

# **INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento**

## **PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

3F02 - Desarrollo de Capacidades de Comercio Exterior y Negocios Globales  
Comercialización de cerveza en Asia

### **PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Comercio y Negocios Globales Natalia Escudero Orozco

Lic. Comercio y Negocios Globales Francisco Preciado García de Quevedo

Lic. Comercio y Negocios Globales Francisco Javier González López

Lic. Comercio y Negocios Globales Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez

Profesor PAP: Carlos Rikken

Tlaquepaque, Jalisco, diciembre de 2018

## ÍNDICE

### Contenido

REPORTE PAP .....	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional .....	2
Resumen .....	3
1. Introducción .....	4
1.1. Objetivos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.2. Justificación.....	4
1.3 Antecedentes .....	5
1.4. Contexto.....	5
2. Desarrollo .....	7
2.1. Sustento teórico y metodológico .....	7
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto .....	8
3. Resultados del trabajo profesional.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.....	14
5. Conclusiones .....	23
6. Bibliografía.....	24
Anexos (en caso de ser necesarios).....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## REPORTE PAP

### Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

*Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.*

*A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.*

## Resumen

El proyecto PAP elaborado para Cervezutra tenía como propósito de realizar una investigación de mercado internacional en donde el principal interés era posicionar el producto en Asia para dar a conocer la cerveza artesanal del amor.

En este se encuentran datos como datos de la empresa en general, descripción del producto, así como el proceso de su fabricación, la fracción arancelaria de la cerveza, el mercado meta y la comercialización en este, la logística donde se abordan temas como empaque, transporte, documentación, regulaciones arancelarias y no arancelarias y las recomendaciones del equipo hacia el empresario. Además de los métodos de investigación que se utilizaron para poder llevar a cabo esta investigación con el fin de darle una buena asesoría e informar al empresario para que obtenga una idea clara sobre la exportación de su producto al mercado asiático. Este documento final servirá como guía para la exportación a dichos mercados, además tener una visión general de cómo está el panorama en cuestión de cerveza y cerveza artesanal, saber sus gustos e intereses y ver si es atractivo el producto en los países de China, Malasia, Taiwán y Japón.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivos

Determinar la viabilidad o no viabilidad de la exportación de cerveza a Japón, Malasia, China, Taiwán para diciembre del 2018.

### 1.2. Justificación

La empresa cuenta con un producto llamado Cervezutra, es una cerveza diferente a las demás del mercado ya que no tiene competencia, más con lo que se ha enfrentado es que los consumidores no quieren pagar el precio ya que es caro para el sector al que va dirigida comparada contra la competencia, esto debido a los ingredientes adicionales que es lo que la hacen más cara y diferente de las demás. Existen dos tipos de productos, Paraguas y Humidity, una clara y otra oscura con sabores frutales y suaves a la vez para ser una cerveza artesanal, la empresa busca exportar ya que el mercado de aquí no es el esperado y en el extranjero es donde se espera venda mejor, pero la empresa en estos momentos no cuenta con los recursos humanos y financieros para validar esta opción. Como estudiantes de comercio es un proyecto que nos da muchos conocimientos, ya que en la práctica se aprende más que en las mismas clases, es lo que nos han enseñado en los últimos años, pero aquí lo podemos aplicar y demostrar que sabemos de comercio, ya que una empresa nos contrata para realizar la viabilidad de su producto en un mercado extranjero, que en este caso es un país asiático, ya que es lo que se buscaba, para nosotros como alumnos es algo que realmente necesitamos, es antes de graduarnos y nos hace darnos cuenta de cómo son las cosas en realidad, en un trabajo y que se deben de hacer las cosas de la manera más profesional posible, se espera más experiencia después de terminar el proyecto y que cada uno de los integrantes del equipo tenga una visión real del trabajo que existe y de cómo se debe de realizar.

### 1.3 Antecedentes

El empresario buscaba la manera de vender su producto a otros mercados, ya que dentro del mercado local no consiguió una gran respuesta del consumidor debido al precio. Gracias a que consiguiera una base de datos de distribuidores de vino en Tailandia donde consiguió buena respuesta de ellos, considero que sería viable exportar su producto al extranjero, de tal manera decidido contactarse el ITESO para así poder desarrollar un proyecto de exportación de cerveza y ver la viabilidad del mismo.

### 1.4. Contexto

El Centro de Tecnología, Innovación y Desarrollo OLDI SA de CV es una empresa que desarrolla productos y diversas líneas de negocio, cuentan con desarrollo electrónico, capacitación en calidad de energía eléctrica, desarrollo de productos como bebidas, alimentos, productos para producción de hortalizas, dispositivos tecnológicos, servicios de ingeniería, consultoría en energía, maquila de partes metálicas, entre otros. El desarrollo de la Cerveza es una línea de negocio que surgió de la oportunidad detectada para un mercado no atendido, por el momento están experimentando y la apuesta es que funcione.

El empresario compartió los siguientes datos como historias de aciertos de festivales en donde dio a conocer Cervezutra así como también cuantas cervezas se vendieron en dicho evento:

Festival de la cerveza en Tlaquepaque 2017, obtuvo una gran preferencia por los asistentes: 4,300 asistentes, aprox. 1,800 cervezas vendidas con clientes satisfechos. Evento de una tarde.

Festival de la cerveza en Tlaquepaque 2018, obtuvo una gran preferencia por los asistentes: 6,500 asistentes, aprox. 1,200 cervezas vendidas con clientes satisfechos. Evento de una tarde.

Festival de la cerveza Zapopan 2017, muy buena aceptación por los asistentes: 15,000 asistentes, aprox. 2,000 cervezas vendidas con clientes satisfechos. Evento de 3 días.

El costo no ha permitido comercializar el producto de manera adecuada. Ya que el precio de cada cerveza a los distribuidores es de \$40.00 pesos, lo cual es elevado para comercializarla en cervecerías o bares en México al agregar los márgenes de los intermediarios.

