste y sur del país donde es posible una mejor maduración de la fruta. Debido al aumento de temperaturas por el calentamiento global, esta zona presenta una excelente capacidad para la elaboración vinos blancos y vinos tintos.

Los viñedos de Alemania se caracterizan por las uvas blancas, las cepas más destacadas son: *riesling*, y un híbrido de esta variedad llamado *müller-thurgau*

que es de baja calidad. Entre otras cepas blancas conocidas se encuentran: *ruländer*, *pinot blanc*, *gewürztraminer* y *sylvaner*.

## **Austria**

Es un país poco conocido en la vitivinicultura, pero es un excelente productor de vinos blancos de calidad. Hoy en día han ganado participación en el mercado internacional, esto se debe a que el gobierno de este país decidió establecer reglas más estrictas para la producción de este producto. Entre las principales zonas vitícolas se encuentran Baja Austria, Burgenland, Estiria y Viena.

## **Bulgaria**

Es uno de los países más codiciados por los consumidores de vino del occidente. Bulgaria es un país que tiene una gran producción de la vid, el cual posee climas aptos para producción de una gran variedad de cepas.

El vino proveniente de este país tiene una larga historia como lo expuso la *Ilíada* antiguo poema épico griego del autor Homero , la vid creció hace 3000 años en la antigua Bulgaria, pero es recién en 1918 que el vino empezó a tener mayor intensidad en su producción y en 1970 los vinos búlgaros adoptaron su forma moderna. La necesidad de exportar le dio reconocimiento a esta industria en Bulgaria. Su primer cliente fue URSS.

En la actualidad los viñedos ocupan en 4 % de sus tierras. El 75 % del vino tinto está hecho con cabernet sauvignon o merlot, la pamid, la gamza, la mavrud, la melnik, la pinot noir y la gamay. Para vinos blancos las cepas más comunes son rkatsiteli y la chardonnay. Las principales regiones vitícolas de Bulgaria son: suroeste, sur, este, Balcanes del sur y norte. (Los Vinos del Mundo, 2008)

## **Francia**

Es el productor y exportador de vinos más conocidos por tradición, sus técnicas de producción crearon un modelo a seguir para muchos países. Este país produce una gran variedad de vinos, las condiciones de sus suelos y su clima permite elaborar toda clase de vinos. Cada región produce su propia variedad que guarda relación con la gastronomía de cada ciudad. Las regiones vitícolas están: Alsacia, Beaujolais, Burdeos, Borgoña, Champagne, Languedoc-Rosellón, Provenza, Córcega, Sud-Ouest, Valle del Loira, Valle del Ródano.

## **Grecia**

Hace muchos años, el vino griego tenía un gran prestigio, la vinificación era considerada un arte, se presentaban las cosechas en vasijas decoradas artísticamente, este concepto procedió de Creta, Ática y Rodas. Entre los siglos XIII y XI A.C. los viñedos empezaron a resaltar más. Los viñedos griegos abarcaron 165.000 km en el norte. Zonas vitícolas: Norte, Centro, Peloponeso.

## **Italia**

En la antigüedad los griegos denominaron a Italia como Enótria Tierra del vino, aquí se cultiva la vid en la mayoría de ciudades por lo que es un desafío llegar a conocer todas las variedades de vinos que posee. Ofrece muchas variedades y una gran calidad de vinos y está considerado como el primer productor de vinos en el mundo. Italia tiene más de doscientas zonas vitícolas y alrededor de dos millones de productores.

En este país se producen diferentes tipos de vino, como licorosos y espumosos. La elaboración de vinos forma parte de la cultura de Italia, y esto se refleja en

una extensa variedad de vinos de gran calidad. Sus regiones vitícolas son: Norte, Centro, Sur, Sicilia y Cerdeña.

### **3.1.2.-Continento Oceánico**

#### **Australia**

Este país produce vinos con gran relación precio calidad, su estilo encaja en lo que busca el mercado internacional. Son caracterizados por su sabor y fruta reflejados en su clima cálido. La vid llegó a Australia en 1788 y se plantó en lo que es ahora en centro de Sydney y se extendió rápidamente a otras regiones del país. A finales del año 1830, se producía en estas regiones vino para la comercialización del mismo. ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

### **3.1.3.-Continento Americano**

#### **Canadá**

Se dice que Johann Schiller es el pionero del vino canadiense, en 1811 plantó la primera viña en este país. Sin embargo la primera empresa productora de vino se creó en 1866, cuando tres granjeros de Kentucky compraron terrenos en el Lago Erie, y empezaron con el cultivo de uvas. (Los Vinos del Mundo, 2008)

Los viñedos se extendieron hasta Niágara donde se encuentran los mayores viñedos. En 1890 Canadá contaba con 41 empresas vinícolas, 35 estaban situadas en Ontario. En la actualidad esta industria está dividida en: grandes empresas comerciales, propiedades vitícolas, y pequeños negocios artesanales, la mayor parte de hectáreas cultivadas de uva se encuentran en Ontario, Columbia británica, Nueva Escocia, Quebec.

## **Estados Unidos**

La vinificación en este país empezó con pequeñas bodegas familiares, generalmente por personas que no tenían muchos conocimientos acerca del vino, por lo que recurrieron a la tecnología para aprender acerca de la producción de este licor.

El vino es producido en 45 estados de EEUU, pero las personas que elaboran este producto están distribuidas en forma desigual. La diversidad en cuanto a paisajes, suelos y pequeños climas han aportado extensa gama de vinos muy variados. Los vinos californianos son los que han dado un reconocimiento muy grande a la viticultura de este país. Las zonas más destacadas son: California, Noroeste, Sur, Medio oeste. ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

## **Argentina**

Esta ha sido una república por tradición productor y consumidor de vinos. Cuenta con más doscientos mil hectáreas de viñedos. Los primeros cultivos se hicieron entre 1569 y 1589. Este país ha sido beneficiado con inmejorables condiciones climáticas y de sus suelos.

El desarrollo de esta industria fue paulatino en los primeros años, y fue en 1853 que la vinificación empezó a mejorar debido a las condiciones de este país como la llegada de europeos quienes enseñaron sus conocimientos acerca del vino a los habitantes de este país. Las principales regiones vitícolas son: Mendoza, San Juan, Valle de Cachalquies, Valles de la provincia de Catamarca, La Rioja, Alto Valle del Río Negro. (Los Vinos del Mundo, 2008)

## **Chile**

Francisco de Carabantes fue el introductor de la viticultura quien plantó los primeros cultivos, aunque históricamente El primer viticultor fue Rodrigo de Araya. A Chile se lo puede considerar como un país que adora la vinificación por las condiciones de su clima, suelos y la carencia de enfermedades. (Los Vinos del Mundo, 2008)

Este país es una de las pocas repúblicas que no tiene vides injertadas debido a sus barreras naturales y condiciones climáticas han prevenido el desarrollo de esta enfermedad.

Regiones vitícolas: Valle de Limari y Valle de Elqui, Valle de Aconcagua, Valle de Casablanca, Valle del Maipo, Valle de Rapel, Valle de Curicó, Valle del Maule, Valle de Itata, Valle del Bio Bio, Valle de San Antonio. (Los Vinos del Mundo, 2008)

### **3.1.4.- Continente Africano**

Los principales países productores son Argelia, Marruecos y Túnez, la producción de vino es destinada en su mayoría a la exportación, debido a que sus habitantes no cuentan con la cultura de consumir vino, a excepción de Túnez que debido al gran número de turistas que frecuenta esta ciudad el consumo de vino es significativo a diferencia de las demás ciudades.

De acuerdo a la opinión de varios expertos Marruecos es la región que mayor cantidad de hectáreas y con las mejores condiciones geográficas para la producción de vid, debido a que se beneficia de las brisas del Atlántico. Varias de las cepas con las cuales cuenta esta región son: "garnacha", syrah, cariñena, mourvèdre, boushet.

### **Vinos del África Subtropical**

La elaboración de vino en África se remonta a los años 1692 con la llegada de los primeros holandeses, desde aquel entonces se ha formado una tradición para la elaboración de vinos el prestigio ganado en África ha llevado a las bodegas de vino sudafricano a crear un sistema de designación de origen y calidad lo cual garantiza la calidad en el mercado internacional.

El sistema en mención utiliza una banda azul la cual indica que ese vino procede de una de las catorce regiones vinícolas, las bandas rojas manifiestan que descienden de una sola cosecha específica y las bandas verdes certifican que el vino se ha elaborado, al menos en un 80 %, con uvas procedentes de un solo cultivo.

Los vinos producidos en el continente africano se caracterizan por las variedades de uvas, las cuales tienen un origen diverso, debido al cruce de viníferas como Pinot Noir y Cinsaut del Ródano, conocida también como Hermitage. Es importante mencionar que esta zona cuenta con la cepa de Palomino de Jerez, la cual es conocida como uva francesa, dicha cepa también se ha desarrollado en Ecuador y utilizada para la elaboración de vino blancos. (Hidalgo L. , 2011)

### **3.1.5.-Continente Asiático**

El continente asiático no cuenta con el clima mediterráneo a diferencia de Europa, pero la viticultura se ha desarrollado significativamente en esta región y sus vinos son de calidad. El cultivo de la vid en el país oriental se registra hace más de 4000 años. Beijing cuenta con las mayores plantaciones de viñedos en China. Una de las principales variedades producidas en Xinjiang es el Cabernet, el cual se utiliza para producir vinos tintos.

El principal viñedo en China es Changyu que produce vino desde 1892, igualmente es importante mencionar a la bodega *Dynasty*, ambas bodegas se han especializado en la producción de vinos y han aumentado significativamente el número de hectáreas.

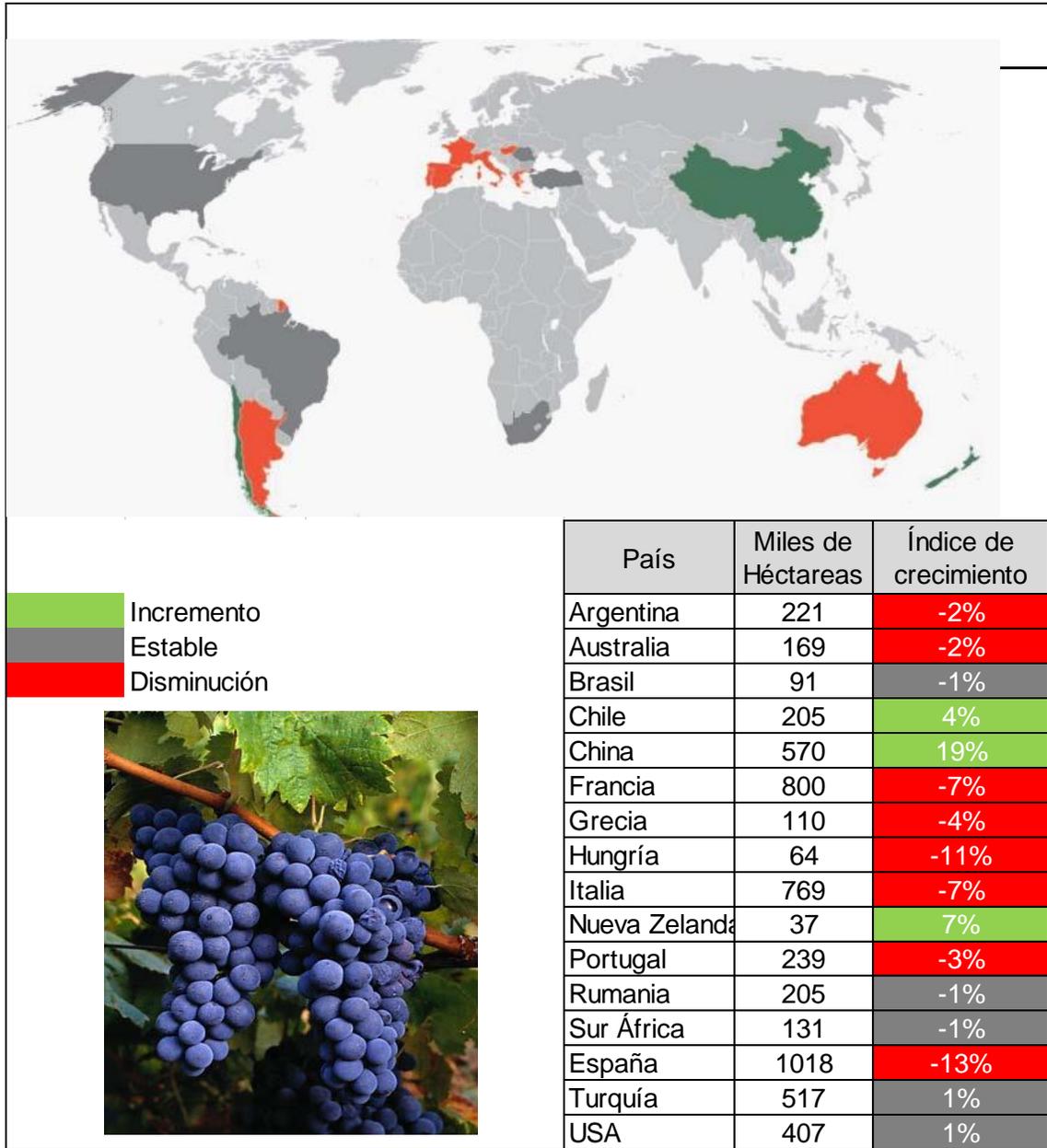
### **3.2.-Estadística Vitivinícola Mundial**

#### **3.2.1.-Evolución de la Superficie de viñedos y Producción de Vino Mundial**

Las principales plantaciones de viñedos se encuentran ubicadas en España, Francia, China, Turquía, Italia, Estados Unidos y Chile. En la Actualidad España mantiene la mayor superficie mundial de viñedos con una cifra bastante significativa de 1018 hectáreas. Asimismo China ha tenido el mayor incremento en plantaciones de viñedos hasta el 2012 con un 19 % de evolución, comparado con los demás países, seguido de Nueva Zelanda con el 7%. ( OIV Organización Internacional de la viña y el vino, 2013)

En referencia al continente europeo desde el año 2000 hasta el 2012 ha tenido una disminución considerable en el desarrollo de plantaciones, mientras que Asia, América, África y Oceanía han marcado un crecimiento sostenido en el cultivo de la vid. El principal factor que ha contribuido a la reducción de viñedos en Europa se debe a la falta de motivación en la implementación de los viñedos y la poca ayuda que reciben los agricultores para mantener los cultivos; otro factor que influye es la caída en el precio del vino dado por la recesión europea de los últimos años, adicional que las nuevas generaciones prefieren formar parte de otros sectores económicos como las constructoras que aparentemente era una negocio más restable. Como se puede visualizar en la ilustración 5 ha existido una evolución notable en la superficie de viñedos desde el 2008 al 2012.

**Ilustración 5: Evolución de la superficie de viñedos en el mundo  
2008 - 2012**



**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

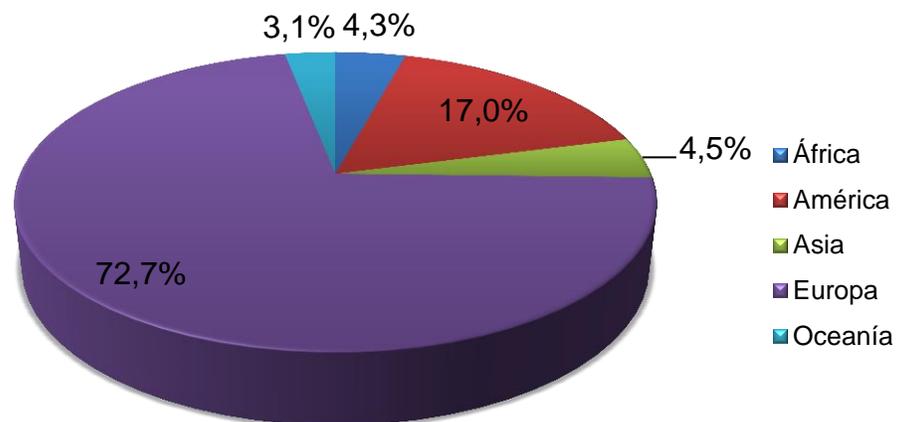
**Elaborado:** Por los autores

Como fue indicado líneas anteriores China proyecta un mayor crecimiento en los próximos años en relación al aumento del número de hectáreas.

En relación a la evolución de producción de vino desde el año 2000 para el continente europeo se refleja el escenario negativo debido a los factores mencionados en párrafos anteriores, se mostró hasta el 2012 una reducción del 10 % en la producción de vino, mientras que los demás continentes presentan un incremento en su producción principalmente el continente americano seguido de Asia.

Es notable la participación que ha ganado el continente americano en la elaboración de vinos, pese a que la elaboración de vino no está entre las tradiciones milenarias a diferencia del continente europeo; para ser una actividad con pocos años de trayectoria en comparación con otros países el incremento significativo en el mercado de vino americanos proyecta un escenario positivo en relación a la aceptación que tienen los consumidores.

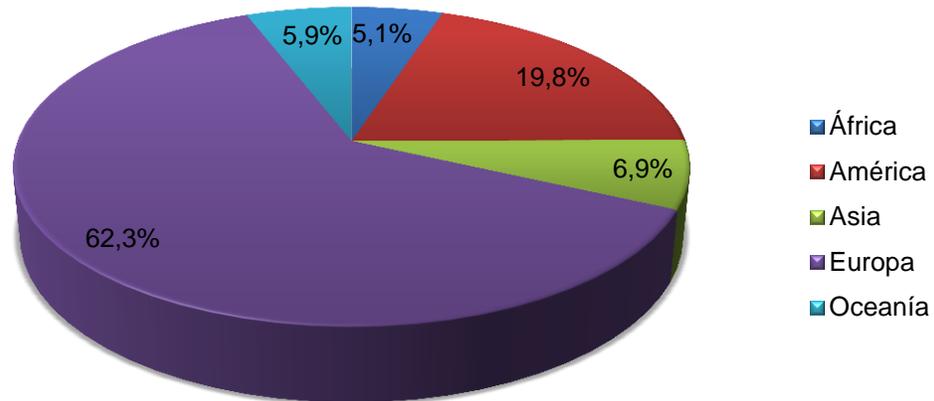
**Gráfico 1: Producción mundial de vino - 2000 - en porcentajes**



**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Elaborado:** Por los autores

**Gráfico 2: Producción mundial de vino - 2012 - en porcentaje**



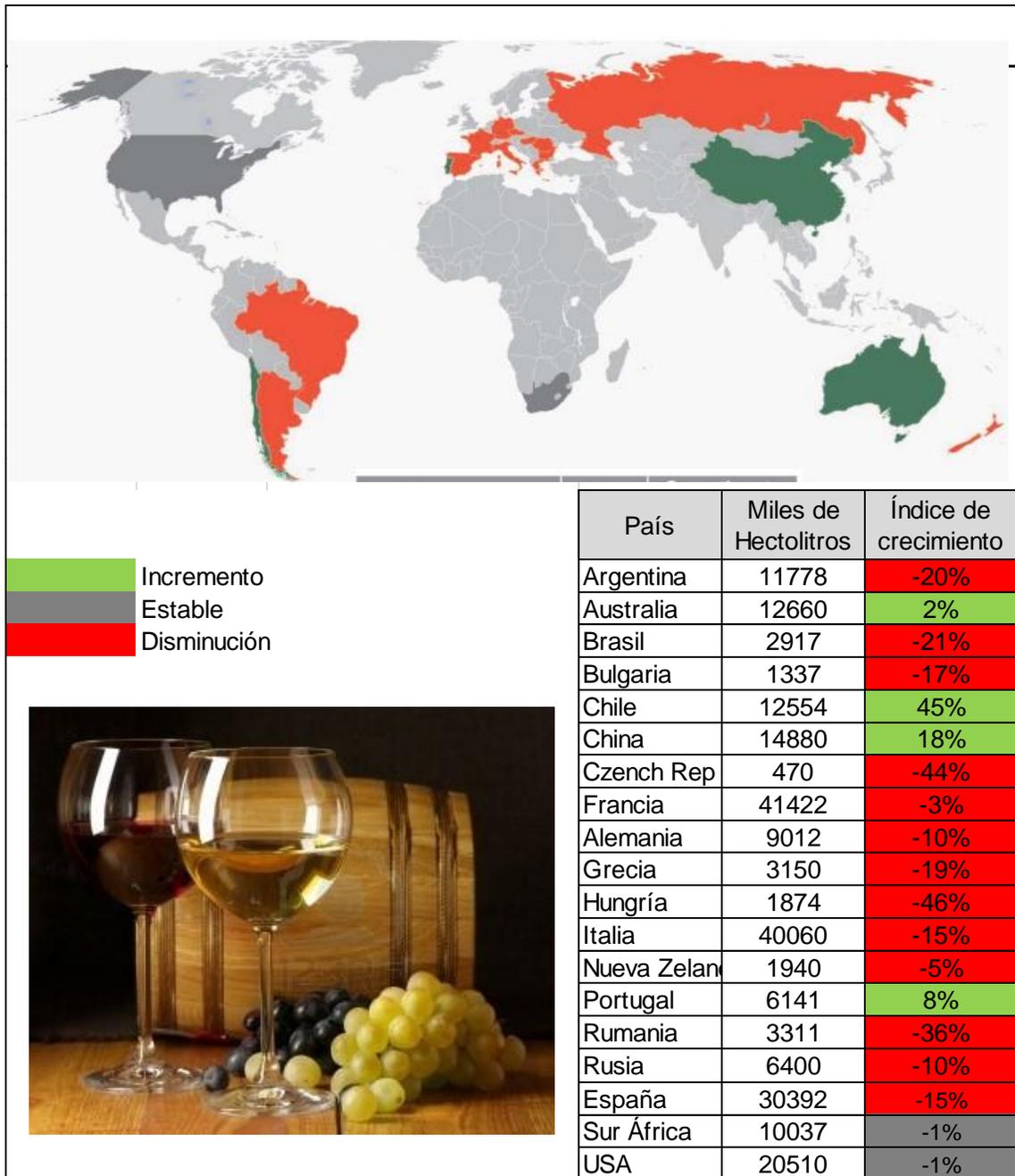
**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Elaborado:** Por los autores

### **3.1.2.-Mayores productores de vino en el mundo**

Francia, Italia y España mantienen una producción de vino bastante baja en comparación a su producción histórica, a diferencia de Estados Unidos que en el 2012 produjo 20 millones de hectolitros que representa un 7 % más que en el 2011. También Chile ha marcado un crecimiento remarcable en la producción de vino; Chile alcanzó el record de 13 millones de hectolitros un 20 % más que en el 2011. Argentina sin embargo ha reducido significativamente su producción de vino en un 24 % en el 2012. ( OIV Organización Internacional de la viña y el vino, 2013) Hungría es el país que su producción de vino redujo significativamente con 46 % como se visualiza en la ilustración 6.

### Ilustración 6: Evolución de la producción de vino 2008 - 2012



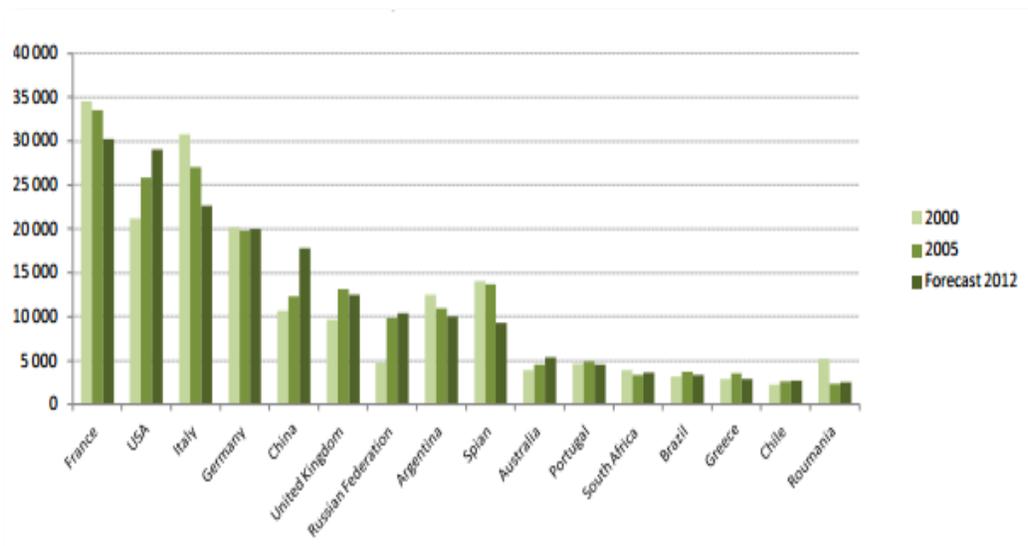
**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Elaborado:** Por los autores

### 3.2.3.- Consumo Mundial de Vino

En el 2012 el consumo mundial de vino se elevó a 243 millones de hectolitros. Países como Francia, Italia y España que han sido históricamente grandes productores y consumidores de vino han reducido su nivel de consumo, mientras que Estados Unidos ha aumentado su nivel de consumo interno en 29 millones de hectolitros, de igual manera China ha elevado significativamente su consumo en 17 millones de hectolitros hasta el 2012. ( OIV Organización Internacional de la viña y el vino, 2013)

**Gráfico 3: Consumo mundial de vino 2000 – 2012  
(En hectolitros)**



Fuente: ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

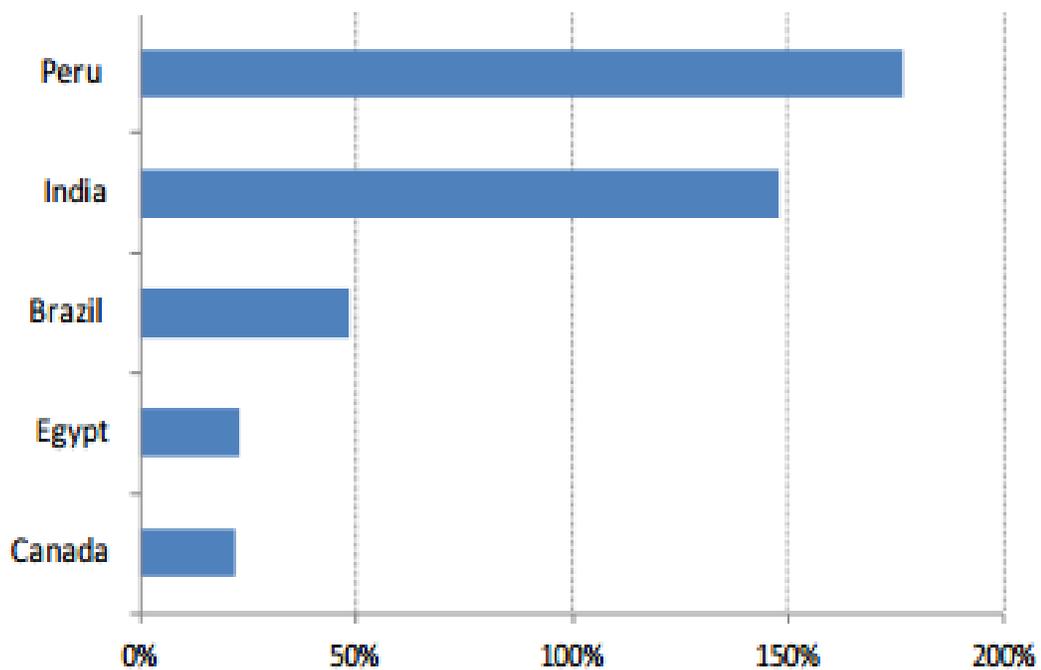
Elaborado: Por los autores

### 3.2.4.- Países Vitivinícolas Emergentes

De acuerdo a los datos estadísticos de la OIV desde el año 2000 países como: Perú, India, Brasil, Egipto y Canadá han aumentado significativamente sus

plantaciones de vid, siendo Perú el cual ha tenido el crecimiento más significativo.

