

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

3J02 Desarrollo de capacidades para la exportación e importación

Exportación de Cerveza Colablanca

PRESENTAN

Lic. Comercio y Negocios Globales. Jose Alejandro Jimenez Mejorada.

Lic. Administración Financiera. Pablo Vázquez Padilla.

Lic. Administración de Empresas y Emprendimiento Eduardo Plasencia
Hernández.

Lic. Administración de Empresas y Emprendimiento Francisco Javier Jimenez
Mejorada.

Profesor PAP: José Allera Mercadillo / Carlos Rikken Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, a Julio del 2020

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	3
1. Introducción	5
2. Planeación y seguimiento del proyecto.	7
3. Resultados del trabajo profesional	12
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	15
5. Conclusiones	18
6. Bibliografía	19
7. Anexos	20

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

Cerveza ColaBlanca necesitaba nuevos mercados para tener presencia y poder empezar a hacer sonar su marca a nivel internacional e incrementar las ventas anualmente. Tomando en cuenta este objetivo, se seleccionaron dos países: Estados Unidos y Chile, con el fin de contactar los posibles prospectos de importadores de Cerveza identificados en el PAP anterior a este y así acercarse a su objetivo.

Se trabajó en tres entregables para la empresa donde nos enfocamos en darles todas las herramientas para que pudieran proceder con su exportación de manera exitosa.

Un modelo de costeos para conocer de manera exacta los aspectos financieros de llevar a cabo exportaciones con diferentes volúmenes a diferentes países, dos manuales de procedimientos para realizar la exportación y poder registrar los códigos de barra para cada producto, un documento con fichas técnicas de todos los distribuidores a contactar por país y una matriz que explicaremos a continuación.

Se contactaron los importadores de bebidas alcohólicas por correo y llamadas; algunos fueron efectivos y otros no. Al realizar las llamadas hubo poca respuesta, sin embargo fueron respuestas positivas las cuales la empresa tendrá que dar seguimiento cuando la situación por el COVID mejore. Se recomienda el uso de la herramienta Instagram para obtener otro punto de partida en las empresas de las que por llamada no hubo respuesta.

Es importante recalcar la situación del Covid-19 que todo el mundo está enfrentando. La industria y el comercio en algunos países está frenado y comienza el retorno progresivo a las actividades, lo anterior afectó nuestros resultados al no encontrar a la gente correcta o no tener respuesta en las oficinas. Para controlar el trabajo y documentar se creó una matriz en donde se puede encontrar toda la información relacionada con los clientes y del proceso de trabajo, la cual se le entregó a la empresa para que le de uso cuando considere pertinente.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

El proyecto Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas CEDECOM se desarrolla reuniendo instrumentos técnicos, humanos, logísticos y financieros, que permitan ofrecer a la empresa una orientación hacia soluciones que mejoren la utilización de sus recursos y le faciliten la toma de decisiones para el desarrollo de nuevos horizontes de comercialización.

Cola Blanca es una microempresa de cerveza artesanal que busca expandirse en el mercado tanto nacional como internacional. Actualmente está formada por 4 personas que son las que se encargan de todas las labores relacionadas a la compañía: administración, producción, distribución, promoción, finanzas, contabilidad y ventas. La empresa está establecida en Guadalajara pero gracias a su excelente calidad ha logrado un buen crecimiento en más estados del país, así como el reconocimiento y medallas a la marca en diferentes competiciones como la "Copa Cervecera del Pacífico". Uno de los puntos débiles de la compañía actualmente es la capacidad de producción la cual es reducida. Actualmente se están enfocando en el desarrollo de nuevos clientes, por lo cual en el proyecto pasado, se realizó un trabajo de investigación y análisis para la introducción de su producto en mercados internacionales. Específicamente en Estados Unidos y Chile y en el proyecto actual se hizo un trabajo de búsqueda e introducción de clientes nuevos para Colablanca en Chile y en Estados Unidos, se estuvo contactado a diferentes distribuidores cerveceros en estos países para llegar a asociarse y generar valor a las dos empresas, a Colablanca y a las diferentes distribuidoras. Durante la realización del proyecto tuvimos la llegada del Covid-19 lo cual creó mucha incertidumbre en el mercado y más en las exportaciones ya que se cerraron fronteras y negocios por todo el mundo. Esto hace más difícil contactar posibles clientes fuera de México.

