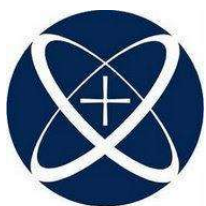


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

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**

“Desarrollo de un Plan de Negocios de exportación de Tequila Yolotzin”

PRESENTAN

Equipo de alumnos:

Camila Guadalupe Parrilla Cesar, Comercio y Negocios Globales

Patricia Bravo Garcia, Comercio y Negocios Globales

Andrea Garcia Lozano, Comercio y Negocios Globales

Fernanda Ximena García Maldonado, Comercio y Negocios Globales

Profesor PAP:

Ing. José Manuel Allera Mercadillo
Tlaquepaque, Jalisco, septiembre de 2022

REPORTE PAP

Índice

<u>PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL DE LOS PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL.....</u>	<u>2</u>
<u>RESUMEN.....</u>	<u>2</u>
<u>1. INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>3</u>
1.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO Y CONTEXTO	3
1.2 PROBLEMÁTICA U OPORTUNIDAD DETECTADA	5
1.3 OBJETIVO GENERAL	6
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
<u>2. PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO.....</u>	<u>7</u>
2.1 METODOLOGÍA	7
2.2 CRONOGRAMA O PLAN DE TRABAJO.....	8
2.3 PRODUCTOS Y ENTREGABLES	12
<u>3. DESARROLLO</u>	<u>14</u>
3.1 SUSTENTO TEÓRICO	14
3.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORA Y RESULTADOS	16
<u>4. REFLEXIONES DEL ALUMNO O ALUMNOS SOBRE SUS APRENDIZAJES, LAS IMPLICACIONES ÉTICAS Y LOS APORTES SOCIALES DEL PROYECTO.</u>	<u>27</u>
4.1 APRENDIZAJES PROFESIONALES (PERSONAL)	27
4.2 APRENDIZAJES SOCIALES	29
4.3 APRENDIZAJES ÉTICOS.....	31
4.4 APRENDIZAJES EN LO PERSONAL	32
<u>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</u>	<u>34</u>
<u>BIBLIOGRAFÍA.....</u>	<u>38</u>
<u>ANEXOS:</u>	<u>42</u>

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

En este documento se desarrolló un plan de negocios para exportación de Tequila para la empresa Yolotzin a mercados internacionales, los objetivo principal con el que se trabajó es exportar principalmente a Europa y Ecuador mediante investigaciones cualitativas y cuantitativas. Al igual que se generaron claros canales de distribución mediante un directorio específico en para Ecuador y UK y un plan de marketing contemplando los precios, la publicidad, las ferias y promoción más indicadas para Tequila Yolotzin. También se desarrolló un plan para logística donde se identificaron los medios de transporte y rutas más convenientes buscando siempre reducir costos, agregando temas regulatorios para mercancía delicada como lo es el tequila evitando retrasos en aduanas y trámites.

Como parte de las conclusiones se idéntica la oportunidad de exportar Tequila Yolotzin tanto para Ecuador como UK por los crecimientos de estos mercados, sin embargo, tiene que enfrentar a la competencia con precios muy competitivos,

llevando a la empresaria a revisar costos y las mejores alianzas para poder generar buenos resultados financieros.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Febrero de 2019. La entrada de Angélica al ambiente Tequilero fue meramente circunstancial. Sin imaginar el giro que daría en su vida, todo comenzó al entrar a un “Diplomado de Técnico Tequilero”, donde se abre un nuevo mundo ante sus ojos al conocer a detalle cada parte del proceso en la elaboración del Tequila. Entonces, surge en ella la idea de crear una marca de Tequila, en la que pudiera plasmar todo ese amor y agradecimiento que siente por la vida.

El logo se compone de la imagen del Agave y el corazón encima con juego de tonos en rojo, que simulan el movimiento natural de la sangre en un corazón que late. Plasma de manera sencilla el significado de la vida y el amor que nace en su corazón por el Agave Tequilana Weber Variedad Azul (planta noble de bello color que le da su nombre); además representa que el proceso es llevado a cabo por manos mexicanas que al final se corona creando la bebida que ha conquistado al Mundo: El Tequila.

Por último, el nombre “YOLOTZIN”, que tiene profundo significado proveniente de las raíces Náhuatl: “Corazoncito”. Nada mejor para expresar y representar lo que siente y desde luego, la manera en cómo está hecho y la manera en que quiere hacerlo llegar al mundo.

Cada etapa en el proceso de la Bebida empezando por la selección y la jima del agave hasta su envasado, están cuidadosamente monitoreadas en estricto apego a las normas marcadas por el C.R.T. Tequila 100% Marca Yolotzin, en sus categorías, Blanco, Reposado, y Añejo, ofrece una experiencia al paladar con tonos

a dulce agave cocido en el Blanco, y notas suaves de barrica en el Reposado y más intensas en el Añejo.

Tequila Yolotzin, en sus categorías, está hecho para alcanzar los mercados de USA y de Europa por ser un Tequila de calidad y se cuida toda la cadena de suministro desde la planta hasta el producto final; además de tener un precio accesible.

El SCIAN México es la base para la generación, presentación y difusión de todas las estadísticas económicas del INEGI. Su objetivo es proporcionar un marco único, consistente y actualizado para la recopilación, análisis y presentación de estadísticas de tipo económico, que refleje la estructura de la economía mexicana.

Según el INEGI, el DINUE proporciona información de las unidades económicas cuyas actividades están ordenadas con base en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, 2013 (SCIAN México), excepto aquellas realizadas por las unidades de producción agropecuaria, que son objeto del Censo Agrícola, Ganadero y Forestal.

Dentro de las plataformas buscamos la información acerca de los estados con la mayor elaboración de bebidas destiladas de agave, cabe mencionar que después filtramos aún más la información para que solo los estados con denominación de origen de tequila aparecieran y los resultados fueron los siguientes:

El estado con mayor elaboración de bebidas destiladas de agave, en específico el tequila es Jalisco que cuenta con 207 empresas registradas, después sigue Guanajuato con 11 empresas y en el tercer lugar se encuentra Michoacán de Ocampo con 8 entidades.

Etiquetas de fila	Cuenta de Entidad federativa
JALISCO	207
GUANAJUATO	11
MICHOACÁN DE OCAMPO	8
NAYARIT	5
TAMAULIPAS	2

El COVID-19 no puede con el tequila, durante la pandemia aumentó el consumo. Las ventas de esta bebida subieron 6.1% a comparación de las mismas fechas en 2019.

En tiempos de emergencia podría parecer que el alcohol no es un artículo de primera necesidad, pero los consumidores del tequila están en desacuerdo, ya que la bebida tuvo un alza en las ventas a comparación del año pasado.

A diferencia de otros mercados que han sufrido caídas importantes a causa de la pandemia, la industria tequilera solamente ha dado pasos hacia adelante. Según el diario mexicano Reforma, durante los primeros cinco meses del 2020 la exportación del tequila subió 6.1% en comparación al primer trimestre de 2019.

México cerró todas las industrias no esenciales a finales de marzo, pero las autoridades de la industria del tequila lograron que la bebida se considerará como un producto esencial. El no haber tomado esta medida, hubiera sido fatal ya que se hubiese perdido la cosecha.

La venta de tequila a los mercados internacionales ascendió a 153.7 millones de litros, mientras en el mismo período del 2019 fue de 145.7 millones de litros, de acuerdo con datos del CRT.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

La empresaria nos expresó su interés por llevar su producto a otros mercados principalmente el Europeo y el de Ecuador, tomando en consideración que la venta nacional no es la mejor opción y sabiendo que internacionalmente el Tequila es bien aceptado se quiere capitalizar esta gran oportunidad de exportar su tequila de alto valor hacia Europa y/o a Sudamérica, esto dará una mejor perspectiva en los ingresos de la empresa y podría hacer que la marca sea reconocida internacionalmente.

1.3 Objetivo general

Junto con la empresaria se definió el siguiente objetivo por el que se trabajará este semestre de otoño 2022

Desarrollar un plan de negocios de exportación para el mercado de Europa y el de Ecuador, para sus tequilas Blanco, Reposado y Añejo.

