

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones
sustantivas de las empresas**



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas
CEDECOM**

Exportación de cerceza artesanal a Asia

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Valerie Saucedo

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Juan Pablo Unrath Enrique

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Francisco Javier González López

Profesor PAP: Carlos Riggen Ramirez

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo de 2019

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	4
1. Introducción	5
2. Desarrollo	7
3. Resultados del trabajo profesional	10
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	13
5. Conclusiones	21
6. Bibliografía	23

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

Este proyecto PAP fue la continuación de lo que ya se había trabajado en el semestre anterior, teniendo como conclusión la factibilidad del mismo. El primer proyecto se conformó de la investigación de diferentes mercados en asia donde el producto de la cerveza artesanal y el tema afrodisiaco fueran aceptados socialmente. Al finalizar la investigación, se concluye con los 5 mercados más atractivos para exportar dicho producto. Posteriormente se finalizó el proyecto con la búsqueda de posibles importadores o distribuidores para así crear una base de datos para el seguimiento de este proyecto

Lo que se busca en esta segunda etapa es el contactar a los posibles clientes que estaban en la lista y darle seguimiento al contacto, tener un primer acercamiento con ellos y darles a conocer el producto, siendo este uno de los procesos más difíciles ya que nos tenemos que acercar a ellos, ofrecerles el producto, mostrarlo y hacerlo de la manera más clara posible a gente de otros países en ingles, también cuenta el documento con todas las especificaciones que debe de llevar la cerveza para poder entrar al país destino, como los permisos y lo que debe y lo que no debe de hacerse, además de la logística que es un punto muy importante en el proceso, la mejor ruta y como se debe de llevar para que los precios sean los más competitivos.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

El empresario ha estado tratando de entrar al mercado en México, sin embargo, por el tema social y de tabú, no fue posible introducir el producto en el mercado mexicano. El semestre pasado se desarrolló una investigación de mercados internacional en donde se llegó a la conclusión de que Cervezutra debe de ir a Asia. Este es un mercado con alto impacto económico que se adapta a las necesidades del producto, ya que en México no se pagan los altos precios de la misma y sobretodo por la ganancia que los distribuidores estaban pidiendo por ella.

Gracias a que se consiguió una base de datos de distribuidores de vino en Tailandia, donde se vió una excelente respuesta por parte de ellos. Se consideró que sería viable exportar el producto al extranjero, y por esta razón se decidió contactar al ITESO para registrar la empresa y que se pudiera desarrollar una investigación para poder generar un plan de exportación y el contacto con clientes potenciales en los mercados meta.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

La empresa tiene definido su producto y los mercados meta a los que se dirigirá el producto. La principal problemática de la empresa es el hecho el que el producto es demasiado caro para México, es un producto que está diseñado para venderse en Moteles, Bares, Hoteles entre otros, pero por temas de márgenes de ganancia por parte de los distribuidores, el precio del producto se elevaba a niveles que se vuelve 0% rentable para la empresa. Asia se consideró como un buen prospecto el cual se ha investigado exhaustivamente y se llegó a la conclusión será el mercado potencial para desarrollar el plan de exportación y el contacto con posibles clientes.

1.3 Objetivo general

Se busca poder contactar a los clientes por medio de una base de datos en las que se tienen una variedad de clientes clientes potenciales. Se debe mandar correos y mostrarles nuestro producto, que es lo que contiene y cuáles son las especificaciones, posteriormente se hará una estrategia logística en la que se va a crear la mejor manera de contactar a cada uno de ellos.