1.2 Problemática u oportunidad detectada [Redactar cual es el problema que presenta la empresa, que por medio de este PAP se puede trabajar]

Con más de 600 proyectos cerveceros la cerveza artesanal en México representa el 0.1% del mercado total de nuestro país, brindando a los consumidores con una extensión de opciones, para que así exista una cerveza adecuada para diferentes tipos de maridaje, clima y/o momento.

Jalisco al ser el sexto estado con mayor producción de cerveza artesanal con el 7.7% de la producción bruta en México, después de Zacatecas, Coahuila, Ciudad

de México, Nuevo León y Oaxaca genera un desafío para la empresa Colablanca para seguir creciendo de manera local y tener la oportunidad de crecer en diferentes mercados a nivel mundial específicamente en Chile y Estados Unidos.

1.3 Objetivo general

- Contactar posibles importadores para la exportación de la cerveza Colablanca.

1.4 Objetivos específicos

- De los posibles distribuidores / importadores que se tienen identificados para Chile y Texas, para cada uno de ellos elaborar una pequeña ficha técnica de quienes son, dónde están, qué hacen (área de especialidad), marcas que representan y manejan, actividades de promoción, número de gente que opera en la empresa y dentro de ella cuantas gentes en ventas, instalaciones y equipo, etc. para posteriormente ver cual tiene el mejor perfil para la marca.
- Elaborar un modelo de costeo para la exportación.
- Elaborar un procedimiento de exportación.
- Inglaterra: Investigar e identificar quienes son los importadores de la cerveza Loba y Fortuna en este país y elaborar la ficha de ellas.
- Una vez identificados los posibles importadores para los países iniciar el proceso de contacto y negociación.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

Para la realización de este proyecto se llevó a cabo una metodología específica de trabajo lineal. Para lograr el objetivo de contactar a los clientes potenciales de la cerveza Cola Blanca fue necesario validar la información de costeo para la exportación del producto a los mercados seleccionados, de esta forma se garantiza que el ejercicio de exportación a realizar es lo más cercano a la realidad. Para complementar esto, se desarrolló un procedimiento como manual de actividades para la de exportación de productos y para identificar a los mismos mediante códigos de barra, que servirá para que cola blanca pueda realizar esta actividad de manera autónoma. Finalmente se elaboró una matriz con la información de contacto de 10 clientes potenciales en Chile y 10 de Texas donde se le da seguimiento al contacto se le dio para poder esperar una venta.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

	Objetivo/Semana	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Recopilacion de informacion								
2	Creacion de fichas técnicas de distribuidores								
3	Desarrollo de programa de costeo								
4	Desarrollo de procedimiento de exportación								
5	Desarrollo de procedimiento de registro de códigos de barra								

6	Creación de Matriz								
7	Envío de correos de presentación								
8	Evaluación de resultados								
9	Envío de mensajes por Red Instagram								
10	Llamadas vía Skype								
11	Reuniones con la empresa								
12	Búsqueda de nuevos objetivos								

En la tabla anterior podemos ver el cronograma que se tenía planeado al principio del semestre para la búsqueda de clientes para la cerveza cola blanca

El plan de trabajo para este objetivo consiste en lo siguiente:

- 1.- Recopilar la información obtenida por los compañeros de otros semestres para diseñar una matriz de clientes por país que tuviera correo dirección y teléfono con el fin de dedicar todo el semestre a trabajar estos contactos para concretar ventas.
- 2.- Crear una ficha técnica que recopila la información de los diferentes distribuidores.
- 3.- El desarrollo de un programa de costeo para ayudar a la empresa a conocer los costos de enviar diferentes volúmenes a Estados Unidos y Chile

4.- El desarrollo de un procedimiento o manual donde se explique todo lo necesario para poder realizar una exportación a cualquiera de los dos países investigados.