1.4 Objetivos específicos

Los objetivos específicos definidos acorde al plan de trabajo son:

- Hacer una investigación cualitativa y cuantitativa de los mercados de Europa y Ecuador, por medio de las diferentes herramientas para saber cuál mercado es el más conveniente para el 16 de Octubre de 2022.
- Analizar los canales de distribución, donde nos comprometemos a entregar un directorio de contactos para el 16 de Octubre de 2022.
- Crear un plan de marketing donde se hablará sobre lista de precios, publicidad, ferias y promoción para el 30 de Noviembre de 2022.
- Elaborar un plan de logística donde seleccionaremos el diseño de la ruta y el medio de transporte para el 13 de Noviembre de 2022.
- Analizar las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias para el 13 de Noviembre de 2022.
- Entregar el tema legal donde hablaremos temas sobre prácticas contractuales y arbitraje internacional para el día 20 de Noviembre de 2022.

- Realizar una proyección financiera sobre el mercado de exportación para el 27 de Noviembre de 2022.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

El proyecto se va a desarrollar mediante un plan de trabajo definido, en el cual se cuenta con un cronograma para cumplir con todas las tareas en tiempo y forma, describiendo quién lo hace y cuándo es que este debe de llevarse a cabo.

Se tienen 2 reuniones en equipo semanales, una de estas se lleva a cabo por Teams (videoconferencia) para resolución de dudas y chequeo de cumplimiento de tareas, y la segunda reunión es llevada a cabo presencialmente en Iteso, igualmente esta es para aclarar dudas, puntos clave y asignar nuevas tareas a cada integrante.

Las reuniones con la empresaria son llevadas a cabo mediante videoconferencia en la plataforma de zoom, estas son programadas con anticipación dependiendo de los tiempos de la misma.

Se mantienen 2 grupos de WhatsApp, uno con el profesor y las integrantes del equipo para dudas, puntos importantes y consultas, y el otro grupo es entre el profesor, integrantes del equipo y la empresaria, esto para enviar puntos importantes a resolver o ya resueltos, dudas específicas del producto y las ligas para conectarnos a las reuniones en zoom.

Por último, las bases de datos que se manejan para obtener la información del proyecto son :

- Trademap
- Euromonitor
- Google

Toda la información se encuentra compilada en una carpeta de Drive, donde hay documentos, información de la empresa y el plan de negocio.

2.2 Cronograma o plan de trabajo.

A continuación, se presenta el plan de trabajo en el cronograma, describiendo quién lo hace y cuándo es que este debe de llevarse a cabo.

El equipo lo formaron 4 integrantes de Comercio y negocios Globales, la empresaria y el asesor José Allera. Se tienen 2 reuniones en equipo semanales, una de estas se lleva a cabo por Teams (videoconferencia) para resolución de dudas y chequeo de cumplimiento de tareas, y la segunda reunión es llevada a cabo presencialmente en Iteso, se revisaban dudas, puntos clave y los pendientes para entregar el domingo a las 8:00 p.m.

Las reuniones con la empresaria fueron con videoconferencia en la plataforma de zoom, se programaron con ella con anticipación para revisar pendiente y dudas, así como avances.

Se utilizó como medio de comunicación principal el WhatsApp, se manejaron 2 grupos de uno con el profesor y las integrantes del equipo, y el otro grupo es entre el profesor, integrantes del equipo y la empresaria.

Las principales bases de datos que se utilizaron para obtener la información del proyecto son:

- Trademap
- Euromonitor

- Infolatina
- Google

Toda la información se encuentra compilada en una carpeta de Drive, donde hay documentos, información de la empresa y el plan de negocio.

Cronograma Tequila Yolotzin

FECHAS PLANEADAS
DÍAS DE REALIZACIÓN

ACTIVIDADES	Responsable	AGOSTO		SEPTIEMBRE						OCTUBRE				NOVIEMBRE					DICIEMBRE	
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S-12	S-13	S-14	S-15	S-16	S-17		
		L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D		
1. EMPRESA -		15 al 21	22 al 28	29 al 04	05 al 11	12 al 18	19 al 25	26 al 02	03 al 09	10 al 16	17 al 23	24 al 30	31 al 06	07 al 13	14 al 20	21 al 27	28 al 04	05 al 11		
1.1 Información General de la Empresa.																				
1.2 Conciencia Exportadora.																				
1.3 Capacidad Financiera de la Empresa.																				
2. PRODUCTO																				
2.1 Características del Producto.																				
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados.																				
2.3 Proveeduría.																				
2.4 Formulación de Precios de Exportación.																				
3. MERCADO -																				
3.1 Industria.																				
3.2 Investigación de Mercado.																				
3.3 Canales de Distribución.																				
4. COMERCIALIZACIÓN																				
4.1 Estrategia de producto / marca.																				
4.2 Plan de Marketing.																				
4.3 Plan de Ventas.																				
5. LOGÍSTICA																				
5.1 Selección del Medio del Transporte.																				
5.2 Regulaciones.																				
5.3 Documentación para Exportar.																				
6. LEGAL																				
6.1 Prácticas Contractuales.																				
6.2 Arbitraje Internacional.																				
7. FINANZAS																				
7.1 Proyección Financiera Mercado de Exportación.																				
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																				
8.1. Conclusiones																				
8.2. Recomendaciones																				

Dentro del cronograma se incluyeron todos los puntos específicos que nos ayudarían a completar la investigación y encontrar el mejor mercado potencial para Tequila Yolotzin los cuales describiremos a continuación:

- **Empresa:**

- En este punto se recopiló la información general de la empresa, así como la conciencia exportadora que venía acompañada de los datos y elementos que se toman en cuenta para decisiones relacionadas con las oportunidades de expansión de la misma. A la vez también en este mismo apartado se incluye la capacidad financiera de la empresa, así como el análisis de la situación financiera y la disponibilidad de recursos.
- **Producto:**
 - En este apartado encontraremos las características específicas del producto, así como descripción, etiquetado e información de la ficha técnica del mismo. A la vez encontraremos los procesos de adecuación a nuevos mercados, características de los mismos y puntos importantes de cada uno, los proveedores de la empresa y los precios finales de exportación resultantes de la formulación de costos.
- **Mercado:**
 - Los puntos que conforman este apartado van desde la descripción e información general de la industria del tequila (nivel de consumo mundial), los importadores primarios, los niveles de crecimiento en el consumo del tequila en cada país con su descripción y una tabla comparativa de cada uno de estos países para una mejor identificación de las fortalezas y debilidades de cada uno.
Otro punto muy importante que conforma el mercado está dirigido a los canales de distribución dentro de cada uno de estos países, sus mejores canales de venta y los niveles de consumo en cada uno de los mismos. Se cuenta con un apartado de los distribuidores más importantes de cada país y un directorio de contactos de cada uno de los países de interés.
- **Comercialización:**
 - En este apartado se podrán encontrar las estrategias de producto/marca, así como las tendencias en cada país las cuales

ayudan a influir en la compra del mercado meta y su posicionamiento en el mismo.

El punto dirigido al cliente objetivo especifica de forma más detallada las características que tienen los consumidores del Tequila o de bebidas alcohólicas dentro del mercado, así como sus lugares de consumo habitual y las tiendas o establecimientos donde lo compran. Se habla también de la propuesta de valor del producto, el plan de marketing, la lista de precios de la competencia y su comparación con Tequila Yolotzin, la publicidad, herramientas de venta y las ferias y promociones aptas para el producto.

- **Logística:**

- La logística del producto es una de las partes más importantes dentro del plan de negocio, ya que en este punto se habla de la selección del medio de transporte para la exportación, el diseño de la ruta a seguir para que nuestro producto llegue en tiempo y forma al país de destino y el empaque y embalaje del producto.

El cubicaje el cual nos ayuda a conocer qué tipo de contenedor y entarimado se necesitará para llevar el producto de manera más eficiente es otro de los puntos en este apartado, así como las cotizaciones que se obtuvieron de diferentes agentes aduanales para seleccionar la que consideramos más pertinente para nuestra empresaria. Incluye de igual forma las regulaciones arancelarias y no arancelarias y la documentación para exportar.

- **Legal:**

- Como su nombre lo menciona en este apartado se encuentran todos los puntos relacionados con las prácticas contractuales y el arbitraje internacional, describiendo punto por punto cada uno de estos con sus principales características, así como con ejemplos para clarificar sus procedimientos en cada uno de los mismos.