## 2. Desarrollo

### 2.1. Sustento teórico y metodológico

Se investigó por parte de los alumnos del ITESO y con la ayuda del empresario que nos proporcionó información sobre la empresa, cuál sería el mercado ideal para posicionar sus productos. Se realizó la investigación de mercado internacional para determinar los países indicados para la venta del producto, este proceso se llevó a cabo con las investigaciones en Trademap que proporciona los principales países que consumen cerveza, seguido de esto se realizó la investigación de cada país para así determinar el interés de estos de consumir cerveza artesanal, Seguido de una serie de indagaciones en distintas fuentes confiables como Google finance, wine-searcher, Santander trade, USDA, ICEX, SIICEX, CIA, Banco Mundial, páginas de gobierno de dichos países, etc. Se tomó la decisión de crear una matriz de países asiáticos consumidores de cerveza para tener como resultado los principales países que consumen más cerveza y con esto concluir que países eran los más convenientes para vender los productos de Cervezutra. Con esta información se investigó más a fondo los cuatro países elegidos que fueron China, Japón, Taiwán y Malasia, ya que estos países cuentan con buen poder adquisitivo, son mercado que ya consumen buenos volúmenes y las ventas de cerveza ha incrementado en los últimos años por lo que se consideran países en donde la marca puede tener éxito, además de que el deseo del empresario al principio del proyecto era tener su producto posicionado en el mercado asiático.

Los principales sustentos teóricos que utilizamos fue la investigación de mercados que existen en los países asiáticos como posible competencia, así como también se utilizaron páginas de internet como la base de datos de Trademap, Euromonitor, INEGI, Trade Wizard.

Como prácticas del Project Management Institute (PMI) se utilizaron las siguientes herramientas:



- Cronograma
- Minutas
- Reuniones de seguimiento con asesor y empresarios.

Algunas de las fuentes que se utilizaron para investigar más acerca del tema fueron:

- Páginas web como Euromonitor.
- Informaciones técnicas, metodologías.

## 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

### Descripción del proyecto

Se buscaron varios países en Asia ya que se estableció que era el mercado más apropiado y viable por el producto, es un mercado en el cual existe alto potencial en lo económico, social, además de los tratados que existen en algunos de los países asiáticos, se investigó desde lo social hasta el tipo de mercado que existe en los 4 países (China, Japón, Malasia y Taiwán) para ver cuál de esos es el más viable para la cerveza cervezutra.

Lo primero que se realizó fue el definir el mercado que fue Asia, es un mercado grande, con una gran economía que gusta de estos productos, después se definieron los 4 países más importantes con más poder adquisitivo, en los que era más fácil penetrar el mercado, además de varios factores que ya se han mencionado, se le mostro al empresario los países y los factores que se tomaron en cuenta para la elección de los países, nos dijo lo que pensaba y que cosas más podríamos poner para completar un poco la información, se completó la información de cada uno de los países, como las empresas que existen en los países ya mencionados, empresas que importen o distribuyan en cada uno de los países, además de la competencia que existe en los mismos, los precios que se manejan y cómo es que compran las cervezas, lugares, precios y el volumen de las compras.

## Plan de trabajo

Una vez definido el plan de trabajo se inició este trabajo con una investigación del producto, así como la clasificación arancelaria correspondiente, se realizó una entrevista con el empresario para presentar los hallazgos iniciales y acordar cuáles serían los mercados más atractivos.

Seguido de la reunión se realizó una matriz de los países asiáticos para determinar solo lo más viables. Una vez obtenida la información, comenzamos con las investigaciones de los cuatro países que se eligieron que fueron China, Taiwán, Japón y Malasia se tomó la decisión de dichos países por el consumo de cerveza en volumen y precio, así como también el poder adquisitivo y cultura.

Una vez obtenida la información de los cuatro países se le presentó al empresario para que conociera el mercado en dicho país para seguir con el siguiente paso que fue buscar importadores y distribuidores en cada país para poder posicionar el producto.

- Desarrollo de propuesta de mejora

En cuanto temas de viabilidad de exportar cerveza, los países que más viables para la exportación, se basó en poder adquisitivo, volumen del país en importaciones, tratados comerciales e impuestos, por lo tanto, se llegó a la conclusión de cuales países serían más adecuados a la comercialización del producto

**1ra opción:** Japón, ya que se tiene tratado de libre comercio además de que los impuestos a la importación (a pesar de ser por litro) es muy bajo (1 MXN por litro). Es el país que tiene menores regulaciones no arancelarias para la importación.

**2da opción:** China, el mercado ha tenido un crecimiento en el consumo de cerveza artesanal bastante interesante (+59% con respecto al año anterior 2015 vs 2016), el mercado chino es bastante amplio al igual de que hay varias marcas mexicanas en el mercado, el consumidor tiene buena referencia de ellas y no habría ningún problema para su exportación, sus regulaciones arancelarias no son tan altas a comparación de Malasia y ni de Taiwán.

**3ra opción:** Taiwán: Tiene un fuerte poder adquisitivo de los cuatro países seleccionados es el que tiene mayor poder adquisitivo y los impuestos de importación son accesibles, y no tiene muchas regulaciones no arancelarias. Por otro lado, tiene una tendencia parecida a China en cuestiones de hábitos de consumo, al igual de que tiene buen crecimiento del mercado de cervezas artesanales.

**4ta opción:** Malasia: Al igual que Taiwán, es un mercado con alto interés por el consumo de cerveza artesanal, también por otro punto, el costo para las importaciones es accesible ya que no cuenta con impuesto a la importación (IGI) y sus barreras no arancelarias no son tan complicadas, lo que corre en contra es el tema religioso.