**Gráfico 4: Evolución de la producción de vino - países emergentes  
2008 – 2012  
(En porcentaje)**



**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

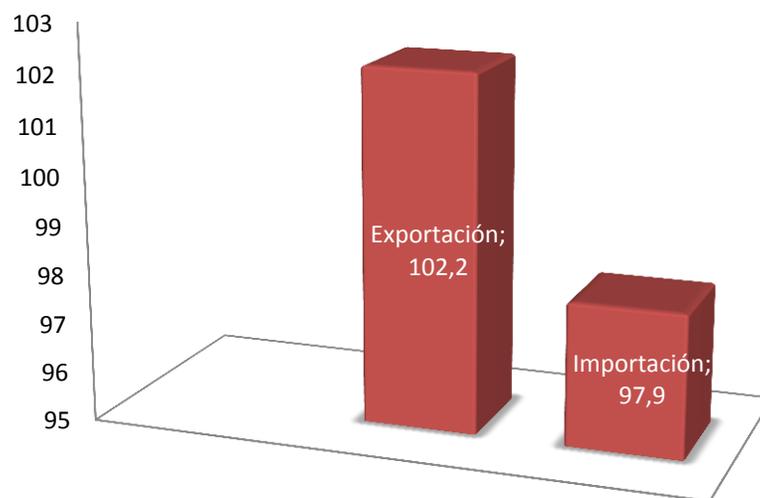
**Elaborado:** OIV Statistical Report on World Vitiviniculture

La participación en el mercado internacional de vinos pertenecientes a países emergentes pronostica un escenario positivo para los países que empiezan a desarrollar habilidades agrícolas en elaboración de vino.

### 3.3.- El comercio internacional del vino

De acuerdo a los datos oficiales de OIV en el 2012 las exportaciones de vino incrementaron a 102,2 hectolitros y las importaciones de mantuvieron en 97,9 hectolitros, lo cual nos indica que las exportaciones siguen en aumento permitiendo a los países mantener la producción estimada, sin embargo en términos de exportación se debe buscar nuevos mercados para implementar la cultura del vino.

**Gráfico 5: Importación y exportación de vino 2012**  
(En miles de hectolitros)



**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Elaborado:** Por los autores

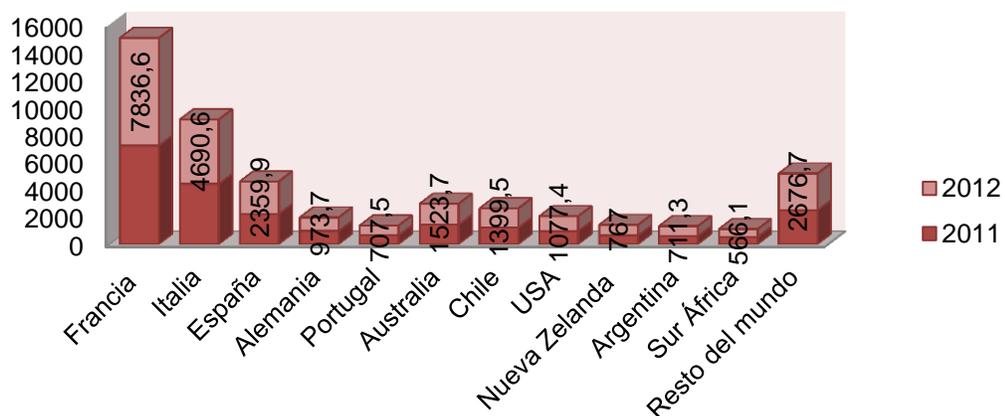
#### 3.3.1- Principales Exportadores de vino

De acuerdo a los datos oficiales de la Organización Internacional de la Viña y el Vino los países presentados en la siguiente tabla son los mayores exportadores de vino del mundo, países como Francia, Italia y España, llevan centenares de

años en el negocio razón por la cual son los principales exportadores en este sector. Claramente se aprecia que el crecimiento entre el 2011 y el 2012 es significativo, con más del 7 % de crecimiento de un año a otro, que en una industria tan especial como esta es un incremento significativo. ( OIV Organización Internacional de la viña y el vino, 2013)

Si se segmenta por continentes, se puede observar una tendencia tradicional, como es la alta participación de los países europeos en esta industria, sin embargo al mismo tiempo que Europa crece, en América también se está dando este tipo de pendiente, países como Argentina, Chile y Estados Unidos incrementan año tras año sus hectáreas cultivadas y ofrecen al mundo vinos de excelente calidad capaces de competir con vinos italianos, franceses o españoles, la globalización hizo posible este intercambio cultural puesto que esta cultura vitivinícola se remonta al continente europeo donde se conoce por primera ocasión esta bebida alcohólica.

**Gráfico 6: Mayores exportadores de vino 2011 – 2012  
(En miles de euros)**



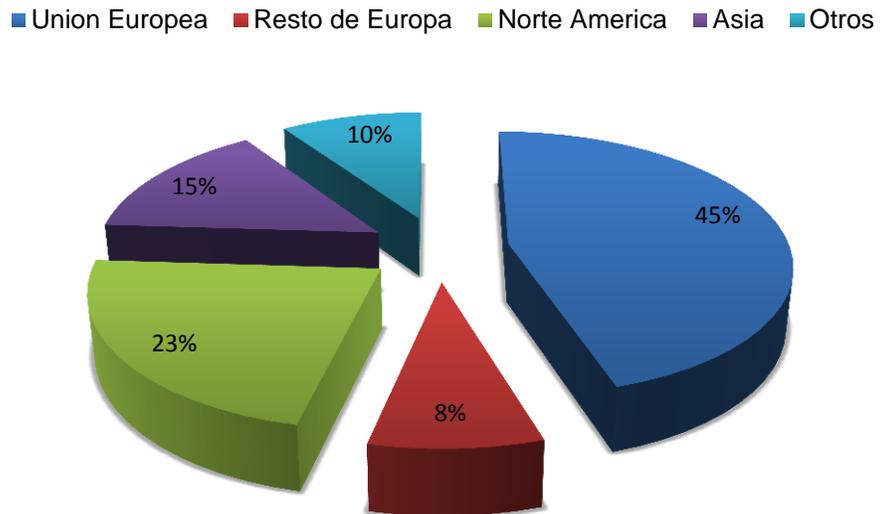
**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Elaborado:** Por los autores

## Principales Importadores de vino

En el siguiente gráfico se pueden ver a los principales países importadores que hay a nivel mundial, divididos por continentes, se puede observar que el mayor porcentaje de importaciones de vino se encuentra en el continente europeo, siendo Inglaterra uno de los principales importadores de este producto, en un caso particular están Francia e Italia, los cuales siendo uno de los principales países en exportar vino, también importan una cantidad considerable desde otras partes del mundo, lo que quiere decir que, están abiertos ante la posibilidad de degustar y consumir vinos de diferentes partes del mundo sin importar su procedencia. En Europa se encuentran concentradas el 45% de las importaciones mundiales, lo que claramente deja ver que los otros continentes del mundo aún pueden ser explotados en este sector.

**Gráfico 7: Principales importadores del mundo 2011 – 2012**  
(En porcentaje)



**Fuente:** ( OIV Organización mundial de la viña y el vino, 2013)

**Elaborado:** Por los autores

En un caso particular se puede ver que Latinoamérica según la Organización Internacional de la Viña y el Vino no tiene importaciones significativas para ser expuesta en los datos, solamente se cuenta las importaciones desde Brasil que ascienden a un 0,9 % de las importaciones mundiales de Vino, lo que deja como conclusión que el continente americano en su totalidad puede ser explotado.

### **3.4.-Casos de países Exportadores de Vino Pertenecientes a la Zona Tropical**

Es importante mencionar el caso de varios países que se encuentran ubicados en la zona de viticultura tropical y han logrado ser exportadores de vino reconocidos en sus mercados metas, esto permite sustentar que es posible producir vino de calidad para exportación pese a estar en una zona considerada poco propicia para el cultivo de la vid, pero que a su vez ofrece una ventaja competitiva sobre los países ubicados en la zona de viticultura mediterránea al contar con dos cosechas de uva al año.

#### **3.4.1.-Viñedos en Australia**

Actualmente Australia produce vinos elaborados con syrah que han ganado gran aceptación en el mercado español, de igual manera uvas francesas y castas blanca han manifestado una perfecta adaptación en el territorio australiano y la producción de vino ha incrementado en diferentes estilos gracias a la diversidad climática, dado por encontrarse en la zona de viticultura tropical el cual atraviesa por el trópico de cáncer lo que favorece en vientos todo el año.

Es importante mencionar que Australia es parte de una visión diferente en relación a la producción de vino, ellos pertenecen al informal Grupo Mundial de

Comercio del Vino, este grupo apoya la idea de adaptar los vinos a las necesidades del consumidor; mientras que el bloque euro mediterráneo apuesta por mantener la normativa de producción rígida al conservar el sistema de denominaciones de origen. Esta situación permite observar que Australia ha sido pionero en romper prejuicios frente a los productores tradicionales. (Grupo Vilbo, 2014)

Australia se caracteriza por la mezcla de variedades de uvas cultivadas en zonas frías con las uvas cultivadas en zonas cálidas para la elaboración de sus vinos, dando complejidad y elegancia al vino. Las exportaciones de vinos australianos aumentan significativamente y tiene como destino más de 85 países.

Unos de los principales viñedos es Cullen Wines que se fundó en 1976 por Diane y Kevin Cullen; Cullen Wines ofrece una variedad de vinos blancos y tintos los cuales han tenido una excelente aceptación en el mercado Internacional. (Cullen Wines, 2014)

#### **3.4.2.-Viñedos en Taiwán**

En el distrito de Changhua es la región vinícola de Taiwán, donde se encuentra ubicado el viñedo Changhua con una producción promedio de 25 toneladas de uva anual. Este viñedo por estar ubicados en la zona de viticultura tropical obtiene dos cosechas de uva al año: la primera cosecha se da entre los meses de mayo a agosto; y la segunda cosecha en los meses de noviembre a febrero.

#### **3.4.3.-Viñedos en India**

Las regiones de Pune, Nasik y Ahmer Nagar son las mayores productoras de vino en India, estas zonas se caracterizan por la producción de vinos blancos y

tintos, adicional el consumo de vino en India ha aumentado en los últimos años, de igual manera las principales empresas como Indage Vintners Ltd, Samant Soma Wines Ltd, y Grover Vineyards Ltd ya están exportando sus vinos principalmente a Francia y Estados Unidos.

Se ha tomado como ejemplo a los viñedos mencionados anteriormente debido a que cuentan con climas y condiciones geográficas similares al Ecuador al pertenecer a la zona de viticultura tropical, donde durante años se mantuvo la creencia que las condiciones geográficas de estos territorios no son propicias para el cultivo de uva de calidad que sirva para el proceso de vinificación.

Principalmente Australia ha innovado y puesto a su favor las condiciones geográficas características del país y la innovación en relación a la mezcla de cepas les permite diversificar sus vinos en el mercado internacional los cuales han ganado gran presencia en el mercado meta de Australia. Se puede observar que Ecuador puede formar parte de los países viticultores emergentes y diversificar las exportaciones de tal manera se genera beneficios para la balanza de pagos del país y gane presencia internacional en una industria que claramente avanza con el pasar de los años y que en países como Colombia se va desarrollando el consumo del mismo. Ecuador podrá reducir las importaciones de uva al fomentar la inversión en este sector el cual con los esfuerzos y cuidados necesarios en el cultivo de la vid será posible la elaboración de un vino de calidad.

## **CAPITULO IV**

### **DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO**

#### **4.1.- Estructura organizacional**

A continuación se describirá el tipo de empresa por la que se registrará Cassa Nova, así como el proceso y requisitos a seguir para la constitución de la empresa, dichos procesos serán seguidos a cabalidad a fin de cumplir con los lineamientos y requerimientos establecidos por las Leyes ecuatorianas. También se describirán las funciones y responsabilidades del personal del viñedo así como la misión, visión y valores que reflejarán la identidad de Cassa Nova y la dirección que la empresa debe seguir para cumplir el principal objetivo de elaborar un vino ecuatoriano que deje una tradición de buen gusto.

##### **4.1.1.-Tipo de empresa**

Sociedad de Responsabilidad Anónima

Bajo el artículo 143 de la Ley de Compañías del Ecuador la cual indica “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones...” Cassa Nova S.A. se constituirá como sociedad anónima con participación de sus accionistas, la misma estará sujeta a todas las reglas correspondientes a las compañías mercantiles anónimas.

En el gráfico 8 se describirá el proceso a seguir para la constitución de Cassa Nova S.A.

**Gráfico 8: Pasos para la constitución de Cassa Nova s.a.**



**Fuente:** (Superintendencia de Compañías y Valores , 2014)

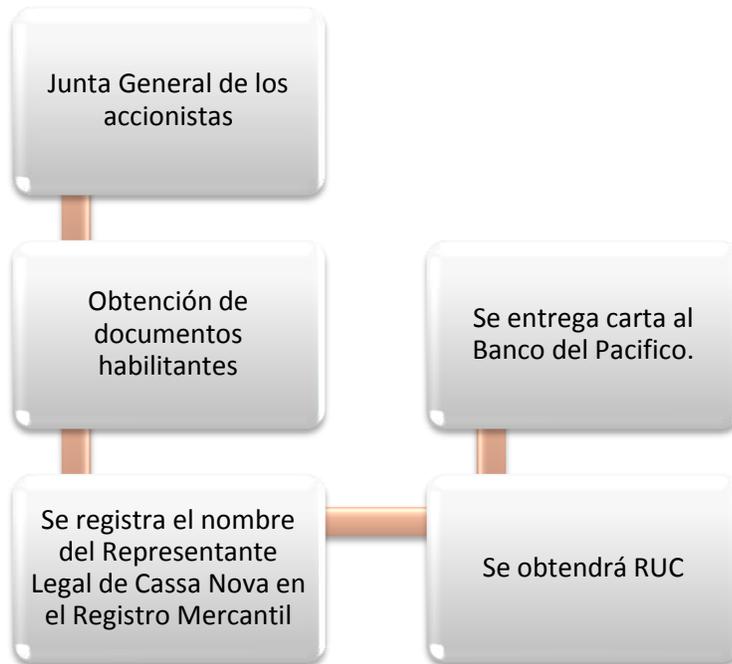
**Elaborado:** Por los autores

El primer paso para la creación de Cassa Nova es acudir a la Superintendencia de compañías para constatar que el nombre Cassa Nova no exista como nombre de empresa constituida en el Ecuador y así mismo reservar el nombre. Adicional se debe elaborar el estatuto que es el contrato social por el cual Cassa Nova se registrará el cual debe estar firmado por un abogado. Los accionistas de la empresa deberán abrir una cuenta de integración de capital en un Banco del país, en este caso la cuenta se abrirá en el Banco del Pacifico y se necesitará un capital mínimo de USD 800 dólares.

Una vez realizado los pasos mencionados en el párrafo anterior se acude a un notario público para elevar la escritura pública y poder acudir a la Superintendencia de compañías, para que sea revisada, el tiempo de aprobación de la mismas dura en promedio 4 días hábiles, además la obtención

de patentes municipales de la Provincia de Santa Elena y solicitud del certificado de cumplimiento de obligaciones, será requisito fundamental para que la empresa como tal pueda empezar operaciones.

**Gráfico 9: Pasos para la constitución de Cassa Nova s.a.**



**Fuente:** (Superintendencia de Compañías y Valores , 2014)

**Elaborado:** Por los autores

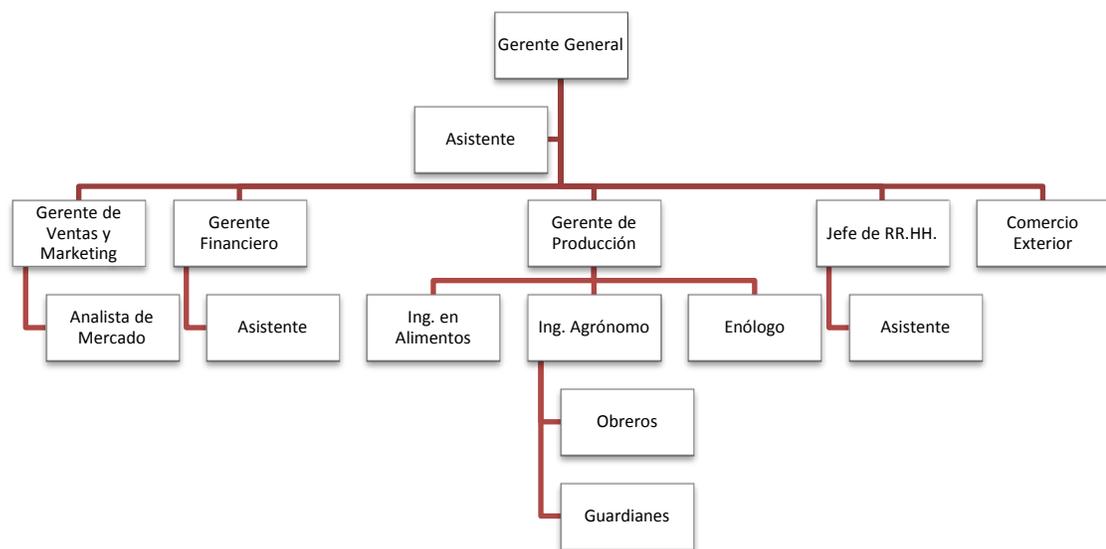
En la primera reunión de accionistas, se definirá al representante legal, así como gerente general, adicional una vez obtenidos los documentos con la aprobación de las instituciones implicadas se procederá a solicitar el RUC de la empresa con el fin de entregar toda la información al Banco y poder disponer del valor depositado.

- Razón social: Vitivinícola Cassa Nova S.A.
- Objeto Social: Se dedicará al cultivo de la vid para su posterior elaboración y comercialización de vino.

- Actividad Económica Principal: Actividades agrícolas en todas sus fases.
- Capital: Tipo de inversión Nacional.

#### 4.1.2.-Organigrama

**Gráfico 10: Organigrama del viñedo Cassa Nova s.a.**



**Fuente y Elaboración:** Por los autores

#### 4.1.3.-Distribución de funciones y responsabilidades

Es importante mencionar que cada función y responsabilidad ha sido asignada con el fin de satisfacer las necesidades del viñedo para que mismo pueda cumplir con sus actividades al ofrecer al mercado un vino ecuatoriano de calidad.

**Gerente General:** Será el representante legal de Cassa Nova, el cual tendrá a su cargo la administración del negocio y deberá generar reportes acerca del desempeño de la empresa al directorio; así como velar por los procesos y

requisitos se cumplan tanto legales como operacionales, el Gerente General no puede ser miembro titular del directorio.

**Asistente:** Apoyara todos los procesos administrativos y secretariales que permitan ayudar en el desempeño de las funciones gerenciales. Llevará control de la agenda de gerencia, dará apoyo logístico en eventos institucionales como reuniones con proveedores o futuros clientes, así mismo será la intermediaria entre los procesos realizados en otras jefaturas con gerencia y tramitará y realizará pagos.

**Gerente de Ventas y Marketing:** Se encargará controlar, dirigir y organizar a los miembros del departamento de ventas, emitir proyecciones de ventas con el fin de poder analizar el crecimiento del producto. El gerente tendrá la potestad de ofrecer promociones y descuentos a los clientes, así mismo establecerá estrategias de marketing y promoción para el vino con el fin de ganar aceptación en el mercado colombiano.

**Analista de Mercadeo:** Analizará las tendencias del mercado colombiano con el fin de ofrecer un vino que se adapte a las necesidades y requerimientos de los clientes. Deberá presentar un análisis de las opiniones del consumidor final hacia el vino El Cardenal y finalmente debe estar pendiente de que el importador este satisfecho con el producto ofrecido.

**Gerente Financiero:** Elabora los presupuestos anuales, contrala ingresos egresos de la empresa, adiciona toma decisiones en relación a las inversiones del viñedo, así mismo elabora los balances generales, es importante que mantenga una buena relación con las entidades bancarias,

Se encarga de contabilizar los comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos de la compañía Cassa Nova S.A., lleva el control de los

movimientos bancarios que se realicen y revisa cada movimiento contable de los balances. Verifica que las facturas y retenciones cuenten con la información correctamente, principalmente que sean generadas con la razón social de la empresa y no con el nombre comercial, se encarga de determinar la nómina mensual.

**Asistente:** Da soporte en todo el proceso de revisión que efectúa el contador con el fin de garantizar una óptima revisión de los procesos y movimientos contables que se realizan en la empresa.

**Gerente de Producción:** Supervisa todas las etapas de elaboración del vino, gestiona informes de capacidad productiva, así como el total de uva producida y el total de hectolitros de vino elaborado, de esa manera analizará que tan productivo es el viñedo.

**Ingeniero en Alimentos:** Debido las nuevas normas aplicadas se deberá contar con ingeniero en alimentos el cual verifique que el producto cuente con todos los requisitos de calidad para ser consumido.

**Ingeniero Agrónomo:** Conoce de la labores a realizar en el suelo y como debe ser preparado para empezar con el cultivo de la vid, adicional se encargará de implementar indicadores de calidad los cuales permitan conocer si existe algún tipo de plaga afectando el cultivo.

**Enólogo:** Supervisará y participará en la elaboración del vino, así mismo puede participar en el proceso de cultivo de la vid, adicional deberá asegurarse en la calidad del vino y será responsable de las diferentes combinaciones de cepas para la elaboración de un vino, él se encarga de probar el vino y realizar los ajustes necesarios para asegurar un buen sabor y textura del mismo.

**Jefe de RRHH:** Se encarga de verificar que se cumplan las disposiciones legales de la relación laboral del personal, se encargará de la nómina de los empleados y se deberá efectuar constantes capacitaciones par los empleados; debe de estar pendiente de la salud ocupacional y eventos de integración para los empleados y será el jefe de RR.HH. quien efectuará el proceso de reclutamiento interno y externo.

**Asistente:** Da soporte al jefe de recursos humanos en todos los procesos de capacitación, reclutamiento, y elaboración de nóminas.

**Comercio Exterior:** Gestionará los trámites de importación de insumos como los corchos, botellas, plantas de cabernet Sauvignon y maquinarias que sean necesarias, finalmente se encargará de solicitar los pagos al área financiera para poder cancelar los valores generados por las importaciones. Una vez que la carga ingresa a territorio ecuatoriano se deben gestionar los procesos de nacionalización de la mercadería. Debe solicitar que en el detalle de los BL's indique que la carga viene bajo Régimen 53, de tal manera que se genere la devolución de los valores pagados por conceptos de impuestos.

Gestionará los procesos de exportación, es decir el contacto con la Línea Naviera con la cual se embarcara la carga, adicional negociara las tarifas más adecuadas para exportar y elaborara los documentos necesarios para cumplir todos los requisitos establecidos para el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Contratará los servicios de la empresa transportista y la verificadora la cual debe estar presente al momento de cargar la mercancía en el contenedor.

**Obremos:** Son ellos los encargados de realizar el cultivo de la vid y de los diferentes cuidados que la misma necesita, adicional ellos realizarán el proceso de vendimia.

## 4.2.-Plan estratégico

### 4.2.1.-Logo de Cassa Nova

Ilustración 7: Logo del viñedo



Elaborado: Por los autores

Cada color escogido para la elaboración del logo del viñedo cuenta con un significado especial que irradie la misión de la empresa, por ejemplo el color rojo oscuro evoca energía, fuerza y capacidad de liderazgo, lo cual se desea proyectar al ser un viñedo ecuatoriano con presencia internacional; el color negro representa elegancia lo cual indica el estilo y la distinción de los demás viñedos finalmente el color blanco manifiesta seguridad y perfección,

proyectando la estabilidad que Cassa Nova tendrá en cada paso del proceso productivo, para brindar seguridad y confianza a cada actor de la cadena de valor exponiendo la perfección de un vino inigualable en cuerpo, textura y sabor.

#### **4.2.2.-Misión**

Implementar viñedos en Ecuador para la elaboración y comercialización de vinos de excelencia con cualidades notables en cuerpo y sabor, mediante el desarrollo de procesos, investigación e innovación dejando un legado de tradición y buen gusto a los clientes, garantizando el óptimo manejo de los recursos, la conservación del medio ambiente y el crecimiento continuo del viñedo generando presencia internacional.

#### **4.2.3.-Visión**

Ser el viñedo líder en Ecuador en elaboración y comercialización internacional de vinos en los próximos 10 años, dejando un legado de aprendizaje y tradición en el Ecuador como exportadores de vino, mediante la investigación y fusión de nuevas cepas para diversificar la variedad de vinos al mercado internacional.

#### **4.2.4.-Valores**

**Compromiso:** Con los clientes, los trabajadores, proveedores y accionistas al mantener la calidad en el cultivo de la vid y elaboración de cada vino.

**Humildad:** Reconocer la necesidad de escuchar a los demás lo cual permita al viñedo Cassa Nova mejorar cada día en su desempeño.

**Respeto:** Se valora el trato respetuoso entre cada miembro del viñedo y se fomenta la comunicación abierta y clara.

**Responsabilidad:** Reconocer y trabajar de manera responsable y oportuna al cumplir con las tareas encomendadas en los tiempos establecidos.

### **4.3.-Localización**

La localización es el lugar físico donde se realiza la actividad productiva, en este caso el cultivo de la vid y elaboración del vino, la decisión de localización del viñedo es crucial en términos de rentabilidad y desempeño de la empresa a largo plazo, por este motivo se analizará las cualidades del suelo tanto en la costa y sierra ecuatoriana así como vías de acceso, clima entre otras para determinar la mejor localización del viñedo.

#### **4.3.1.-Análisis Costa ecuatoriana**

**Clima:** Las estaciones climáticas en invierno son de diciembre a mayor y en verano de junio a diciembre la ausencia de lluvia constante y un frío excesivo permite que la planta crezca sin cero vegetativo es decir que no cuenta con un periodo de reposo lo que permite tener las dos cosechas al año. Adicionalmente la cepa utilizada para el vino de este proyecto el Cabernet Sauvignon se adapta con mayor facilidad a los climas cálidos.

- ✓ Temperatura promedio: 24,6 ° C
- ✓ Humedad relativa promedio: 83 %
- ✓ Área Agroecológica: Bosque seco pre montano tropical. (INIAP Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, 2014)

**Mano de obra:** Los agricultores de la zona no cuentan con los conocimientos necesarios para el cultivo de la vid, debido a que no es una actividad desarrollada con frecuencia.