1.4 Objetivos específicos

Los objetivos específicos de la empresa en este proyecto fueron:

- Identificar los dos países con más potencial en el mercado asiático.
- Identificar cuales son los documentos necesarios para ingresar a cada uno, los tratados internacionales para facilitar los trámites.
- Contactar a los distribuidores que existen en cada uno los mercados potenciales .
- Identificar regulaciones ya sean arancelarias o no arancelarias.
- Identificar cuales son los aspectos logísticos más importantes para cada uno de los mercados .
- Crear la ficha técnica y las especificaciones del producto, que deben de estar bien definidas para los futuros compradores.
- Generar una reestructuración de la ficha del producto ya que va a un país con altos estándares y se deben de cumplir todas las reglas que se pidan.
- Crear una estimación de precios del producto en el país destino.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

Metodología

Anteriormente en la primer parte de la investigación, se realizó una investigación de mercados en Asia por parte de los alumnos del ITESO, en la cual empresario proporcionó información sobre la empresa, para que dicha investigación pudiera realizarse con éxito.

Se realizó la investigación de mercados internacional para determinar los países potenciales para la venta del producto, este proceso se llevó a cabo por medio de investigaciones en distintas bases de datos como Trademap la cual nos proporciona cuales son los principales países que exportan e importan cerveza y de qué países proviene dicha cerveza. Posteriormente se realizó la investigación de cada país para así determinar consumo per cápita de 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.

Anteriormente se tomó la decisión de crear una matriz de países asiáticos y principales consumidores de cerveza artesanal para tener como resultado los principales países a los cuales es viable exportar este producto.

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 países en los que se investigó más a fondo y se dio el seguimiento fue Japón y Taiwán, se indagó más exhaustivamente varios aspectos como las regulaciones arancelarias y las no arancelarias, distribuidores, tratados internacionales entre otras cosas fundamentales como la logística y el mismo cubicaje y la mejor manera de llevar el producto.

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, Passport y herramientas de comunicación para el contacto de clientes como Skype, WebMail, y páginas web de las empresas en el país destino.

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 Cronograma o plan de trabajo

Se inició el proyecto generando una revalidación de datos ya recabados el semestre pasado. Se encontró algunas discrepancias en la información y sobre todo se recabó información sobre regulaciones y necesidades que requiere la empresa para poder exportar a los países destino. Tanto como Japón y Taiwán solicitan especificaciones en etiquetado y embalaje para que el producto pueda ser ingresado al mercado Japones y Taiwanes.

Posteriormente se realizó una investigación logística para poder visualizar cuál sería la ruta y manera más eficiente y segura para poder llevar el producto al mercado destino. Una vez teniendo la parte teórica y regulatoria del mercado se indagó en la búsqueda de clientes potenciales y datos de contacto para posteriormente poder enviar emails con la información de presentación de producto y empresa. Al no tener éxito en el envío de emails se procedería a generar llamadas vía skype para poder contactar directamente a los distribuidores y poder ofrecer el producto de una manera más directa.

2.3 Productos y entregables

Dentro de este proyecto realizado de Enero a Mayo 2019, se concluirá con una serie de componentes que enriquecerán a la investigación ya realizada el semestre pasado por compañeros del ITESO.

Este proyecto consistirá en la parte teórica donde se explicarán temas arancelarios y no arancelarios, así como factibilidad logística a ambos países. También se entregará la información básica de la empresa como es la ficha técnica de producto traducida al inglés y sobre todo ejercicios de pricing EXW, FOB, DDP. Finalmente se terminará el proyecto entregando una matriz de contactos en ambos países en donde quedará registrado el número de veces que se intentó contactar a dichos importadores y el número de llamadas que se hicieron con éxito.

3. Desarrollo

Durante el desarrollo de este proyecto primeramente se investigó términos arancelarios y cuáles eran sus gravámenes en exportación e importación en caso del producto a exportar, así como también la verificación de lo que ya se había investigado anteriormente que fue las regulaciones no arancelarias y el cubicaje y tipo de transporte el cual utilizaría para llevar la mercancía al lugar destino.

Una vez que se rectificó esta información se creó una carta de presentación y una presentación tanto de la empresa como el producto en sí, donde se explicó la historia y especificaciones de la empresa.