Consideramos que para la exportación hacia cualquiera de los cuatro países (China, Japón, Malasia y Taiwan) que se desea exportar debe de ser vía marítima, al igual que por el volumen de venta que se aconseja para vender este producto es de un pallet o dos. Se decidió que es más viable exportar el producto por vía marítima ya que no tiene ningún problema la cerveza como producto, con los cuidados adecuados el embarque no tendrá ningún problema, ya que no es perecedero como alguna fruta o verdura, además de que el costo es menor que por vía aérea.

Le aconsejamos a negociar la venta con alguno de estos INCOTERMS: EXW, FOB y CIF, ya que usted como vendedor tiene menos responsabilidades del producto y

su comprador se encargará de lo demás, al igual de que corre usted menos riesgo con la mercancía. Otro de los Incoterms con el que también se puede negociar es DAT, a continuación, se desglosara con mayor información sobre los Incoterms a negociar:

- EXW (Exworks)
- FOB (Free On Board)
- CIF (Cost Insurance and Freight)
- DAT (Delivary At Terminal)

Recomendamos que de la misma manera la carga se transporte con algún Forwarder, ya que su carga se consolidaría en un contenedor y por el volumen el precio es más accesible, mientras que si se logra concretar alguna venta de unas cuatro tarimas a 6 si se aconseja que se deba de vender un contenedor completo, ya sea un contenedor de 20 pie o uno de 40 pies.

Ya acordado el Incoterm se deberá de tener el producto con un buen embalaje para que este no sufra ningún daño, también se debe tomar en cuenta comprar una tarima que cumpla con la NOM-144-SEMARNAT-2012 que ya se había comentado antes con anterioridad, esto es para que su carga no tenga ningún problema a la exportación hacia cualquier país asiático.

### 3. Resultados del trabajo profesional

Se elaboró el proyecto incluyendo los siguientes temas:

#### **1. Empresa**

1.1 Información General de la Empresa

1.2 Datos generales

#### **2. Producto**

2.1 Descripción cualitativa y cuantitativa

2.2 Proceso de fabricación

2.3 Fracción Arancelaria

#### **3. Mercado y Comercialización**

3.1 Mercados en Asia

3.2 Tabla comparativa y selección de mercado

3.3 Mercado

General

Características de la población

Poder adquisitivo y disponibilidad para gastar

Protocolo de negociación

Producto país

Tipo de cerveza

Hábitos de consumo

Competencia

## Canales de distribución

### **4. Logística**

4.1 Empaque y embalaje y Cubicaje

4.2 Transportistas y Agentes Aduanales

4.3 Documentación para exportación

4.4 Diseño de la Ruta

4.5 Regulaciones arancelarias y no arancelarias en mercado meta

### **5. Conclusiones y Recomendaciones**

5.1 Conclusiones

5.2 Recomendaciones

### **6. Bibliografía**

### **7. Anexos**

Por temas de confidencialidad no se puede compartir lo que se desarrolló en cada punto sin embargo, se puede observar como hay mucha más información de la que esperábamos, de los 4 países desde algo muy básico hasta cosas que son difíciles de obtener, hay información muy completa de los mercados metas, desde cual es el precio de las cervezas, quienes las consumen, en donde y quien las distribuye, hasta como hay que venderlas y cuáles son los pros y contras del mercado, detallamos los lugares y cómo es que los locales beben las cervezas y cuáles son las que más beben, nos llamó mucho la atención algunos resultados que nos iba arrojando la información, como la cantidad de cerveza consumida por persona o en donde la beben, son países muy diferentes a México, pero es un mercado muy grande en donde la cervezutra podrá alcanzar el éxito y las ventas esperadas.

#### 4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto

- Aprendizajes profesionales

Francisco Javier González López

Es mi primer PAP y me gustó mucho, uno de los aprendizajes más importantes que puedo decir es el cómo elaborar un plan de exportación, la manera, lo que debe de llevar, hasta el mismo formato, es la vida real es algo que la gente paga y se paga muy bien por una de estas investigaciones, creo que aprendí mucho en este PAP ya que es como un trabajo de verdad, no es como una materia en la que vemos las mismas cosas, aquí es lo que se ve en la vida real y la práctica es lo que más te deja. Creo que realizamos un esfuerzo excelente todos los integrantes del equipo, la información que buscamos fue muy buena y el trabajo fue impecable, el empresario nos comentó que no esperaba tanto, eso es lo que más me satisface de todo que el empresario y también el maestro este contento de la información y el trabajo que realizamos.

Todo lo aprendido lo poder aplicar en mi vida profesional, en la empresa de mi papa y en los proyectos que vengan en un futuro ya que son cosas que me gustan mucho y me gustaría trabajar en algo que este 100% ligado a esto.

Natalia Escudero Orozco

Con el PAP aprendí como llevar a cabo un plan de negocios real y como asesorar a una persona que prácticamente desconocía todo el tema de comercio internacional por lo que se tuvo que empezar a investigar el país desde cero y desarrollar un plan de negocios desde cero. Aprendí a tomar decisiones para ver qué es lo que más le convenía al empresario y esto me enseñó a desarrollar más mis habilidades de responsabilidad y creatividad, así como también para encontrar información valiosa y poder desarrollar un

proyecto entregable que le sea de utilidad y pueda realizar la exportación y venta de su producto fuera de México.

Ahora que finalizamos el proyecto me di cuenta que sí apliqué muchos conocimientos adquiridos de la carrera y me satisface el hecho de que el esfuerzo del equipo al realizar todas las investigaciones llevadas a cabo durante todo el proyecto va a ayudar a un empresario que quiere crecer su negocio en el extranjero.

Francisco Preciado García de Quevedo:

Durante el desarrollo de este proyecto creo que logre darme cuenta de la importancia del conocimiento de la realización de un plan de negocio y también un plan de exportación. Sobre el punto del plan del negocio, creo que es vital para este producto ya que es una mercancía la cual puede ser bastante interesante tanto en mercados nacionales como internacionales, pero es muy necesario tener conocimiento de que se desarrolle y se impulse, no deja de ser un producto mexicano el cual tiene gran calidad y tiene un muy buen potencial.