- **Conclusiones y recomendaciones:**

- Para finalizar, en este apartado se encontrarán las toma de decisión final por parte del equipo del mercado meta más adecuado en cuestión de rentabilidad, oportunidad y crecimiento para Tequila Yolotzin y la justificación de la toma de decisión.

En las recomendaciones se busca como equipo resolver algunos puntos que se consideran podrían ayudar a Tequila Yolotzin a crecer su marca y mejorar procesos para su respuesta en un mercado internacional, esto completamente respaldado con la información anteriormente consultada.

2.3 Productos y entregables

A continuación, se presentan los principales productos y entregables del proyecto

- Plan de negocio:
 - Este documento contiene todos los puntos anteriormente mencionados a tratar con relación a el producto y el mercado meta. En este documento se definen cada uno de los puntos clave para conocer la información a profundidad del producto, su fracción arancelaria, países con mayor consumo de este, demanda y oferta en el mercado internacional.
 - En este mismo también se desglosan todos los puntos relacionados a la exportación de este documentación, costos, embalaje, exportación y cotizaciones.
 - Por último, se incluyen las decisiones finales tomadas por el equipo ante la mejor opción y propuesta para la empresaria ante su producto en el mercado internacional más conveniente, así como algunas recomendaciones y observaciones que se le dan a la empresaria para la mejora de los procesos para la exportación en un futuro.
- Matriz de proveeduría (Excel proporcionado por empresaria):

- En esta matriz la cual está elaborada en forma de tabla, se pueden encontrar los diferentes proveedores con los que cuenta la empresa para el empaque y embalaje de sus productos, esta matriz puede ayudarnos a identificar el cumplimiento de demanda ante situaciones como falta de insumos por parte de alguno de estos proveedores o a la vez poder predecir situaciones de riesgo y sobredemanda por falta de los mismos.
- Relación de contactos:
 - La relación de contactos que se encuentra dentro del documento es una herramienta muy importante para la empresaria, ya que estos contactos pueden llegar a ser de gran ayuda para la conexión entre empresa e importador para la importación futura del producto en los países de interés.
- Tabla de competencia:
 - Esta tabla está elaborada con la finalidad de facilitar el conocimiento de los productos específicos de la competencia en el país de interés, esto ayudando a la empresaria a conocer con detalle de precios, mililitros y casas tequileras que se han posicionado en este mismo mercado y que son los más consumidos por el mismo, así como también expone el tipo de precio que se encuentra en el mercado para llegar a tomar la decisión de si el producto pudiera llegar a ser competente dentro de este.
- Cubicaje:
 - El cubicaje es uno de los puntos más importantes dentro del plan de negocio ya que este especifica los costos de operación de las personas involucradas en la cadena de suministro que se busca seguir dentro de cada país, a su vez este explica de forma detallada todas las pautas necesarias para la exportación del producto y las mejores alternativas de transporte para tener un costo-beneficio o buscar otras alternativas.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Algunas de las fuentes que fueron utilizadas para este proyecto fueron las siguientes :

- PMI: Project Management Institute
Fue muy importante desde tener un cronograma con actividades por desarrollar bien descritas, tiempos de entrega y responsables asignados para que se pudiera llevar a cabo un buen proyecto. Por otro lado, también fue de suma importancia las minutas que se realizaron en las minutas con la empresaria para compartir información y de esta manera con una buena comunicación ser capaces de poder entregar un buen proyecto.
- Matriz de Aseguramiento de surtido de suministros
Se desarrollo junto con la empresaria una relación con los criterios más importantes para identificar a los proveedores más importantes y a su vez cuales son únicos y que pueden comprometer la continuidad del suministro de los mismos y tener problemas con los clientes.
- Matriz de competencia.
Se desarrollo una matriz identificando a la competencia en Ecuador y en UK con las marcas, presentaciones, canal y precios que permitieron censar como estaban los precios de los Tequilas en estos mercados
- Matriz de contactos.
Se desarrollo una investigación con una herramienta Botsol que sirve para extraer a información según lo que se necesite buscar y para este caso se

buscaron importadores de bebidas como el tequila tanto en Ecuador como en UK, dejando información básica para que la empresaria le dé seguimiento y pueda identificar posibles compradores.

- Trade wizard

Es una base de datos de negocios internacionales la cual ofrece información actualizada diariamente para la toma de decisiones sobre importaciones y exportaciones, también incluye las reglas comerciales, así como también los controles regulatorios y arancelarios del comercio global. Fue una herramienta muy útil para el proyecto para de este modo tener toda la información de la exportación actualizada y confiable.

- Google

Google es un buscador el cual nos brindó demasiada información sobre los temas que se tocaban en cada punto del plan de negocio para de este modo poder entenderlo y posteriormente dar una explicación breve para la empresaria.

- Euromonitor

Es una base de datos en línea la cual proporciona inteligencia empresarial sobre industrias, economías y consumidores. Gracias a su interface es fácil navegar y encontrar investigación relevante. Esta base de datos fue de gran ayuda para poder investigar sobre el mercado potencial más apto para el producto y poder tomar una buena decisión después de analizar todos los datos arrojados por esta herramienta.

- Consejo regulador del tequila

El consejo regulador del tequila se encarga de salvaguardar la denominación de origen del tequila, tanto en un nivel nacional como en uno internacional y así poder garantizarle al consumidor la autenticidad del tequila que se está consumiendo, dado que el producto con el que se trabajo era un tequila, fue una herramienta muy importante para poder verificar todo lo que se necesitaba para comprobar la autenticidad de este y que todo estuviera correcto.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

De acuerdo con la definición del proyecto en conjunto con la empresaria se definió que se desarrollaría un Plan de Negocios de Exportación. A continuación, se presenta un resumen de lo desarrollado para la empresaria.

Empresa

Se creó un organigrama conforme a la información que nos dio la empresaria y se hizo una descripción de puestos clave con las principales funciones de cada perfil y los objetivos a cumplir.



Imagen 1 Creada por equipo

Descripción de puestos.

La descripción de puestos es clave ya que esta te permite definir planes de compensaciones e incentivos para los empleados. Brinda claridad al trabajador con respecto a lo que el puesto exige y es la base para poder medir el desempeño

laboral de los empleados. Es por eso que se propuso una descripción de los puestos que existen o podrían existir en la empresa.

Puesto: Director General

Jefe directo: No tiene jefe directo

Objetivo del puesto: Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

Principales funciones: Entre sus principales funciones se encuentra:

- Representar a la empresa ante las autoridades.
- Desarrollar e implementar un sistema de gestión sustentado en la mejora continua.
- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Desarrollo y la implementación de proyectos, así como políticas legales y su actualización.
- Supervisar el trabajo que realizan los trabajadores y asegurarse de que lo desempeñan de manera adecuada.
- Asegurarse de que los objetivos que se ha marcado la empresa se cumplen.
- Fomentar el trabajo colaborativo con todos los trabajadores de la empresa para que todo funcione bien.
- Planificar bien las labores que tiene que realizar de manera ordenada, así como las de los demás trabajadores.
- Delegar para poder desarrollar su trabajo con la dirección, objetivos y resultados esperados de cada empleado.
- Realizar el análisis correspondiente de las diferentes situaciones, tomar las mejores decisiones e identificar posibles errores o futuros problemas.
- Dirigir el rumbo de la empresa dejando en claro a todos los trabajadores cuál es el destino y el camino a seguir.

Tabla 1 creada por equipo

Producción y Envasado:

Jefe directo: Tequilera los valores, S.A de C.V.

Objetivo del puesto: Tener una óptima fabricación de productos de buena calidad con el menor tiempo de producción posible.

Principales funciones: Entre sus principales funciones se encuentra:

- Mejorar el rendimiento
- Tener los recursos
- Asegurar el cumplimiento de las normas.
- Analizar los productos o servicios
- Medir los tiempos de ejecución
- Seguridad e higiene
- Formas de ejecutar los trabajos
- Control de calidad
- Control de inventarios

Tabla 2 creada por equipo

Producto

Se llevó a cabo la investigación de la fracción arancelaria del producto, así como la

investigación de las NOMS, la revisión del registro de la marca, la patente, la elaboración del diagrama de flujo y la cadena de valor.