5.- El desarrollo de un procedimiento o manual donde se explique todo lo necesario para poder registrar códigos de barra en la herramienta de GS1.

6.- Llamadas vía skype para poder concretar juntas donde se pudiera exponer y vender la Cerveza Artesanal de Colablanca.

7.- Envío de carta de presentación por medio de un correo de la empresa.

8.- Tres sesiones virtuales con la empresa:

1.- La presentación del proyecto y la planeación de objetivos.

2.- La presentación de avances a medio semestre.

3.- La entrega final de resultados.

Los recursos tecnológicos que utilizamos para este proyecto fueron:

- Correo (Outlook, Gmail).
- Instagram.
- Skype.
- Microsoft Teams y Excel.

El trabajo se dividió de la siguiente forma, en el equipo éramos 4 personas y el proyecto solo consta de 8 semanas por lo que decidimos dividimos el trabajo por países y para poder dar mejor seguimiento a cada propuesta que mandábamos, nos conectamos vía Microsoft Teams cuatro veces por semana para platicar y comentar de los avances, configuramos el correo de la empresa en nuestros teléfonos celulares para poder recibir notificaciones en tiempo real de los correos que mandamos.

2.3 Productos y entregables:

- Proyecto de exportación - Fase II continuación.
- Modelo de Costeo para exportación: Evaluar el precio de venta y los márgenes de utilidad obtenidos en el proyecto.
- Procedimiento de Exportación: Manual donde se explique todo lo necesario para poder realizar una exportación.
- Procedimiento Códigos de Barra: Manual donde se explique todo lo necesario para poder registrar códigos de barra en la herramienta de GS1.

- Fichas Técnicas con los datos de los clientes potenciales.
- Matriz de contacto y seguimiento comercial: incluye todos los datos de contacto de los clientes potenciales.

3. Resultados del trabajo profesional

3.1 Sustento teórico

Para lograr el proyecto se requirió de diferentes disciplinas, instrumentos técnicos, humanos, financieros, internacionales y de emprendimiento, estos nos permitieron ofrecer a la empresa una orientación hacia soluciones para mejorar su modelo de negocio y poder expandirse a nuevos mercados, a diferencia de el proyecto pasado, nosotros ya entramos en contacto directo con el cliente, definimos los diferentes modelos y los diferentes clientes potenciales que existen en Estados Unidos y Chile para crear valor para la empresa, mejorar su modelo de negocio y usar las herramientas dadas en este proyecto para realmente expandirse a estos nuevos países.

Nuestra principal fuente fue el proyecto del semestre pasado como base para el uso de información sobre la empresa y además acudimos a diferentes páginas web para investigar diferentes temas y usarlos para ayudar a Colablanca a contactar con sus diferentes distribuidores en estos dos países mencionados anteriormente.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

I. Fichas técnicas de importadores y distribuidores

Con el objetivo de validar la información que se tenía, se realizó una revisión de la investigación recabada por nuestros compañeros del semestre pasado, la tarea consiste en poner en un mismo documento toda la información comercial de los principales actores en la cadena de suministro de la cerveza artesanal enfocados en los mercados seleccionados previamente.

II. Costeo de exportación

A partir de la información obtenida del grupo pasado se creó un modelo de costeo variable en el cual se puede seleccionar la cantidad ya sea de cajas o de tarimas para el cálculo de su costo de exportación. Dentro del cálculo también se da el costo distribuido a cada caja para el cálculo de su nuevo precio agregando el margen de ganancia en cada rubro.