**Vías de acceso:** En relación a vías de acceso la costa ecuatoriana cuenta con mayor cercanía del puerto de Guayaquil, tomando en consideración que una vez que se realice el proceso de exportación se ahorra tiempo y costos por la cercanía que existe, adicional que cuenta con amplias carreteras.

**Servicios básicos:** Un gran número de las comunidades viven en déficit de servicios básicos.

**Leyes:** Se debe tramitar licencias ambientales para proceder con la ejecución del proyecto, así como permisos de funcionamiento, patentes municipales, documentos para exportación, certificado fitosanitario y certificado INEN.

**Suelos:**

- ✓ Textura: Franco a Franco arenosa
- ✓ Ph: 5.5 a 6.5
- ✓ Altitud: 17 msnm

**4.3.2.-Análisis Sierra ecuatoriana**

**Clima:** Se caracteriza por la alta presencia de humedad y lluvia constante.

- Temperatura promedio: 17°C
- Área agroecológica: Bosque semi húmedo montano bajo templado

**Mano de obra:** Los agricultores de la zona no cuentan con los conocimientos necesarios para el cultivo de la vid, debido a que no es una actividad desarrollada con frecuencia.

**Vías de acceso:** Se toma en consideración la distancia del puerto de la sierra ecuatoriana hasta el puerto de Guayaquil, lo que implicara mayores costos y tiempo al momento del transporte del vino para ser exportado, adicional es importante mencionar que la sierra cuenta con índice más alto de deslaves debido al territorio montañoso lo que causa retrasos en la movilización hasta que se habiliten las vías.

**Servicios básicos:** Un gran número de las comunidades viven en déficit de servicios básicos.

**Leyes:** Se debe tramitar licencias ambientales para proceder con la ejecución del proyecto, así como permisos de funcionamiento, patentes municipales, documentos para exportación, certificado fitosanitario y certificado INEN.

**Suelos:** Cuentan con mayor presencia de humedad.

#### **4.3.3.-Resultados**

El viñedo Cassa Nova S.A. estará ubicado en la Provincia de Santa Elena debido a que cuenta con mayores beneficios en relación a la productividad de la tierra, clima y vías de acceso que permitirán cumplir con las actividades en los tiempos estipulados, así como maximizar recursos, además se toma en consideración las características de la cepa cabernet Sauvignon para que esta tenga un óptimo crecimiento, es importante recordar que la calidad de un vino depende de la calidad de la uva.

**Tabla 7: Aplicación del método cualitativo por puntos para determinar la localización del viñedo**

		COSTA SANTA ELENA		SIERRA QUITO	
Factor	Peso	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Clima	25%	9	2,25	6	1,5
Mano de obra	15%	7	1,05	7	1,05
Vías de acceso	17%	8	1,36	6	1,02
Servicios básicos	22%	6	1,32	6	1,32
Leyes	10%	8	0,8	8	0,8
Suelos	11%	9	0,99	8	0,88
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>7,77</b>	<b>41</b>	<b>6,57</b>

**Fuente y Elaborado:** Por los autores

De acuerdo a los factores analizados, en relación al clima la cepa cabernet Sauvignon se adapta con mayor facilidad a climas cálidos lo que permite su mayor productividad, a diferencia de un clima frío en donde su proceso de maduración es más lento. La mano de obra en ambas zonas mantiene las mismas características en ambas hay presencia de agricultores con escasos conocimientos de cultivo de la vid.

Según el factor de vías de acceso la costa ecuatoriana se encuentra cerca del puerto de Guayaquil para el transporte del vino al momento de exportar el mismo, de igual manera la cercanía con la agencia naviera para los trámites a realizarse lo que implica menores costos y tiempos para completar el proceso de exportación a diferencia de localizar el viñedo en la sierra debido a que la distancia implicará mayores costo y tiempo.

Las leyes y reglamentos serán aplicados de igual manera para ambas regiones, donde se debe cumplir con la obtención de patentes Municipales dependiendo

de la provincia donde se ubique el viñedo, así como la obtención de la licencia ambientales y de los permisos de funcionamiento.

Finalmente con relación al tipo de suelo la cepa cabernet Sauvignon no cuenta con requerimientos específicos pero tiende a ser presentar mayor sensibilidad a suelos que carezcan de magnesio, de igual manera el exceso de agua no ayuda la maduración de la planta por tal motivo es importante recordar que en la sierra ecuatoriana existe una mayor presencia de lluvias a diferencia de la costa ecuatoriana.

#### **4.4.-Descripción del negocio**

El viñedo Cassa Nova contará con 50 hectáreas disponibles para el cultivo de la cepa Cabernet Sauvignon, la cual se adapta con mayor facilidad al clima tropical y es una de las viníferas tintas más conocida alrededor del mundo, con esa cepa se podrá producir un vino con un aroma característico a frambuesas y los vinos elaborados con esta cepa son de crianza. Una vez sea elaborado el vino este será comercializado en la ciudad de Bogotá Colombia dirigida a los importadores de licores y por medio de ellos llegar al consumidor final.

##### **4.4.1.- Proceso Productivo**

###### **4.4.1.1.- Sector Primario - Viticultura**

Las cepas para el cultivo de la vid en el viñedo Cassa Nova serán importadas desde un vivero ubicado en España Viveros Barber, donde el precio de venta por planta de vid Cabernet Sauvignon es de € 1,35 equivalente a USD 1, 81 a continuación se determinará el número de plantas necesarias por hectárea para cubrir las 50 hectáreas dedicadas a la cepa en mención.

**Tabla 8: Número de plantas de viña necesarias=  $s/(c*d)$**

S=	1 Hectárea	10000	Metros cuadrados
C=	El ancho de calle	2,80	Metros
D=	Distancia de cepa a cepa	1,20	Metros
<b>TOTAL DE PLANTAS POR HECTAREA</b>		<b>2976</b>	<b>Plantas</b>

**Elaborado:** Por los autores

Se necesitaran cultivar 148800 plantas de Cabernet Sauvignon para cubrir las 50 hectáreas destinadas para el cultivo, es importante mencionar que se obtiene un máximo de 4 kg por planta.

El viñedo Cassa Nova se establecerá bajo las siguientes condiciones: las plantas que serán importadas del vivero, vendrán podadas a dos yemas, por lo cual las plantas están listas para ser plantadas sin necesidad de operaciones previas, la profundidad del agujero necesaria para la plantación es de 40 centímetros y el diámetro debe ser lo suficiente para que permita llegar a la profundidad deseada, la distancia que tendrá cada plantación será de 1.20 metros y se dejara un ancho de calle de 2.80 metros.

El sistema de apoyo, debido a las características tropicales del territorio se utilizará espalderas de 4 alambres en cordón bilateral para garantizar la actividad fotosintética de las plantas de manera que se aproveche la duración de luz solar y permitirán mecanización en el cultivo; se plantará 2976 plantas por hectárea y se implementará el sistema de riego por goteo.

La sincronización de los ciclos de crecimiento de la vid van a ser determinadas por la poda, a partir de realizar dicho proceso empiezan otros procesos como la brotación, floración, envero y maduración de la vid. La primera poda de la vid es la más importante debido a que se definirá y se adaptará la parra al sistema de

conducción elegido, es decir para las espalderas en cordón bilateral. Para el primer año solo se formará un tronco el cual se engrosará verticalmente, en el segundo año el tronco formado deberá alcanzar el primer alambre y se seleccionarán dos brotes opuestos y robustos que serán los brazos o también denominados cordones, los que se alinearán con las hileras para formar la espaldera en forma de “T”.

Finalmente para que la planta crezca debe ser guiada por amarres, y se dejará brotes con dos yemas para que inicie el proceso de producción de uva, cabe recalcar que dicho crecimiento tiene un periodo de 3 años más.

Es importante mencionar que mientras sea mayor la producción de uva, menor es la calidad de uva a obtener, finalmente para producir una botella de vino de 75 cl se necesitará más de 1 kilo de uva.

Al realizar todo el proceso de cultivo de la vid, con sus respectivos cuidados se busca obtener uvas cabernet Sauvignon que permitan la elaboración de un vino de calidad caracterizado por su aroma a grosella de un color enebro y con la presencia de taninos, los mismo le permitirán tener defensas ante el herbivorismo, reduciendo significativamente la presencia de animales que puedan perjudicar al crecimiento de la vid.

Una de las razones para que Cassa Nova realice sus vinos con cabernet Sauvignon es su resistencia a enfermedades, por lo que se debe recordar que al estar ubicados en la zona de viticultura tropical la planta nunca descansa y esa habilidad de la planta a ser resistente a diversos factores permite asegurar que con los correctos cuidados y mantenimiento la vida del viñedo será extensa. Cassa Nova tendrá especial cuidado en el *Powdery mildew* que es un hongo que afecta significativamente a esta cepa por ese motivo de evitará el exceso de agua.

Un indicador natural en relación a poder identificar si existe una plaga que pueda afectar a la plantación es en cada inicio de las espalderas cultivar rosas, estas por sus características fisiológicas son más sensibles ante cualquier tipo de plaga, por eso motivo si las flores empiezan a ser afectadas por plagas de inmediato se tomaran medidas de control en el viñedo.

El viñedo Cassa Nova empezara con el cultivo de 50 hectáreas de vid los primeros 10 años, entre una de las metas a largo plazo es diversificar las cepas cultivadas aquí para empezar la elaboración de vinos con la mezcla de diferentes cepas, en la actualidad se busca la especialización de ofrecer al mercado un Cabernet Sauvignon de calidad, el cual pueda competir con cualquier marca establecida.

#### 4.4.1.2.- Industrialización del vino

##### 4.4.1.2.1.- Vendimia

**Gráfico 11: Proceso de vendimia**



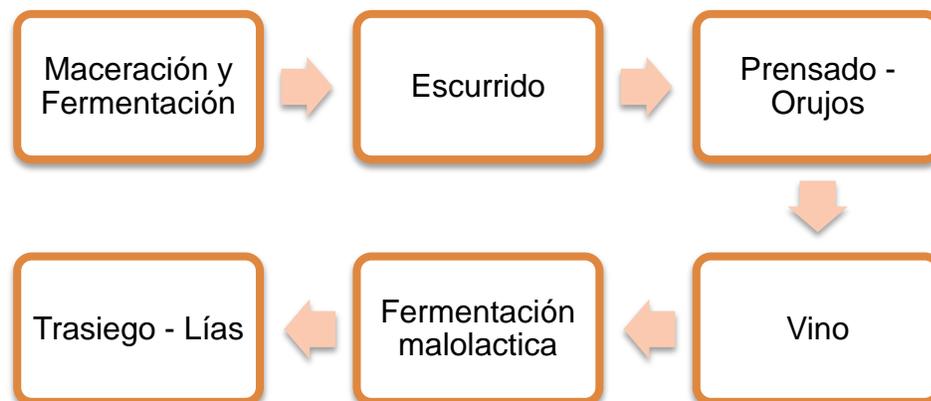
**Elaborado:** Por los autores

La vendimia se refiere a la recolección de las uvas, una vez estas sean recogidas pasarán para controles en relación a la toma de datos antes de que la vendimia sea descargada y se obtendrá información del volumen y la calidad de uva que será procesada para la elaboración del vino. Las operaciones de recepción y tratamientos de la vendimia consisten en un despalillado de la vendimia tinta con el fin de eliminar raspones, es decir el elemento del racimo de la uva que sirve de soporte de las bayas; para los vino tintos es fundamental eliminar los raspones debido a que si estos se dejan tienden a endurecer el vino.

El viñedo de Cassa Nova S.A. será un viñedo joven es recomendable no realizar el proceso de despalillado debido a que la estructura tánica es relativamente baja y puede ser un proceso interesante aprovechar los taninos de los raspones sin embargo puede darse la situación de obtener sabores vegetales y herbáceos poco agradables por lo cual es proceso de desgranado será realizado para garantizar la calidad y sabor del vino.

#### 4.4.1.2.2.- Maceración y Fermentación

**Gráfico 12: Proceso de maceración y fermentación**



**Elaborado:** Por los autores

Una vez despalillada la vendimia esta debe ser transportada hacia los depósitos de fermentación, esta operación se la conoce como encubado, estos pueden ser llenados por el efecto de la gravedad situando las maquinas encima de las bocas de los depósitos o también se puede realizar por medio de una bomba de vendimia, es importante siempre elegir el sistemas que conserve las la integridad de la vendimia. En esta fase también se agregará el anhídrido sulfuroso esto debe ser realizado lo antes posible y con la dosis exacta. Se debe recordar que los depósitos no deben ser llenados nunca al tope debido a que se debe dejar un espacio para absorber la dilatación que produce la vendimia, de esta manera se evita un derrame de vendimia.

El aumento de la vendimia se da por un incremento de la temperatura producida por la fermentación alcohólica y también el anhídrido carbónico genera gas, un estimado de 50 litros de gas por cada litro de mosto.

Se ha decidido usar maceradores rotativos, estos son de acero inoxidable y con capacidad de 50 a 1000 hectolitros y cuenta con una rejilla en el interior para la separación de mostos y vinos. Para la separación de vendimias tintas se puede acortar el tiempo de encubado y así optimizar tiempo y recursos. Se deberá proceder de la siguiente forma:

- La vendimia estrujada
- Despalillada
- Sulfatada

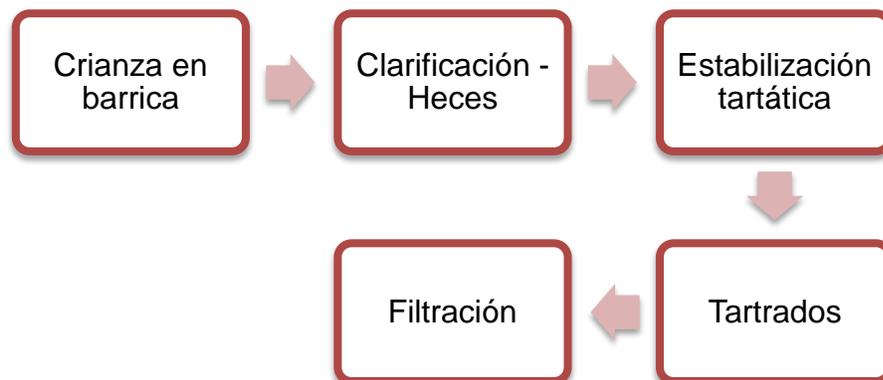
La vendimia entra por la boca del encubado llenándose el macerador en un 85 por 100 y conteniendo previamente un 10 por 100 de mosto en pleno proceso de fermentación. Este proceso puede durar cuatro días, luego se procede con el descubo y prensado y ya con ausencia de hollejos se continúa con el proceso de fermentación. El proceso de maceración puede durar de 3 a 4 días.

Una vez encubada la vendimia tinta en los depósitos de fermentación se produce la multiplicación de los microorganismos, especialmente las levaduras y en menor cantidad las bacterias lácticas por el efecto del anhídrido sulfuroso añadido al vino. En este paso comienza a ser sensible la actividad fermentativa y se manifiesta un desprendimiento de burbujas de anhídrido carbónico y da inicio a la formación del denominado sombrero con hollejos puestos en flotación debido al gas.

Se procederá en la operación de remontado la cual consiste en extraer el mosto – vino en fermentación para lo cual se utilizara una válvula la misma dará impulso hacia la parte superior e inferior. Los principales objetivos de realizar la operación de remontado es la homogenización de la vendimia encubada y que los aditivos del mosto se mezclen bien para mantener el sombrero húmedo y evitar el desarrollo de bacterias y mohos. Al realizar este proceso se acentuaran sustancias de los hollejos como el aroma, el color y los taninos.

#### 4.4.1.2.3.- Crianza en Barricas

**Gráfico 13: Proceso de crianza en barricas**



**Elaborado:** Por los autores

La crianza de los vinos se refiere al envejecimiento del vino, para la elaboración de El Cardenal se procederá a aplicar la crianza mixta la cual se refiere que el vino será sometido a crianza en barricas de 225 litros de capacidad y luego de un periodo mínimo de 6 a 24 meses en barrica pasara a crianza en botella donde el vino alcanzará su máxima plenitud. Para la crianza en madera el vino recibe una suave y lenta oxidación dependiendo del tiempo y del tipo de madera la cual será de roble.

El viñedo Cassa Nova ofrecerá 3 tipos de vinos clasificados de acuerdo a su envejecimiento:

Crianza: Tendrá un periodo mínimos de 2 años, de los cuales de 6 a 12 meses envejecerá en barrica de roble.

Reserva: La crianza en barricas será de 36 meses y como mínimo 12 meses en barrica.

Gran reserva: Estos vinos tintos se caracterizan por una crianza de 24 meses en barrica de roble seguida de un envejecimiento en botella de 36 meses.

#### 4.4.1.2.4.- Embotellado y Almacenaje

**Gráfico 14: Proceso de embotellado y almacenaje**



**Elaborado:** Por los autores

Una vez cumplidos los procesos de vendimia y fermentación procederemos con el embotellado de los vinos y luego pasaran a una de las bodegas para pasar el tiempo de crianza en botella y se finalizara con el etiquetado de la botella y la mismas se guardada en cajas para su distribución el mercado colombiano.

#### 4.4.1.3.- Cadena de Valor - Distribución

**Tabla 9: Cadena de Valor**



Elaborado: Por los autores

Al analizar las actividades del viñedo se observa la participación en tres sectores fundamentales para el desarrollo de la matriz productiva del país, se empieza en el sector primario sembrando la vid con el fin de dar comienzo a la

producción de un producto no tradicional; se continúa con la transformación de la materia prima a un producto terminado el cual es el vino, lo que permite dar valor agregado de industrialización y de los controles de calidad, relacionados con las metas del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, El Cardenal se comercializará en el mercado internacional lo que fomenta las exportaciones del país y contribuirá con la balanza de pagos del Ecuador debido a que se añade un nuevo producto elaborado en el Ecuador que participará en una de las industrias más desarrolladas del mundo la cual se ha mantenido durante décadas con un crecimiento sostenido.

En relación al proceso de distribución, se ha definido como cliente final los importadores de licores de la ciudad de Bogotá, es decir una vez que el vino cumpla con su tiempo de añejamiento en botella será empacado en cajas las cuales serán transportadas desde el viñedo hasta el Puerto de Guayaquil para ser transportadas vía marítima hasta el Puerto de Buenaventura con un tiempo aproximado de tránsito de 18 días, una vez que la carga llegue a Buenaventura el importador será el encargado de nacionalizar la carga en Colombia, llevarla a Bogotá y distribuir el vino a sus principales clientes como restaurantes, supermercados, licorerías; lugares donde el consumidor final acudirá frecuentemente para adquirir un vino que cumpla con sus necesidades.

De acuerdo al proceso de distribución será realizado según la ilustración 8, donde se muestra que una vez se realice el cultivo de la vid, la vendimia será transportada hacia las bodegas para el proceso de vinificación y posterior embotellado, al contar con las botellas de vino, estas serán transportadas desde el viñedo en Santa Elena hacia el puerto de Guayaquil, donde se embarcará la carga en la nave asignada por la naviera para que la misma sea llevada hasta el puerto de Buenaventura, donde el importador se encargará de la distribución

de la carga hasta llegar a los diferentes puntos de distribución como lo son restaurantes, supermercados y licorerías.

Es indispensable mencionar que se ha decidido llegar al importador como cliente meta debido a que es el quien cuenta con los diferentes canales de distribución en el mercado de Bogotá, por lo que las estrategias en relación a promoción serán orientadas al importador para que el conozca la cualidades del vino como tal.

**Ilustración 8: Distribución de El Cardenal**

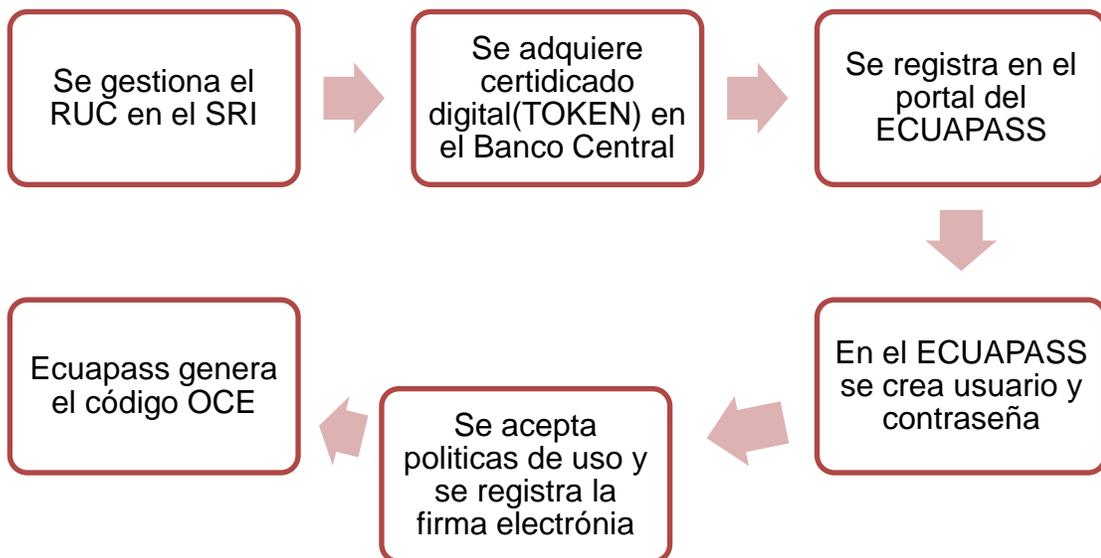


Elaborado por: Los autores

#### 4.4.1.4.- Exportación

##### 4.4.1.4.1.- Obtener Registro de Exportador

**Gráfico 15: Proceso para obtener registro de exportador**



**Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

**Elaborado:** Por los autores

Una vez Cassa Nova ya cuenta con RUC el cual es emitido por el Servicio de Rentas Internas, se acude al Banco central para solicitar el certificado digital, el cual es la firma electrónica o mejor conocido como *token*. La firma electrónica debe ser renovada cada dos años.

Luego Cassa Nova debe ingresar al portal aduanero Ecuapass, en donde se registrará el usuario, firma electrónica y clave, de la misma manera se aceptan las políticas de uso del sistema. Automáticamente el Ecuapass emitirá el código

OCE el cual se refiera a código del Operador de Comercio Exterior. Con el código OCE se podrá empezar a realizar los diferentes trámites en el Ecuapass.

Es primordial mencionar los requisitos y trámites para exportar, Cassa Nova deberá tramitar el certificado de origen, el cual es solicitado por medio del sistema aduanero Ecuapass al ingresar al menú de ventanilla única, en la opción Elaboración de DJO, en el mismo se deberá generar la Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, el DJO deberá ser renovada cada 2 años. Cassa Nova exportará el vino El Cardenal a Colombia, país miembro de la CAN, se solicitará el certificado de origen a la Cámara de Industrias de Guayaquil. (Ver anexo E)

Para la elaboración de la DJO se deberá contar con la siguiente información:

- Identificación de la empresa
- Realizar un formulario por cada producto
- Utilización de instrumentos de competitividad aduanera.
- Indicar los materiales utilizados indicando cuales son de procedencia extranjera y nacional.
- Costos y valor del producto.
- Proceso productivo del producto.
- Valor agregado.
- Selección de esquema o acuerdo de origen.
- Representante legal. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

En relación a la solicitud de registro sanitario la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, es responsable de otorgar o negar el registro sanitario, se acudirá a esta institución, para luego registrar en el Ecuapass el registro sanitario del producto a exportar. Adicional Cassa Nova se

deberá registrar como operador de exportación en agro calidad y obtención del certificado fitosanitario.

Los documentos mencionados son requisitos indispensables en el proceso de exportación debido a que certifica que se cumple con las normas de calidad, debido a que Ecuador no cuenta con una certificadora de calidad de vino, se contratará los servicios de una certificadora internacional, la cual otorgue un documento adicional que garantice la calidad de El Cardenal.

#### 4.4.1.4.2.-Proceso de exportación del vino El Cardenal

**Gráfico 16: Proceso de exportación**



**Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

**Elaborado:** Por los autores

Una vez que Cassa Nova S.A. se ha registrado como exportador de acuerdo al proceso descrito anteriormente, con el fin de exportar el vino El Cardenal a Colombia se procederá con los siguientes pasos. En primer lugar se realizará

las diferentes cotizaciones con líneas navieras que ofrezcan el servicio Guayaquil – Buenaventura.

Se ha analizado los servicios que ofrecen varias navieras y en relación a días de tránsito y tarifas se procederá a embarcar con Hapag Lloyd con un tiempo de tránsito aproximado de 2 días sujeto a cambios sin previo aviso, se establecerá una tarifa de USD 500 dólares por contenedor de 40 HC, dicho valor es asumido por el importador. Una vez se coordinado la información anterior se realizará la reserva con Hapag Lloyd indicando la fecha estimada de embarque, de haber disponibilidad la naviera entregará al exportador Cassa Nova la orden de retiro de los contenedores con un tiempo estimado de 7 días para retirar los contenedores del depósito.

De acuerdo a los Incoterms se negociará con el FOB es decir que está bajo la responsabilidad de Cassa Nova la carga hasta el momento que se entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto de origen, es decir Guayaquil. Los valores que Cassa Nova deberá asumir son:

**Tabla 10: Gastos locales (en dólares)**

BL	\$ 50,40
Manipuleo	\$ 45,00
THC Terminal Handling container	\$ 135,00
CSL Container seal	\$ 10,00
ISP Internal security port surcharge	\$ 10,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 250,40</b>

Elaborado: Por los autores

### Gráfico 17: Proceso de exportación



**Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

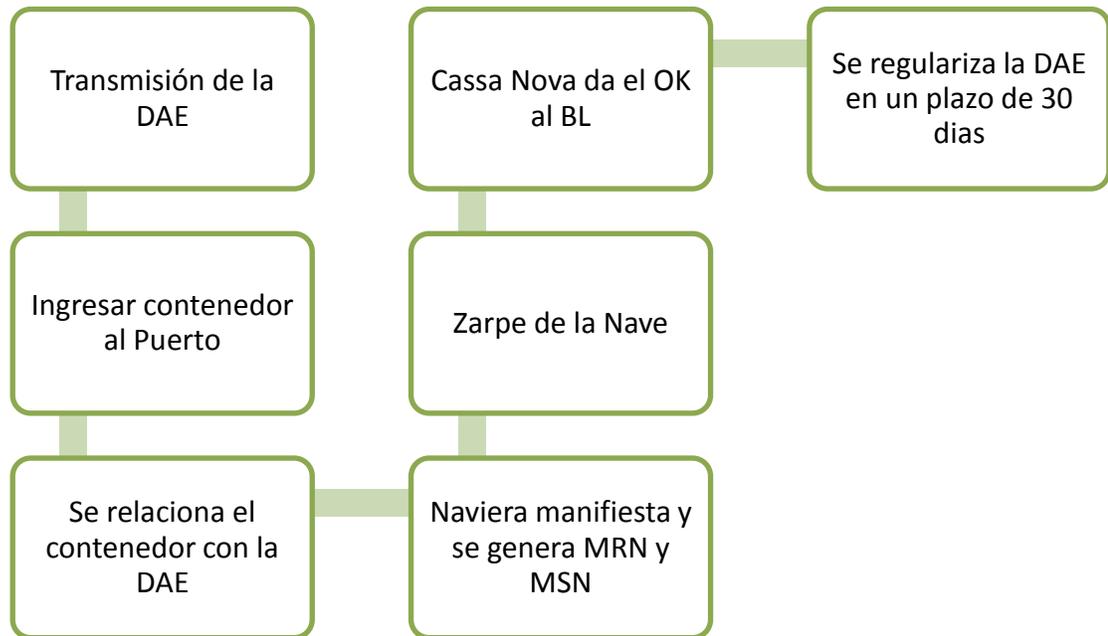
**Elaborado:** Por los autores

También se contratará los servicios de la empresa transportista que será Rinbour S.A. Los contenedores serán transportados al viñedo ubicado en Santa Elena para que los mismos sean cargados con las cajas de vino. Al momento de cargar la mercancía debe estar presente una verificadora, la cual certificará que solo se está embarcando vino y se está cumpliendo con las normas de calidad y seguridad, a su vez emitirá el *pre-shipment*, documento que debe ser entregado a la naviera, la verificadora que será contratada es Inspectserv SA.