- Fracción Arancelaria : 2208.90.03 01
- Reforma en la tarifa
- Descripción Técnica: Tequila (NOTAS Y NÚMERO NICO)

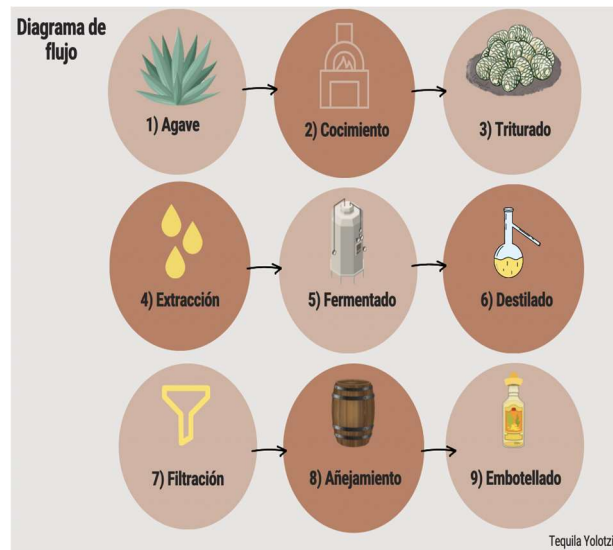


Imagen 2 creada por equipo

La cadena de valor de una empresa es una herramienta o modelo estratégico de análisis que nos ayuda a identificar las ventajas competitivas de una compañía frente a su mercado, como el objetivo generar mayor valor para sus clientes. Tomando en cuenta esto se elaboró uno con la información de tequila Yolotzin.



Imagen 3 creada por equipo

Mercado

Se hizo una investigación de 5 mercados potenciales, 4 en Europa y el mercado de Ecuador, esto con el fin de poder seleccionar el mercado meta y que esto ayudará a la empresa a dirigir sus recursos a aquellos clientes con alto potencial de crecimiento.

Estos 5 países fueron Italia, Francia, Reino Unido, República Checa y Ecuador.

Después de llevar a cabo el análisis del crecimiento de cada uno de estos con ayuda

PAÍS	PUNTUACIÓN
Ecuador	4.4/5
Reino Unido	4/5
Francia	4/5
Italia	3.8/5
Republica Checa	3.4/5

de una matriz de decisión. La empresaria decidió enfocarse en dos, los cuales fueron Reino Unido y Ecuador.

Tabla 3 creada por equipo

Ecuador:

El consumo de bebidas espirituosas en Ecuador está íntimamente asociado al contacto social y la socialización. Durante la pandemia, el consumo de bebidas espirituosas registró una caída significativa. Sin embargo, con el regreso a las clases presenciales y las reuniones sociales, las ventas repuntaron en 2021 por lo que el volumen total de ventas creció un 9% en 2021. Y el pronóstico de ventas va a la alza.

Imagen 4 (fuente: Passport)

Reino Unido:

Hablando específicamente del Tequila este ha presentado una de las mayores oportunidades de crecimiento dentro del mercado del Reino Unido, este mismo se ha estado expandiendo mediante la propagación de una nueva imagen que pueda llegar al segmento del mercado premium, ya que anteriormente, el tequila era solamente tomado en cuenta como una bebida “festiva” y no de consumo regular.

En el 2021 el tequila tuvo un crecimiento de ventas del 16.6%, convirtiéndose en uno de los crecimientos más notables en el sector de bebidas espirituosas.

Market Sizes

Sales of Spirits

Total Volume - '000 litres - 2007-2026

381,528

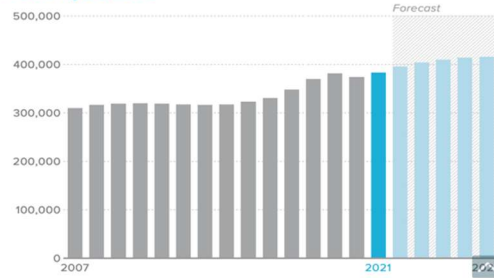


Imagen 5 (fuente: Passport)

Imagen 6 (fuente: Passport)

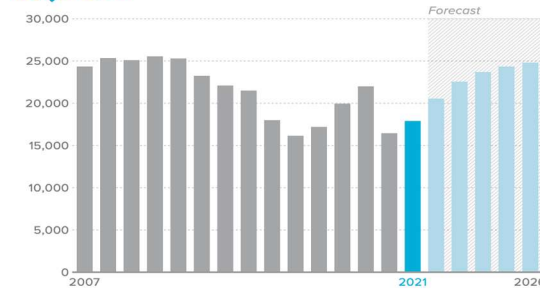
Comercialización

Para la comercialización del producto se utilizaron algunas estrategias como el producto en los mercados potenciales, tanto en las redes sociales, así como en ferias y eventos que son llevadas a cabo en ese país para llevar el producto y así puedan conocerlo

Sales of Spirits

Total Volume - '000 litres - 2007-2026

17,784



comercialización se propusieron para posicionar el producto en los mercados potenciales para las redes sociales también algunas estrategias internacionales

los clientes.

Por otro lado, también se propusieron algunas herramientas de venta que la empresa puede utilizar para llevar a cabo relaciones con el cliente en las ventas en mercado tanto nacionales como internacionales.

Se investigaron las ferias más adecuadas en cada país para la presentación del producto en el mercado meta y su promoción internacional, en la tabla siguiente se muestran diferentes opciones de ferias y la selección de la más adecuada en cada país, esta misma cuenta también con los costos para su traslado, hospedaje y comidas con la finalidad de tener un precio más exacto para su participación :

• Ecuador

PAÍS	FERIA	BOLETO DE AVIÓN	HOSPEDAJE	COMIDAS
ECUADOR	Feria expo LATAM, virtual gratuita la cual se la cual se llevó a cabo por última vez el 7,8 y 9 de Septiembre de 2021	Vuelo redondo Aeromexico \$11,687.00	Hotel Bernys en el centro de Quito \$2,155 por 6 noches	Achiote Ecuador-Cuisine
COLOMBIA	Sabor Barranquilla Colombia. Evento gastronómico para resaltar los valores culinarios del caribe.	Vuelo redondo Aeromexico \$8,184.00	Casa Wesped KIWI \$609.00 por noche	La Ventana restaurante
PERÚ	Expo alimentaria Perú. Principal plataforma de negocios internacional del sector alimentos,	Vuelo redondo Aeromexico \$12,349	Trendy Host Canvas, Miraflores a \$1,453 por noche, está a 3.19 km del centro.	Barra Maretazo

Tabla 4 creada por equipo

• Reino Unido

FERIA	DESCRIPCIÓN	AVIÓN	HOSPEDAJE	COMIDAS
IFE- International Food and Drink Event	Es una feria muy conocida en el Reino Unido con un excelente rating, y se lleva a cabo los días del 20 al 22 de marzo del 2023.	Saliendo de México el vuelo tiene un costo de \$27,677 ya con TUA incluido, pero consideramos la opción de volar desde Canadá para que el vuelo sea de menor duración y sale mucho más económico con un precio final de \$254 USD. Ambos vuelos con fechas del viernes 6 al domingo 15 de octubre del 2023.	Alexandra Hotel. Tiene un costo de \$16,703 con impuestos por 9 noches. Está a 3.2 kilómetros del centro y cuenta con una estación de metro muy cercana para moverse con mayor facilidad, además de que incluye desayuno.	Para comidas, investigando creemos que con 50£ es suficiente ya que en el hotel el desayuno ya viene incluido.
IDE-Internatio nal Drink Expo	Será en Londres el 10 y 11 de octubre del 2023. La entrada es gratuita y cuenta con más de 3000 visitantes y 200 expositores.			
World Conference on Food and Beverages	Conferencia en Londres del 5 al 6 de junio del 2023. Es con boleto de paga y es organizado por Conference Series LLC (Global), habrá 8 conferencistas.			

Tabla 5 creada por equipo

Logística

Para el tema de logística se llevó a cabo la investigación de los medios de transporte para poder elegir el que mejor se adapte al producto, después de analizar las ventajas y desventajas de todos los medios de transportes que hay, se eligió el transporte marítimo para llevar a cabo la exportación del producto.

Después de tomar la decisión del transporte que se utilizaría para llevar a cabo la exportación, se diseñó la ruta que se utilizará tanto para llevar el producto para Reino Unido, como también para llevarlo a Ecuador.