Costos de Logística (Texas)

Los costos de la logística de exportación encontrados en los anexos son los costos que existen para los distribuidores o los terceros que van a vender el producto en Estados Unidos y en específico el estado de Texas, podemos encontrar desde los impuestos aplicados a nuestro régimen hasta el costo de almacenaje.

Cotización de Tarima (Chile)

También en los anexos podemos encontrar la cotización de una tarima para exportar a Chile donde incluye el costo de la recolección del producto, el costo del flete, en este caso Aéreo y el costo de entregado en el país de origen, en este caso Chile.

Cotización de 5 cajas (Chile)

La cotización incluye lo que te cuesta exportar 5 cajas de producto a Chile. Esta cotización incluye el costo de la recolección del producto, el costo del flete, en este caso Aéreo y el costo de entregado en el país de origen.

III. Procedimiento de exportación

Con el objetivo de brindar valor a la organización mediante la automatización de los procesos, se elaboró el procedimiento de exportación especializado en la empresa y en el producto al que viene enfocado este trabajo.

IV. Procedimiento de registro de productos con código de barras

Se desarrolló un procedimiento para el registro como empresa ante el comité regulador del comercio en electrónico para el alta de productos y así poder obtener códigos de barra que son reconocidos a nivel mundial y son aceptados en marketplaces como Amazon, Walmart, etc.

Este proceso, el cual se encuentra en el Anexo 8 también explica los requerimientos para dicho proceso y da un contexto sobre los diferentes tipos de códigos de barras para que la empresa los conozca y pueda utilizar el adecuado para cada mercado.

V. Matriz de información y seguimiento de contacto a distribuidores

La Matriz de información y seguimiento de contacto a distribuidores es un documento con toda la información obtenida en las fichas técnicas, que funciona como bitácora de la actividad de promoción que se realiza.

Carta de Presentación

La carta de presentación de la empresa encontrada en los anexos, presenta que es Colablanca, que es lo que hace y los diferentes productos que produce, esto para que los futuros distribuidores sepan con quién están tratando y que ven que Colablanca es una empresa seria y profesional.

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

- Aprendizajes profesionales

Alejandro Jiménez Mejorada

Durante la realización del proyecto se fueron desarrollando competencias variadas, que ayudan a consolidar lo aprendido en la carrera, pues poniendo en práctica todas las herramientas de análisis y de cálculo de costos en las exportaciones se pudo apreciar un ejercicio real de esta materia. De manera genérica fue necesario desarrollar la coordinación y trabajo en equipo y la disciplina y orden de trabajo personal para cumplir con los objetivos del proyecto.

Desde el punto de vista mercadológico, se llevarán a cabo competencias muy importantes, desde la localización de posibles distribuidores para el mercado meta de la cerveza que se pretende exportar hasta la validación del mercado mismo. De manera interdisciplinaria, el análisis financiero y costeo para llevar a cabo el proyecto

Todo esto ya mencionado suma a un importante aprendizaje sobre el contexto sociopolítico y económico en el campo profesional, pues no basta con aprender un montón de fórmulas y llenar cuestionarios sobre un producto para comprobar la viabilidad del proyecto, implica muchas horas de trabajo y llamadas fallidas a pretendientes que muchas veces no contestaron, pues la realización de un proyecto implica derramar sudor y sangre para lograr los objetivos, pues aunque nosotros contábamos con una metodología clara, casi como un manual de como realizar el proyecto, los resultados del mismo y el éxito económico de la empresa dependía de factores X que son incontrolables.

Pablo Vázquez Padilla

El proyecto me da una nueva visión sobre otros tipos de mercados y modelos de negocio a los cuales no estaba acostumbrado y crea una visión más amplia de todo el verdadero trabajo que implica llegar a lo que al principio vemos como una meta fácil que era expandir el mercado y exportar la cerveza de ColaBlanca. El tener un equipo bien capacitado y con amplio conocimiento en diferentes áreas creó conocimientos muy nutritivos para todos ya que ayudándonos fuimos

capaces de aprender nuevas herramientas y mejorar nuestro rendimiento para nuestro futuro.