Adicional Cassa Nova deberá registrarse en la página del terminal, para obtener usuario y contraseña, de esta manera para cada embarque se ingresará la información necesaria, la cual es el documento DISV para que los contenedores puedan ingresar al Terminal Portuario de Guayaquil INARPI, dicho documento contendrá la información general de la carga como:

- Información general del viaje
- Información sobre la carga
- Información sobre Transporte/Vehículo

**Gráfico 18: Proceso de exportación**



**Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

**Elaborado:** Por los autores

**Ilustración 9: Buque**



**Fuente:** (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012)

**Elaborado:** Por los autores

El siguiente paso a seguir es iniciar la transmisión de la DAE la cual significa declaración aduanera de exportación en el sistema aduanero Ecuapass, la misma debe ser acompañada por la factura o proforma y el BL, es importante mencionar que no en todos los casos es necesario adjuntar dichos documentos, adicional debemos tener el permiso de exportación del ministerio de agricultura y ganadería.

Para que el contenedor ingrese al puerto debo presentar la DAE, BL, y guía de remisión, esta última debe contener la siguiente información:

- Factura
- Nombre del Chofer
- Contenedor
- Naviera
- Destino
- Cliente

El principal objetivo de la guía de remisión es para el caso que la comisión de tránsito detenga al chofer para constatar información.

Una vez que el contenedor ingrese al puerto este se relaciona con la DAE y al terminar de ingresar el número de contenedores asignados a la DAE en mención, esta tendrá estado de salida autorizada y la naviera podrá manifestar la información de la carga en el Ecuapass y generar MRN y secuenciales.

Al zarpe del vapor Cassa Nova tendrá dos días para darle el OK al BL, es decir la información real en aspectos como peso, número de bultos, descripciones de la carga, y sellos. Los sellos están sujetos a cambios dado el caso de una inspección antinarcoóticos, la cual es realizada por medio de sorteo y es

notificada la inspección tanto al exportador como la naviera; adicional a partir del zarpe se cuenta con 30 días para regularizar la DAE.

Para que la DAE presente estado regularizado se debe subir los siguientes documentos en el Ecuapass:

- BL original
- Factura
- Permiso del Ministerio de Agricultura
- MRN

Al subir esta información, dicho trámite será asignado a un funcionario de la aduana, al cual se le enviará un correo electrónico para que apruebe el estado de regularizado de la DAE.

#### **4.5.- Resultados de la Encuesta al Consumidor Final**

##### **Pregunta 1**

¿Usted consume vino? (si su respuesta es no entonces finalizara la encuesta)

**Tabla 11: Resultados de la pregunta 1**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	<b>351</b>	<b>87,8%</b>
<b>NO</b>	<b>49</b>	<b>12,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,0%</b>

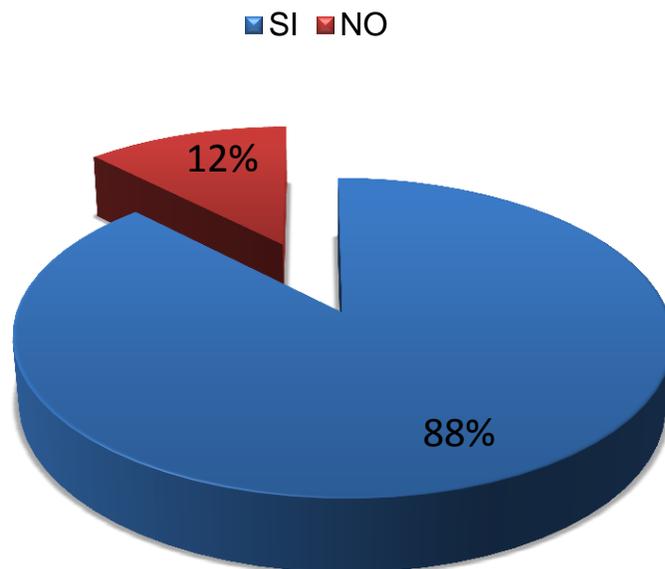
**Fuente y Elaboración:** Por los autores

De un total de 400 encuestas realizadas a personas mayores de 20 años pertenecientes a un nivel socio económico medio y alto de la ciudad de Bogotá

el 88 % de las personas encuestadas contestaron que si consumen vino, esto indica que 351 personas dieron una respuesta afirmativa de las 400 encuestadas, y el porcentaje restante indicó que no consume vino; lo que representa el 12 % de las personas encuestadas; son porcentajes favorables para el presente proyecto ya que el vino en general tiene buena acogida en la ciudad de Bogotá.

Este 88 % permite sustentar que si existe demanda por este producto en el mercado de la ciudad de Bogotá, esto pronostica un escenario positivo para la venta del vino ecuatoriano en el país vecino.

**Gráfico 19: Resultados de la pregunta 1**



**Fuente y Elaboración:** Por los autores

## Pregunta 2

¿Con que frecuencia consume usted vino?

**Tabla 12: Resultados de la pregunta 2**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Todos los días</b>	93	26%
<b>Cada 8 días</b>	58	17%
<b>1 vez al mes</b>	45	13%
<b>2 veces al mes</b>	31	9%
<b>Ocasiones Especiales</b>	124	35%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración:** Por los autores

En esta pregunta se analiza la frecuencia con la cual los consumidores de este licor consumen vino, se observa que un 35 % de las encuestas da como resultado que el vino es consumido en ocasiones especiales, sin embargo el 26% contestó que consumen vino diariamente, ya sean como acompañante de una comida o por salud y siguiendo en la escala se observa que el 17 % de los encuestados lo ingiere cada fin de semana.

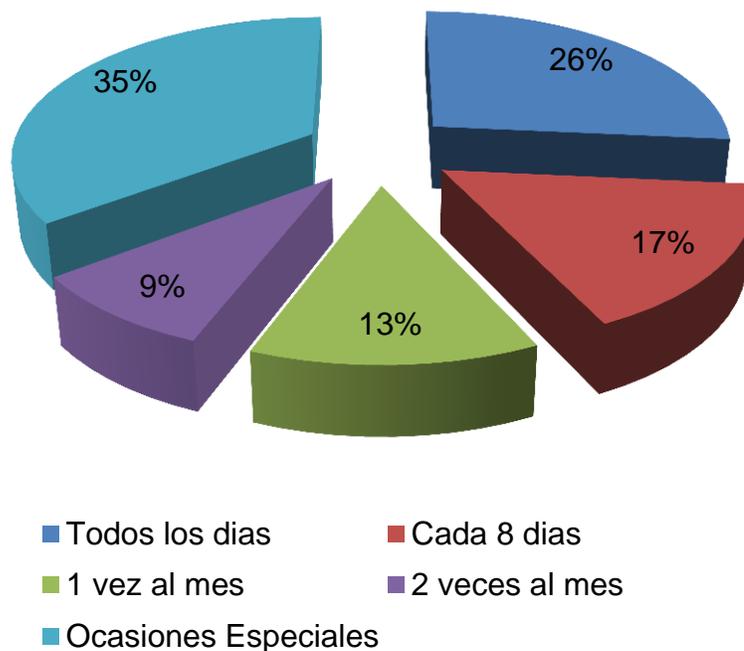
Se puede concluir como en Bogotá el consumo del vino va ganado mercado debido a que ya no solo se focaliza al consumir vino en ocasiones especiales sino también para actividades cotidianas.

Si se toman los 2 últimos valores y se los suman, se tendrá un resultado de 43 % entre los que ingieren vino a diario y los que lo hacen solamente los fines de

semana, es decir, casi el 50 % de las personas encuestadas serian clientes potenciales constantes del vino El Cardenal.

Finalmente como se observa en el grafico 20 el consumo de vino no solo se enfoca para eventos especiales como se había dado durante año, ahora el consumidor final incluye esta bebida en diferentes actividades diarias. Esta situación sustenta la decisión de introducir el vino El Cardenal en un mercado que se encuentra en crecimiento y sus habitantes están dispuestos a consumir esta bebida alcohólica.

**Gráfico 20: Resultados de la pregunta 2**



**Fuente y Elaboración:** Por los autores

### Pregunta 3

¿Qué tipo de cepa usted consume con mayor frecuencia?

**Tabla 13: Resultados de la pregunta 3**

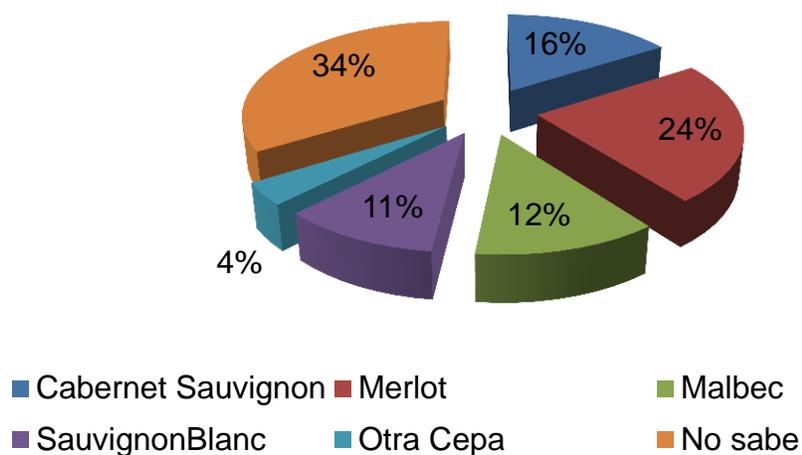
<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Cabernet Sauvignon</b>	56	16%
<b>Merlot</b>	83	24%
<b>Malbec</b>	43	12%
<b>Sauvignon Blanc</b>	37	11%
<b>Otra Cepa</b>	13	4%
<b>No sabe</b>	119	34%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Por los autores

El plan de negocio que se presenta se basa en la elaboración de un vino Cabernet Sauvignon, si bien es cierto las encuestas dan resultados precisos acerca de que tan aceptada es esta cepa en el mercado de Bogotá y claramente se ve que solo el 16 % de las personas prefieren el cabernet, y que con un porcentaje más alto se encuentra la cepa Merlot que cuenta con el 24 % de aceptación.

Sin embargo, el porcentaje más alto en esta pregunta se sitúa en las personas que no conocen sobre los tipos de cepa, es decir el 34 % podrían ingerir cualquier otra cepa de vino atraídos por variables diferentes como el sabor, aroma, textura y precio.

**Gráfico 21: Resultados de la pregunta 3**



Fuente y Elaboración: Por los autores

#### Pregunta 4

¿Cuál es la marca de vino más conocida o escuchada por usted?

**Tabla 14: Resultados de la pregunta 4**

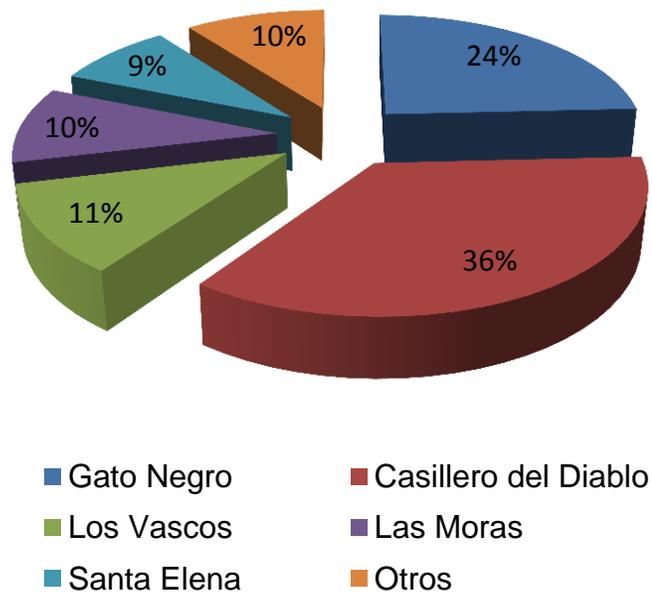
OPCIONES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Gato Negro	85	24%
Casillero del Diablo	125	36%
Los Vascos	40	11%
Las Moras	35	10%
Santa Elena	30	9%
Otros	36	10%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Por los autores

En esta pregunta se busca saber cuáles son las marcas de vinos más posicionadas en el mercado colombiano, para de esta manera identificar los principales competidores y posteriormente hacer un análisis acerca de los mismos y establecer estrategias para introducir el vino El Cardenal en la mente del consumidor.

Se observan 2 principales competidores en primer lugar el Casillero del Diablo de la casa Concha y Toro con un 36 % de las personas encuestadas que consumen este vino y en segundo lugar se ubica el vino Gato Negro el cual cuenta con un 24% de las personas encuestadas consumen este vino; ambas marcas ofrecen un cabernet Sauvignon al mercado colombiano

**Gráfico 22: resultados de la pregunta 4**



**Fuente y Elaboración:** Por los autores

## Pregunta 5

¿Cuál es el lugar donde usted consume vino con más frecuencia?

**Tabla 15: Resultados de la pregunta 5**

<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>En Casa</b>	174	50%
<b>Restaurantes</b>	76	22%
<b>Bar</b>	26	7%
<b>Oficina</b>	31	9%
<b>Discoteca</b>	12	3%
<b>Otros</b>	32	9%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

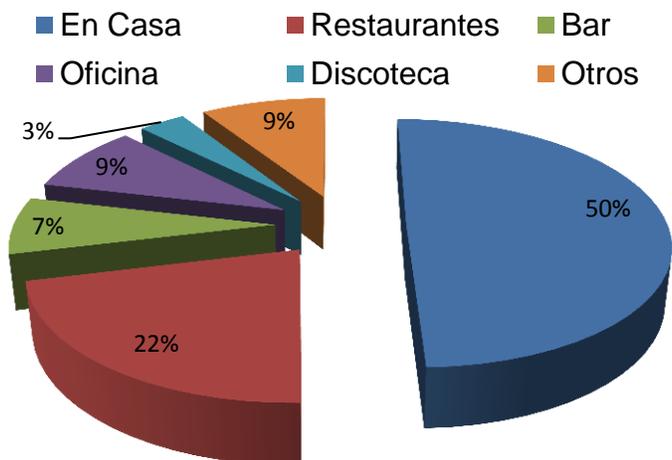
**Fuente y Elaboración:** Por los autores

El lugar preferido por la mayoría de los encuestados para consumir vino es el hogar, el 50 % de las personas encuestadas estuvieron de acuerdo, el siguiente lugar más común dentro de estas 351 personas que llenaron las encuestas manifestaron que en un restaurante es donde consumen esta bebida.

Como claramente se percibe las discotecas, bares y las oficinas son los lugares donde esta bebida es consumida con menor frecuencia, este tipo de bebida es ideal para un entorno más tranquilo, en el cual la gente pueda disfrutar de su copa de vino con una buena conversación.

Esto permite confirmar que uno de los importadores a quien se le venderá el vino debe tener entre sus canales de distribución un supermercado o una licorería.

**Gráfico 23: Resultados de la pregunta 5**



Fuente y Elaboración: Por los autores

### Pregunta 6

¿En qué lugares usted compra el vino con más frecuencia?

**Tabla 16: Resultados de la pregunta 6**

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Supermercado	162	46%
Licorería	95	27%
Lugares de consumo	87	25%
Otros	7	2%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

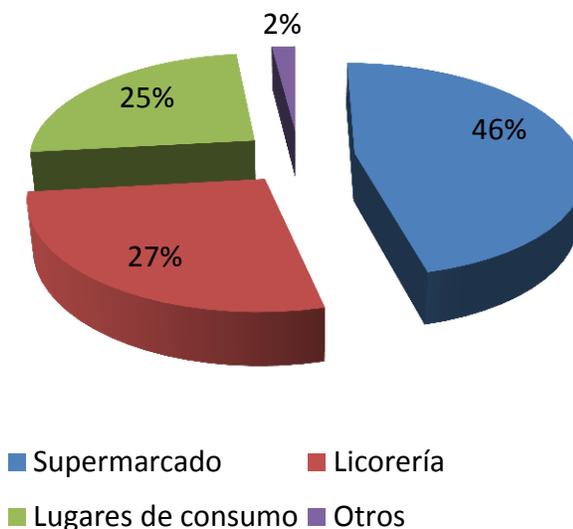
Fuente y Elaboración: Por los autores

En esta pregunta se analiza cuáles son los lugares donde la gente prefiere ir a adquirir el vino y a la misma vez, esta pregunta permite conocer los canales de distribución de Cassa Nova S.A.

Alineada con las respuestas de la pregunta anterior, donde los consumidores prefieren esta bebida en casa, se tabulan 162 personas que prefieren comprar vino en los supermercados, lo cual tiene sentido al ver la pregunta anterior, en el siguiente eslabón en esta escala aparecen las licorerías, lo cual también está de acuerdo a la respuesta anterior y finalmente están los lugares de consumo como los restaurantes.

La presente pregunta da prioridad a que los importadores de licores a los cuales se les venderá el vino deben tener como principales clientes a los supermercados y a licorerías de la ciudad de Bogotá, de esta manera el producto estará presente a los principales lugares escogidos por el consumidor para adquirir un vino.

**Gráfico 24: Resultados de la pregunta 6**



**Fuente y Elaboración:** Por los autores

## Pregunta 7

Nivel de importancia de los factores más importantes al momento de escoger un vino.

**Tabla 17: Respuestas de la pregunta 7**

	Indiferente	Regular	Importante	Muy importante	Total
<b>Aroma</b>	103	54	115	79	351
<b>Marca</b>	107	94	95	55	351
<b>Precio</b>	93	82	110	66	351
<b>País de procedencia</b>	187	74	58	32	351
<b>Color</b>	116	94	97	44	351
<b>Añejamiento</b>	64	46	152	89	351
<b>Presentación</b>	44	82	115	110	351
<b>Sabor</b>	16	10	104	221	351

Fuente y Elaboración: Por los autores

Esta es sin duda una de las preguntas más importantes del presente proyecto, debido a que se mide la aceptación que puede tener un vino de procedencia ecuatoriana, y en escalas desde indiferente siendo lo más bajo y muy importante siendo lo más alto los encuestados califican las distintas variables como son el aroma, marca, precio, país, color, añejamiento, presentación y sabor.

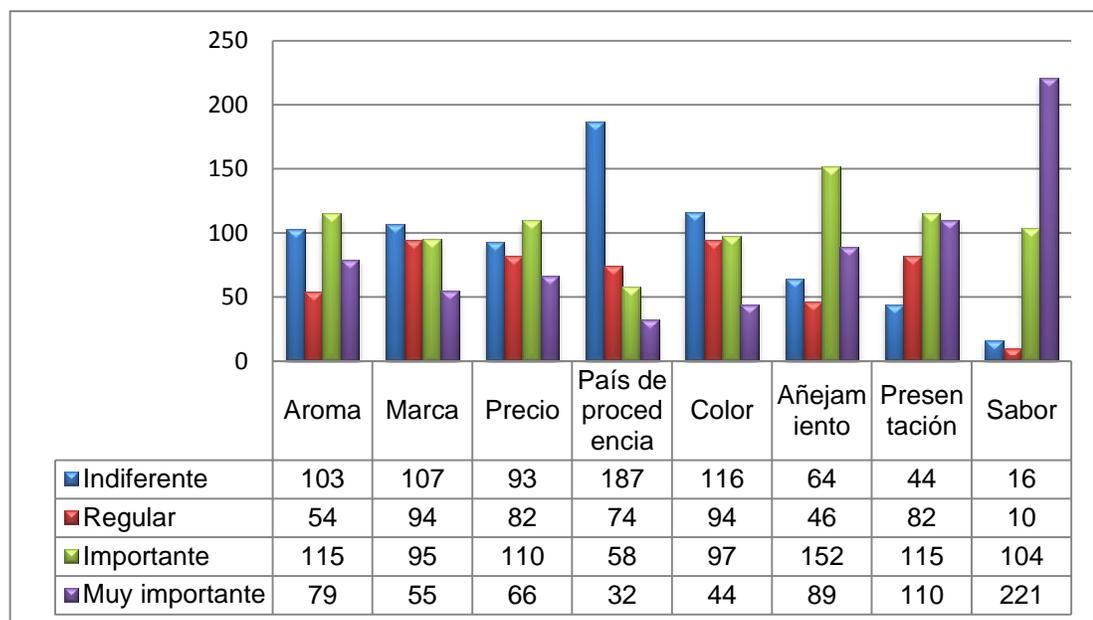
En cuanto a la marca, los encuestados en su mayoría contestaron que eran indiferentes y en otros casos contestaron que esta variable tenía una importancia calificada como regular, entre estas dos variables tenemos un 57

%, más de la mitad de las personas encuestadas estarían dispuestas a conocer nuevas marcas de vino, lo cual es importante para este proyecto.

El precio fue calificado por el 31 % de las personas como importante, sin embargo porcentajes importantes y no muy distantes de ese 30 % aparecen como indiferentes o regulares, es decir, hay cierta apertura por parte del consumidor para que el productor establezca un precio justo por el producto que están ofreciendo.

En cuanto al país de procedencia, es una de las preguntas más importantes de esta encuesta, ya que existe un dominancia de los vinos con procedencia chilena, sin embargo un porcentaje significativo como lo es el 57% estuvo de acuerdo en que el país de procedencia del vino es indiferente, si el vino cuenta con un buen sabor y aroma el consumidor de la ciudad de Bogotá estará dispuesto a comprar el vino.

**Gráfico 25 Resultados de la pregunta 7**



**Fuente y Elaboración:** Por los autores

## Pregunta 8

¿Cuál es el principal motivo por el cual usted consume vino?

**Tabla 18: Resultados de la pregunta 8**

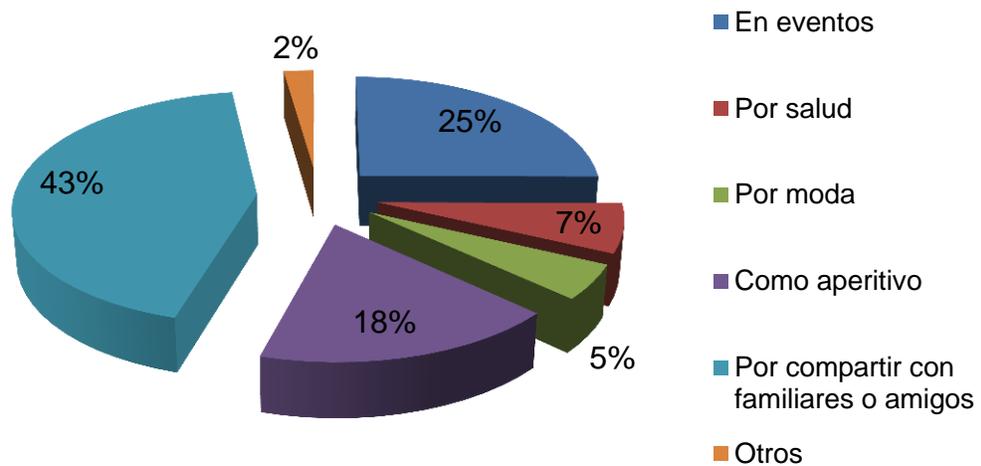
<b>OPCIONES</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>En eventos</b>	88	25%
<b>Por salud</b>	24	7%
<b>Por moda</b>	17	5%
<b>Como aperitivo</b>	62	18%
<b>Por compartir con familiares o amigos</b>	152	43%
<b>Otros</b>	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

**Fuente y Elaboración:** Por los autores

El 43 % de las personas encuestadas consumen este tipo de licor por compartir con los familiares y amigos, es un resultado que no sorprende ya que el vino es una bebida para compartir en grandes momentos, adicional es consumido con mayor frecuencia en eventos y en un menor porcentaje como aperitivo lo cual indica que la cultura del vino en la ciudad de Bogotá se encuentra en constante crecimiento debido a que el consumo del vino ya no solo se limita para momentos especiales.

Esta pregunta permite conocer la tendencia del consumo del vino en Bogotá, ya que da soporte de que en Bogotá cuentan con el gusto por el vino, es importante mencionar que un 7 % indico que consume vino por salud, por este motivo es primordial para Cassa Nova dar o conocer el valor nutricional que un copa de vino le puede dar a nuestro cuerpo una vez a la semana.

**Gráfico 26: Resultados de la pregunta 8**



Fuente y Elaboración: Por los autores

### Pregunta 9

¿Cuál es su medio preferido para recibir información sobre el vino?

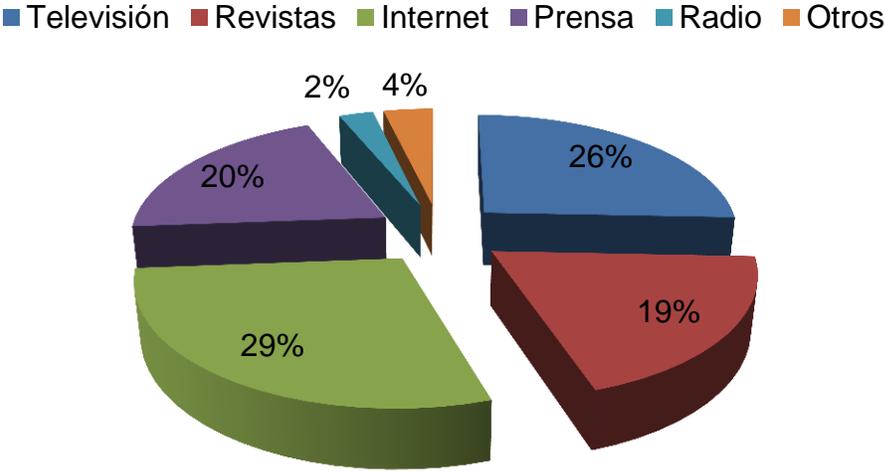
**Tabla 19: Resultados de la pregunta 9**

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Televisión	90	26%
Revistas	68	19%
Internet	101	29%
Prensa	70	20%
Radio	9	3%
Otros	13	4%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Por los autores

Es notable la importancia del internet como medio de comunicación, basados en las respuestas obtenidas las redes sociales serán el mejor medio de difusión para el vino El Cardenal, seguido de la televisión, por ese motivo se considera la elaboración de un comercial para que sea transmitido por los principales canales televisivos de Bogotá como lo son RCN y Caracol , la dificultad de este medio es su costo, la televisión es el medio más costoso en el cual se puede publicitar y por eso solamente pueden acceder a él, empresas con el poder económico suficiente para pagar por este servicio. También se obtuvo resultados favorables para las revistas, los cuales son un medio tradicional y de gran acogida, por lo que se considera importante promocionar el vino por medio de revistas de vinicultura que circulen en la ciudad de Bogotá.