REINO UNIDO:



Imagen 7 creada por equipo

Se va a recorrer 965 km y tardará 22 horas en llegar al puerto Veracruz, el total del recorrido son 8586 km y tardará en llegar 43 días a su destino final.

ECUADOR:



Imagen 8 creada por equipo

Se van a recorrer 3,569 km donde terminará su viaje para ser distribuido después de 13 días por mar y 6 horas por tierra con 780 km.

Legal

El tema legal es uno de los más importantes para cualquier empresa, es por eso que en este apartado se llevó a cabo la investigación del contrato de compra-venta internacional, el contrato de transporte, contrato de seguro, así como también las formas de pago que existen.

Es muy importante saber que es el arbitraje internacional y a dónde acudir en caso de que eso llegue a suceder. Se realizó una tabla donde se menciona el nombre del centro de arbitraje en México, Ecuador y Reino Unido, la sede del centro de arbitraje, dirección, teléfono y correo electrónico.

También se describieron paso por paso las etapas del arbitraje internacional.

12-12

6.2.1 Listado. a quién acudes si sucede lo del arbitraje, que oficina hay en reino unido, ecuador y méxico)

País	Nombre del centro de arbitraje	Sede	Dirección	Teléfono	Correo electrónico
Ecuador	Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Guayaquil	Guayaquil	Av. 9 de Octubre No. 100 y Malecón Simón Bolívar. Edificio "La Previsora", piso 21, oficina 2105	04-2596130	jvargas@acamara.org
Reino Unido	Corte de arbitraje internacional de Londres	Londres	70 Fleet Street, Londres	+44 (0) 20 7936 6200	enquiries@icia.org
México	Centro de arbitraje de México	Ciudad de México	Insurgentes Sur 730 piso 2 oficina 210. Ciudad de México cp.03100	+(52)55 7158-7394	camex@camex.com.mx

Tabla 6 creada por equipo

En caso de la aparición del arbitraje internacional en la tabla se muestran detalladamente la sede, dirección, nombre, teléfono y correo electrónico de a donde se deberá acudir en cada uno de los países seleccionados.

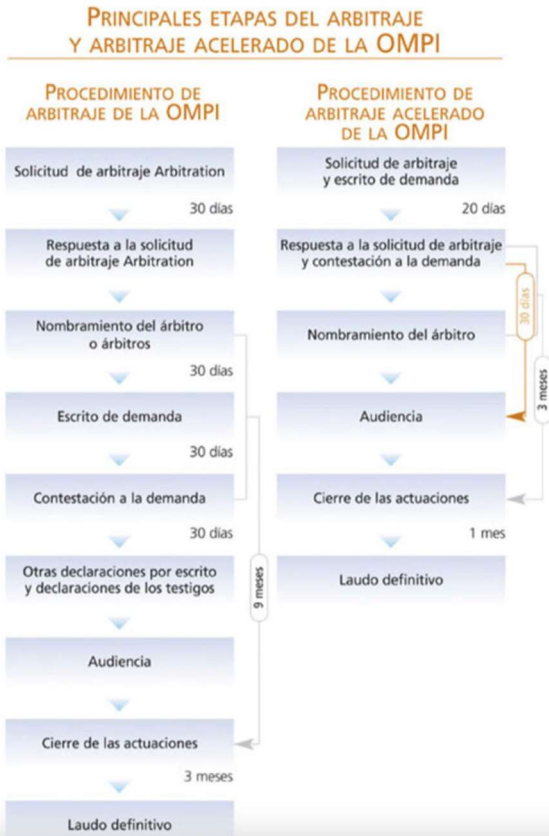


Imagen 9 creada por equipo

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

4.1 Aprendizajes profesionales (personal)

Camila: El primer día que entramos al PAP, el profesor lo describió como un resumen de nuestra carrera y ahora estoy terminando mi primer PAP considero que fueron palabras muy certeras.

En este proyecto pude desarrollar y profundizar más acerca de temas ya vistos en materias, además de saber utilizar las herramientas que nos brinda el ITESO como Trade Wizard, Tariff Acces, entre otras. Estar en constante comunicación con mis compañeras, el profesor y la empresaria nos facilitó el

trabajo además de tener en cuenta que alguien está confiando su emprendimiento en nosotras. Entender la complejidad de exportar hacia un nuevo mercado es interesante, aún más cuando es un proyecto que apenas va comenzando y la empresaria está entusiasmada de obtener el mayor provecho posible al igual que el equipo. Considero que este proyecto nos abre puertas, además de un panorama más amplio de los requisitos que se necesitan para poder ir hacia un mercado internacional.

Andrea: El trabajo que hicimos durante el semestre fue muy enriquecedor para mí, ya que el hecho de ayudar a una empresaria que apenas está conociendo el mercado internacional fue un trabajo complicado ya que no siempre contábamos con la información necesaria, sin embargo gracias al trabajo en equipo que tuvimos y la dedicación y disposición de cada una de las integrantes del equipo fue un gratificante ya que logramos hacer una muy buena investigación, que estoy segura será de mucha ayuda para la empresaria.

Fue muy interesante poner en práctica todo lo aprendido durante estos 9 semestres de la carrera en un solo proyecto, y ver cómo es un trabajo donde nos pudiéramos estar dedicando en un futuro.

Patricia: Creo que lo que más me llevo como conocimiento profesional es que tuve la oportunidad de aplicar todos los conocimientos que he visto a lo largo de la carrera ahora de una forma más profesional ya que no es un escenario ficticio lo que trabajamos, sino que es una empresaria real con su empresa real la cual le servirá mucho el trabajo que hicimos en el semestre. Creo que es muy interesante saber que no es solo un proyecto de escuela, sino que esto es a lo que mucha gente se dedica y no es un trabajo fácil, se trabaja en equipo y todos deben de estar en sintonía para que el proyecto de buenos resultados.

Me di cuenta de que muchas de las cosas que necesitábamos para desarrollar el proyecto muchas veces no las teníamos entonces era un gran reto tener que estar buscando y analizando la información tanto la que nos pasaba la empresaria como la que encontrábamos en diferentes

herramientas tecnológicas por lo que fue un gran reto llevar más allá todo lo que hemos visto en la escuela ya que una cosa es lo que se trabaja dentro del salón de clases a lo que se vive en la vida real.

Fernanda: Mis competencias desarrolladas fueron el poder aplicar los conocimientos que he llevado a lo largo de mi carrera, pero de forma mucho más específica y completa a lo que anteriormente lo había hecho, ya que el saber que esta empresa está confiando en nuestros conocimientos y competencias nos llevó a ser mucho más exigentes con nuestro trabajo. Los aprendizajes que me llevé dentro de los contextos sociopolíticos, económicos y de la problemática del campo profesional fueron más que nada el estrés que llevamos de no poder contar con la información que requerimos por parte de algunas empresas que contactamos para completar puntos específicos para nuestro proyecto, así como el conocimiento de los costos dentro del sector y la importancia de la documentación y conocimiento de los mismos para poder llevar nuestro producto en cuestión a su exportación.

Mis saberes puestos a prueba fueron desde los programas que había visto en mis semestres pasados para el conocimiento de la exportación, así como el cubicaje, los precios de exportación y los documentos necesarios para la exportación dependiendo del país y medio de transporte. Sin duda alguna esto me ha ayudado a conocer de forma mucho más real a todo lo que nos podemos enfrentar en nuestra vida profesional y la forma más adecuada de sobrellevarlo.

4.2 Aprendizajes sociales

Camila: Este proyecto nos brindó la oportunidad de ayudar y apoyar a la micro empresa Tequila Yolotzin, y al mismo tiempo el proyecto nos ayudó a nosotras debido a que logramos poner en práctica aprendizajes de comercio en práctica. Cuando la empresaria nos comenzó a platicar de su proyecto vimos la importancia y la dedicación que se le tenía que dedicar para que las cosas salieran como esperábamos. El ver una empresa que apenas va comenzando, pero con muchas ganas de crecer y poner un producto

mexicano en un mercado internacional nos hizo más apasionadas por el proyecto. Tequila Yolotzin es una marca que nació con mucho amor de la empresaria y que haciendo bien las cosas puede crecer bastante y crear oportunidades, no solo para la empresaria, si no para muchas más personas. Considero que eso fue lo bonito de este proyecto, además del gran equipo que cada quien puso su granito de arena con conocimientos y responsabilidades.