Financieramente pude desarrollar mis conocimientos y verlos en un ámbito real de un negocio y no solo una simulación como anteriormente en materias de la carrera, esto me crea un nuevo entusiasmo al ver mi trabajo funcionando y ayudando al crecimiento de una empresa.

Eduardo Plasencia Hernández

En el tema profesional el trabajo desarrollado para la cerveza Colablanca me ha dejado varios aprendizajes, uno es que gracias que intentamos exportar a otros países, este proyecto me da una idea más global de los negocios, aprendí de áreas de empresas de las cuales nunca había trabajado o investigado ya que el tema de exportación es muy diferente a cualquier negocio tradicional, creo que se pueden explorar varios mercados y aprender a globalizarnos y abrir nuestra mente a nuevas oportunidades de negocio y no quedarnos en lo tradicional, más ahora que el mundo de los negocios está muy competido y hay gente muy preparada. Esto me dio las bases de lo que es un trabajo de exportación para así poder agarrar esas bases ya aplicarlas en algo real de mi propia empresa si algún día la tengo.

Francisco Javier Jimenez Mejorada

Durante este proyecto desarrollamos habilidades negociación aplicables a diferentes culturas, estudiamos diferentes estrategias de mercadotecnia para poder llevar el producto a más personas, y se estudió mucho el concepto internacional de aduanas y la forma en la que estas reaccionaron a la pandemia, Este proyecto me deja como aprendizaje las dificultades que puede implicar llevar un producto a otro país y cómo es importantísimo no bajar la guardia y seguir buscando formas nuevas de llegar a los prospectos

- Aprendizajes sociales

Alejandro Jiménez Mejorada

El salir a vender en un contexto de pandemia puso muy a prueba el espíritu social al que estamos comprometidos como alumnos del ITESO, como jóvenes queremos salir a la calle y comer el mundo, el COVID-19 nos ayudó a sacar lo mejor de nosotros mismos y buscar las mejores herramientas para transmitir una idea de

éxito para poder concretar el proyecto, desde múltiples juntas de seguimiento con la empresa y todas las sesiones en línea con nuestro asesor para no desviarnos de los objetivos.

Desde esta nueva realidad, soy mucho más capaz de dirigir un proyecto en base a objetivos y de tomar decisiones que vayan enfocadas para lograr el objetivo. Todos los objetivos planteados en el cronograma se dieron de manera puntual y en orden cumpliendo con todos los lineamientos, todo en base a un trabajo muy arduo del equipo, la comunicación fue la principal clave de este éxito y fue en el ámbito en el que principalmente se pudo innovar, los servicios que se brindaron contribuyeron y contribuyen a una mejora en la economía del país así como en el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores. Habiendo finalizado el trabajo, tengo una visión social más comprometida con la vida de los trabajadores, poniendo todo mi esfuerzo en la planeación de los proyectos, pues se la responsabilidad que tengo de generar empleos y trabajar por el bien común.

Pablo Vázquez Padilla

El proyecto nos hizo buscar y echarle ganas para poder llegar a un potencial cliente y utilizar nuestras herramientas y creatividad para captar su atención, así como también no perder las ganas si no nos contestaban o no teníamos la respuesta esperada. Todo lo vivido durante el proyecto me hace más capaz para crear un proyecto y dirigirlo basado en objetivos y no solo en ambición, ya que para llegar al éxito tienes que tener un seguimiento y crear un impacto social positivo para ser aceptado el producto. Uno de los impactos más grandes que tuvimos durante el proyecto es que al inicio se tenía un plan de acción el cual fue muy afectado por la situación de la pandemia y creo que se cerraron muchas puertas para la exportación y el contacto con posibles clientes. Pero algo positivo de todo esto es que conocí un nuevo mercado, grupo social que ve de otra forma la cerveza y crean la artesanal, y amplía mi conocimiento sobre cómo poder satisfacer sus necesidades y crear un mejor ambiente para ellos.