Además, sobre el plan de exportación me gustó mucho poder aplicarlo al 100% y estoy bastante satisfecho sobre cómo se desarrolló la investigación, quizá nos faltó un poco de poder involucrar más, pero por cuestiones de falta de información y de distancia a los mercados metas no nos fue posible. Por otro lado, también se me hizo muy interesante como tenemos mercados asiáticos donde es bastante apreciado el producto mexicano (sea cerveza o sea cualquier cosa) además de que tenemos gran posibilidad de poder exportar mercancía con un bajo costo y una alta ventaja.

Otro punto interesante fue que gracias a los conocimientos de comercio internacional y las clases que tenemos durante nuestra carrera de mercadotecnia se me hizo relativamente sencillo el entender algunos términos que van relacionados con temas de etiquetado y de publicidad, por



lo que la interacción interdisciplinaria fue bastante necesaria, en cuanto a los demás temas creo que fue necesario meramente los conocimientos de comercio internacional.

Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez:

Gracias a este PAP aprendí a como desarrollar un plan de negocios para una empresa real que va en vías de crecimiento y también un plan de exportación, esto conlleva a cabo todas las implicaciones que se deben de tomar en cuenta para poder realizar una exportación de algún producto. A la par del aprendizaje de la aplicación de nuevas herramientas que me facilitaron la recopilación de información para desarrollar este proyecto de exportación de cerveza a Asia. Logre el desarrollo de mis capacidades como consultor en comercio internacional, ya que yo al no contar con la experiencia de trabajar con alguna empresa, este PAP me permitió aprender bastante en cuestiones de consultoría, investigación, exportación, etc. Uno durante la carrera ve herramientas e información para la exportación, pero en este PAP me ayudo a aterrizar mis aprendizajes de la carrera y saber cómo aplicarlas al llevar a cabo este proyecto. Este trabajo de plan de exportación me podrá ayudar en algún futuro que yo dese emprender alguna exportación de algún producto mexicano al extranjero. Considero que este PAP me ayudo para definir mi punto de vista como consultor en comercio internacional.

- Aprendizajes sociales

Francisco González López:

Nos han enseñado en toda a carrera a ser más analíticos y además como buscar información más confiable y el cómo hacer un trabajo de la manera más profesional, como se debe de hacer en la vida real, en este proyecto no hicimos otra cosa más que eso, así que me ayudo a ser más analítico a la hora de buscar información el cómo plantearla de una manera profesional y se ve reflejado en el trabajo. Es un trabajo que exige mucho sobre todo ser

paciente y saber cómo buscar, tienes que ver la mejor información y saber cómo acomodarla, ya que fueron horas y horas de investigación, pero los frutos fueron muy buenos, los resultados fueron los esperados.

Es un producto muy bueno, pero el precio es el que hace que no pueda estar en el país, ya que es muy elevado, me doy cuenta que no estamos muy bien económicamente como país, ya que es un precio que en otros países es muy accesible, por eso es que buscamos países con un ingreso más elevado que el de aquí y es el mercado al que vamos a irnos. El trabajar en equipo puede llegar a ser complicado y creo que algo que aprendí es a trabajar más bajo presión y también hacerlo de la mejor manera, creo que nos conjuntamos bien y los resultados son los esperados.

Natalia Escudero Orozco:

Desarrollé capacidades para aprender de distintas personas y no solo verle el lado malo o los defectos que tengan distintas personas, el tratar con un empresario me ayudo ya que te ayuda a ver las cosas de una forma distinta y a apreciar el valor que tiene la información que te solicitan para que pueda crecer su producto o su negocio, así como también la comunicación efectiva entre profesor-alumno para poder crear un proyecto entregable y de muy buena calidad y poder incluir todos los aspectos indispensables para la comercialización de un producto mexicano en otro país. También la convivencia en equipo porque a pesar de que todos somos diferentes y pensamos diferente en este equipo no surgió ningún problema y siempre tuvimos el apoyo de todos y esto nos ayudó a que el proyecto se realizará de una forma más amena y tuviéramos buenos resultados.

Francisco Preciado García de Quevedo:

Algo que me gustó mucho creo que fue el hecho de que este proyecto me permitió desplegar un poco el liderazgo en mi persona, esto con la finalidad de apoyar a mi equipo y al empresario para poder hacer funcionar su producto y que se convierta en una mercancía y un proyecto viable, ya que hizo que trabajáramos de manera muy fluida y poder hacer entregas en tiempo y forma, sin dejar de mencionar la participación en equipo fue muy buena.

Por otro lado, este proyecto creo que puede ser de gran utilidad ya que aportaría un ingreso tanto a la empresa (Cervezutra) como a quien le maquila la mercancía y toda la cadena de personas que dependen de estas empresas y el impacto no es solamente local, sino que también puede llegar a ser nacional ya que esto aportaría volumen a las exportaciones mexicanas.

Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez:

Como aprendizaje social debo decir que me llevo de conocimiento el cómo trabajar en equipo, dentro de mi equipo todos tenían diferentes puntos de vista, pero eso no fue ningún problema ya que pude aprender de mis compañeros. Por ende, nos pudimos apoyar entre todos para sacar con éxito el trabajo. Este tipo de PAP me permite tener una visión más real del como trabajar con gente que no conoces, ya que en el mundo profesional nunca conocerás a nadie y siempre será empezar desde cero, por eso me permitió al tener una idea de cómo es trabajar con gente diferente a ti ya que te deja mucho aprendizaje. Otro de los aprendizajes que obtuve fue como aprender del empresario para así poder ayudarlo a llevar acabo su proyecto de exportación de cerveza, muchas veces tenemos la convicción de ayudar a las personas, pero no las llevamos a cabo. Con este proyecto si pude llevarlas y poder poner mi aportación para el desarrollo de la cerveza mexicana. Espero pronto ver que se logre la exportación de la cerveza del

empresario con éxito ya que entre más productos mexicanos exportemos al extranjero se hablara más de México y eso permitirá que el país crezca.