Posteriormente se realizaron modificaciones en la ficha técnica de producto para que esta fuera más atractiva a los clientes. Una vez teniendo una base de datos de posibles clientes en los mercados meta designados, se comenzó contactando a todos los clientes por medio de la página web en el apartado de contacto, o por medio de E-mail. No se tuvo éxito con el contacto vía email, por lo que se decidió proseguir con el contacto vía llamada telefónica. En esta ocasión se tuvo éxito y se logró contactar 3 posibles clientes. Con los posibles clientes con los que se logró hacer contacto se acordó enviar más información sobre el producto, por lo que se envió la presentación y carta de presentación de la empresa para que pudieran conocer más a fondo el producto

3.1 Sustento teórico

El desarrollo del proyecto se realizó durante aproximadamente 5 meses (Ene-May 2019) en donde se desarrollaron e investigaron exhaustivamente los siguientes puntos:

1. Japón
 - Clasificación arancelaria

- Regulaciones arancelarias
- Regulaciones no arancelarias
- Especificaciones aduaneras necesarias
- Facilidad de Logística
- Tratados internacionales
- Distribuidores

2. Taiwán

- Clasificación arancelaria
- Regulaciones arancelarias
- Regulaciones no arancelarias
- Especificaciones aduaneras necesarias
- Facilidad de Logística
- Tratados internacionales
- Distribuidores
- Logística y Distribución
- Cubicaje

3. Distribuidores Japón

4. Distribuidores Taiwán

5. Empresa

- Ficha técnica del producto
- Idiomas
 - i. Español
 - ii. Inglés
- Reestructuración de ficha de producto
 - i. Adecuación y complementar información
 - ii. Comparativo con cervezas en el mercado
- Presentación
 - i. Reestructura de etiquetado
 - ii. Elaboración de presentación para posibles clientes
- Precios de venta

- i. Elaboración de pricing y costing
 - Ficha de producto (Generar una ficha de producto donde se incluyan precios y especificaciones de cada uno de los productos a exportar)
 - Fletes (Cotizar por medio de un Freight Forwarder las diferentes rutas existentes para llevar dicho producto a los posibles clientes)
 - Lista de precios y términos de venta (Determinar Incoterm, para así poder dar un precio puesto en planta o puesto en donde desee el importador)
- 6. Negociación
 - Contacto vía e-mail
 - Japón
 - Taiwan
- 7. Una vez teniendo respuesta de alguno de los posibles importadores,
 - Proceder con llamadas vía SKYPE
 - Llegar a un término de compra

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, desde cual es el precio de las cervezas puestas en destino y sus diferentes precios dependiendo la cantidad exportada y el país destino. Como y quien las distribuye. También se pudo notar el notable incremento que tendrá el precio de la cerveza al entrar al mercado de taiwán por el gravamen que se tiene a las bebidas alcohólicas provenientes de fuera. Por otra parte se encontró que Japón y el tratado de libre comercio que se tiene con dicho país, hace que este mercado sea mucho más atractivo una vez realizando el ejercicio de costing.

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

- **Aprendizajes profesionales**

Valerie Saucedo

En lo personal, el PAP fue una herramienta muy útil para poder aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera. Es muy enriquecedor debido a que podemos aplicar cada herramienta de una manera práctica para crear soluciones para una empresa y un proyecto real. Desde distintas disciplinas considero que las competencias desarrolladas fueron principalmente enfocadas en el trabajo en equipo y la colaboración activa de todos los miembros. Me fue enriquecedor también ir encontrando problemas en el camino y barreras a las cuales les tenía que buscar solución; y este tipo de cosas no tienes la oportunidad de aprenderlas en las clases o con teoría hasta que te enfrentas a ellas en la práctica. Mis saberes puestos a prueba fueron especialmente en el tema de investigación ya que mucha de la información que tuvimos que buscar no eran tan accesible o no se encontraba en inglés sino solo en japonés o en chino, por lo que validar los datos fue un gran reto. Además de esto hacer los contactos con las empresas igualmente fue un reto ya que no había la facilidad de hablar con muchas de las empresas en inglés. Para mi proyecto de vida personal me quedo con la parte de la experiencia, la importancia de realizar una investigación en todos los aspectos y a su vez validar esta información para tener una visión clara de si el proyecto es viable o no lo es. Considero también que es muy importante contar con un equipo de trabajo en el que cada uno cuente con habilidades distintas que se complementen.