Andrea: El impacto social que generamos en este gran proyecto, fue el apoyo a una micro empresa, que apenas se dará a conocer en el mercado internacional, fue muy importante ayudarle durante este proceso de investigación para poder impactar a un nuevo mercado donde será consumido Tequila Yolotzin, esto no hubiera sido posible sin el apoyo del profesor ni de mis compañeras que gracias a la comunicación y trabajo en equipo que tuvimos y gracias a las diferentes tomas de decisiones que tomamos después de la investigación lográramos generar un plan de negocios perfecto para la exportación del tequila.

Patricia: Creo que fue muy importante el impacto social que hicimos en la empresa Yolotzin, siendo una empresa mexicana fue muy importante poder ayudarla a llevar a cabo la investigación del mejor mercado meta para la empresa al exportar los productos. Considero que después de este plan de negocios que hicimos para la empresa tequila Yolotzin me siento capaz de dirigir otro proyecto así. Aprendí a trabajar mejor en equipo y a tener una buena comunicación con ellos para apoyarnos en los puntos que eran de dificultad y trabajar todos a la par.

Fernanda: Considero que uno de los impactos sociales que creamos mediante este trabajo fue el apoyo a una empresa mexicana que busca poner en alto el esfuerzo y el nombre de México, así como ayudar a la empresaria con diferentes oportunidades para lograr su objetivo y a la vez recomendando diferentes formas de mejorar sus procesos para cuidar la economía de su empresa. Después de este proyecto me considero capaz de tomar un proyecto y poder dirigirlo para su mejora claro en conjunto con un equipo

para apoyarnos en las diferentes dificultades que se nos presenten, así como lo hicimos en este trabajo final. Considero que nos saberes aplicados mediante mis conocimientos en el ámbito de los negocios internacionales y el comercio lograron ayudarme de forma importante a identificar mucho mejor los problemas y las distintas soluciones que se le podían dar a los mismos mediante diferentes programas y páginas de respaldo que anteriormente había utilizado durante mi carrera.

4.3 Aprendizajes éticos

Camila: Al momento de conocer el proyecto y la información que vamos a manejar es importante tener muy en claro lo que se nos está confiando y qué vamos a hacer con la información. El ITESO es una universidad conocida por su desarrollo humano, sin importar la carrera y esta vez no fue la excepción. Al momento en que la empresa comparte todos los documentos que incluyen costos, proveedores, información delicada, es porque está confiando en nosotros y no la podemos defraudar.

Este PAP nos ayuda a ver cómo funciona en ese sentido una empresa, pero ahora con una situación real, así mismo a aplicar mis conocimientos adquiridos con empresas que me tengan la misma confianza.

Andrea: La importancia de incorporar prácticas éticas durante la gestión empresarial es de suma importancia, ya que esto se ve reflejado en la toma de decisiones y acciones que ayudarán para la reputación de la empresa. Esta experiencia durante el PAP será de mucha utilidad en mi vida profesional y personal para así lograr siempre tener un impacto positivo ante la sociedad.

Patricia: La experiencia que tuve al llevar a cabo el plan de negocios para la empresa Yolotzin me ayuda a llenarme de confianza y poder tomar proyectos así en el futuro, como mencionaba anteriormente es una gran experiencia para los proyectos que lleguen en el futuro a mi vida profesional ya que fue un escenario real. A lo largo de la investigación y la elaboración del proyecto llegamos a enfrentarnos a escenarios difíciles en los que debíamos tomar una decisión y en equipo se llegaba a un acuerdo siempre para la mejora de

la empresa y esto tuvo consecuencias positivas para tequila Yolotzin. Las prácticas llevadas a cabo en el PAP me ayudarán en mi vida profesional para poder apoyar ya sea en algún negocio familiar o de amigos, o en mi futuro trabajo.

Fernanda: Durante todo nuestro trabajo en equipo llegamos a diferentes situaciones donde teníamos que tomar decisiones para la mejora de la empresa y esto considero que tuvieron consecuencias positivas para la misma ya que lo más importante para cada una de nosotras era poder buscar la mejor opción en el mercado para nuestra empresaria, buscando las mejores decisiones, aunque estas no eran las queridas y procesos para llevarlo a cabo y que tuvieran un resultado positivo. Esta experiencia primero que nada me ayuda como en cada trabajo en equipo a entender la importancia de contar con un respaldo en mis compañeros, saber que si tenemos alguna dificultad en conjunto podremos seguir adelante y al final del día cumplir con lo prometido. Este PAP me ayudará con mi vida profesional en un futuro para poder apoyar los negocios familiares que considero podrían expandirse a mercados internacionales, y ayudar a cada uno de estos a encontrar el mejor mercado para sus productos.

4.4 Aprendizajes en lo personal

Camila: Con este proyecto pude darme cuenta de lo mucho que abarca mi carrera y cómo me gustaría desarrollarme profesionalmente. El saber hacia dónde me gustaría ir y darme cuenta de que hay más cosas allá fuera que me pueden apasionar más de lo que actualmente hago. Por lo mencionado anteriormente, estoy muy agradecida con los conocimientos adquiridos y por las personas que conocí y fueron parte de este proyecto.

La organización es una palabra clave para este PAP, debido a que requiere tiempo y no puedes perjudicar el avance de los demás. Me llevo una muy bonita experiencia del proyecto, pero sobre todo mucho aprendizaje.

Andrea: Este proyecto PAP me ayudó a darme cuenta de mis habilidades y capacidades que tengo como profesionista que estoy segura me serán de

mucha utilidad en un futuro cuando desempeñe mi vida profesional en el área de Comercio. No fue nada fácil, pero sin duda fue un reto que me ayudó a saber de lo que soy capaz de enfrentar en un futuro. El análisis de la información es muy importante para cada una de las empresas y así lograr tomar las mejores decisiones para cada una de ellas.

Patricia: El PAP me ayudó a conocerme más y a darme cuenta de que cuando se presenta algún reto puedo resolverlo con paciencia, a su vez me vi como una persona organizada, responsable y que me coordino bien trabajando en equipo, así como también escuchando las órdenes y los comentarios de mis compañeros de equipo. Considero que para mi proyecto de vida aprendí a trabajar en equipo y a escuchar las indicaciones, así como también a analizar mejor los datos y saber en donde buscar.

Fernanda: Gracias al PAP logré identificar las diferentes fortalezas y debilidades para la resolución de problemas y la aplicación de estrategias en el proyecto, a la vez me dio a conocer de lo que soy capaz y todos aquellos aprendizajes que fui adquiriendo a lo largo de mi trayectoria universitaria. El PAP también me fue de mucha ayuda para lograr una convivencia equitativa con mi equipo de trabajo con el cual desde el día 1 logré conectar completamente, siempre nos apoyamos y ayudamos en todo momento, y gracias al mismo entendí la importancia del trabajo en equipo no solo para actividades de la escuela si no en la vida cotidiana y laboral. Este trabajo me enseñó las bases para poder apoyar a empresas que busquen expandirse en nuevos mercados y es por esto que considero podré aplicarlo con facilidad en mi proyecto de vida a futuro.

5. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En conjunto el equipo concluye que, aunque Ecuador es uno de los mercados potenciales en el cual las ventas repuntaron en 2021 por lo que el volumen total de ventas creció un 9% en 2021, gracias a esto el pronóstico de ventas va a la alza y es por esto que fue uno de los mercados de más interés para la empresaria. Mediante este trabajo logramos darnos cuenta de que, aunque es un mercado pequeño que aún puede ser abordado por nuevas marcas, el consumo general de este no es tan fuerte, ni tan significativo como lo es en el Reino Unido.

En Ecuador regularmente este tipo de bebidas alcohólicas se consumen más en las zonas que están en las costas del país, es por esto que se considera que no se podría aprovechar al 100% la exportación del producto a este país.

El tequila ha presentado una de las mayores oportunidades de crecimiento dentro de Reino Unido, con un crecimiento del 16.6% de ventas en 2021. Tal vez, actualmente, no sea el mercado meta de la empresaria debido al interés que ha habido por parte de Ecuador, pero consideramos que puede ser una excelente oportunidad para un futuro. Es importante tenerlo en mente debido a que el consumo per cápita de alcohol de Reino Unido es de 11.45% lo que nos habla de una población que consume de forma habitual este tipo de bebidas, incluyendo que la distribución sería con dropshipping lo que nos permite ver si va llamando la atención Tequila Yolotzin dentro del mercado sin una gran inversión inicial ya que todo sería mediante medios electrónicos.