- Aprendizajes éticos

Francisco González López:

El confiar en los compañeros de que cada quien, hacia un buen trabajo, colaborar con ellos es algo que no es fácil para nadie, ya que uno siempre piensa que si se quiere algo bien lo tiene que hacer uno mismo, creo que me sorprendió el buen trabajo en equipo que hicimos y los resultados son excelentes, la misma confianza que nos dio el empresario al darnos este proyecto y tan importante y también los datos que nos compartió, es muy importante ya que alguien sin ética podría inclusive robarle las ideas del empresario o usar toda la información que nos proporcionó, él siempre estuvo apoyándonos y estando al tanto para que los resultados fueran los esperados.

Natalia Escudero Orozco:

Trabajar en este PAP me ayudó a poner en práctica la ética ya que el empresario nos compartió información importante y confidencial para la empresa que se tenían que mantener en secreto por parte del equipo. Para que cualquier negocio pueda crecer y pueda salir adelante se necesita tener mucha ética y no aprovecharte de las personas. El empresario fue muy respetuoso y amable proporcionándonos toda la información necesaria para poder desarrollar el proyecto confiando ciegamente en que íbamos a hacer buen uso de la información y poderlo ayudar a crecer.

Francisco Preciado García de Quevedo:

El tema ético creo que fue básico en este proyecto y en la vida diaria, pero se notó más la participación al momento de la investigación de las subculturas en los países investigados, ya que al encontrarnos que la

investigación nos llevaba a la participación de la mafia japonesa o de empresas de dudosa reputación decidimos dar un paso atrás y hacer mención a Oliver (el empresario) para que en conjunto se tomara la decisión de no continuar más allá y mejor investigar por el lado legal del mercado destino.

Por otro lado, también a pesar de que el tipo de producto y los temas que tocamos el empresario fue bastante respetuoso y siempre logro mantener la cordialidad y la investigación y el proyecto.

Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez:

A lo largo de la carrera siempre nos han enseñado que debemos ser capaces de desarrollar nuestra propia ética, en este PAP no fue la excepción. Al llevar a cabo este proyecto de exportación de cerveza uno se va encontrando diversas situaciones de las cuales uno no puedes divulgar información a otras personas ya que el empresario nos brindó la información de su empresa, este tema se tiene que llevar a cabo con confidencialidad y siempre cuando uno trabaja con alguna empresa debe de ser respetuoso. Dentro de la investigación se tocaron temas con connotación “sexual” ya que el empresario estaba interesado a buscar información sobre las subculturas de los países, de ver si son conocidos por esos temas. En mi caso la investigación se desviaba hacia páginas de contenido para adultos, así que se debió de trabajar con respeto y seriedad sin ofender a nadie dentro del PAP, trabajar de la manera más profesional. Me llevo mucho aprendizaje que mejora al desarrollo de mi análisis ético y mi ética profesional.

- Aprendizajes en lo personal

Francisco González López:

Creo que en el PAP puedo ver muchas cosas que me han enseñado en la carrera, desde logística hasta saber cómo clasificar un producto, son cosas muy básicas para nosotros que debemos de practicar en el mundo real no solo en los salones y esta es una prueba para eso, ya que es un producto real que va a un mercado que lo es también, así que si puse a prueba mucho de lo que he aprendido a lo largo de mi carrera y eso me ayuda mucho antes de graduarme y estar en una empresa en la que pueda ver todo esto. Que existe un mercado muy grande, no solo aquí en México y no debemos de cerrarnos las puertas, aunque no sea fácil, mercado hay y se tiene que explotar de la mejor manera.

Si nos proponemos algo lo logramos, también hay que exigirse y dar lo mejor, el trabajo en equipo no es fácil como ya lo había comentado, pero nosotros lo hicimos bien y eso me deja satisfecho, conmigo mismo, los resultados y que el empresario y nosotros mismos estemos satisfechos.

Natalia Escudero Orozco:

Con el PAP aprendí a que puedo lograr lo que me proponga y crear proyectos de buena calidad y utilizables, así como también para asesorar a una persona que desconozca el tema de comercio internacional, aprendí a no aprovecharse de las personas y siempre dar todo lo que puedas dar para beneficiar a alguien más. México tiene mucho potencial para tener a grandes empresarios que hagan comercio justo y que ayuden a personas a poder desarrollarse y aprender de la materia antes de salir al mundo real. Aprendí que la comunicación es esencial para poder cumplir con proyectos y llevar una relación sana con compañeros de trabajo ya que no sirve de nada crear enemigos cuando tienes un proyecto que desarrollar y este lleva tiempo porque se tiene que convivir mucho con el equipo para poder entregar un

proyecto que realmente sea bueno y ayude a empresarios a poder crecer y expandir sus productos a diferentes mercados desconocidos y totalmente nuevos para ellos.

Francisco Preciado García de Quevedo:

Este PAP me permitió trabajar con gente con quien antes no había trabajado o con gente que tenía mucho tiempo sin trabajar, además de que logre conocer mis debilidades y mis fortalezas ya que con el intercambio de ideas entre el equipo salieron a flote algunas de estas. Por otro lado, logre conocer que tengo una gran empatía y facilidad de comunicación, ya que, aunque a algunas personas no les gusta recibir la información o los comentarios directos, comprendí que también puedo llegar a decir las cosas con filtros, los cuales dependieron de cada persona con la que estuve comentando durante la realización de este proyecto.

Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez:

De aprendizaje me llevo muchas cosas sobre este PAP, gracias a que pude desarrollarme profesional, moral y socialmente. Este proyecto que llevamos a cabo me permitió tener un mayor conocimiento y saber cómo desarrollar mis capacidades de consultor en comercio internacional, me permitió ser un poco más analítico en la cuestión de toma de decisiones, además del saber cómo trabajar en equipo para poder llevar a cabo el proyecto. Trabajar en equipo con gente de mi carrera me permitió aprender más sobre el comercio internacional, me abrió mucho el panorama y ver como estoy parado en cuestión de mis saberes profesionales. Este tipo de PAP me permitió a crecer profesionalmente, debo de agradecer a Carlos por brindarme herramientas al igual que sus conocimientos en cuestión de comercio internacional, con profesores así uno se puede desarrollar más como profesional.