Eduardo Plasencia Hernández

Este proyecto me hizo cambiar el chip a trabajar en equipo para ayudar a la empresa a cubrir sus necesidades, aprendí que no todos somos expertos en cualquier tema, siempre tienes que pedir apoyo para hacer tu trabajo al 100% y aprender a confiar en los demás, creo que los señores de Colablanca nos dieron toda la confianza para asesorarlos y hacer el mejor trabajo posible y creo que hicimos un excelente trabajo. En resumen aprendí a trabajar en equipo para lograr objetivos y cumplir con las necesidades del cliente. Otro aprendizaje importante fue que no todos somos

perfectos y sabemos todo, siempre es bueno pedir ayuda a la gente que sabe mas que tu y confiar en ellos.

Francisco Javier Jimenez Mejorada

El mayor aprendizaje que nos llevamos de este proyecto a nivel social es sin lugar a duda el impacto que tuvo la pandemia de covid-19 en nuestras vidas, como freno toda actividad económica y obligó a todas las personas a buscar nuevas formas de conectarse, nuevas formas de reinventarse para seguir generando ingresos, la forma en la que esto impacte en nuestras vidas está aún por verse pero se necesita disposición de todos y la unión de todos para poder reactivar a una sociedad que ya al día de hoy lleva más de 30 días en paro.

- Aprendizajes éticos

Alejandro Jiménez Mejorada

La principal decisión que tomé fue la propia selección del proyecto, darle continuidad al mismo proyecto del semestre pasado y fue porque quiero darle seguimiento y ver como se termina un proyecto en su totalidad, la consecuencia de esto fue muy satisfactoria y me llevaron a comprender en su totalidad la problemática a la que se enfrentan los empresarios al vender y exportar su mercancía, a intentarlo por mi mismo, a pesar de no contar con un equipo, puedo replicar la metodología llevada acabo y comenzar un proyecto por mi cuenta, siempre cumpliendo con las mejores condiciones de trabajo y para el beneficio de muchas personas.

Pablo Vázquez Padilla

Mi principal aprendizaje ético fue el de empezar un trabajo y terminarlo aunque se ponga difícil, muchas veces hay empleados que por no ser un proyecto propio o que le genere un beneficio personal dejan el trabajo a medias porque la situación se puso más difícil. Pero esto me hizo crecer como persona y cumplir con mis valores hasta terminar lo propuesto. Me lleva a ser una persona más confiable esta experiencia y con más mentalidad de cumplir lo que me proponga.

Eduardo Plasencia Hernández

En este trabajo tuve varios aprendizajes éticos y de otras formalidades pero me quisiera enfocar en un aprendizaje muy importante el cual es la dedicación, de nada te sirve empezar o planear algo si nunca lo vas a terminar o tan siquiera empezar, esto es algo que todo nuestro equipo aprendió ya que el trabajo que

hicimos lo hicimos de perfecta calidad, siempre estábamos completos en todas la entregas y fuimos de los equipos que más adelantados estábamos, entonces la dedicación y la constancia es lo que más se me queda de este trabajo.

Francisco Javier Jimenez Mejorada

El mayor aprendizaje ético que pudimos llevar de este proyecto fue el tema de la solidaridad, que nos llevó a ponernos en el papel del empresario que estábamos ayudando y a motivarnos a buscar soluciones y alternativas en una economía parada donde no había importaciones ni exportaciones, las bases de una educación jesuita nos llevan a querer ser mejores hombres o mujeres con y para los demás, dando todo lo que está en nosotros y más por lograr tener ese colectivo que nos da la humanidad y es en tiempos como estos donde todo lo construido a lo largo de la historia está en riesgo donde tenemos que seguir apostando por estar unidos por fomentar la paz, la solidaridad, y ayudarnos unos a otros a retomar el rumbo.