**Gráfico 27: Resultados de la pregunta 9**



Fuente y Elaboración: Por los autores

## Pregunta 10

¿Cuál es el precio aproximado que usted pagaría por un vino?

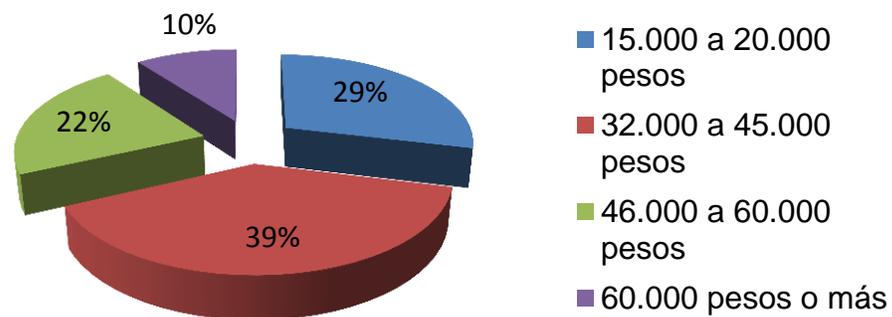
**Tabla 20: Resultados de la pregunta 10**

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
15.000 a 20.000 pesos	101	29%
32.000 a 45.000 pesos	138	39%
46.000 a 60.000 pesos	76	22%
60.000 pesos o más	36	10%
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100%</b>

Fuente y Elaboración: Por los autores

En esta pregunta se busca determinar cuánto estarán dispuestos los consumidores a pagar por un vino de excelente calidad, la mayoría de las personas contestaron que estarán aptas a pagar un precio entre 32,000 a 45,000 pesos equivalente a USD 16 entre USD 22 es decir Cassa Nova S.A.

**Gráfico 28: Resultados de la pregunta 10**



Fuente y Elaboración: Por los autores

## **CAPITULO V:**

### **ANÁLISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING**

#### **5.1.-Análisis PEST – Ecuador**

##### **5.1.1-Político**

En relación a aspectos políticos del Ecuador se deben tomar en consideración varios factores, en primer lugar se analizará la normativa y protección ambiental que se promulga en el país, la cual impulsa a las empresas a contribuir con el desarrollo sustentable de sus actividades, la gestión ambiental, la educación y la capacitación ambiental; se parte desde la Constitución de la República del Ecuador la cual exige el cumplimiento de las normas ambientales con el fin de evitar daños ambientales por ese motivo el viñedo Cassa Nova tendrá la obligación de realizar un estudio de impacto ambiental y presentar una propuesta de programa de mitigación ambiental.

En relación a la estabilidad política del Ecuador en la década pasada se generó una crisis de destitución y salida del país de tres ex mandatarios Abdalá Bucaram, Jamil Mahuad y Lucio Gutiérrez, dejando el poder en el orden mencionado, dichos hechos eran sinónimo de inestabilidad y bajo rendimiento económico y político. A partir del año 2007 el economista Rafael Correa asciende a Presidente de la República del Ecuador hasta la actualidad. La estabilidad política ha traído grandes cambios estructurales para el Estado ecuatoriano en aspectos económicos, sociales, educación, salud y justicia.

##### **5.1.2-Económico**

En 2013 la actividad económica del país mantuvo la tendencia a la desaceleración que se observó en 2012 y creció un 3,8 %, en comparación con

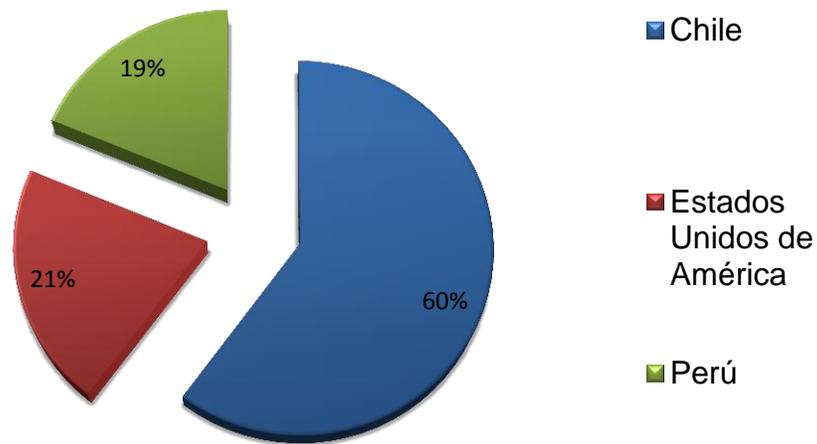
una expansión del 5,0 % en 2012 y del 7,4 % en 2011. (CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013) La disminución actividad en la economía se debe a la desaceleración del consumo público como privado.

En relación al valor de las exportaciones de bienes entre enero y septiembre de 2013, aumentaron un 2,6 %, como resultado del incremento de las exportaciones de productos primarios (6,5 %), impulsado principalmente por las ventas de camarón, que compensó la disminución de las exportaciones de productos industriales (- 11,1 %).

Por otro lado pese a las restricciones aduaneras implementadas para disminuir las importaciones y fomentar el consumo nacional, las importaciones aumentaron un 7,6 % en igual período, debido a los crecimientos anotados en los rubros de bienes de consumo (0,1 %), materias primas (9,8 %), bienes de capital (4,9 %) y combustibles y lubricantes (14,7 %). (Agencia Nacional de Regulacion, Control, y Vigilancia Sanitaria , 2014)

Como resultado la balanza comercial manifiesta un déficit de 821 millones de dólares en los tres primeros trimestres del año 2013, frente a un superávit de 114 millones de dólares en igual período de 2012. Al igual que en años anteriores, las balanzas de servicios y de renta fueron deficitarias. A su vez, en los seis primeros meses del año, el superávit de la balanza en cuenta corriente disminuyó, debido al déficit comercial y a la reducción de las remesas de emigrantes, desde 1232 millones de dólares en el primer semestre de 2012 a 1169 millones de dólares en igual período de 2013. (CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013)

**Gráfico 29: Importaciones de uva Ecuador 2013 (en porcentaje)**



**Fuente:** Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

**Elaborado:** Por los autores

Se toma como ejemplo las importaciones de uva del país para cubrir el consumo doméstico, de acuerdo a datos de la COMTRADE Ecuador importó en el 2013 en promedio 32 millones de dólares en uva, se puede constatar una situación poca productiva para el país al saber que Ecuador es un país agrícola, el cual cuenta con los recursos necesarios para el cultivo de la vid, pero debido al poco incentivo en este sector agrícola se ha fomentado la importación de la misma así como la importación de sus derivados como frutos secos, vinos entre otros. De acuerdo a la filosofía de la viticultura tropical debido a la situación geográfica Ecuador cuenta con dos cosechas de uva al año, es importante tomar este factor como ventaja competitiva y empezar a impulsar el crecimiento de este sector el cual a su vez permite el desarrollo de la matriz productiva del país debido a la elaboración de productos terminados como el vino que se puede elaborar con la uva.

**Tabla 21: Principales indicadores económicos 2011-2013**

	2011	2012	2013
	<b>Tasas de Variación anual</b>		
Producto Interno Bruto	7,8	5,1	3,8
Producto Interno Bruto por habitante	6,0	3,4	2,1
Precios al Consumidor	5,4	4,2	2,0
Dinero	15,5	14,0	15,4
Tipo de cambio real efectivo	2,1	-2,3	-1,5
Relación de precios de intercambio	10,0	1,5	-0,3
	<b>Porcentaje Promedio anual</b>		
Tasa de desempleo urbano	6,0	4,9	4,6
Resultado global del gobierno central /PIB	-1,6	-2,0	-5,1
Tasa de interés pasiva nominal	4,6	4,5	4,5
Tasa de interés activa nominal	8,3	8,2	8,2
	<b>Millones de dólares</b>		
Exportaciones de bienes y servicios	24670	26464	27498
Importaciones de bienes y servicios	26393	27801	30362
Balanza de cuenta corriente	-225	-157	-1770
Balanzas de capital y financiera g/	497	-424	3339
Balanza global	272	-582	1569

**Fuente y Elaboración:** (CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013)

Como promedio de enero a septiembre de 2013, la tasa de desempleo urbano bajó al 4,7 % (frente a un 4,9 % registrado en el mismo período de 2012), principalmente por una caída de la tasa de participación. En 2013, el salario básico aumentó un 8,9 %, de 292 a 318 dólares.

### **5.1.3-Social**

Ecuador ha sufrido a lo largo de la historia de muchos cambios culturales, se han establecido como propias, costumbres que no pertenecieron a Ecuador desde sus inicios, desde la religión hasta la vestimenta que ahora se usa es una completa adaptación a las culturas extranjeras.

Así mismo la cultura vitícola fue establecida en el Ecuador hace muchos años, sin embargo no fue desarrollada a cabalidad por motivos políticos y religiosos, de allí se deriva el hecho que en Chile y Argentina por ejemplo, tengan una gran trayectoria en esta rama de la agricultura estando en un mismo continente, y a su vez este se convierte en uno de los principales motivos del porque este proyecto se presenta desde su concepción con un ámbito exportador, y es que mientras la cultura vinícola se desarrolla en el país, el Ecuador no es aún un atractivo para comercializar este vino localmente.

Socialmente el Ecuador es un país cuya población y cultura está enfocada y dedicada a la agricultura, el hombre o mujer en su mayoría tiene relación con la tierra, le gusta trabajarla y vive de ella, lo que indica que se podrá contar con agricultores que les guste lo que hacen y a su vez que reciban una remuneración ideal.

#### **5.1.4-Tecnológico**

El presente gobierno tiene como meta impulsar el desarrollo de la ciencia y la tecnología en el país que durante años las inversiones a la investigación fueron limitadas, por este motivo no se ha desarrollado la tecnología para fabricación de las maquinarias necesarias para la implementación de un viñedo deberán, por esta razón se debe acudir a países donde el desarrollo tecnológico sea mayor principalmente España, Francia y Estados Unidos serán los proveedores de las maquinarias ya que en ellos los avances tecnológicos en cuanto a vitivinicultura son avanzados gracias a su trayectoria milenaria.

#### **5.2.-Análisis PEST Colombia**

##### **5.2.1.-Político**

El Marco legal y regulatorio de Colombia fomenta la competitividad de las empresas, hay leyes antimonopolísticas que permiten que las empresas compitan entre sí de una manera libre, las barreras a la entrada existentes para los diferentes sectores que mueven la economía colombiana no son coartadoras y permiten el fácil pero legal ingreso a la industria.

Uno de los factores que han hecho posible el constante desarrollo de Colombia y el movimiento de dinero en los mercados colombianos es que cuenta con el índice más alto de protección al inversionista de Latinoamérica, es decir inversionistas cuyos países natales sean latinoamericanos son altamente protegidos por la normas constitucionales de ese país, generando así un atractivo para cada inversionista q vea en Colombia una oportunidad de negocio.

La política comercial de Colombia se fundamenta en la negociación de acuerdos preferenciales tanto regionales con los países latinoamericanos como bilaterales con socios prioritarios Estados Unidos y la Unión Europea.

Si bien Colombia resulta ser activo en la búsqueda de acuerdos comerciales, no es menos cierto que sus autoridades no han dejado de lado las políticas de fomento y diversificación de exportaciones, a través de una serie de programas de apoyo que contemplan exoneraciones de impuestos indirectos, la aplicación de los Certificados de Reembolso Tributario, financiamiento especializado, funcionamiento de zonas francas y zonas económicas especiales de exportación, entre otros mecanismos.

En el ámbito de los acuerdos comerciales preferenciales de tipo regional, Colombia forma una zona de libre comercio con la Comunidad Andina (CAN).

En el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) se encuentran en vigencia los siguientes acuerdos comerciales:

- Venezuela (Acuerdo de Alcance Parcial –AAP-, 2011);
- Panamá (AAP, 1993);
- Cuba (Acuerdo de Complementación Económica –ACE-,2000);
- Chile (ACE, 1993 y TLC, 2006);
- MERCOSUR (ACE, 2004);
- México (TLC)
- Triángulo del Norte de Centroamérica (El Salvador, Guatemala y Honduras,
- AAP, 1984 y Tratado de Libre Comercio –TLC-, 2007),
- CARICOM (AAP, 1994) (Banco Central de la Republica de Colombia, 2014)

Desde el 2011, Colombia impulsa la Alianza del Pacífico cuyo principal objetivo es la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas entre Colombia, Chile, Perú y México. El 6 de junio de 2012 se suscribió el acuerdo marco constitutivo de esta alianza.

Otros acuerdos extra regionales vigentes son los siguientes:

- TLC suscrito con Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia (2008), en vigencia con los dos primeros países desde 2011
- TLC con Canadá (2008)
- TLC con Estados Unidos (2006)
- Acuerdo Comercial con la UE (2011)

### **5.2.2.-Económico**

El primer país de la región en apoyar e impulsar la productividad de las empresas es Colombia, adicional las pequeñas y medianas empresas colombianas son eficientes bajo los estándares internacionales, el gobierno colombiano se ha enfocado en exigir que aquellos empresarios que deseen empezar sus actividades económicas, lo hagan con estándares de calidad que sean mundialmente conocidos y aceptables. Lo que ha generado grandes ingresos en la economía Colombiana.

El salario mínimo legal de que las empresas colombianas deben pagar a sus empleados mensualmente asciende a 616000 pesos colombianos con una variación anual promedio de 4.5 % como promedio tomando el año anterior inmediato, (Banco Central de la Republica de Colombia, 2014)

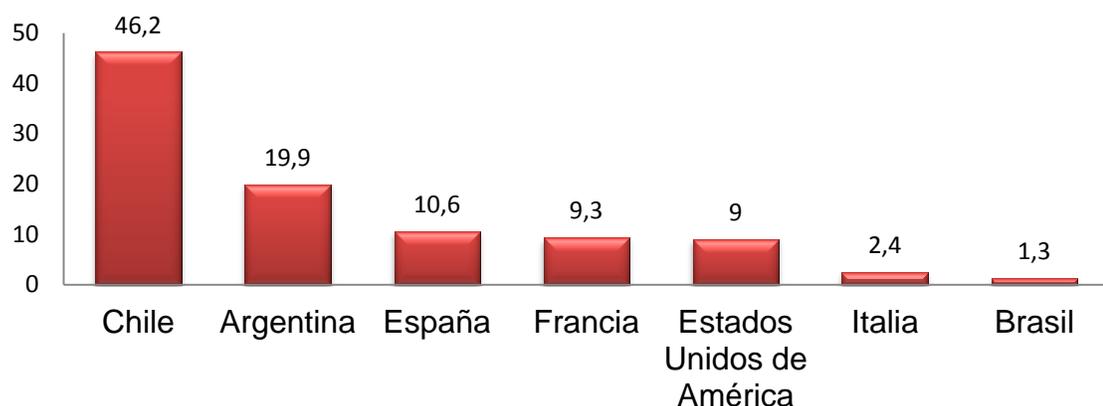
La inflación para los últimos meses del año 2014 se ha establecido en un promedio de 2,5 % inflación que comparada con Ecuador por ejemplo es baja,

el poder adquisitivo de los ciudadanos colombianos es relativamente bueno y tiende a ser mejor cada año. (Banco Central de la Republica de Colombia, 2014)

Por otro lado el desempleo en Colombia para el año 2014 alcanzo un mínimo histórico de 9,6 % y tiende a disminuir conforme pasa el tiempo, y esto gracias al fomento de las inversiones que se vienen dando dado al incentivo que el gobierno en sus estatutos y leyes ha establecido para los pequeños y medianos empresarios. (Banco Central de la República de Colombia, 2014)

En el ámbito que corresponde al mercado de vinos, la mayor parte de las importaciones hechas por los importadores de licores de Colombia vienen desde Chile, seguidas de Argentina y España, claramente se observa que los mayores competidores provienen desde Chile, que de acuerdo a datos de la COMTRADE Colombia importó en el 2013 USD 46 millones de dólares en vino. Adicional la principal ciudad en consumir vino es Bogotá, debido a esta situación las estrategias y diferentes planes serán enfocados a esta ciudad.

**Gráfico 30: Importaciones de vino Colombia 2013 (en millones de dólares)**



**Fuente:** Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

**Elaborado:** Por los autores

### **5.2.3.-Social – cultural**

Socialmente Colombia pasa por cambios bastante notorios, La globalización ha sido parte importante de estos cambios y la cultura vinícola está invadiendo de una manera creciente a la población colombiana.

Bogotá donde será distribuido el vino, es capital, y como capital tiene una diversidad importante de tráfico de extranjeros, los mismos que se han encargado de propagar la cultura del vino por toda esta ciudad, las personas consumen cada vez más este producto y se instruyen en cuanto a las propiedades medicinales que este posee.

### **5.2.4.-Tecnológico**

Tecnológicamente Colombia cuenta con todas las posibilidades para una efectiva campaña publicitaria, los medios de comunicación e internet están casi por todos lados, los precios de los aparatos electrónicos no son muy elevados, lo que nos permitirá llegar con más rapidez a los consumidores.

La televisión es uno de los medios más fuertes por medio de los cuales se puede publicitar de manera óptima, y hay horarios en los que casi todos los colombianos están viendo televisión, es decir, llegaremos a una gran cantidad de hogares debido a el correcto uso de la tecnología en este país.

### **5.3.-Perfil Comercial Ecuador – Colombia**

Es importante mencionar las relaciones comerciales de Ecuador con Colombia con el fin de determinar el comportamiento de las actividades comerciales entre ambos países. Se refleja un dinamismo de exportaciones no petroleras hacia Colombia, pero se refleja un factor ya mencionado anteriormente en relación a

los problemas de la balanza de pagos debido a que las importaciones realizadas desde Colombia duplican a las ventas ecuatorianas.

**Tabla 22: Exportaciones e Importaciones petroleras y no petroleras**

<b>EXPORT</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PETROLERAS</b>	<b>NO PETROLERAS</b>
2010	\$ 793.061,00	\$ 2.727,00	\$ 790.334,00
2011	\$ 1.025.510,00	\$ 3.210,00	\$ 1.022.299,00
2012	\$ 1.057.776,00	\$ 4.175,00	\$ 1.053.601,00
<b>IMPORT</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PETROLERAS</b>	<b>NO PETROLERAS</b>
2010	\$ 1.949.996,00	\$ 159.112,00	\$ 1.790.884,00
2011	\$ 2.141.579,00	\$ 123.684,00	\$ 2.017.895,00
2012	\$ 2.121.252,00	\$ 30.173,00	\$ 2.091.078,00

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Los autores

Las exportaciones hacia Colombia se encuentran diversificadas, entre las partidas con mayores montos de exportación se encuentran los vehículos y automóviles para transporte de mercancías 13 %, automóviles de turismo y demás automóviles transporte de personas 7 % y café sin descafeinar 6 %. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014) En relación a las importaciones el 80 % de las importaciones están cubiertas por 250 sub partidas arancelarias, Los principales productos importados son: vehículos, medicamentos preparados, fungicidas, tejidos de punto, baldosas y azulejos, preparaciones de belleza, papel higiénico, entre otros. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

El valor de exportaciones promedio de los productos seleccionados para este estudio es de USD 511 millones de dólares repartido en 54 sub partidas del sistema armonizado a 8 dígitos. Es importante mencionar el acuerdo comercial vigente entre ambos países, desde 1993 está vigente una zona de libre comercio de la que también participan Bolivia y Perú.

## Política Arancelaria

Colombia, como Miembro de la Organización Mundial del Comercio, dentro de sus compromisos en esta organización, consolidó un arancel techo promedio general de 42,8 %, para el sector agrícola alcanzó a 91,5 % y para los sectores no agrícolas 35,4 %. (Ministerio de Comercio Exterior, 2014)

Colombia aplicó un arancel NMF promedio en 2011 de 8,4 % para el universo arancelario. Para los productos agrícolas el arancel medio se ubicó en 15,3 % y para los productos no agrícolas un promedio de 7.3 %. Evidentemente las diferencias que se presentan entre los aranceles consolidados y los aranceles aplicados muestran el margen de maniobra que tendría este país para posibles modificaciones arancelarias a futuro.

## 5.4.- Oferta y Demanda

### Oferta Internacional

La oferta mundial de vino es de 102,2 millones de hectolitros y se busca nuevos mercados donde la cultura del vino este creciendo con el fin de introducir los diferentes tipos de vino.

### Demanda en Colombia

**Tabla 23 Consumo de vino en Colombia**

Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Miles Hectolitros	144	142	164	176	189	202

Fuente: ( OIV Organizacion mundial de la viña y el vino, 2013)

Elaborado: Por los autores

$$\frac{\text{Producción Anual Hectolitros}}{\text{Importaciones Colombia en Hectolitros}} = \frac{8000}{202000} = 3,47\%$$

De acuerdo a la organización mundial de la viña y el vino Colombia ha tenido un incremento en el consumo de vino, de acuerdo a las proyecciones realizadas para el año 2014, dicho consumo será de 202000 hectolitros; adicional se toma como dato importante la producción anual en hectolitros del viñedo Cassa Nova, la cual será de 8000 hectolitros anuales, al realizar la división de ambos valores se obtiene que Ecuador cubrirá el 3,47 % de la demanda de vino en Colombia.

## **5.5.- Análisis FODA**

### **Fortalezas**

- Ser el primer exportador de vino ecuatoriano al mercado colombiano, de esa manera se busca desarrollar la marca de calidad reconocida internacionalmente, posicionándola en la mente del consumidor colombiano.
- Debido a la ubicación geográfica del país en la zona de viticultura tropical se obtendrá dos cosechas de uva al año.
- Fácil adaptación de la cepa cabernet Sauvignon en el clima tropical.

### **Debilidades**

- La falta de una industria asociada a la elaboración de vinos en el país, lo que obliga a importar las barricas de roble, moledoras, prensas, corchos, botellas entre otros; insumos que necesitará el viñedo para la elaboración del vino.

- Falta capacitación del recurso humano, mano de obra básica y profesional; debido a que en Ecuador se ha mantenido en el mismo lineamiento de producir productos tradicionales de exportación los agricultores no conocen del proceso de cultivo de la vid.
- En la Costa la planta nunca descansa y, aunque es más productiva la cosecha, hay más riesgos de plagas como el *Powdery mildew*.

### **Oportunidades**

- Ecuador es miembro de la CAN, lo que permite preferencias arancelarias en el comercio con Colombia.
- La cercanía entre los puertos de embarque y descarga (Guayaquil – Buenaventura).
- Regímenes especiales que apoyan la exportación como Régimen 53 El *Drawback*.
- La organización mundial de la viña y el vino fomenta las constantes ferias para presentar los nuevos vinos.

### **Amenazas**

- Internacionalmente existen nombres de marcas establecidas, lo que ocasiona una amplia gama de competidores con largos años de experiencia y trayectoria.
- Presencia de productos sustitutos como la cerveza y el agua ardiente.
- Aplicación de nuevas normas sanitarias en Colombia y la expedición de la Ley 1696, más conocida como la Ley contra conductores borrachos.

## Matriz FODA

**Tabla 24 Matriz FODA**

	<b>F</b>	<b>D</b>
<b>O</b>	Formar parte de la agrupación World Wine Trade Group.  Participación del vino en diferentes concursos a nivel internacional como los de la OIV	Aplicación del régimen 53 con el fin de obtener devolución total o parcial de la materia prima importada.  Solicitar la certificación Internacional del vino.
<b>A</b>	Constante monitoreo y control ante la presencia de plagas.  Formar parte de los programas de incentivos para empresas exportadoras que promulga el gobierno.	Se contratará a un enólogo con experiencia internacional.  Al formar parte de la CAN existen preferencias arancelarias lo que hace posible que el precio del vino no sea tan elevado para su venta.

Fuente y Elaboración: Los autores

### 5.6.-Análisis industria

#### 5.6.1.-La competencia

De acuerdo a las encuestas realizadas al consumidor final y a los importadores de licores se establece que las principales marcas competidoras son Casillero del Diablo la cual pertenece al viñedo Concha y Toro y la marca Gato Negro perteneciente a la viña San Pedro, ambas marcas provenientes de Chile cuentan con años de experiencia al ofrecer al mercado de Bogotá vinos Cabernet Sauvignon.

## Viñedo Concha y Toro

**Marca:** Casillero del Diablo

### Ilustración 10: Casillero del Diablo



**Fuente y elaboración:** (Concha y Toro, 2014)

El viñedo en mención fue fundado en 1871 por Don Melchor quien le dio vida a la leyenda de que en el casillero de sus vinos habitaba el diablo, en 1963 Casillero del Diablo comienza a exportar sus vinos al mercado europeo, para el 2002 Casillero del Diablo se convirtió en el vino chileno más famoso con presencia en más de 100 países, para el 2003 se realiza el lanzamiento de la marca en el mercado asiático y supera un millón de cajas vendidas.

En 1963 el enólogo alemán Goetz Von Gersdorff toma el mando el equipo enológico de Casillero del Diablo, dando lugar al desarrollo del Cabernet Sauvignon y Sauvignon Blanc.

En el año de 1998 el enólogo Marcelo Papa se convierte en el sucesor de Goetz, el cual tiene como objetivo superar calidad y desarrollar nuevas cepas, para el año 2003 Casillero del Diablo esta marca se convierte en una de las marcas de vino Premium. (Concha y Toro, 2014)

## Viñedo San Pedro

**Marca:** Gato Negro

### Ilustración 11: Gato Negro



**Fuente y elaboración:** (Viña San Pedro, 2014)

Esta viña cuenta con presencia en más de 80 países, esta viña fue fundada en 1865 en la actualidad es una de las mayores y más antiguas exportadoras de vino Chileno. San Pedro posee uno de los paños de viñedo más extensos en América Latina, con 1.200 hectáreas. Viña San Pedro es parte del grupo enológico denominado VSPT Wine Group, el tercer grupo vitivinícola más grande de Chile y el segundo mayor exportador de vino Chileno. (Viña San Pedro, 2014) Marcelo García es el Ingeniero Agrónomo del viñedo en mención, quien también adquirió experiencia en el viñedo Concha y Toro. (Viña San Pedro, 2014)

### 5.6. 2.-Productos Sustitutos

Se ha considerado como producto sustituto a la cerveza y el agua ardiente, que pese a ser bebidas alcohólicas más informales en relación a los momentos que son consumidas, estas satisfacen la misma necesidad que el vino, adicional

cuentan con una cultura establecida; entre la principal marca de cerveza consumida se encuentra Águila la cual pertenece a la empresa Bavaria S.A. y con respecto al agua ardiente la principal marca es Antioqueño, las mismas serán descritas a continuación:

## **Bavaria SA**

### **Marca: Cerveza Águila**

#### **Ilustración 12: Cerveza Águila**



**Fuente y elaboración:** (Bavaria, 2014)

Leo Sigfried Kopp en compañía de los hermanos Santiago y Carlos Arturo Castello, ellos fueron visionarios al establecer una nueva industria en Colombia. La sociedad Kopp y Castello, interesada en establecer un negocio de cerveza, adquirió un lote en Bogotá el 4 de abril de 1889. La cultura de la cerveza se ha desarrollado significativamente en Colombia, es una bebida milenaria, producida a partir de malta, agua, levadura y lúpulo y adjuntos. Se considera fundamental tomar en consideración a esta empresa debido al alto consumo y gusto que existe por la cerveza en el país vecino Colombia. (Bavaria, 2014)

## Fábrica de Licores de Antioquia FLA

**Marca:** Aguardiente Antioqueño

### Ilustración 13: Aguardiente Antioqueño



**Fuente y elaboración:** (FLA Fabrica de Licores de Antioquia , 2014)

Cuenta la historia que en 1493, Cristóbal Colón trajo en su segundo viaje la caña de azúcar. Los ancestros la cultivaron la misma, con los primeros cultivos comenzó a fabricarse el aguardiente y desde entonces este arte se fue perfeccionando por clanes ocultos, quienes heredaban la receta secreta a las generaciones que los sucedían. Un siglo más tarde, el aguardiente se consumía mucho más que la chicha y generación tras generación se mejoraba la receta de este gran legado atesorado desde la conquista. (FLA Fabrica de Licores de Antioquia , 2014)

### 5.6.3.-Los complementarios

Entre los productos complementarios se considera a los sacacorchos, copas, los cuales dependen de la compra del vino para que el consumidor adquiera los mismos y puedan ser utilizados. Si aumenta el consumo del vino como

consecuencia aumentara el consumo de los productos complementarios y de igual manera en un escenario negativo si disminuye la demanda del vino, dará como resultado que disminuya la compra de copas y sacacorchos.