## 5. Conclusiones

“Cervezutra” es un producto artesanal mexicano con un alto potencial en el mercado internacional, tenemos 4 diferentes países en los cuales, con la información que es proporcionada en el anterior escrito podemos encontrar que son francamente viables, esto debido al estudio de los requisitos de importación, así como por el poder adquisitivo y el comportamiento de sus mercados frente a este tipo de productos. Durante la investigación logramos encontrar que es un producto, que, aunque este enfocado a un cierto nicho de mercado, puede ser ampliamente distribuido, con sus debidas adaptaciones mercadológicas, ya que el morbo es uno de los principales atractivos de este producto.

En épocas recientes, las cervezas artesanales mexicanas han logrado posicionarse en un rango bastante alto frente al mercado internacional lo cual ha permitido que tengamos una mayor facilidad de flujo del producto. Además, es importante resaltar las facilidades que encontramos de parte del Gobierno Federal para la exportación y producción de estos productos, ya que es una fuente de ingresos bastante altos, además de que forma parte de una cadena productiva con un potencial global.

Por otro lado, es importante resaltar que el mercado nacional definitivamente no es un punto al cual se deben de enfocar en este futuro cercano, esto debido a que el precio del producto, así como lo “tabú” que se puede considerar, hace que sea bastante complicado la distribución y venta, aunque en puntos específicos (centros para adultos, moteles, etc.) podría ser un poco viable, obviamente ajustando los costos.



## 6. Bibliografía

- € SIICEX. (Desconocido). TIGIE. 17 de agosto 2018, de SIICEX / CAAAREM  
Sitio web: [http://www.siicex-  
caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510  
b2e/5b46b58cdf28fce106256b490069b9bc?OpenDocument](http://www.siicex-<br/>caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510<br/>b2e/5b46b58cdf28fce106256b490069b9bc?OpenDocument)
- € Los Cervecistas. (2017). El proceso de fabricación de la cerveza. 17 de  
agosto 2018, de Los Cervecistas Sitio web: [https://www.loscervecistas.es/el-  
proceso-de-fabricacion-de-la-cerveza/](https://www.loscervecistas.es/el-<br/>proceso-de-fabricacion-de-la-cerveza/)
- € SIICEX. (Desconocido ). TIGIE. 17 de agosto 2018, de SIICEX / CAAAREM  
Sitio web: [http://www.siicex-  
caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510  
b2e/5b46b58cdf28fce106256b490069b9bc?OpenDocument](http://www.siicex-<br/>caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510<br/>b2e/5b46b58cdf28fce106256b490069b9bc?OpenDocument)
- € GERSAIN GRANDE. (2017 ). EXPORTA SOLO 5% DE CERVEZAS. Agosto  
2018, de MILENIO Sitio web: [http://www.milenio.com/negocios/exporta-solo-  
5-de-cerveceras-artesanales-en-mexico](http://www.milenio.com/negocios/exporta-solo-<br/>5-de-cerveceras-artesanales-en-mexico)
- € INEGI. (2018). INDUSTRIA CERVECERA. Agosto 2018, de INEGI Sitio web:  
[http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ce/2014/doc/infografias/i  
nfc\\_ce.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ce/2014/doc/infografias/i<br/>nfc_ce.pdf)
- € Romero Sanchez. (2018). Gustos y preferencias del consumo de cerveza.  
Agosto 2018, de Colpos Sitio web:  
<http://132.248.9.34/hevila/Agroproductividad/2015/vol8/no4/10.pdf>
- € Banco mundial. (2017). Indicadores Per Capita. Septiembre 2018, de Banco  
Mundial Sitio web:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- € TradeMap. (2017). Listado de Países exportación mexicana. Septiembre  
2018, de TradeMap Sitio web:  
[https://www.trademap.org/\(S\(5dq3yhbfsesw5zxipoovuai\)\)/lci/Country\\_SelP  
roduct.aspx?nvpm=3||||220300||6|1|1|1|1|2|1|1](https://www.trademap.org/(S(5dq3yhbfsesw5zxipoovuai))/lci/Country_SelP<br/>roduct.aspx?nvpm=3||||220300||6|1|1|1|1|2|1|1)
- € TradeMap. (2017). Mercados potenciales. Septiembre 2018, de Trade Map  
Sitio web:

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|392|||2203||4|1|1|1|1|2|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|392|||2203||4|1|1|1|1|2|1)

- € Secretaria de Economía. (2015). TLC Mexico-Japon. Septiembre 2018, de Gobierno Federal Sitio web: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/2457/SE\\_cap\\_vii\\_tlc\\_mexico\\_japon.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/2457/SE_cap_vii_tlc_mexico_japon.pdf)
- € Chosunilbo . (2017). Koreans Alcohol Consumption. Septiembre 2018, de Chosunilbo Sitio web: [http://english.chosun.com/site/data/html\\_dir/2017/06/26/2017062601308.html](http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2017/06/26/2017062601308.html)
- € (2018). Barreras al comercio. 2018, de Gobierno de España Sitio web: <http://www.barrerascomerciales.es/ca-es/BuscadorBarreras/Paginas/CrestasArancelariasMalasia.aspx>