Para finalizar, nos gustaría recalcar como equipo que consideramos que no siempre por querer entrar a un país o a un mercado internacional que suene

llamativo se debe sacrificar a Tequila Yolotzin ya que este ofrece la calidad y esfuerzo de varias personas, así como no acceder a la primera oferta que se nos presente. El vivir en un mundo globalizado nos facilita ver distintas oportunidades de mercado en el cual puede llegar a sorprendernos una opción totalmente distinta a la primera que teníamos en mente.

Recomendaciones

Empresa

Consideramos que es importante crear un equipo de trabajo (no necesariamente grande) para crear un sustento a la marca y facilitar labores de la empresaria para ir delegando actividades a distintas áreas ya que será crucial al momento de comenzar la exportación para asegurar el cumplimiento de todas de las tareas y actividades dentro de la empresa en tiempo y forma.

Producto

El equipo considera que se debe renovar el logo y el etiquetado a algo que dé más valor para generar un mejor impacto tanto en el consumidor final como con sus posibles alianzas comerciales y así llegar al top of mind.

De igual forma el envase de las botellas podría ser enumerado, crear ediciones especiales o limitadas para que el consumidor sienta que tiene algo único y diferente en sus manos, generando ese valor agregado a la marca, ya que como nos comentaba la empresaria el líquido es de excelente calidad.

Mercado

Nos gustaría recalcar la importancia de diversos mercados a nivel global que existen, varios países en los que hay grandes oportunidades de crecimiento en el Tequila, ya que es una bebida que año con año va generado popularidad es por eso que no se debe de enfocar en un solo mercado y estar pendiente de las distintas tendencias internacionales para aprovechar la

oportunidad cuando se presente.

A la vez, nos gustaría mencionar la fuerte oportunidad que hay dentro de diferentes festivales y ferias nacionales e internacionales. Es una excelente forma de dar a conocer la marca y llegar a un mercado joven que consume Tequila en su mayoría.

Los canales de distribución son muy importantes para dar a conocer el producto en distintos mercados. Mediante la investigación realizada se encontró que en Ecuador la gente compra el producto en supermercados por lo que en el documento mencionamos que la taberna y andina licores son una excelente opción. La investigación también nos arroja que en Reino Unido prefieren comprar en línea y el principal canal de distribución del tequila es Amazon.

Comercialización

La industria tequilera es bonita, pero competir con los grandes es complicado, lo ideal sería ser fabricante del Tequila en su totalidad sin embargo se sabe del gran impacto económico que este conlleva, pero al mismo tiempo es lo que nos está dejando fuera de la competencia. Es por eso que consideramos importante en algún momento buscar un inversionista que sustente los proyectos de Tequila Yolotzin que nos servirá para el crecimiento y posicionamiento de la marca. De igual forma, el generar alianzas comerciales con importadores y/o distribuidores que sean pequeños y con el cumplimiento de las posibilidades de Tequila Yolotzin nos hará más competitivos buscando siempre que ambas partes ganen.

Logística

Sabiendo que la empresaria se quiere enfocar en mercados internacionales principalmente, la recomendación es contratar a un despacho aduanero que conozca desde un inicio la marca y sus objetivos. Para que ellos se encarguen de los trámites y documentación necesaria para realizar las exportaciones de Tequila Yolotzin evitando la triangulación de información de

despacho a despacho.

La logística es una parte muy importante en la comercialización del producto es por eso que es necesario buscar siempre el menor costo posible para mover el producto, así como buscar aliados que muevan otros productos para que se distribuya y disminuya el costo entre la demás mercancía.

Legal

Para que se pueda llevar a cabo una exportación exitosa no podemos dejar de lado el tema legal, ya que como se sabe es un tema de suma importancia que va de la mano con cualquier negocio, es importante que se tenga conocimiento de que es y para qué sirve cada contrato y también en caso de tener un situación que conlleve el arbitraje comercial esto nos ayudará a conocer a qué centros se puede acudir y el proceso de cada situación. A la vez el conocimiento de todos los contratos y documentos necesarios en el ámbito legal siempre ayudará a que las diferentes situaciones de riesgo ante problemas legales sean más sencillos de resolver. Por último, consideramos que es muy importante que se cuente con un licenciado dentro de la empresa que conozca los movimientos y operaciones que se planeen llevar a cabo por tequila Yolotzin para tener un mejor y más seguro asesoramiento.

Bibliografía

Conciencia Exportadora / 978-620-2-11479-0 / 9786202114790 / 6202114797. (n.d.). Retrieved November 18, 2022, from <https://www.eae-publishing.com/catalog/details/store/gb/book/978-620-2-11479-0/conciencia-exportadora>

Kutxabank. (n.d.). *Capacidad Financiera: Glosario*. Kutxabank. Retrieved November 17, 2022, from <https://clientes.kutxabank.es/es/prestamos/guia-coche/glosario/capacidad-financiera.html>

Mexico, B. (2022, June 2). *¿Cómo obtener un crédito?* BBVA México | Tarjetas, Créditos, Hipotecas, Cuentas, Seguros, Nóminas, Portabilidad. Retrieved November 17, 2022, from <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/creditos/como-obtener-un-credito.html>

Sign in. Euromonitor Login. (n.d.). Retrieved November 17, 2022, from <http://www.portal.euromonitor.com/portal/>

El Economista. (2020, February 14). *Francia, Cuarto Mercado para exportaciones de Tequila*. El Economista. Retrieved November 17, 2022, from <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Francia-cuarto-mercado-para-exportaciones-de-tequila-20200213-0145.html>

González, P. (1970, January 1). *Exportación de tequila a Francia*. Exportación de Tequila a Francia. Retrieved November 17, 2022, from

<http://pamelaglezcam.blogspot.com/2017/05/exportacion-de-tequila-francia.html>

On trade Y off trade: Colabora a tus Ventas con estas actividades. CityTroops Blog - Field workforce management and information processing. (2021, April 12). Retrieved November 17, 2022, from <https://blog.citytroops.com/es/on-trade-off-trade-actividades-para-ventas/>

Macías Macías, A. (n.d.). *El cluster en la industria del tequila en Jalisco, México*¹. Agroalimentaria. Retrieved November 17, 2022, from http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542001000200005

Tasas inflacionarias en Francia. DatosMundial.com. (n.d.). Retrieved November 17, 2022, from <https://www.datosmundial.com/europa/francia/inflacion.php>

Ekos Negocios (2021) *10 Principales Socios comerciales de Ecuador de enero a Mayo de 2021*, Ekos Negocios. Ekos Negocios. Available at: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/10-principales-socios-comerciales-de-ecuador-de-enero-a-mayo-de-2021>

Consumo de alcohol total per cápita (Litros de Alcohol Puro, estimaciones previstas, Mayores de 15 años) - united kingdom (no date) Consumo de alcohol total per cápita (litros de alcohol puro, estimaciones previstas, mayores de 15 años) - United Kingdom | *Data.* Available at: https://datos.bancomundial.org/indicador/SH.ALC.PCAP.LI?locations=GB&most_recent_year_desc=false

Reino Unido: Requisitos de Entrada (no date) Requisitos de Entrada en el Reino Unido - *Santandertrade.com.* Available at: <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/reino-unido/requisitos-de-entrada>

Economía, S.de (no date) *Comercio exterior, países con tratados Y Acuerdos firmados con México*, *gob.mx.* Available at: <https://www.gob.mx/se/acciones-y->

[programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico](#)

Díaz, V. (-1) *La Bebida alcohólica favorita de los ecuatorianos es la cerveza, El Comercio*. Available at: <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/cerveza-consumo-ecuador-bebidasalcoholicas-historia.html>

Inicio (no date) *La Taberna - Compra licores online a domicilio en Ecuador - CUENCA - La Taberna Remigio Crespo*. Available at: https://lataberna.com.ec/quito/brasil/busqueda?controller=search&orderby=position&orderway=desc&all_category=all&submit_search=&search_query=tequila

Www.facebook.com/hosteleriaecuador (2022) *Proalco, Hostelería Ecuador*. Available at: <https://hosteleriaecuador.com/proalco/>