Francisco Javier Gonzalez Lopez

El PAP es una manera de ver mejor la vida laboral, no como te la enseñan en la carrera, si no que mas especifica y de la manera en que las personas que trabajan en ese campo la viven, las cosas que deben y las que no deben de hacer para que el trabajo se realice de la mejor manera posible, es el segundo PAP que tengo y estoy llevando el mismo, este trabajo si no lo estuviéramos llevando con el ITESO sería un trabajo que las empresas pagan muy bien ya que son semanas de investigación real, en la que se debe de indagar y meterse en números para que el resultado sea el correcto y el esperado, es tener mucha paciencia para encontrar todo y llevarlo de la manera mas correcta, me pude dar cuenta que cualquier factor afecta. como el dólar o el mismo presidente de México, que se hizo el cambio de presidente y la gente tenía mucha incertidumbre, los mismos empresarios, son cosas que influyen mucho en este tipo de investigaciones y trabajos que muchas personas no se dan cuenta de esto. 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 siempre estuvo atento y nos ayudó a resolver dudas, me quedo con los aprendizajes del semestre pasado y los complemento con estos, fue un PAP muy completo que me va a ayudar en la vida laboral y graduarme de una manera completa. 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 esté 100% ligado a esto.

Juan Pablo Unrath Enrigue:

Principalmente con este proyecto realizado durante los meses de Enero y Mayo 2019 me pude dar cuenta de la importancia de la investigación internacional de los mercados en el mundo laboral. Es decir, todo eso que se ve en clases de clasificación arancelaria, operación aduanera, logistica internacional, plan de negocio, etc.. en realidad es de muchísima utilidad una vez que se pone en práctica para poder ayudar a empresas Mexicanas que buscan exportar algún producto al extranjero. En este caso nos tocó indagar sobre un mercado no tan común y que en

realidad tiene mucho potencial, el cual es el mercado Asiático , en específico los mercados que se investigaron, Japón y Taiwán. Dentro de esta investigación me pude dar cuenta de los distintos rubros que se tienen que abarcar para concluir si un mercado es viable para la exportación o no. En mi opinión, uno de los mercados que se sugirió como viable el semestre pasado, fue el mercado de Taiwán, y después de indagar más a fondo y recabar mayor información, me pareció ser no tan viable ya que este país tienen un alto gravamen al alcohol proveniente del extranjero y se tiene un impuesto alto a bebidas alcohólicas que sean vendidas en el país. Por esta razón el precio se iría a las nubes. En conclusión, fue un proyecto que me ayudo mucho profesionalmente ya que pude combinar mis conocimientos y habilidades adquiridas durante mi carrera y sobre todo lo puede combinar y sacar provecho de de herramienta donde actualmente laboro las cuales hizo que es proyecto tuviera números 100% reales y actualizados.

- **Aprendizajes sociales**

Valerie Saucedo

Considero que este proyecto PAP definitivamente me dio la oportunidad de tener iniciativa y tomar decisiones conforme se presentaban los problemas en el proceso. Además fue un reto para buscar soluciones creativas y totalmente diferentes a las que ya conocía ya que eran retos y problemas a los que no me había enfrentado antes; uno de los casos fue la cuestión de contactar a las empresas con la diferencia de horario y sin la facilidad de que me contestaran en inglés. Después de este proyecto me siento mucho más capaz y segura a la hora de poner en marcha un proyecto e ir tomando decisiones y alternativas en el proceso de desarrollo, así como evaluar la viabilidad del mismo. Considero que después de realizar este proyecto se pudo evidenciar que esta cerveza es un producto de nicho y que en el mercado nacional no tiene tanto potencial como lo tiene en mercados extranjeros como Japón, donde es valorado de una forma distinta y el cliente estaría dispuesto a pagar por un producto así. Considero también que se lograron cumplir parte de