## Referencias China

- Acerca de la cerveza en China. (25 de enero de 2015). Obtenido de El gato chino: <https://elgatochino.com/acerca-de-la-cerveza-en-china/> (1)
- ANTECEDENTES Y PAUTAS PARA IMPORTAR Y EXPORTAR DESDE Y HACIA. (2012). Obtenido de Universidad de Chile: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111855/Godoy%20Feijoo.pdf?sequence=1>
- Cervezas mercado chino. (s.f). Obtenido de Tmall: <https://www.tmall.com/> (2)
- China cerveza importación. (2016). Obtenido de Actualitix: <https://es.actualitix.com/pais/chn/china-cerveza-importacion.php>
- China Distribución por edad. (9 de julio de 2017). Obtenido de Index Mundi: [https://www.indexmundi.com/es/china/distribucion\\_por\\_edad.html](https://www.indexmundi.com/es/china/distribucion_por_edad.html) (3)
- China Resources Beer. (8 de noviembre de 2015). Obtenido de ANTIPODES global investment partners: <http://antipodespartners.com/crb/> (4)

- China: Llegar al consumidor. (Julio de 2018). Obtenido de Santander TradePortal: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/china/llegar-al-consumidor> (5)
- El mercado de las bebidas alcohólicas en China 2012. (2012). Obtenido de ICEX: [http://www.iberchina.org/frame.htm?http://www.iberglobal.com/Archivos/china\\_bebidas\\_alcoholicas\\_icex.pdf](http://www.iberchina.org/frame.htm?http://www.iberglobal.com/Archivos/china_bebidas_alcoholicas_icex.pdf) (6)
- Estudio de mercado cerveza- China. (Julio de 2010). Obtenido de Exportapymes: [http://www.exportapymes.com/documentos/productos/Pe1718\\_china\\_cerveza.pdf](http://www.exportapymes.com/documentos/productos/Pe1718_china_cerveza.pdf) (7)
- Estudio de Mercado cerveza en China. (2017). Obtenido de Prochile: [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/04/pmp\\_cerveza\\_china.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/04/pmp_cerveza_china.pdf) (8)
- Importaciones de cerveza en China. (2017). Obtenido de Trade Map: [www.trademap.org](http://www.trademap.org) (9)
- Impuestos Importación en China. (2018). Obtenido de TradeWizard: <https://wizards.amberroad.com/tw/mdi/html/desktop/desktop.jsp>
- Índice nacional de precios al consumidor. (2018). Obtenido de Organización internacional del trabajo: [https://www.ilo.org/ilostat/faces/oracle/webcenter/portalapp/pagehierarchy/Page27.jspx?subject=CPI&indicator=CPI\\_NCYR\\_COI\\_RT&datasetCode=A&collectionCode=YI&afrLoop=746369570354085&afrWindowMode=0&afrWindowId=6w809jx2p\\_1#!%40%40%3Findicator%3DCPI\\_NCYR](https://www.ilo.org/ilostat/faces/oracle/webcenter/portalapp/pagehierarchy/Page27.jspx?subject=CPI&indicator=CPI_NCYR_COI_RT&datasetCode=A&collectionCode=YI&afrLoop=746369570354085&afrWindowMode=0&afrWindowId=6w809jx2p_1#!%40%40%3Findicator%3DCPI_NCYR)
- La cerveza artesanal . (2017). Obtenido de Deloitte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2017/Cerveza-Artesanal-Mexico-2017.pdf>
- Los salarios y su poder de compra en México y China. (19 de noviembre de 2017). Obtenido de La Jornada: <http://ljz.mx/2017/11/19/los-salarios-y-su-poder-de-compra-en-mexico-y-en-china/>

- PIB per cápita. (2017). Obtenido de Banco Mundial:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=CN>  
(10)
- Salir a tomar algo en China. (1 de Agosto de 2013). Obtenido de Chinalati:  
<http://chinalati.com/profiles/blogs/salir-a-tomar-algo-en-china-nos-vamos-a-un-bar-discooteca-o-mejor> (11)
- Venta, importación y fabricación de bebidas alcohólicas en China. (21 de febrero de 2018). Obtenido de China Briefing: <http://www.china-briefing.com/news/2018/02/21/venta-importacion-y-fabricacion-de-bebidas-alcoholicas-en-china.html>
- *China: Cultura*. (2017). Obtenido de Global Edge:  
[http://guide.culturecrossing.net/basics\\_business\\_student\\_details.php?Id=19&CID=43](http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=19&CID=43) (12)
- International Affairs Division. (2017). People's Republic of China. 29/10/2018, de TTB Sitio web: <https://www.ttb.gov/itd/china.shtml> (13)

## Referencias Malasia

- (2018). población de malasia. 2018, de country meters Sitio web:  
<https://countrymeters.info/es/Malaysia> (1)
- CIA world Facebook. (2018). Malasia distribución por edad. 2018, de Index Mundi Sitio web:  
[https://www.indexmundi.com/es/malasia/distribucion\\_por\\_edad.html](https://www.indexmundi.com/es/malasia/distribucion_por_edad.html) (2)
- (2018). Anexo:Países por consumo de alcohol per cápita. 2018, de Wikipedia Sitio web:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses\\_por\\_consumo\\_de\\_alcohol\\_per\\_c%C3%A1pita](https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Pa%C3%ADses_por_consumo_de_alcohol_per_c%C3%A1pita) (3)
- Jose Luis Murcia . (2017). La cerveza artesana revoluciona el mercado mundial. 2017, de Mercasa Sitio web:  
[http://www.mercasa.es/files/multimedios/1501077406\\_La\\_cerveza\\_artesana\\_revoluciona\\_el\\_mercado\\_mundial.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1501077406_La_cerveza_artesana_revoluciona_el_mercado_mundial.pdf)