- Aprendizajes en lo personal

Alejandro Jiménez Mejorada

Aprendí que soy muy disciplinado pero que necesito orden en mi vida, reconozco que cada persona esta viviendo un proceso y debo de respetar el proceso de los demás y saberlo aprovechar para lograr objetivos.

“Todo se puede lograr si tienes un plan”

Pablo Vázquez Padilla

Las experiencias del proyecto me dieron a conocer en lo personal que requiero de llevar un orden tanto de horario como de plan de trabajo y esto me facilita cumplir mis objetivos más rápido y con mejores resultados. Y también que las cosas no son siempre como planeas, pero siempre van a funcionar si te adhieres a tu plan inicial y modificas a lo largo del proyecto.

Eduardo Plasencia Hernández

En lo personal y en resumen, creo que lo más importante de cumplir tus metas y trabajos es saber escoger a tu gente o tu equipo de trabajo, si el equipo hace buena sinergia es algo muy poderoso, escoger bien a tu equipo y que cada quien cumpla con sus objetivos es lo más importante y creo que nuestro objetivo se cumplio y todos hicimos un muy buen trabajo.

Francisco Javier Jimenez Mejorada

Resumiendo todas mis conclusiones lo más importante que me llevo de este proyecto es la perseverancia, la motivación de salir y buscar cumplir mis metas a pesar de cualquier tipo de muro que se ponga en mi camino sin perder de vista mi entorno social.

Es importante entender que se vienen cambios importantes a nuestro estilo de vida y tenemos que estar listos para reinventarnos y buscar nuevas estructuras de negocio y de movimiento de mercancías, nos impactó mucho ver como una herramienta de tantos años como el correo electrónico, pierde fuerza ante herramientas que nos conectan de manera directa cara a cara para realizar negociaciones.

5. Conclusiones y recomendaciones

La situación actual mundial creó algunos problemas de contacto con los posibles clientes, en particular Chile donde se encontraban cerrados los comercios y no se encontraba nadie disponible para atender las llamadas y correos.

Se recomienda analizar el comportamiento del mercado Chileno para una vez regresen a la normalidad seguir intentando tener comunicación con los posibles clientes de la lista debido a que su modelo de negocio es muy alentador para poder trabajar con Cola Blanca.

Con respecto al mercado en Texas, confiamos en que las posibilidades de negocio aumenten de manera drástica al solucionar la incógnita de la importación y distribución que limita a los posibles clientes e adquirir el producto ya que la respuesta vía telefónica de los prospectos fue positiva pues consideran atractivo el producto.

Con el trabajo realizado e la información revisada confiamos que la calidad del producto y el entusiasmo de los colaboradores de Cervecería Cola Blanca harán posibles el cumplimiento de los objetivos que se propongan, fue un gran placer trabajar con la empresa de la manera más profesional y atenta posible a pesar de las condiciones limitadas de comunicación consecuencia de pandemia que vivimos.

Bibliografía

No aplica

Anexos

Anexo # 1 - Fichas técnicas de distribuidores e importadores

Anexo # 2 - Esquema de Costeo para Colablanca en Estados Unidos

Anexo # 3 - Esquema de Costeo para Colablanca en Chile

Anexo # 4 - Park Street Vendor Rate (Estados Unidos)

Anexo # 5 - Cotización de tarima Aérea para Chile

Anexo # 6 - Cotización de 5 cajas aereas para Chile

Anexo # 7 - Procedimiento de Exportación

Anexo # 8 - Procedimiento de registro de código de barras

Anexo # 9 - Matriz de contactos Colablanca

Anexo # 10 - Carta de presentación a prospectos