los impactos esperados porque se logró concretar el iniciar contacto con las empresas en los Taiwán y Japón lo cual era gran parte del objetivo inicial. Considero que los proyectos de exportación aportan mucho a la economía del país por lo tanto considero que este proyecto y mis servicios profesionales definitivamente aportaron en este sentido. Se puede dar seguimiento a este proyecto con la guía que dejamos como manual para llevar a cabo la exportación y esto sería responsabilidad de la empresa. Ahora tengo una visión muy diferente sobre la aplicación de los conocimientos que he aprendido a lo largo de la carrera, considero que aplicarlo a la vida real es algo diferente y se presentan retos que tendrás que ir resolviendo, lo cual a su vez te va aportando experiencia y más conocimiento empírico.

Francisco Javier Gonzalez Lopez

Es una carrera en la que aprendí a ser muy analítico, es algo que te ayuda mucho en la vida y en una empresa o en la misma empresa en la que estoy trabajando ahorita, he aprendido a buscar información de una mejor manera, de cómo y en donde buscarla, hacerlo de una manera más confiable y profesional, se tiene que ser paciente en este trabajo ya que hay que buscar muchas cosas y algunas no se encuentran fácil, fueron horas en las que buscamos y fuimos muy pacientes pero se logró el objetivo.

El producto es muy bueno y lo que contiene, pero el precio es muy caro para el mercado que tenemos ya que el precio de 35 no es posible, una cerveza normal cuesta alrededor de 7 pesos y la venden en 40 mas o menos y cervezutra tendría que estar en 300 pesos mas o menos y nadie va a pagar eso por una cerveza, se debe de llevar a otro país como lo hemos estado viendo, tuvimos un equipo bueno y nos repartimos bien el trabajo, puede llegar a ser complicado trabajar en equipo ya que no pensamos igual y son varias cosas, pero lo dividimos de una manera correcta, fue fácil y sin presiones, además es el segundo PAP que tengo y ya aprendí a hacerlo de una manera correcta.

Juan Pablo Unrath Enrigue:

Socialmente este proyecto tiene muchos impactos, primeramente creo que me siento más capaz de llevar a cabo este tipo de proyectos en los cuales ya se involucre la imagen de una empresa externa al iteso en los resultados del mismo. También, en este proyecto me impresionó mucho el hecho de él porque esta cerveza se decidió exportar. Y fue principalmente porque no fue aceptada socialmente en México. Somos una sociedad muy cerrada y difícil de manejar, es por eso que es difícil introducir este tipo de productos nuevos en el mercado. El tapatio es muy cerrado a probar cosas nuevas, y esto para lanzar productos nuevos que nunca se hayan visto antes es algo muy complicado.

- **Aprendizajes éticos**

Valerie Saucedo

Las decisiones más importantes tomadas tanto personalmente como colectivamente fue la asignación de trabajo a cada miembro basándonos en las aptitudes de cada uno de los integrantes. también las decisiones más importantes en lo personal fueron sobre la resolución de problemas conforme nos encontramos con ellos, como ejemplo de esto puedo recordar cuando tuve que traducir las páginas oficiales del japonés y chino al inglés, aprender palabras para realizar las llamadas en dichos idiomas, etc. Esta experiencia vivida me deja con menos miedos para enfrentar las situaciones que vengan en un futuro profesionalmente, ya tendré la experiencia de resolución en este tipo de situaciones que pueden llegar a ser un tanto intimidantes.

Francisco Javier Gonzalez Lopez

El decir que debemos hacer cada uno de nosotros y delegar de una manera correcta es algo que no es fácil, porque como ya lo dije cada persona es un mundo y no pensamos igual así que se debe de escoger de una manera correcta y que cada uno lo haga de la manera más correcta, El confiar en los compañeros de que cada quien, hacía 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.