- (2018). Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2017 Producto : 2203 Cerveza de malta. 2017, de Trade map org Sitio web: [https://www.trademap.org/\(S\(5dq3yhbfsw55zxipoovuai\)\)/lci/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3||||2203||4|1|1|2|1|1|2|1|1](https://www.trademap.org/(S(5dq3yhbfsw55zxipoovuai))/lci/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||2203||4|1|1|2|1|1|2|1|1) (4)
- (2018). cultura de malasia . 2018, de culture crossing guide Sitio web: [http://guide.culturecrossing.net/basics\\_business\\_student\\_details.php?Id=23&CID=125](http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=23&CID=125) (5)
- (2018). Cost of Living in Malaysia. 2018, de Numbeo Sitio web: [https://www.numbeo.com/cost-of-living/country\\_result.jsp?country=Malaysia](https://www.numbeo.com/cost-of-living/country_result.jsp?country=Malaysia) (6)
- (2009). Perfil del país (Malasia). 2009, de Procomer Sitio web: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Malasia%20Ver%20Final%2009.pdf> (Extra, para saber más de Malasia y como se manejan las ventas) (8)
- (2018). malasia beer. 2018, de Euro monitor Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/resultslist/index>
- (2007). Guía Práctica de Distribución Agroalimentaria en Terceros Países. 2007, de impulso exterior Sitio web: <http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id =64 31> (7)
- (2018). Crestas arancelarias. 2018, de Ministerio de industria, comercio y turismo Sitio web: <https://www.dropbox.com/h> (9)
- Datuk Seri. (2016). Food regulation. 2018, de Federal government Sitio web: <https://www.dropbox.com/h> (10)
- (2018). cultura de malasia. 2018, de mi viaje Sitio web: <https://miviaje.com/descubre-la-cultura-de-malasia/>

## Fuentes Taiwán:

- Google Finance. (2018). Dólar. septiembre 12, 2018, de Google Finance Sitio web: <https://www.google.com/finance> (1)
- Central Intelligence Agency. (2017). Taiwan, The World Factbook. septiembre 12, 2018, de Central Intelligence Agency Sitio web: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tw.html>(2)
- Taipei Agricultural Trade Office. (2014). Craft Beers Increase in Taiwan. septiembre 12, 2018, de Departamento de Agricultura de los Estados Unidos Sitio web: [https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Craft%20Beers%20Increase%20in%20Taiwan\\_Taipei%20ATO\\_Taiwan\\_12-23-2014.pdf](https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Craft%20Beers%20Increase%20in%20Taiwan_Taipei%20ATO_Taiwan_12-23-2014.pdf) (3)
- Taiwán Today. (28/05/2018). Taiwan se posiciona en puesto 19 entre los países más ricos del mundo según FMI. septiembre 12, 2018, de Taiwán Today Sitio web: <https://noticias.nat.gov.tw/news.php?unit=95&post=135151> (4)
- Santander. (2018). TAIWÁN: LLEGAR AL CONSUMIDOR. septiembre 12, 2018, de Santander Sitio web: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/taiwan/llegar-al-consumidor> (5)
- Euromonitor International. (2018). Beer in Taiwan. septiembre 12, 2018, de Euromonitor International Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/2b9997bf-5b84-46d8-9278-aedcb7be6cbf> (6)
- Yuhang Lin. (2015). Exporting your beer to Taiwan. septiembre 12, 2018, de Cascadia International Distribution Sitio web: [http://www.craftbrewersconference.com/wp-content/uploads/2015\\_presentations/R0900\\_Yuhang\\_Lin.pdf](http://www.craftbrewersconference.com/wp-content/uploads/2015_presentations/R0900_Yuhang_Lin.pdf) (7)
- Trade Map. (2017). Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Taipei Chino en 2017. septiembre 13, 2018, de International Trade Centre Sitio web: [https://www.trademap.org/\(S\(fk0kqtpfeazabu1tjueyv4lb\)\)/lci/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|490|||220300||6|1|1|1|1||2|1|](https://www.trademap.org/(S(fk0kqtpfeazabu1tjueyv4lb))/lci/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|490|||220300||6|1|1|1|1||2|1|) (8)

- Culture Crossing Guide. (2017). Taiwan. septiembre 13, 2018, de Culture Crossing Guide Sitio web: [http://guide.culturecrossing.net/basics\\_business\\_student.php?id=200](http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student.php?id=200) (9)
- Ciaran McEaney. (2017) 12 brands of craft beer you must try in Taiwan. Septiembre 13, 2018, de Culture Trip Sitio web: <https://theculturetrip.com/asia/taiwan/articles/12-brands-of-craft-beer-you-must-try-in-taiwan/> (10)
- Agencia de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco. (2014, 28 abril). Taiwán ROC. Recuperado 31 octubre, 2018, de <https://www.ttb.gov/itd-spanish/enespanol.shtml> (11)

### **Fuentes Japón:**

- Country Meter. (2018). Poblacion de Japon 2018. 03 de septiembre 2018, de CountryMeter Sitio web: <http://countrymeters.info/es/Japan> (1)
- Index Mundi. (2017). Japon Perfil 2017. 02 de septiembre 2018, de IndexMundi Sitio web: <https://www.indexmundi.com/es/japon/> (2)
- Santander. (2018). El consumidor Japonés. 02 de septiembre 2018, de Santander Trade Sitio web: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/japon/llegar-al-consumidor> (3)
- Japan Experience. (2017). La cerveza japonesa. 03 de septiembre 2018,
- Culture Crossing Guide. (N/A). Japan. 12 de septiembre, de Culture Crossing Sitio web: [http://guide.culturecrossing.net/basics\\_business\\_student.php?id=104](http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student.php?id=104) (5)

## **Anexos**

- Beer in China
- Laws & Regulations Database of The Republic of China
- Parte legal expo China
- TTB División de comercio Internacional
- Beer in Japan
- Estudio de mercado de Japón
- La cerveza artesanal revoluciona el mercado
- Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2017
- Perfil del país (Malasia)
- Crestas arancelarias (Malasia)
- Food regulation (2018) Federal government (Malasia)
- Cubicaje y costos logísticos
- Tarifas de las rutas
- Requisitos para etiquetado de bebidas alcohólicas de Taiwán
- Craft Beers Increase in Taiwan
- Export Taiwan
- Exporting your beer to Taiwan
- Requisitos de etiquetado de bebidas alcohólicas en Taiwán
- DOF NOM-144-SEMANRNA-2012