#### **5.6.4.-Los proveedores**

##### **5.6.4.1-Proveedor de maquinaria**

###### **Magusa Maquinaria Vinícola S.L**

Empresa que se fundó en el año 1975. Maquinaria Gual se dedica en sus inicios a la instalación y reparación de maquinaria vinícola, La primera creación de Maquinaria Gual vino impulsada por la Estrujadora de rodillos de caucho, única en toda Europa. Toda la maquinaria necesaria para el cultivo de la vid y para el proceso de vinificación será adquirida en esta empresa. En primera instancia se importaran la maquinaria necesaria para la viticultura y en el periodo de crecimiento de la vid, serán adquiridas progresivamente la maquinaria para vinificación. (Magusa Maquinaria Vinicola , 2014)

##### **5.6.4.2-Proveedor de Botellas de vidrio**

###### **Juvasa Envases Y Embalajes**

Juvasa se fundó en 1987 por Juan Valle Santos en Sevilla y tuvo su origen en la propia necesidad del fundador para adquirir tarros de vidrio donde envasar su propia cosecha de miel para poder comercializarla, ya que, hasta ese momento no existía en España ninguna empresa dedicada a la venta y distribución de envases de vidrio a pequeña escala que pudiese atender el mercado minorista. Las botellas donde serán introducido el vino será importada desde la empresa en mención ubicada en España, como dichas botellas serán utilizadas para formar parte de un producto a exportar estas vendrán bajo régimen 53.

### **5.6.4.3-Proveedor de Acido Sulfuroso**

#### **Ecu química**

El origen de Ecu química se remonta a 1865 en la ciudad de Guayaquil – Ecuador, donde un empresario Suizo Max Muller. Esta empresa cuenta con participación en diferentes sectores entre ellos la venta de compuestos químicos como lo es el ácido sulfuroso, el mismo que es fundamental para la elaboración del vino en su proceso de fermentación. De igual manera los productos de fumigación para el manejo del cultivo serán adquiridos en esta empresa ecuatoriana.

### **5.6.4.4-Proveedor de Barricas**

#### **World Cooperage**

Empresa dedicada a la venta de barricas de roble a nivel internacional y elaboración de roble del vino con d calidad y servicio siguiendo los lineamientos del fundador TW Boswell, quien estableció hace cuatro generaciones que la atención se centra siempre en la calidad y la innovación, y como prueba de la empresa matriz de esta Tonelería Mundial, tonelerías, y los molinos fueron galardonados con la norma ISO 9001: 2000 en 2007. Las 2000 barricas que se necesita para cubrir la producción serán importadas desde esta empresa ubicada en Estados Unidos. (World Cooperage, 2014)

### **5.6.5.-Clientes**

Importados inverleoka s.a.

Los importadores en mención cuentan con 20 años de experiencia en el mercado con diferentes tipos de empresas dedicadas al manejo y

administración de plantas de producción de alimentos, de cafés y restaurantes en Colombia y Costa Rica, los mismos distribuyen diferentes licores entre ellos el vino en restaurantes, supermercados, hoteles y cafés. (Inverleoka S.A., 2014)

Licorela s.a.s

Esta empresa se encarga de distribuir diferentes licores entre ellos el vino a sus canales de distribución, entre ellos cuentan con el servicio a domicilio y entrega de vinos en oficinas y otros. Entre los principales países proveedores de Licorela se encuentran: Argentina, Reino Unido e Italia. (Sicex, 2014)

- Dirección: Cra. 49 B No. 93 28
- Ciudad: Bogotá Colombia
- Actividad: Importadores de licores
- Teléfono: 482-6000

Para ambos importadores la negociación de la compra del vino el Cardenal será realizará un año antes de que la primera producción del vino salga al mercado, por tal motivo se firmará un contrato donde se establezcan las condiciones de compra y venta; el mismo será respaldado con un seguro.

## **5.7.-Marketing mix**

### **5.7.1.-Producto**

La botella de vino contiene un volumen de 750 centímetros cúbicos (750 cm<sup>3</sup>) de acuerdo a la norma vigente del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), el color de la botella es translucido que permite resaltar el color y los matices del vino. Estas botellas son empacadas en cajas de cartón corrugado de alta densidad por 12 unidades. En un envase de vidrio será embotellado el

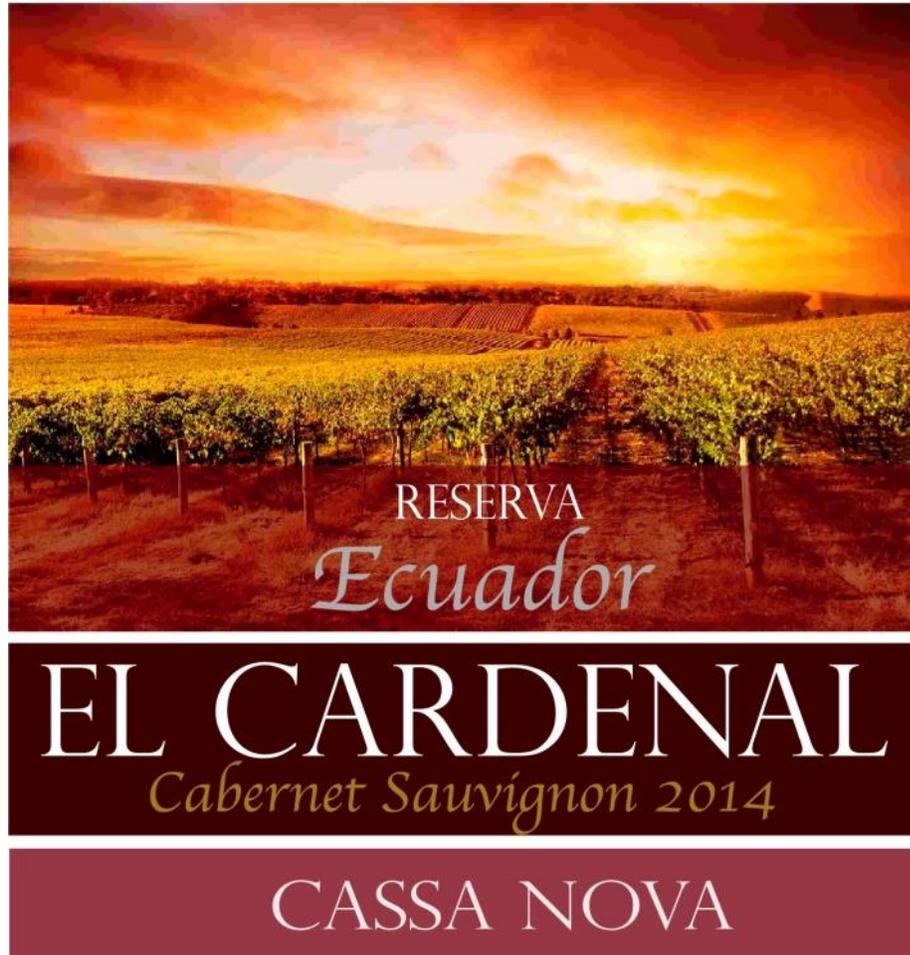
vino Cabernet Sauvignon, producido y elaborado en el viñedo Cassa Nova S.A. bajo el nombre de El Cardenal, será exportado a la ciudad de Bogotá en Colombia, cumpliendo con las normas y leyes colombianas para la comercialización de una bebida alcohólica. Para la elaboración de la etiqueta del vino El Cardenal se ha seguido los lineamientos establecidos en la guía de etiquetado para la Comunidad Andina, donde se especifica el nombre del producto, en referencia al nombre y dirección del fabricante se aplica la expresión: Fabricado o Envasado.

**Ilustración 14 Vino El Cardenal**



**Fuente y elaboración:** Por los Autores

### Ilustración 15: Etiqueta Central



Fuente y elaboración: Por los Autores

Etiqueta central:

- Frase : Reserva Ecuador El Cardenal
- Contenido: 750 cc y 8 grados de alcohol.
- El nombre de la Cepa: Cabernet Sauvignon
- El nombre del viñedo: Cassa Nova S.A.

## Ilustración 16: Parte posterior de la etiqueta



Fuente y elaboración: Por los Autores

Parte posterior de la etiqueta:

- Nombre de la empresa que fabrica y distribuye.
- Ciudad y Estado donde se produce el producto.
- Registro sanitario.
- Leyenda vino beneficio diferencial descriptivo.
- La frase: EL consumo de alcohol es perjudicial para la salud.
- La frase: Venta prohibida a menores de 18 años.

### **5.7.2.-Precio**

Para definir el precio al cual será vendido el vino se tomaron en consideración dos métodos de fijación de precios:

1. Fijación de precios basados en la competencia, es decir de los vinos casillero del diablo y gato negro en un valor promedio de USD 17 dólares.
2. Fijación de precios a partir del costo de producir y exportar el vino.

El Cardenal se comercializará como un producto de precio competitivo el cual ofrezca características ideales en lo que respecta a la excelencia en cuanto a sabor, color, aroma, y cuerpo, imagen de calidad y presentación con el fin de obtener la preferencia de los consumidores de vinos tintos. El precio de venta para el importador será de 17.000 pesos colombianos, equivalentes en USD 8,50 dólares y el precio de venta al público será de USD 14,50 dólares, es decir 29000 pesos colombianos donde se toma en cuenta un 40 % que se dejara de margen para las ganancias del importador y el distribuidor.

### **5.7.3.-Promoción**

Para promocionar el vino El Cardenal se procederá a implementar las siguientes estrategias de promoción:

Se ha decidido dejar en añejamiento 20000 botellas de la producción total con el fin de que las mismas participen en diferentes concursos internacionales como lo son: Concurso de vinos Andino, los diferentes eventos que sean organizados por la OIV y demás concursos de renombre en los que puede participar el vino El Cardenal.

De igual manera formar parte de la agrupación World Wine Trade Group lo que generará competitividad, crecimiento y sostenibilidad en esta actividad vinícola.

**Ilustración 17: Una armonía de buen gusto**



**Fuente y elaboración:** Por los Autores

Es importante mencionar que de acuerdo al resultado de las encuestas el cliente final desea conocer del producto por medio de las redes sociales y otras plataformas las cuales permiten combinar estrategias en línea de marketing *push* y *pull*. Por ejemplo, los anuncios de las páginas web, la publicidad pagada o los anuncios de Google forman parte del *push*, mientras que los contenidos desarrollados, los artículos, videos y otros materiales pertenecen al *pull*.

Para la primera campaña publicitaria del vino El cardenal se desea que el público televisivo conozca el vino de procedencia ecuatoriana y de sus cualidades con respecto al sabor y aroma el cual puede competir con grandes

marcas, adicionalmente de acuerdo a las encuestas el nicho de mercado prefiere consumir vino en compañía de amigos y familiares con el fin de pasar tiempo ameno por lo que se posicionara en la mente del consumidor que el vino El cardenal será parte de todos sus momentos, como:

- Cena de negocios
- Reunión de amigos o familiares
- Aniversarios
- Matrimonios
- Graduaciones
- Cenas de Compromiso
- Cumpleaños

Por este motivo el objetivo de la campaña de publicidad es ofrecer esa sensación de momentos familiares y momentos entre amigos, con el fin de que por el factor sentimental el consumidor recuerde la marca y sea su primera opción al momento de elegir un vino. El comercial será transmitido en los siguientes canales de televisión de Bogotá como la cadena televisiva Caracol y RCN.

Finalmente el Cardenal participará en el *Wine expo*, donde participan alrededor de 30 países, el evento en mención es organizado año a año por la Organización Internacional de la viña y el vino.

#### **5.7.4.-Plaza**

Se considera como plaza del producto la ciudad de Bogotá y los diferentes canales de distribución con los que cuenten los importadores. Entre los principales establecimientos se encuentran restaurantes, hoteles, supermercados y licorerías

## CAPITULO VI:

### ANÁLISIS FINANCIERO

#### 6.1.-Calendario de Inversiones

El calendario de inversiones muestra una planificación de las inversiones que Cassa Nova S.A tendrá que hacer para la puesta en marcha y desarrollo de este proyecto, establecidos año tras año contabilizando cada gasto que es necesario hacer y en los años que se requieren. Se observa que a partir del año número 5 las inversiones suben ya que en este año es cuando se necesitan para la producción y posterior comercialización del viñedo. (Ver Anexo H)

**Tabla 25 Inversión**

<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	\$ 4.389.368,00	100%
<b>MONTO DEL PRESTAMO CON LA CORPORACION FINANCIERA NACIONAL</b>	\$ 3.511.494,40	80%
<b>CAPITAL PROPIO</b>	\$ 877.873,60	20%

Fuente y elaboración: Por los Autores

De acuerdo a la tabla 25 para cubrir la inversión inicial proyectada a 11 años, el 80 % será financiado por medio de la CFN mediante el programa fomento productivo, el mismo se refiere a impulsar a los sectores, zonas y regiones con potencial de producción pero que han sido desatendidas por la banca, como es el caso del sector vitivinicultor del país, al ser una zona con un potencial desarrollo pero que debido a la poca inversión y atención fue excluida durante años y el 20 % restante de la inversión será cubierta por los accionistas del viñedo.

## 6.2.-Balances

**Tabla 26 Balance de obras físicas**

RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)
Planta de prensado, sulfatado y limpieza	m2	400	\$ 300,00	\$ 120.000,00
Bodega de fermentación y trasegos y añejamiento	m2	1500	\$ 300,00	\$ 450.000,00
Planta de clarificación y estabilización	m2	400	\$ 300,00	\$ 120.000,00
Planta de embotellamiento	m2	400	\$ 300,00	\$ 120.000,00
Cercado	metros/ l	7.000	\$ 4,00	\$ 28.000,00
Tratamiento de tierras	m2	700.000	\$ 0,20	\$ 140.000,00
Garita de Guardianes	Unidad	10	\$ 850,00	\$ 8.500,00
<b>TOTAL INVERSION EN OBRA FISICA</b>				<b>\$986.500,00</b>

Fuente y elaboración: Por los Autores

Acorde con el proyecto es necesaria la construcción de 4 plantas para el tratamiento final de la uva hasta convertirla en vino, estas plantas se ubicaran consecutivamente de acuerdo a los procesos que el producto requiere, estas adecuaciones estarán realizadas acorde a las indicaciones que se necesitan para el cuidado de las temperaturas en cada una de las áreas.

En la bodega de fermentación y añejamiento y fermentación se ubicarán los 1200 barriles que serán adquiridos y se ubicarán en estantes de 3 barriles apilados, ubicados cada un metro, de esta manera se separa los barriles destinados para añejar y los destinados para los vinos sin crianza. Se establecen 7000 metros de cercado para separar el frente del viñedo y 10 unidades de guardianía distribuidas a lo largo de las hectáreas y las plantas

donde la maquinaria estará ubicada. Se adquieren 80 hectáreas de las cuales 50 serán utilizadas para el cultivo del cabernet Sauvignon y 29 hectáreas más para otro tipo de cepas, de esa manera se deja una hectárea para las construcciones y adecuaciones de Cassa Nova como tal.

**Tabla 27 Balance de Maquinaria y Equipos**

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (USD)	COSTO TOTAL (USD)	VIDA UTIL	VALOR DE DESECHO
<b>MAQUINARIA VITICULTURA</b>			<b>\$69.716,12</b>		
Mini tractores YANMAR 4 x 4	2	\$ 4.820,47	\$ 9.640,94	10	0
Sistema de riego	1	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	10	0
Pulverizadoras	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	10	0
Abonadoras	2	\$ 937,31	\$ 1.874,62	10	0
Bombas para fumigar	2	\$ 850,28	\$ 1.700,56	10	0
<b>MAQUINARIA VINICULTURA</b>			<b>\$528.569,53</b>		<b>0</b>
Estrujadoras de uva	2	\$ 528,91	\$ 1.057,82	10	0
Montacargas	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	10	
Maceradores rotativos	3	\$ 5.500,00	\$ 16.500,00	10	0
Despalilladora	2	\$ 970,79	\$ 1.941,58	10	0
Barricas	1200	\$ 410,00	\$492.000,00	10	0
Prensas	2	\$ 2.209,38	\$ 4.418,76	10	0
Equipo de filtracion	5	\$ 427,15	\$ 2.135,75	10	0
Llenadoras de vino	10	\$ 214,24	\$ 2.142,40	10	0
Encorchadora	10	\$ 73,65	\$ 736,50	10	0
Filtradoras de vino	4	\$ 984,18	\$ 3.936,72	10	0
Bombas de vino	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00	10	0
<b>TOTAL INVERSION EN MAQUINARIA</b>			<b>\$ 598.285,65</b>		

Fuente y elaboración: Por los Autores

La maquinaria en la que se invertirá será dividida en dos partes, la primera es la maquinaria para la viticultura, es decir, todo lo necesario para el sembrío y crecimiento de la planta, establecidos en costos anuales los cuales se darán durante los primeros 5 años sin añadirle los costos por la maquinaria de vinicultura. A partir del quinto año a estos costos se sumarán los costos de la maquinaria de la vinicultura.

Para la segunda parte del proyecto es decir desde el año 5 en adelante, serán necesarias todas las máquinas para el procesamiento del vino que se establecen en la tabla 27 con una inversión de USD 598.285,65 dólares.

**Tabla 28 Balance Personal Primeros 5 años**

CARGO	VOLUMEN DE PRODUCCION X UNIDADES					
	NUMERO DE PUESTOS	REMUNERACION				Aumento del 3% c/3 años
		UNITARIO	TOTAL MENSUAL	BENEFICIOS	TOTAL ANUAL	
Contador	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.680,00	\$ 25.680,00	
Ing. en Alimentos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.180,00	\$ 13.180,00	3%
Ing. Agrónomo	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.430,00	\$ 19.430,00	3%
Enólogo	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.580,00	\$ 23.180,00	3%
Jornaleros	20	\$ 340,00	\$ 6.800,00	\$ 17.600,00	\$ 99.200,00	
Jefe de RR.HH	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.105,00	\$ 11.305,00	
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>\$ 7.490,00</b>	<b>\$ 13.950,00</b>	<b>\$ 24.575,00</b>	<b>\$ 191.975,00</b>	

Fuente y elaboración: Por los Autores

Se establecen 2 periodos de reclutamiento y contratación del personal, los primeros 5 años del proyecto no será necesaria la mayor parte del personal administrativo como por ejemplo los vendedores o los encargados de las importaciones y exportaciones debido a que aún no se cuenta con el producto que es el vino, sin embargo actores fundamentales como el Ing. Agrónomo, el Enólogo, y el Ing. en alimentos, son indispensables para garantizar la excelencia en la producción de uva.

El total anual de los sueldos está calculado en base al salario básico para los jornaleros más beneficios, y para los demás integrantes de este proyecto los sueldos son establecidos por la empresa acorde a sus actividades, se consideran también los beneficios que por ley le correspondan a cada uno.

El viñedo Cassa Nova al cumplir con todos requerimientos y lineamientos estipulados por los diferentes organismos de control, le permitirá ganar seguridad a la empresa y de esa misma manera que esta sea proyectada a

cada miembro del viñedo; es importante comprometer a cada miembro del viñedo y que sientan pasión por esta actividad para asegurar el correcto funcionamiento del mismo y crear un ambiente laboral estable.

**Tabla 29 Balance del Personal**

CARGO	VOLUMEN DE PRODUCCION X UNIDADES				
	NUMERO DE PUESTOS	REMUNERACION			
		UNITARIO	TOTAL MENSUAL	BENEFICIOS	TOTAL ANUAL
Asistente	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 955,00	\$ 7.555,00
Gerente de Ventas y Marketing	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.430,00	\$ 19.430,00
Analista de Mercado	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 930,00	\$ 6.930,00
Contador	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.680,00	\$ 25.680,00
Asistente	1	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 918,00	\$ 6.618,00
Ing. en Alimentos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.180,00	\$ 13.180,00
Ing. Agrónomo	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.430,00	\$ 19.430,00
Enólogo	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.580,00	\$ 23.180,00
Obreros	20	\$ 340,00	\$ 6.800,00	\$ 17.600,00	\$ 99.200,00
Jefe de RR.HH	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.105,00	\$ 11.305,00
Asistente	1	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 918,00	\$ 6.618,00
Jefe de Import. y Export.	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 1.105,00	\$ 11.305,00
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>\$ 11.840,00</b>	<b>\$ 18.300,00</b>	<b>\$ 30.831,00</b>	<b>\$ 250.431,00</b>

Fuente y elaboración: Por los Autores

### 6.3.-Costos

En la tabla 32 se establece los costos o gastos anuales en una proyección a 11 años y se ha procedido a dividirlos en dos periodos de 5 años, ya que para sacar el costo de producción de la materia prima necesaria para el año 6 hay que tomar la suma de los costos anuales hasta el año 5 y dividirlos para el numero de kilos de uva producidos en las 50 hectáreas.

Por otro lado se contempla un aumento de sueldos anuales para los jornaleros en base al cambio porcentual que tuvo el sueldo básico del año 2013 al 2014 y de igual manera se ha incluido los beneficios sociales. Adicional se contempla un aumento de sueldos cada 3 años para el Ingeniero Agrónomo, Ingeniero en alimentos y el enólogo personas, dichas personas son fundamentales para el

desarrollo de las actividades de Cassa Nova; el aumento estaría dado por un 3 por ciento.

**Tabla 30 Costos Indirectos**

<b>Materiales indirectos</b>			
<b>PRIMEROS 6 AÑOS</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Equipo de poda	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00
Herbicidas	\$ 35,82	50	\$ 1.791,00
Fungicidas	\$ 342,17	50	\$ 17.108,50
Insecticidas	\$ 43,12	50	\$ 2.156,00
Fertilizantes	\$ 10,91	600	\$ 6.546,00
<b>Total primeros 6 años</b>			<b>\$ 29.101,50</b>
Baldes	\$ 5,00	80	\$ 400,00
Equipo de Filtracion	\$427,15	3	\$ 1.281,45
Equipo de bodega	\$158,00	15	\$ 2.370,00
<b>TOTAL MATERIALES INDIRECTOS</b>			<b>\$ 33.152,95</b>
<b>Materiales Directos</b>			
	<b>V. Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Caja de 100 corchos	\$ 32,14	8000	\$257.120,00
Botellas	\$ 1,55	800000	\$1.240.000,00
Etiquetas	\$ 0,15	800000	\$ 120.000,00
Materia prima	\$ 1,76	800000	\$1.406.093,23
<b>TOTAL MATERIALES DIRECTOS</b>			<b>\$3.023.213,23</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
	<b>V UNITARIO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Transporte	\$ 400,00	27	\$ 10.800,00
Costos de exportacion	\$ 250,00	27	\$ 6.750,00
Suministros y servicios	\$ 15.000,00	12	\$ 180.000,00
Mantenimiento	\$ 20.000,00	2	\$ 40.000,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$ 237.550,00</b>

Fuente y elaboración: Por los Autores

En la tabla 30 se contempla los costos indirectos del viñedo Cassa Nova en los 6 primeros años, los materiales mencionados serán utilizados a partir del año 6

cuando se tenga el primer lote de vino el cual será sujeto al proceso de envejecimiento y embotellado.

**Tabla 31 Impuestos Prediales**

<b>IMPUESTOS PEDIALES</b>		
<b>P. TERRENO</b>	<b>TASA</b>	<b>TOTAL</b>
Terreno	0,0006687443	\$ 53,50
Bomberos		\$ 4,27
Drenaje fluvial		\$ 4,32
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 62,09</b>

Fuente y elaboración: Por los Autores

**Tabla 32 Costo Materia Prima**

<b>Materia Prima</b>		<b>AÑO 6</b>		<b>AÑO 7</b>	
<b>Costo materia prima</b>	<b>Cant. Materia prima kl/ha</b>	<b>Costo botellas</b>	<b>Cantidad de botellas</b>	<b>Costo botellas</b>	<b>Cantidad de botellas</b>
\$ 1.406.093,23	800.000	\$ 4.654.845,25	800.000	\$ 4.736.094,21	800.000
<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 1,76</b>	<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 5,82</b>	<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 5,92</b>
<b>AÑO 8</b>		<b>AÑO 9</b>		<b>AÑO 10</b>	
<b>Costo botellas</b>	<b>Cantidad de botellas</b>	<b>Costo botellas</b>	<b>Cantidad de botellas</b>	<b>Costo botellas</b>	<b>Cantidad de botellas</b>
\$ 4.813.491,20	800.000	\$ 4.894.972,38	800.000	\$ 4.894.972,38	800.000
<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 6,02</b>	<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 6,12</b>	<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 6,12</b>
<b>AÑO 11</b>					
<b>Costo botellas</b>	<b>Cantidad de botellas</b>				
\$ 4.981.331,02	800.000				
<b>C. por kilo</b>	<b>\$ 6,23</b>				

Fuente y elaboración: Por los Autores

## 6.4.-Ventas proyectadas

**Tabla 33 Ventas Cassa Nova S.A para los primeros 11 años**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11
Kilos de uva producidos	0	0	0	0	0	800000	800000	800000	800000	800000	800000
1% posibles kilos dañados	0	0	0	0	0	8000	8000	8000	8000	8000	8000
Botellas de vino producidas	0	0	0	0	0	792000	792000	792000	792000	792000	792000
0,1% botellas destinadas a concursos	0	0	0	0	0	792	792	792	792	792	792
Vino para añejamiento	0	0	0	0	0	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Total botellas de vino para la venta	0	0	0	0	0	771208	791208	791208	791208	791208	791208
Precio promedio por botella						\$ 8,50	\$ 8,76	\$ 9,02	\$ 9,29	\$ 9,57	\$ 9,85
<b>Total Ventas por.</b>	-	-	-	-	-	<b>\$ 6.555.268,00</b>	<b>\$ 6.927.026,04</b>	<b>\$ 7.134.836,82</b>	<b>\$ 7.348.881,93</b>	<b>\$ 7.569.348,38</b>	<b>\$ 7.796.428,84</b>

**Incremento Anual**

**3,0 %**

Fuente y elaboración: Por los Autores

Las ventas del proyecto están dadas por el total de la producción menos el 1 % que se considera como perdida, menos el 0,1 % destinado a la participación en premios internacionales y en promedio 20000 botellas que se destinarán para añejar y su posterior venta a un precio más alto por ser un cabernet Sauvignon de Reserva. Se establecerá un precio para el importador de USD 8,50 dólares dejando así un margen de 40 % para ser repartido entre el distribuidor y la entidad que vende al consumidor final cada una de las botellas.