Juan Pablo Unrath Enrigue

En este proyecto tuve la oportunidad de tener acceso a información confidencial de la empresa la cual laboro, esta empresa está ubicada en el giro logístico, es por esto que me fue de utilidad el tomar información de ella y usarla en beneficio de nuestro proyecto, sin embargo por temas de confidencialidad únicamente se usaron los datos como referencia sin dar a conocer nombre de la empresa. Es por esto que éticamente este proyecto me sirve como aprendizaje de cómo se tiene que manejar dicha información que por más sencilla que aparezca, para la empresa es algo confidencial ya que si esta información cae en manos equivocadas puede tener consecuencias catastróficas.

- **Aprendizajes en lo personal**

Valerie Saucedo

Este proyecto PAP me ayudó a conocerme un poco más en la cuestión profesional y las capacidades y debilidades que tengo para manejar ciertas situaciones como el trabajo colaborativo en este ámbito y el manejo de tiempos, además de trabajar bajo presión y ser capaz de tomar decisiones por el bien mayor de todos los integrantes del equipo y por el proyecto. Pude ver claramente el emprendimiento e ingenio mexicano para el desarrollo de productos tan originales como lo es Cervezutra. Este proyecto también me ayudó a apreciar y comprender que cada persona piensa de maneras distintas y esto es enriquecedor al contrario de ser un obstáculo, solo es necesario llegar a acuerdos de colaboración para lograr una buena integración y sana convivencia. Para mi proyecto de vida lo que más aprendí

de este PAP es el perder en miedo a retos que se presentan y que son totalmente distintos a lo que estamos acostumbrados, enfrentarlos nos fortalece y nos enseña nuevas experiencias y conocimientos.

Francisco Javier Gonzalez Lopez

Pude darme cuenta de varias cosas que he visto en la carrera que no te das cuenta hasta que estas en el área laboral o en este caso en el PAP ya que en las clases te enseñan como hacerlo pero no se ve bien hasta el campo de verdad, vi la logística ya que lo utilizamos en varias ocasiones y la manera de cómo clasificar un producto de la manera correcta ya que eso es muy importante, para nosotros que estudiamos comercio internacional es algo normal y básico que debemos de saber, pero las empresas para las que trabajamos o podemos llegar a trabajar es algo que también necesitan pero nosotros les damos las herramientas y les ayudamos a hacerlo de una manera correcta y barata.

El mercado es muy grande pero el producto que vamos a llevar es muy especial y se debe de llevar a un mercado como japon, ya que como lo he dicho en México no se puede por el precio del mismo producto, creo que hicimos muy bien el trabajo de una manera correcta y eso me deja satisfecho por los mismos resultados y lo más importante es que el empresario esté contento.

Juan Pablo Unrath Enrigue

En lo personal, este proyecto me ayudó mucho a entender cómo trabajan las empresas que apenas se están consolidando y quieren comenzar a exportar. En este caso, me di cuenta que todos los estudiantes de la carrera realizamos nuestros proyectos dando por hecho que todo lo que plasmamos lo sabe el lector. Sin embargo esto es casi totalmente erróneo, ya que nunca tuvimos el entendimiento de que un proyecto de esta magnitud va a ser leído por lectores que no saben del tema, y el texto tiene que estar redactado justamente para estas personas, y que quede totalmente claro. Creo que esto es algo que me llevo como persona, el hecho

de no dar por hecho que la otra persona entiende lo que plasmo por el simple hecho de que para mi sea algo obvio.

5. Conclusiones y recomendaciones

a. Conclusiones

Es un producto artesanal 100% mexicano que su potencial es muy alto, en nuestro país no se puede comercializar ya que como lo hemos comentado, es un producto muy caro para este mercado y por esa razón se debe de llevar a otro país. El mercado que elegimos que fue Japón y Taiwán son opciones muy viables con mucho potencial. Después de la información recabada en el proyecto pasado y la que se recabo este semestre nos dimos cuenta de lo que se debe y lo que no se debe de hacer en estos mercados, al finalizar el proyecto pudimos darnos cuenta de que el mercado mas viable es Japón por razones ya mencionadas en el documento, y Taiwán por el tema de impuestos en destino hace que el precio se incremente considerablemente.

Un dato importante es que las cervezas artesanales han ido en aumento y las mexicanas también, es un dato importante ya que esta cerveza va al extranjero y puede ser una de muchas. Esta cerveza está abriendo puertas al mercado de las cervezas artesanales. El gobierno de México tiene muchas facilidades que muchas personas no conocen y algunas instituciones que te pueden llegar a ayudar mucho para que tu producto se venda en el extranjero o en el mismo país, solo que como ya se menciono no son tan conocidas.

El mercado mexicano no esta preparado para este producto, por el precio y por los mismos tabús que contiene, ya que vivimos en un país muy conservador. Otro problema muy importante es el precio, ya que es muy elevado, una cerveza tradicional cuesta entre 7 y 8, la cervecera ronda las 35, es un precio muy alto para una cerveza que no es muy conocida y que esta saliendo al mercado, es la principal razón de que la cerveza no se vende aquí, los precios en los países asiáticos no

son tan altos ya que las cervezas se venden en esos precios y a ellos les gusta esos temas tabús que ya se mencionaron.

b. Recomendaciones

Al finalizar este proyecto, sobre las conclusiones que se hicieron se recomienda a la empresa darle seguimiento a lo que se realizó durante todo el semestre, que principalmente fue el contacto de clientes en ambos países. Donde principalmente hubo contacto directo únicamente con una empresa, a la cual se le envió más información de la empresa para que esta pudiera conocer más.

Se recomienda que a partir de las cuentas anteriormente mencionadas, se siga dando el seguimiento correspondiente por parte de Cervezutra, para así poder llegar a cerrar un acuerdo comercial con alguna importador en el país destino.

Durante el proyecto realizado en el semestre Enero-Mayo 2019, Valerie Saucedo se designo como la persona designada para realizar la mayoría del contacto y comunicación con clientes potenciales, por lo que se recomienda comunicarse con ella para cualquier contacto futuro con los posibles clientes.

6. Bibliografía

JAPÓN:

Acuerdo para el fortalecimiento de la asociación económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón. (2004, September 17). Marzo 1, 2019. Sitio Web: https://www.economia.gob.mx/files/texto_acuerdo.pdf

Organización Mundial del Comercio. (2015). Examen de las Políticas Comerciales. Marzo 1, 2019, de WTO Sitio web: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s310_s.pdf

The Japan Food Chemical Research Foundation. (2018). List of Designated Additives. Marzo 6, 2019, de JFCRF Sitio web: <https://www.ffcr.or.jp/en/tenka/list-of-designated-additives/list-of-designated-additives.html>

Almeida Juliana . (2012). Requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar a Japón. 2012, de Connect americas. Marzo 1, 2019. Sitio web: <https://connectamericas.com/es/content/requisitos-sanitarios-y-fitosanitarios-para-exportar-japón>

IContainers. (2018, August 14). Transporte marítimo a Japón. Retrieved from <https://www.icontainers.com/es/transporte-maritimo/japon/>

TAIWAN:

-. (2013). Entra en vigor el TLC México-Japón. 2012, de International Centre For trade and sustainable development. Sitio web: <https://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/entra-en-vigor-el-tlc-méxico-japón>

-. (2013). Guia de mercado TAIWAN. 2013, de Prom peru. Sitio web: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Taiwán%202013.pdf>

Trade wizards. (2019). -. 2019, de Amber rod. Sitio web: <https://wizards.amberroad.com/tw/mdi/html/desktop/desktop.jsp>

-. (2014). Taiwan R.O.C.. 2010, de Alcohol and tobacco tax and trade bureau. Sitio web: https://www.ttb.gov/itd/taiwan_roc.shtml

-. (2019). TOBACCO AND ALCOHOL TAX. 2013, de national taxation bureau of the central area, ministry of finance. Sitio web: <https://www.ntbca.gov.tw/etwmain/web/ETW118W/CON/1033/8688510359529187822?tagCode=>

Santander. (2019). Reglas de embalaje y etiquetado en Taiwán. 2019, de Santander Trade. Sitio web: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/taiwan/empaques-y-nomas>