## 6.5.-Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 34 Estado de Pérdidas y Ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo Producción	\$ 221.138,59	\$ 227.391,29	\$ 235.709,62	\$ 242.772,81	\$ 250.280,91
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ (221.138,59)</b>	<b>\$ (227.391,29)</b>	<b>\$ (235.709,62)</b>	<b>\$ (242.772,81)</b>	<b>\$ (250.280,91)</b>
Intereses pagados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Administración y Venta	\$ -	\$ 78.300,08	\$ 74.350,15	\$ 70.400,23	\$ 69.450,00
<b>Utilidad antes de Repartición</b>	<b>\$ (221.138,59)</b>	<b>\$ (305.691,37)</b>	<b>\$ (310.059,77)</b>	<b>\$ (313.173,03)</b>	<b>\$ (319.730,91)</b>
Utilidad a Trabajadores 15%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes del Impuesto</b>	<b>\$ -</b>				
Impuesto a la renta 22%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad antes de las Reservas</b>					
Reserva Legal					
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ -</b>				

Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11
\$ 6.555.268,00	\$ 6.927.026,04	\$ 7.134.836,82	\$ 7.348.881,93	\$ 7.569.348,38	\$ 7.796.428,84
\$ 3.291.476,92	\$ 3.464.077,11	\$ 3.488.703,11	\$ 3.506.079,75	\$ 3.523.939,36	\$ 3.542.859,14
<b>\$ 3.263.791,08</b>	<b>\$ 3.462.948,93</b>	<b>\$ 3.646.133,71</b>	<b>\$ 3.842.802,17</b>	<b>\$ 4.045.409,02</b>	<b>\$ 4.253.569,69</b>
\$ 921.767,28	\$ 785.054,86	\$ 627.835,57	\$ 447.033,39	\$ 239.110,88	
\$ 2.096.281,08	\$ 2.140.168,28	\$ 2.143.516,33	\$ 2.153.261,45	\$ 2.163.608,09	\$ 2.177.772,03
<b>\$ 245.742,72</b>	<b>\$ 537.725,79</b>	<b>\$ 874.781,81</b>	<b>\$ 1.242.507,33</b>	<b>\$ 1.642.690,05</b>	<b>\$ 2.075.797,67</b>
\$ 36.861,41	\$ 80.658,87	\$ 131.217,27	\$ 186.376,10	\$ 246.403,51	\$ 311.369,65
<b>\$ 208.881,32</b>	<b>\$ 457.066,92</b>	<b>\$ 743.564,54</b>	<b>\$ 1.056.131,23</b>	<b>\$ 1.396.286,54</b>	<b>\$ 1.764.428,02</b>
\$ 45.953,89	\$ 100.554,72	\$ 163.584,20	\$ 232.348,87	\$ 307.183,04	\$ 388.174,16
<b>\$ 162.927,43</b>	<b>\$ 356.512,20</b>	<b>\$ 579.980,34</b>	<b>\$ 823.782,36</b>	<b>\$ 1.089.103,50</b>	<b>\$ 1.376.253,85</b>
\$ 16.292,74	\$ 35.651,22	\$ 57.998,03	\$ 82.378,24	\$ 108.910,35	\$ 137.625,39
\$ 162.927,43	<b>\$ 437.171,06</b>	<b>\$ 711.197,61</b>	<b>\$ 1.010.158,46</b>	<b>\$ 1.335.507,01</b>	<b>\$ 1.687.623,50</b>

Fuente y elaboración: Por los Autores

En relación al Estado de Pérdidas y ganancias durante los primeros 5 años será un periodo de inversión donde no se verá retorno debido a que la vid aun no produce frutos hasta el quinto año donde se obtiene las primeras uvas para proceder con la elaboración del vino; A partir del sexto año el escenario cambia debido a que ya se cuenta con el producto para empezar con su venta. Es importante mencionar que después del sexto año se darán dos cosechas anuales y empieza el periodo de recuperación de la inversión.

## 6.6.-Amortizacion

**Tabla 35 Amortización**

<b>Valor Actual</b>	\$6.145.115,20			
<b>Interés Anual</b>	15,00%		<b>Cuota</b>	<b>\$1.833.183,43</b>
<b>n</b>	5			
<b>Periodo</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo Capital</b>
0				\$ 3.511.494,40
1	\$ 526.724,16	\$ -	\$ -	\$ 4.038.218,56
2	\$ 526.724,16	\$ -	\$ -	\$ 4.564.942,72
3	\$ 526.724,16	\$ -	\$ -	\$ 5.091.666,88
4	\$ 526.724,16	\$ -	\$ -	\$ 5.618.391,04
5	\$ 526.724,16	\$ -	\$ -	\$ 6.145.115,20
6	\$ 921.767,28	\$911.416,16	\$1.833.183,43	\$ 5.233.699,04
7	\$ 785.054,86	\$1.048.128,58	\$1.833.183,43	\$ 4.185.570,46
8	\$ 627.835,57	\$1.205.347,87	\$1.833.183,43	\$ 2.980.222,60
9	\$ 447.033,39	\$1.386.150,05	\$1.833.183,43	\$ 1.594.072,55
10	\$ 239.110,88	\$1.594.072,55	\$1.833.183,43	\$ -

**Fuente y elaboración:** Por los Autores

## 6.7.- Balance General

Tabla 36 Balance General

Activos		Pasivos	
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivo corriente</b>	
	<b>\$ 3.511.494,40</b>		<b>\$ 3.565.526,45</b>
Bancos	\$ 3.511.494,40	Deuda con banco por pagar	\$ 3.511.494,40
		Cuentas por pagar	\$ 54.032,05
<b>Activos Fijos</b>			
	<b>\$ 931.905,65</b>		
Maquinaria	\$ 528.569,53		
Terreno	\$ 80.000,00		
Herramientas	\$ 320.336,12	<b>Patrimonio</b>	
Equipos de oficina	\$ 250,00	Capital	\$ 877.873,60
Equipo de computación	\$ 2.250,00	<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 877.873,60</b>
Muebles y enseres	\$ 500,00		
<b>Total activos</b>		<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 4.443.400,05</b>
	<b>\$ 4.443.400,05</b>		

Fuente y elaboración: Por los Autores

## 6.8.- Indicadores Financieros

En el flujo de caja (Ver anexo J) se ha considerado los costos que van a influir en los cálculos del TIR y el VAN, se observa a partir del año 6 la cancelación del préstamo realizado en el cual se pagan cuotas a partir del monto acumulado entre el capital inicial y la suma de los intereses generados en el periodo de gracia que son los 5 primeros años.

Tabla 37 Indicadores Financieros

<b>VAN</b>	<b>\$ 126.056,17</b>
<b>TIR</b>	<b>38%</b>
<b>Beneficio/Costo</b>	<b>1,05</b>
<b>Periodo de recuperación</b>	<b>0,80</b>

Fuente y elaboración: Por los Autores

Se estableció una TMAR de 20 % que comparada con el TIR el cual es de 38 % es aceptado para los inversionistas del viñedo Cassa Nova.

Previo a concluir este capítulo es importante mencionar que las botellas de vino a ser vendidas al importador en Bogotá, se realizará mediante un contrato con el importador un año antes, donde se hará uso de una garantía bancaria o un seguro, lo que dependerá del importador. Se debe tener en consideración en que 5 años muchos factores pueden cambiar por lo que si dado el motivo los importadores de licores ya contactados para venderles el vino El Cardenal, deciden no comprar el mismo, se negociará con otro importador de licor en la ciudad de Cali y parte de la producción será destinada para consumo doméstico, se deberá estructurar un plan de venta del vino en Ecuador con los principales canales de distribución como restaurantes, supermercados y hoteles.

## **Conclusiones**

- Los datos recopilados en la OIV evidencian un crecimiento continuo de la industria vinícola mundial, destacando a España y Francia como los países con mayor número de hectáreas de vid, pero a su vez se evidencia el crecimiento de cultivo de uva y producción de vino de países emergentes como es el caso de China; al analizar la situación de varios países que se encuentran en la zona de viticultura tropical como Australia, que al igual Ecuador no cuenta con las 4 estaciones bien definidas, han logrado producir vino de calidad aprovechando las dos cosechas de uva al año que esta zona provee como ventaja competitiva ante los países ubicados en zona de viticultura mediterránea; Australia logró posicionar su marca en el mercado español, dando un soporte de que es posible que Ecuador desarrolle sus capacidades agrícolas y de industrialización para fomentar la participación del país en la industria vinícola en el mercado colombiano, de esa manera se diversifica los sectores productivos del país y se genera valor agregado al exportar un producto terminado.
- Se llega a la conclusión de que la cepa Cabernet Sauvignon se adaptará mejor a climas cálidos como el de la provincia de Santa Elena, adicional se aprovechará la ventaja natural de la zona de viticultura tropical al contar con dos cosechas de uva al año, se utilizará espalderas de 4 alambres en cordón bilateral para garantizar la actividad fotosintética de las plantas de manera que se aproveche la duración de luz solar, por lo que se cultivaran 50 hectáreas de vid y se dedicará su producción total de uva a la elaboración del vino El Cardenal, de igual manera su distribución será vía marítima llegando al puerto de Buenaventura donde será el importador el encargado de gestionar el transporte de la carga hasta Bogotá.

- Luego de realizar el análisis de mercado en Colombia se comprueba que el consumo de vino en el país vecino ha crecido significativamente en especial en la ciudad de Bogotá, de acuerdo a las encuestas realizadas para el consumidor final no es un factor decisivo de compra el país de procedencia del vino, mientras este cuente con un buen sabor, aroma y textura cumplirá con las exigencias del cliente; se comprueba que los principales competidores son dos marcas provenientes de Chile las mismas son: Casillero del Diablo y Gato Negro, ambas marcas establecidas y posicionadas en este mercado, por ese motivo se fija al precio de venta para el importador de acuerdo a los costos del vino y a los precios fijados por la competencia. En relación a lo promoción del vino, es fundamental inscribir al Cabernet Sauvignon en diferentes concursos internacionales que den un valor agregado al vino por ser el ganador de un premio en el cual compita con vinos de trayectoria.

- Los estados financieros de la presente tesis se elaboraron en base a todos los costos en los cuales un viñedo incurre a lo largo de 11 años de ser implementado; se ha dividido en 2 partes, en las cuales los primeros 5 años son costos de sembrío y cuidados para garantizar la calidad de la uva, y los otros 5 son los costos anuales de las dos producciones que el viñedo tendrá por estar en la zona de viticultura tropical antes explicada. Los costos se toman desde la importación de la planta hasta que el producto es enviado para la exportación, es importante mencionar que se considera los impuestos pertinentes así como también los incrementos en los salarios y otros costos que a lo largo de 11 años Cassa Nova implementará.

Se fija un precio de USD 8,50 dólares para ser vendido al importador, y este a su vez obtendrá un 40 % que se repartirá entre el distribuidor y el vendedor minorista de acuerdo a negociaciones previas, sin exceder los USD 14,50 dólares bajo los cuales este producto deberá llegar al consumidor final. Se toma

en cuenta este precio y la cantidad de producción que saldrá a la venta se registran ingresos a partir del séptimo año, es decir el proyecto pasa de registrar pérdidas, a registrar ganancias de un año a otro lo que hace que la Tasa Interna de Retorno de 38 % sea favorable para los accionistas de la empresa quienes han fijado un 20 % como la Tasa Mínima Atractiva de Retorno, en este caso el proyecto es viable y rentable.

- Finalmente la hipótesis planteada al principio del proyecto se acepta, debido a que es posible el cultivo de la vid en el Ecuador, donde se obtienen dos cosechas de uva al año, lo que permite cubrir parte la demanda de vino en la ciudad de Bogotá en épocas donde Chile y Estados Unidos no producen; así mismo la fácil adaptación de la cepa cabernet Sauvignon en el clima tropical permite la producción de uva y elaboración de un vino tinto de calidad, lo que genera valor agregado a la materia prima para promover la transformación de la matriz productiva e impulsar al sector vinicultor y este logre generar apoyo a la balanza de pagos del país.

## **Recomendaciones**

Para los inversionistas, el negocio es rentable sin embargo se recomienda paciencia y no ver al sector vitivinicultor como un negocio si no como una pasión, de tal manera se fijaran estrategias para ampliar el mercado, y lograr economías de escala para producir un vino ecuatoriano que será exportado a diferentes mercados a nivel internacional.

Se recomienda la creación de una asociación ecuatoriana que brinde apoyo a los viñedos existentes en Ecuador con el fin de promover el desarrollo de este sector, el cual no solo generará nuevas fuentes de trabajo, sino que también es una estrategia para empezar a equilibrar la balanza de pagos del país que durante años ha estado en déficit.

Se recomienda a las instituciones ecuatorianas encargadas de emitir información estadística sobre los diferentes cultivos en el país, que también sea tomado en cuenta el sector vitícola, debido a que pese a ser un sector olvidado, con las adecuadas estrategias, control y manejo se convertirá en una industria productiva.

El país debe unirse a la agrupación World Wine Trade Group, la misma promueve la producción sostenible entre sus miembros y a su vez impulsa a la investigación para desarrollar nuevas cepas que permita satisfacer a los paladares más exquisitos al momento de consumir un vino.

También se recomienda a los nuevos vitivinicultores que apliquen a una certificación internacional del vino, debido a que Ecuador no cuenta con esta industria desarrollada y no existen procesos establecidos en relación a la exportación de vino ecuatoriano.

## Referencias

- OIV Organización Internacional de la viña y el vino. (4 de Junio de 2013). *Reporte estadístico de la vitivinicultura mundial*. Recuperado el 23 de Julio de 2014, de Organización Internacional de la viña y el vino: <file:///C:/Users/FGARCIA/Downloads/2013%20Report.pdf>
- OIV Organización mundial de la viña y el vino. (4 de junio de 2013). *OIV Organización mundial de la viña y el vino*. Obtenido de <file:///C:/Users/FGARCIA/Downloads/2013%20Report.pdf>
- Secretaria Distrital de Planeación. (2014). *Poblacion, viviendas y hogares por estrato socioeconomico*. Informe Estadístico, Bogota.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Planificación*. Recuperado el 1 de Agosto de 2014, de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)
- Agencia Nacional de Regulacion, Control, y Vigilancia Sanitaria . (2014). *Guia de Requisitos que se requieren para la obtencion del permiso de funcionamiento de los establecimientos sujetos a vigilancia sanitaria y control sanitario*. Guía de Requisitos, Quito.
- Almanza, P. (2011). *Determinación del crecimiento y desarrollo de la vid (Vitis vinifera L.) bajo condiciones de clima de frío tropical*. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Banco Central de la Republica de Colombia. (18 de Agosto de 2014). *Banco Central de la Republica de Colombia*. Obtenido de Banco Central de la Republica de Colombia: <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/mercado-laboral>

Banco Central de la Republica de Colombia. (18 de Agosto de 2014). *Banco Central de la Republica de Colombia*. Obtenido de Banco Central de la Republica de Colombia: <http://www.banrep.gov.co/es/inflacion-basica>

Banco Central de la República de Colombia. (18 de Agosto de 2014). *Banco Central de la República de Colombia*. Obtenido de Banco Central de la República de Colombia: <http://www.banrep.gov.co/es/tasas-empleo-desempleo>

Banco Central del Ecuador. (16 de Julio de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/nuevas-publicaciones1>

CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2013). *Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe ▪ 2013*. Ecuador: CEPAL.

Concha y Toro. (17 de Agosto de 2014). *Casillero del Diablo* . Obtenido de <http://www.casilleroeldiablo.com/minisitios/leyenda/#>

Cullen Wines. (2014). *Cullen Wines*. Recuperado el 09 de Agosto de 2014, de <http://www.cullenwines.com.au/wines>

Díaz, V. P. (14 de Mayo de 2013). *La Republica* . Obtenido de [http://www.larepublica.co/empresas/el-consumo-de-vino-ha-crecido-61-en-los-%C3%BAltimos-cinco-a%C3%B1os\\_38441](http://www.larepublica.co/empresas/el-consumo-de-vino-ha-crecido-61-en-los-%C3%BAltimos-cinco-a%C3%B1os_38441)

Fernández, L. H. (2002). *Tratado de Viticultura* . Madrid: Mundiprensa.

Grupo Vilbo. (2014). *Saber y Sabor* . Recuperado el 09 de Agosto de 2014, de <http://www.e-restauracion.com/articulos/view/vinos-de-australia-la-revelacion-del-vino-de-las-antipodas>

Hidalgo, J. (2004). *Tratado de Enología*. Madrid: Mundiprensa.

Hidalgo, L. (2011). *Tratado de Viticultura*. Madrid: Mundi Prensa Libros.

INIAP Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias. (17 de Agosto de 2014). *Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias*. Obtenido de [http://www.iniap.gob.ec/nsite/index.php?option=com\\_content&view=article&id=37&Itemid=16](http://www.iniap.gob.ec/nsite/index.php?option=com_content&view=article&id=37&Itemid=16)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (17 de Agosto de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>

Los Vinos del Mundo. (2008). *Los Vinos del Mundo*. Recuperado el 09 de Agosto de 2014, de <http://www.losvinosdelmundo.com/esp/paises/nz.html>

Ministerio de Comercio Exterior. (21 de Agosto de 2014). *Medidas Arancelarias y No Arancelarias Aplicadas por Terceros Países a las Exportaciones Nacionales*. Obtenido de Perfil Comercial Colombia : <http://barreras.corporaciondfl.com/PERFIL/PERFIL%20COMERCIAL%20COLOMBIA.pdf>

Ortega. (2014). *Sabidurías*. Obtenido de <http://www.sabidurias.com/cita/es/6016/jose-ortega-y-gasset/solo-cabe-progresar-cuando-se-piensa-en-grande-solo-es-posible-avanzar-cuando-se-mira-lejos>

Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión, Formulación y evaluación*. Naucalpan de Juárez: Pearson Education.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Diciembre de 2012). *SENAE*. Recuperado el 12 de Agosto de 2014, de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)

Subsecretaria de Calidad Ambiental Direccion de Prevencion y Control de la Contaminacion. (2014). *Licencias Ambientales*. Informe de la Subsecretaria, Quito.

Superintendencia de Compañías y Valores . (2014). *Superintendencia de Compañías y Valores* . Recuperado el 10 de Agosto de 2014, de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

Viña San Pedro. (Agosto de 17 de 2014). *San Pedro*. Obtenido de <http://www.sanpedro.cl/castillo-de-molina/>

# **Anexos**

## Anexo A

Formato de Encuesta Importadores De licores – Bogotá

Nombre del establecimiento: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuáles son las tres marcas de vinos de mayor importación?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

2. ¿De qué países provienen los vinos de mayor importación?

3. ¿Cuáles son las dos cepas de mayor preferencia de sus distribuidores?

4. ¿Quién compra más vino?

- Restaurantes \_\_\_\_\_
- Hoteles \_\_\_\_\_
- Licorerías \_\_\_\_\_
- Centros de diversión (Discotecas – Bares) \_\_\_\_\_
- Supermercados \_\_\_\_\_

5. ¿Considera usted que el país de procedencia del vino es importante?

SI NO

6. ¿Compraría usted un Cabernet Sauvignon de origen ecuatoriano para ser distribuido en Bogotá?

SI NO

7. ¿Cuál es el precio promedio de los vinos que ustedes adquieren?

- 15.000 a 20.000 pesos \_\_\_\_\_
- 32.000 a 45.000 pesos \_\_\_\_\_
- 46.000 a 60.000 pesos \_\_\_\_\_
- 61.000 pesos o más \_\_\_\_\_

## Anexo B Formato de encuesta al consumidor final

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: Femenino

Masculino

1. ¿Usted consume Vino? (Si su respuesta es no entonces finalizará la encuesta.)

SI

NO

2. ¿Con que frecuencia usted consume vino?

- Todos los días \_\_\_\_\_
- Cada 8 días \_\_\_\_\_
- Una vez al mes \_\_\_\_\_
- Dos veces al mes \_\_\_\_\_
- En ocasiones especiales \_\_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de Cepa usted consume con mayor frecuencia?

- Cabernet Sauvignon \_\_\_\_\_
- Merlot \_\_\_\_\_
- Malbec \_\_\_\_\_
- Sauvignon Blanc \_\_\_\_\_
- Otra cepa \_\_\_\_\_
- No sabe \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál es la marca de vino más conocida o escuchada por usted?

- Gato Negro \_\_\_\_\_
- Casillero del Diablo \_\_\_\_\_
- Los Vascos \_\_\_\_\_
- Las Moras \_\_\_\_\_
- Santa Elena \_\_\_\_\_
- OTRO ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es el lugar donde usted consume vino con más frecuencia?

- En su casa \_\_\_\_\_
- Restaurante \_\_\_\_\_
- Bar \_\_\_\_\_

- Oficina \_\_\_\_\_
- Discoteca \_\_\_\_\_
- Otro lugar ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿En qué lugares usted compra el vino con más frecuencia?

- Supermercado \_\_\_\_\_
- Licorera \_\_\_\_\_
- Lugares de consumo: Hoteles– Restaurantes-club- Bar \_\_\_\_\_
- Otro lugar ¿Cuál? \_\_\_\_\_

7. Favor marcar dentro del campo de acuerdo al nivel de importancia de los factores más importantes al momento de escoger un vino.

**Tabla 36: Factores y su nivel de importancia**

<b>Factores</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Regular</b>	<b>Importante</b>	<b>Muy importante</b>
Aroma				
Marca				
Precio				
País de procedencia				
Color				
Añejamiento				
Presentación				
Sabor				

**Fuente y elaboración:** Por los autores

8. ¿Cuál es el principal motivo por el cual usted consume vino?

- En eventos \_\_\_\_\_
- Por salud \_\_\_\_\_
- Por moda \_\_\_\_\_
- Como aperitivo \_\_\_\_\_

- Por compartir con familiares o amigos \_\_\_\_\_
- Otro motivo ¿Cuál? \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es su medio preferido para recibir información sobre el vino?

- Televisión \_\_\_\_\_
- Revistas \_\_\_\_\_
- Internet (email-Redes sociales) \_\_\_\_\_
- Prensa \_\_\_\_\_
- Radio \_\_\_\_\_
- Otros medios \_\_\_\_\_

10. ¿Cuál es el precio aproximado que usted pagaría por un vino?

- 15.000 a 20.000 pesos \_\_\_\_\_
- 32.000 a 45.000 pesos \_\_\_\_\_
- 46.000 a 60.000 pesos \_\_\_\_\_
- 60.000 pesos o más \_\_\_\_\_

## Anexo C

### Ilustración 18: Formulario de Solicitud de Licencia de uso de marca

<b>FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA DE USO DE MARCA PAÍS ECUADOR AMA LA VIDA PARA PRODUCTOS (USO COMERCIAL)</b> Es el uso de la Marca País en los empaques de productos de comercialización nacional y productos de exportación.	
<b>DATOS DEL SOLICITANTE</b>	
Nombre de la Persona Natural o Jurídica	
RUC	Cédula de Ciudadanía de Persona Natural o Rep. Legal
Nombre del Representante Legal (de ser el caso)	Cargo
Dirección Oficina	Cantón / Provincia
Teléfono / Celular	Correo electrónico
Página Web (de ser el caso)	
Persona de Contacto	Cargo
Teléfono / Celular	Correo electrónico
Giro principal de la actividad productiva / trayectoria de la empresa / Misión y Visión	
Referencia sobre trayectoria y/o calidad de los servicios de la empresa <i>Indicar si la empresa pertenece a alguna asociación; si tiene certificaciones, acreditaciones, premios y/o reconocimientos, etc.</i>	
Vinculación de la empresa con el desarrollo del país <i>Mencionar el aporte al crecimiento del país; si es responsable con la sociedad y con el medio ambiente, etc.</i>	
<b>INFORMACIÓN DEL PRODUCTO</b>	
Indicar el tipo de producto y nombre/marca que lo identifica <i>Mencionar todos los productos de la empresa que deseen llevar la Marca País.</i>	
Indicar el porcentaje de producción nacional del producto <i>Su composición debe ser al menos del 40% ecuatoriano, entre materia prima y/o mano de obra.</i>	
<b>USO SOLICITADO DE LA MARCA</b>	
<input type="checkbox"/> Nacional  <input type="checkbox"/> Internacional  País (es) _____	Tipos de usos solicitados: <input type="checkbox"/> Empaques <input type="checkbox"/> Etiquetas <input type="checkbox"/> Envases <input type="checkbox"/> Publicidad <input type="checkbox"/> Otros _____
Explicación de intención de uso	
Lugar y fecha de emisión de la solicitud	
<b>DOCUMENTOS QUE DEBEN ADJUNTARSE</b>	
Se debe adjuntar la siguiente información: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia del RUC</li> </ul>	

- Copia de la cédula del representante legal o persona natural
- Copia del nombramiento del representante legal (si aplica)
- Copia de la última declaración del Impuesto a la Renta

**PARA USO DE LA COORDINACIÓN DE MARCAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR**

Número de licencia	Fecha de emisión de licencia
Responsable	Firma

## Anexo D

### Ilustración 18: Ejemplo de Declaración Aduanera de Exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



## Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2012-40-00005727		
---------------	----------------------	--	--

**Información de general**

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692

**Información de Exportador**

Nombre del exportador	CAFE ECUATORIANO SA	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	CAFE EN GRANO	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUÍZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE

**Información de carga**

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA SA		
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	(0909025) CONTECON GUAYAQUIL SA,	Medio de transporte	MARITIMO
Pais de destino final	ARGENTINA		

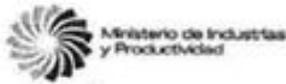
DOLAR ESTADOUNIDENSE

**Totales**

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662.01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

## Anexo E

### Ilustración 19: Ejemplo de Certificado de Origen para Comunidad Andina



Ministerio de Industrias  
y Productividad

COMUNIDAD ANDINA  
CERTIFICADO DE ORIGEN

N° del Certificado
14936657201300060923P

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION  
ASSOCIACÃO LATINO-AMERICANA DE INTEGRAÇÃO

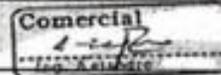
PAIS EXPORTADOR :		ECUADOR	PAIS IMPORTADOR :	PERU
N° de Orden (1)	NANDINA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS		
2	2710193400	GRASA CHASIS AMBAR		
1	2710193400	GRASA CHASIS ROJA		
3	2710193400	GRASA CHASIS NEGRA		

#### DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial No. [001-001-010000278] cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) DE CARTAGENA de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)
2	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Lateral I)
1	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Lateral I)
3	Decisión 416, Capítulo II, Artículo 2, Lateral I)

FECHA: 10 JUNIO 2013  
 RAZON SOCIAL: Empresa Exportadora S.A.  
 Sello y firma del exportador o productor



OBSERVACIONES:

**CERTIFICACION DE ORIGEN**

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de GUAYQUILIA a las 20 horas 20 días de Junio del 2013

  
**Victor Bola Medina**  
 ANALISTA  
 Nombre, sello y formato de la Entidad Certificadora

- NOTAS:**
- (1): Esta columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser trasladadas, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente.
  - (2): Especificar si se trata de un Acuerdo de Alcance Regional Parcial, indicando número de registro.
  - (3): En esta columna se indicará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.
- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmendaduras.

## Anexo F

**Ilustración 20: Visita al Viñedo Chaupi Estancia Winery**



Fuente y elaboración: Por los autores

**Ilustración 19 Visita al Viñedo Chaupi Estancia Winery**



Fuente y elaboración: Por los autores

**Ilustración 20 Visita al Viñedo Chaupi Estancia Winery**



**Fuente y elaboración:** Por los autores

## **Anexo G**

### **Entrevista con el Ingeniero Agrónomo**

A continuación se detalla el proceso de elaboración del vino, explicado por el Ingeniero Agrónomo Jorge Duran.

La uva más adaptada al medio es la cepa Palomino originaria de España.

Se toma la planta y se lleva a un invernadero por un año para que tenga mejor temperatura al tiempo que la raíz crece y se desarrolla.

Luego se siembra en el lugar definitivo y allí tarda unos 3 a 4 años para comenzar su producción.

Después de cosechar se procede con la poda la cual se hace cuando el palo se encuentra sin ramas ni hojas. Quien no conoce de viñedos cree que éste se encuentra abandonado o descuidado y por el contrario se encuentra en proceso de recuperación de la planta.

A los 7 u 8 meses de haber podado y/o cortado, la planta vuelve a producir. Durante este tiempo se hacen labores culturales del viñedo como son: fertilizar, limpieza y mantenimiento a los canales de agua.

Después de podada, la planta queda dormida sin ramas ni hojas y luego comienza a crecer la nueva planta y formando la fruta. Lo primero que sale es un pitón en el tallo y allí nace la yema de la cual posteriormente sale la nueva planta.

Para tener buena producción se debe procurar manejar la temperatura de la planta y por ello es más conveniente cultivar en invernaderos pues allí se pueden manejar micro climas con, temperaturas entre 21° y 28°. Chile, Argentina y otros países manejan las 4 estaciones mientras que en Ecuador son 2 y están muy bien definidas: invierno / verano.

Para vino tinto se tienen dos cosechas al año ya que el clima ayuda al desarrollo de esta variedad. Esto tiene su punto negativo ya que la planta no descansa y al mes de haber producido comienza a brotar de nuevo.

Adicional a todo el proceso que se lleva en el campo también hay que cumplir con todos los requisitos y exigencias de los entes de control del estado para poder operar y producir con tranquilidad sujetos a las normas como debe ser.

No se exporta por la baja cantidad que se produce. Se tiene un producto competitivo en calidad pero el volumen de producción da solo para consumo nacional.

Las variedades de uva/cepa se reconocen por la forma de la hoja y la fruta.

Si se quiere hacer un Cabernet su producción daría para máximo 2 cajas de 6 botellas ante lo cual prefieren hacer mezclas de todas las variedades que se tienen y así obtener mayor cantidad de botellas al final de la producción con ciertos sabores definidos según los porcentajes utilizados por cepa.

Si el vino se hace en el viñedo con una uva bien tratada se obtendrá un producto de muy buena calidad.

El vino blanco se tiene en barriles 3 a 6 meses según la barrica que se utilice. Si es virgen se tiene allí menos tiempo pues absorbe más sabor de la madera; esto lo define el enólogo que es quien controla este proceso en las bodegas.

Es importante anotar que el país no se produce corchos y se deben importar.

En conclusión desde el momento en que se siembra en el invernadero hasta que se cosecha han transcurrido aproximadamente 5 años, tiempo en el cual se empieza a recuperar la inversión. Esto implica un costo alto de financiación para mantenerse todo este tiempo.

El trabajo en los viñedos es de investigación, experimentación en procura de tener producciones de buena calidad para lo cual se utilizan los invernaderos lo que implica un alto costo pero garantiza un producto final óptimo.

Anexo H

Tabla 37 Calendario de Inversiones

CALENDARIO DE INVERSIONES															
			INVERSION INICIAL							INVERSION PROYECTADA					
	VALOR	CANTIDAD	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	AÑO 11	TOTAL
<b>INFRAESTRUCTURA</b>			\$ 365.328,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 986.500,00	\$ -	\$ 300.000,00	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	
Hectareas	\$ 1.000,00	80	\$ 80.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 80.000,00
Plantas Cabernet S.	\$ 1,81	148800	\$ 269.328,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 269.328,00
Adecuacion de plantas	\$ -	0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 986.500,00	\$ -	\$ 300.000,00	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ 420.000,00
Tarifa contenedores imp.	\$ 4.000,00	4	\$ 16.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16.000,00
<b>VITICULTURA</b>			\$ 69.716,12	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 17.005,60	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	
Mini tractores YANMAR 4 x 4	\$ 4.820,47	2	\$ 9.640,94						\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 9.640,94
Sistema de riego	\$ 6.500,00	1	\$ 6.500,00						\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.500,00
Pulverizadoras	\$ 50.000,00	1	\$ 50.000,00						\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50.000,00
Abonadoras	\$ 937,31	2	\$ 1.874,62						\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.874,62
Bombas para fumigar	\$ 850,28	2	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 17.005,60	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 25.508,40
<b>MATERIALES VITICULTURA</b>			\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50							
Equipo de poda	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 15.000,00
Herbicida	\$ 35,82	50	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 1.791,00	\$ 17.910,00
Fungicida	\$ 342,17	50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 17.108,50	\$ 171.085,00
Insecticida	\$ 43,12	50	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 2.156,00	\$ 21.560,00
Fertilizantes	\$ 10,91	600	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 6.546,00	\$ 65.460,00
<b>VINICULTURA</b>			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 280.433,78	\$ 246.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Estrujadoras de uva	\$ 528,91	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.057,82	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.057,82
Montacargas	\$ 2.500,00	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.500,00
Maceradores rotativos	\$ 5.500,00	3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16.500,00
Despalilladora	\$ 970,79	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.941,58	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.941,58
Barricas	\$ 410,00	1200	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 246.000,00	\$ 246.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 492.000,00
Prensas	\$ 2.209,38	2	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.418,76	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.418,76
Llenadoras de vino	\$ 214,24	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.142,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.142,40
Encorchadora	\$ 73,65	10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 736,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 736,50
Filtradoras de vino	\$ 984,18	4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.936,72	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.936,72
Bombas de vino	\$ 400,00	3	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.200,00
<b>MATERIALES VINICULTURA</b>			\$ -	\$ 191.975,00	\$ 198.224,60	\$ 206.541,62	\$ 213.603,48	\$ 1.721.255,98	\$ 2.589.006,17	\$ 2.655.277,07	\$ 2.725.362,63	\$ 2.799.906,55	\$ 2.878.767,31		
Caja de 100 corchos	\$ 32,14	8000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 257.120,00	\$ 257.120,00	\$ 257.120,00	\$ 257.120,00	\$ 257.120,00	\$ 257.120,00	\$ 257.120,00	\$ 1.542.720,00
Equipo de filtracion	\$ 427,15	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.135,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.135,75
Baldes	\$ 5,00	20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ 100,00	\$ -	\$ -	\$ 300,00
Equipo para bodega	\$ 158,00	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 790,00	\$ 4.740,00	
Botellas	\$ 1,55	800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 7.440.000,00
Salarios primeros 5 años				\$ 191.975,00	\$ 198.224,60	\$ 206.541,62	\$ 213.603,48	\$ 221.110,23	\$ 235.040,17	\$ 249.847,71	\$ 265.588,11	\$ 282.320,16	\$ 300.106,33	\$ 326.357,42	\$ 2.364.357,42
Salarios a partir del año 6									\$ 856.056,00	\$ 907.419,36	\$ 961.864,52	\$ 1.019.576,39	\$ 1.080.750,98	\$ 1.148.256,67	\$ 4.825.667,25
Servicios basicos			\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 2.500,00	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 21.700,00
<b>EQUIPOS</b>			\$ 3.000,00	\$ 100,00	\$ 250,00	\$ 600,00	\$ 2.500,00	\$ 100,00	\$ 34.000,00	\$ 31.700,00	\$ 39.750,00	\$ 40.100,00	\$ 44.600,00	\$ 48.000,00	
Publicidad			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20.000,00	\$ 25.000,00	\$ 30.000,00	\$ 32.000,00	\$ 35.000,00	\$ 38.000,00	\$ 142.000,00
Equipos de oficina	\$ -		\$ 250,00	\$ 100,00	\$ 250,00	\$ 100,00	\$ 250,00	\$ 100,00	\$ 4.000,00	\$ 4.200,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.800,00	\$ 6.000,00	\$ 30.550,00
Equipos de computación	\$ 750,00	3	\$ 2.250,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.250,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.250,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.750,00
Muebles y enseres			\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00	\$ -	\$ 10.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.000,00	\$ 3.100,00	\$ 3.800,00	\$ 4.000,00	\$ 27.400,00
<b>OTROS</b>				\$ 62,09	\$ 65,19	\$ 66,50	\$ 67,83	\$ 69,18	\$ 70,57	\$ 71,98	\$ 73,42	\$ 74,89	\$ 76,39	\$ -	
Gastos de Constitución															
Impuestos Prediales				62,09	65,19	66,50	67,83	69,18	70,57	71,98	73,42	74,89	76,39		0,00
<b>TOTAL INVERSION</b>			\$ 438.044,12	\$ 221.238,59	\$ 229.341,85	\$ 236.309,62	\$ 1.233.473,37	\$ 2.030.960,44	\$ 3.186.082,34	\$ 2.687.049,05	\$ 2.826.886,61	\$ 2.840.081,44	\$ 2.985.144,25	\$ 48.000,00	\$ 18.104.621,16

Fuente y elaboración: Por los autores

Anexo I

Tabla 38 Gastos Generales de Cassa Nova S.A. Proceso de Producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTO DIRECTO DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>Mano de obra</b>	<b>\$ 191.975,00</b>	<b>\$ 198.224,60</b>	<b>\$ 206.541,62</b>	<b>\$ 213.603,48</b>	<b>\$ 221.110,23</b>
Obreros	\$ 99.200,00	\$ 105.449,60	\$ 112.092,92	\$ 119.154,78	\$ 126.661,53
Enologo	\$ 23.180,00	\$ 23.180,00	\$ 23.875,40	\$ 23.875,40	\$ 23.875,40
Ing. Agronomo	\$ 19.430,00	\$ 19.430,00	\$ 20.012,90	\$ 20.012,90	\$ 20.012,90
Ing. En Alimentos	\$ 13.180,00	\$ 13.180,00	\$ 13.575,40	\$ 13.575,40	\$ 13.575,40
Gerente financiero	\$ 25.680,00	\$ 25.680,00	\$ 25.680,00	\$ 25.680,00	\$ 25.680,00
Jefe de Recursos Humanos	\$ 11.305,00	\$ 11.305,00	\$ 11.305,00	\$ 11.305,00	\$ 11.305,00
Materiales directos de producción	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Costos directos de Producción</b>	<b>\$ 191.975,00</b>	<b>\$ 198.224,60</b>	<b>\$ 206.541,62</b>	<b>\$ 213.603,48</b>	<b>\$ 221.110,23</b>
<b>COSTO INDIRECTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materiales Indirectos	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50	\$ 29.101,50
Impuestos prediales	\$ 62,09	\$ 65,19	\$ 66,50	\$ 67,83	\$ 69,18
<b>Total Costos indirectos de Producción</b>	<b>\$ 29.163,59</b>	<b>\$ 29.166,69</b>	<b>\$ 29.168,00</b>	<b>\$ 29.169,33</b>	<b>\$ 29.170,68</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA</b>					
Personal administrativo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de exportacion	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Suministros y Servicios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Gastos de Administración y Venta</b>	<b>\$ -</b>				
Gastos que no representan desembolsos:					
Depreciación terreno	\$ -	\$ 76.800,00	\$ 73.600,00	\$ 70.400,00	\$ 67.200,00
Depreciacion edificio					
Depreciacion equipos		\$ 1.500,08	\$ 750,15	\$ 0,23	\$ 2.250,00
<b>Total Depreciacion</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 78.300,08</b>	<b>\$ 74.350,15</b>	<b>\$ 70.400,23</b>	<b>\$ 69.450,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 221.138,59</b>	<b>\$ 305.691,37</b>	<b>\$ 310.059,77</b>	<b>\$ 313.173,03</b>	<b>\$ 319.730,91</b>
<b>Total gastos para considerar en costo uni.</b>	<b>\$ 221.138,59</b>	<b>\$ 227.391,29</b>	<b>\$ 235.709,62</b>	<b>\$ 242.772,81</b>	<b>\$ 250.280,91</b>

Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Promedio
<b>\$ 235.040,17</b>	<b>\$ 249.847,71</b>	<b>\$ 265.588,11</b>	<b>\$ 282.320,16</b>	<b>\$ 300.106,33</b>	<b>\$ 319.013,03</b>	
\$ 134.641,21	\$ 143.123,60	\$ 152.140,39	\$ 161.725,23	\$ 171.913,92	\$ 182.744,50	
\$ 25.379,55	\$ 26.978,46	\$ 28.678,10	\$ 30.484,83	\$ 32.405,37	\$ 34.446,91	
\$ 21.273,71	\$ 22.613,96	\$ 24.038,64	\$ 25.553,07	\$ 27.162,91	\$ 28.874,18	
\$ 14.430,65	\$ 15.339,78	\$ 16.306,19	\$ 17.333,48	\$ 18.425,49	\$ 19.586,29	
\$ 27.297,84	\$ 29.017,60	\$ 30.845,71	\$ 32.788,99	\$ 34.854,70	\$ 37.050,55	
\$ 12.017,22	\$ 12.774,30	\$ 13.579,08	\$ 14.434,56	\$ 15.343,94	\$ 16.310,61	
\$ 3.023.213,23	\$ 3.174.373,89	\$ 3.181.931,92	\$ 3.182.309,82	\$ 3.182.328,72	\$ 3.182.329,66	
<b>\$ 3.258.253,40</b>	<b>\$ 3.424.221,59</b>	<b>\$ 3.447.520,03</b>	\$ 3.464.629,99	<b>\$ 3.482.435,05</b>	<b>\$ 3.501.342,69</b>	<b>\$ 3.464.861,69</b>
\$ 33.152,95	\$ 39.783,54	\$ 41.109,66	\$ 41.374,88	\$ 41.427,93	\$ 41.438,54	
\$ 70,57	\$ 71,98	\$ 73,42	\$ 74,89	\$ 76,39	\$ 77,91	
<b>\$ 33.223,52</b>	<b>\$ 39.855,52</b>	<b>\$ 41.183,08</b>	<b>\$ 41.449,77</b>	<b>\$ 41.504,31</b>	<b>\$ 41.516,45</b>	<b>\$ 34.305,45</b>
\$ 856.056,00	\$ 907.419,36	\$ 961.864,52	\$ 1.019.576,39	\$ 1.080.750,98	\$ 1.145.596,04	
\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	
\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	
\$ 6.750,00	\$ 6.750,00	\$ 6.750,00	\$ 6.750,00	\$ 6.750,00	\$ 6.750,00	
\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	\$ 180.000,00	
<b>\$ 1.093.606,00</b>	<b>\$ 1.190.768,13</b>	<b>\$ 1.247.391,10</b>	<b>\$ 1.307.411,45</b>	<b>\$ 1.371.033,02</b>	<b>\$ 1.438.471,88</b>	<b>\$ 6.210.209,70</b>
\$ 64.000,00	\$ 60.800,00	\$ 57.600,00	\$ 54.400,00	\$ 51.200,00	\$ 48.000,00	
\$ 937.175,00	\$ 887.850,00	\$ 838.525,00	\$ 789.200,00	\$ 739.875,00	\$ 690.550,00	
\$ 1.500,08	\$ 750,15	\$ 0,23	\$ 2.250,00	\$ 1.500,08	\$ 750,15	
<b>\$ 1.002.675,08</b>	<b>\$ 949.400,15</b>	<b>\$ 896.125,23</b>	<b>\$ 845.850,00</b>	<b>\$ 792.575,08</b>	<b>\$ 739.300,15</b>	\$ 4.779.125,98
<b>\$ 5.387.758,00</b>	<b>\$ 5.604.245,40</b>	<b>\$ 5.632.219,44</b>	<b>\$ 5.659.341,20</b>	<b>\$ 5.687.547,45</b>	<b>\$ 5.720.631,17</b>	<b>29.440.905,17</b>
<b>\$ 4.385.082,92</b>	<b>\$ 4.654.845,25</b>	<b>\$ 4.736.094,21</b>	<b>\$ 4.813.491,20</b>	<b>\$ 4.894.972,38</b>	<b>\$ 4.981.331,02</b>	

Fuente y elaboración: Por los autores



Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	TOTAL
\$ 6.555.268,00	\$ 6.927.026,04	\$ 7.134.836,82	\$ 7.348.881,93	\$ 7.569.348,38	\$ 7.796.428,84	
<b>\$ 6.555.268,00</b>	<b>\$ 6.927.026,04</b>	<b>\$ 7.134.836,82</b>	<b>\$ 7.348.881,93</b>	<b>\$ 7.569.348,38</b>	<b>\$ 7.796.428,84</b>	<b>\$ 35.535.361,17</b>
\$ 3.258.253,40	\$ 3.424.221,59	\$ 3.447.520,03	\$ 3.464.629,99	\$ 3.482.435,05	\$ 3.501.342,69	
\$ 33.223,52	\$ 39.855,52	\$ 41.183,08	\$ 41.449,77	\$ 41.504,31	\$ 41.516,45	
\$ 1.093.606,00	\$ 1.190.768,13	\$ 1.247.391,10	\$ 1.307.411,45	\$ 1.371.033,02	\$ 1.438.471,88	
\$ 1.833.183,43	\$ 1.833.183,43	\$ 1.833.183,43	\$ 1.833.183,43	\$ 1.833.183,43		
<b>\$ 6.218.266,36</b>	<b>\$ 6.488.028,68</b>	<b>\$ 6.569.277,65</b>	<b>\$ 6.646.674,64</b>	<b>\$ 6.728.155,81</b>	<b>\$ 4.981.331,02</b>	<b>\$ 33.827.696,37</b>
<b>\$ 337.001,64</b>	<b>\$ 438.997,36</b>	<b>\$ 565.559,17</b>	<b>\$ 702.207,29</b>	<b>\$ 841.192,57</b>	<b>\$ 2.815.097,82</b>	
\$ 45.953,89	\$ 100.554,72	\$ 163.584,20	\$ 232.348,87	\$ 307.183,04	\$ 388.174,16	
\$ 36.861,41	\$ 80.658,87	\$ 131.217,27	\$ 186.376,10	\$ 246.403,51	\$ 311.369,65	
\$ 16.292,74	\$ 35.651,22	\$ 57.998,03	\$ 82.378,24	\$ 108.910,35	\$ 137.625,39	
\$ 300.000,00	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	\$ 60.000,00	\$ -	
\$ 17.005,60	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	\$ 1.700,56	\$ -	
\$ 246.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 34.000,00	\$ 31.700,00	\$ 39.750,00	\$ 40.100,00	\$ 44.600,00	\$ 48.000,00	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
<b>\$ 696.113,64</b>	<b>\$ 248.564,81</b>	<b>\$ 454.250,07</b>	<b>\$ 541.203,21</b>	<b>\$ 768.797,46</b>	<b>\$ 885.169,20</b>	<b>\$ 5.921.003,95</b>
\$ (696.113,64)	\$ (248.564,81)	\$ (454.250,07)	\$ (541.203,21)	\$ (768.797,46)	\$ (885.169,20)	
\$ (359.112,00)	\$ 190.432,55	\$ 111.309,11	\$ 161.004,08	\$ 72.395,11	\$ 1.929.928,62	
\$ -	\$ (359.112,00)	\$ (168.679,45)	\$ (57.370,34)	\$ 103.633,74	\$ 176.028,85	
<b>\$ (359.112,00)</b>	<b>\$ (168.679,45)</b>	<b>\$ (57.370,34)</b>	<b>\$ 103.633,74</b>	<b>\$ 176.028,85</b>	<b>\$ 2.105.957,47</b>	<b>\$ (305.499,19)</b>

Fuente y elaboración: Por los autores

Anexo K

Tabla 40 Depreciación de Activos Fijos

ITEM	VALOR TOTAL	VIDA UTIL AÑOS	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4
Edificio	\$986.500,00	20	5%	\$ 49.325,00				
Terreno	\$80.000,00	25	4%	\$ 3.200,00	\$ 76.800,00	\$ 73.600,00	\$ 70.400,00	\$ 67.200,00
Maquinarias viticultura	\$69.716,12	10	10%	\$ 6.971,61	\$ 62.744,51	\$ 55.772,90	\$ 48.801,28	\$ 41.829,67
Maquinarias vinicultura	\$528.569,53	10	10%	\$ 52.856,95	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Computadoras	\$2.250,00	3	33,33%	\$ 749,93	\$ 1.500,08	\$ 750,15	\$ 0,23	\$ 2.250,00
<b>Total depreciacion</b>					\$ 141.044,58	\$ 130.123,05	\$ 119.201,51	\$ 111.279,67

AÑOS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	Año 11	VALOR EN LIBROS
\$ 937.175,00	\$ 887.850,00	\$ 838.525,00	\$ 789.200,00	\$ 739.875,00	\$ 690.550,00	\$ 641.225,00	\$ 690.550,00
\$ 64.000,00	\$ 60.800,00	\$ 57.600,00	\$ 54.400,00	\$ 51.200,00	\$ 48.000,00	\$ 44.800,00	
\$ 34.858,06	\$ 27.886,45	\$ 20.914,84	\$ 13.943,22	\$ 6.971,61	\$ -0,00		\$ -
\$ -	\$ 475.712,58	\$ 422.855,62	\$ 369.998,67	\$ 317.141,72	\$ 264.284,77	\$ 211.427,81	\$ -
\$ 1.500,08	\$ 750,15	\$ 0,23	\$ 2.250,00	\$ 1.500,08	\$ 750,15	\$ 0,23	\$ 750,15
\$ 1.037.533,14	\$ 1.452.999,18	\$ 1.339.895,69	\$ 1.229.791,90	\$ 1.116.688,41	\$ 1.003.584,92	\$ 897.453,04	\$ 691.300,15

Fuente y elaboración: Por los autores

## Anexo L

### Ilustración 21 Costo de las Barricas

	<b>1-19</b>	<b>20-199</b>	<b>200+</b>
<b>225L French Oak</b>			
Standard Profile	\$785	\$770	\$755
Water Bent Profile	\$790	\$775	\$760
Long Toast Profile	\$795	\$780	\$765
Infrared Profile	\$785	\$770	\$755
<b>225L American Oak</b>			
Standard Profile	\$320	\$305	\$290
Water Bent Profile	\$325	\$310	\$295
Long Toast Profile	\$330	\$315	\$300
Infrared Profile	\$320	\$305	\$290

Fuente y elaboración: (World Cooperage, 2014)

## **Anexo M**

### **Encuesta Telefónica Importadores**

De acuerdo a lo indicado por los importadores en la comunicación telefónica obtenida, se indicó que las principales marcas que se distribuían eran Casillero del Diablo y Gato Negro, ambas marcas provenientes de Chile, pero de igual manera contaban con la importación de varios vinos californianos y argentinos, los cuales eran muy solicitados.

Entra las principales cepas comercializadas se cuenta con el merlot, Cabernet Sauvignon, shyra y Pinot Blanc, esto en relación a vinos tintos, se indicó también que por lo general el cabernet Sauvignon y merlot eran más solicitados en restaurantes, hoteles y algunos centros de entretenimiento y por lo general se consume más por personas de mediana edad.

Ambos importadores indicaron que el país de procedencia del vino se podía considerar de mucha importancia pero a la hora de adquirir un vino el factor decisivo de compra es el sabor, el aroma y la textura; un buen vino se distingue de otros con su aroma.

Como importador es importante poder ofrecer varias alternativas de vinos a mis clientes, y siendo un vino de nuestro país hermano será recibido abiertamente, sin embargo se recomienda realizar una investigación de mercado, porque muchas veces el consumidor es bastante exigente.

En relación a los precios es un tema que va a depender mucho en las condiciones que se den las negociaciones pero se debe tomar en consideración el porcentaje participativo en ganancias tanto como del importador y del canal de distribución.

**Anexo N**

De: Ricardo <[ricardo.moreira@iniap.gob.ec](mailto:ricardo.moreira@iniap.gob.ec)>

Fecha: 09/16/2014 9:15 AM (GMT-05:00)

A: [mishelleisabel@outlook.com](mailto:mishelleisabel@outlook.com)

CC: Alvaro Patricio Palacio Magñay <[alvaro.palacio@iniap.gob.ec](mailto:alvaro.palacio@iniap.gob.ec)>

Asunto: CONSULTA PARA IMPLEMENTACIÓN DE VIÑEDOS

Estimada Mishelle,

Saludos cordiales, por encargo del Ing. Álvaro Palacios, Director de la Estación Experimental del Litoral Sur del INIAP, me dirijo muy gratamente a usted para indicarle que las posibilidades de cultivar VID para vino en Ecuador son totalmente ciertas; se cuenta con clima y suelo adecuados para esta actividad. El INIAP fue pionero en el país en la introducción y realización de estudios de adaptación de variedades para las condiciones del Ecuador; después se unieron a estas iniciativas CEGEGE y la empresa CAMPOS de Brasil, logrando dejar los primeros viñedos en la península de Santa Elena. Actualmente en la zona del Azúcar (Sta. Elena) y Progreso (Guayas) se está produciendo uva de mesa y de Vino respectivamente, con excelentes resultados, incluso los vinos obtenidos allí han logrado premios internacionales. Le invito a visitar la página: <http://agronegociosecuador.ning.com/page/conoce-la-primera-vina-de>, donde podrá obtener mayor información sobre los vinos del Ecuador.

Si surgiera de su parte cualquier otra inquietud o ampliación de la información, no dude en acercarse a nuestras instalaciones: Estación Experimental del Litoral Sur (km 26 vía Durán - Tambo, Guayaquil) o Estación Experimental Portoviejo (km 10 vía Portoviejo - Sta. Ana), en ambas Estaciones a los Programas de Fruticultura. También se puede comunicar a mi correo: [ricardo.moreira@iniap.gob.ec](mailto:ricardo.moreira@iniap.gob.ec) y le atenderé con todo gusto.

Att. Ricardo Moreira

Resp. Prog. de Fruticultura, EELS, INIAP