Www.facebook.com/hosteleriaecuador (2022) *Andina licores, Hostelería Ecuador*. Available at: <https://hosteleriaecuador.com/andinalicores/>

Fabrica de Tequilas Finos cenote tequila Anejo 0,7l 40% (no date). Available at: <https://www.ideal.co.uk/compare/201971129/fabrica-de-tequilas-finos-cenote-tequila-anejo-0-7l-40.html>

Powered by WordPress (no date) *WordPress.org Login | WordPress.org English*. Available at: <https://login.wordpress.org/>

Top 100 UK events (no date) *10Times*. Available at: <https://10times.com/top100/unitedkingdom>

HubSpot (no date) *Plataforma CRM de Hubspot, Plataforma CRM de HubSpot*. Available at: [https://www.hubspot.es/crm/e010a-4-1?utm_id=247182340207&utm_content=e010a-4&utm_source=google&utm_medium=paid&utm_term=crm_hubspot+crm_ES&utm_campaign=CRM Portals ES LATAM LATAM Brand-NF e c campaignid1045732249 agid51421111676 google&hsa_acc=9694350438&hsa_cam=1045732249&hsa_grp=51421111676&hsa_ad=247182340207&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-](https://www.hubspot.es/crm/e010a-4-1?utm_id=247182340207&utm_content=e010a-4&utm_source=google&utm_medium=paid&utm_term=crm_hubspot+crm_ES&utm_campaign=CRM%20Portals%20ES%20LATAM%20LATAM%20Brand-NF%20e%20c%20campaignid1045732249%20agid51421111676%20google&hsa_acc=9694350438&hsa_cam=1045732249&hsa_grp=51421111676&hsa_ad=247182340207&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-)

[42341737628&hsa_kw=hubspot+crm&hsa_mt=e&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwkt6aBhDKARIsAAyeLJ3wHN187Z3aFPJj00SVqS4rwGbojbFqQR68wzQ0oCoaF7p34K0pST8aAiuuEALw_wcB](https://www.google.com/adsense/client/142341737628&hsa_kw=hubspot+crm&hsa_mt=e&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwkt6aBhDKARIsAAyeLJ3wHN187Z3aFPJj00SVqS4rwGbojbFqQR68wzQ0oCoaF7p34K0pST8aAiuuEALw_wcB)

https://www.amazon.co.uk/stores/Jose+Cuervo/page/800C7F50-9E81-4D2D-9CC8-AAA088A2E3E1?ref=ast_bln

Daños y perjuicios: concepto e indemnización (2022, marzo 18). [Actualizado 2022]. Conceptos Jurídicos. Available at:

<https://www.conceptosjuridicos.com/mx/danos-y-perjuicios/>

Medios de pago internacional. (2019, 17 febrero). iContainers. Available at:

<https://www.icontainers.com/es/ayuda/medios-de-pago-internacional/>

<https://es.statista.com/estadisticas/1058207/mexico-cantidad-exportada-tequila-pais-destino>

Anexos:

Anexo 1: Tablas de botsol en formato Excel, se encuentra en la carpeta documentos de soporte investigación.

Anexo 2:

CONTRATO DE COMPRAVENTA

En Alboraya, a _____ de _____ de 2007

REUNIDOS

De una parte, y como parte vendedora:

D. _____ y D^a. _____,
con DNI/NIF núm. _____ y _____ respectivamente, mayores
de edad, con domicilio a efectos de notificaciones en la calle
número ____ pta. ____ de la localidad _____

De otra parte, y como parte compradora:

D. _____ y
D^a. _____, con DNI
núm. _____ y _____, respectivamente, mayores de edad,
con domicilio a efectos de notificaciones en la
calle _____, nº ____ pta. ____ de la localidad de

Ambas partes contratantes se reconocen recíprocamente capacidad legal para
firmar el presente **CONTRATO PRIVADO DE COMPRAVENTA**, haciendo
constar que interviene la parte vendedora en su propio nombre y derecho, y al
efecto,

EXPONEN

I.- FINCA OBJETO DE ESTE CONTRATO

Que D. _____
y D^{ña}. _____ son dueños
en pleno dominio, como bien ganancial que no constituye su domicilio familiar,
de una finca sita en _____, en la calle
nº ____ planta ____ pta. ____, con una superficie útil de _____ metros
cuadrados.

INSCRIPCIÓN: inscrita a su favor en el Registro de la Propiedad de
Valencia num. _____, Tomo _____, Libro _____, Folio _____, Finca _____,
Inscripción _____, y con una participación en los elementos comunes de

Anexo 3

Logotipo de la empresa (de su cargo) 2/8CT | Nombre, denominación o razón social del autotransportista. 3/SAT | CARTA DE PORTE TRASLADO 1/8CT | Número de folio y, en su caso, serie.

Domicilio fiscal: 2/8SAT | Domicilio de la sucursal o establecimiento, en su caso: 3/SAT | RFC del autotransportista: 4/SAT

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: 5/8CT-8AT | DESTINO: 7/8CT | 8/SAT

ORIGEN: 9/8CT | REMITENTE O EXPEDIDOR: 10/8CT | DESTINATARIO: 11/8CT | DOMICILIO: 12/8CT

SE RECOGERÁ EN: 13/8CT | SE ENTREGARÁ EN: 14/8CT | VALOR DECLARADO \$: 15/8CT | FECHA O PLAZO PREVISTO DE ENTREGA: 16/8CT

DESIGNACIÓN Y/O DESCRIPCIÓN DE LAS MERCANCIAS A TRANSPORTAR	ESTIMADOS		
	PF50	METROS CUBICOS	LITROS
17/8CT			
MATERIAL O RESIDUO PELIGROSO: SI () NO ()			
ADJUNTAR TICKET (EN SU CASO)			

CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	CONCEPTO O DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	IMPORTE
12/SAT			
13/SAT			
			TOTAL

INDENIZACION: (en su caso) 14/SE | OBSERVACIONES:

RECIBI DE CONFORMIDAD (nombre y firma del destinatario o persona autorizada) 15/SAT

Regiméntala en que Publique el autotransportista, conforme a lo del impuesto sobre la venta

Contrato de prestación de servicios, que ampara la CARTA DE PORTE O COMPROBANTE PARA AMPARAR EL TRANSPORTE DE MERCANCIAS, al 1 de junio de 2011

Anexo 4



Personas Físicas

Contrato de Comisión Mercantil de Agente de Seguros, que celebran por una parte **Mapfre Tepeyac, S. A.**, a quien en lo sucesivo se le denominará como la **Institución** en su carácter de **Comitente**, representada por _____ y por la otra _____ por su propio derecho, a quien en lo sucesivo se le denominará como el **Agente** en su carácter de **Comisionista**, de conformidad con las siguientes declaraciones y cláusulas:

Declaraciones

- I. Declara la **Institución**, en su carácter de **comitente** que:
 1. Es una institución de seguros, legalmente constituida conforme a las leyes de la República Mexicana, con registro federal de contribuyentes número MTE-440316-E64 y estar debidamente autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para operar como aseguradora en las operaciones de vida, daños, accidentes y enfermedades.
 2. Su domicilio social y convencional, esta ubicado en el número 5 de las calles de Boulevard Magnocentro, en la colonia Centro Urbano (Interformas) del Estado de México, Municipio de Huixquilucan Tel. 5230-7000.
 3. Esta interesada en celebrar el presente contrato con el **Agente** para que éste en su carácter de comisionista mercantil, promueva de manera independiente y autónoma, el o los contratos de seguro de las coberturas registradas en las operaciones y los ramos autorizados de _____ en operaciones aisladas unas de otras y según cierre cada promoción y/o intervención en la contratación de contratos de seguros.
- II. Declara el **Agente** en su carácter de **comisionista** que:
 1. Es titular de la cédula número _____, que lo autoriza a ejercer la actividad de agente de seguros en los términos del inciso b) del Artículo 23 de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros en las operaciones y ramos de _____
 2. Su ocupación ordinaria y habitual es el comercio, en forma libre e independiente y cuenta con los elementos propios y suficientes para ejercer la misma y responder de las obligaciones que adquiere, por su actividad, de cualquier naturaleza y ante cualquier tipo de autoridades administrativas o judiciales.
 3. Conviene con la **Institución**, en promover la venta de contratos de seguros como comisionista mercantil, intermediario en las operaciones y ramos autorizados.
 4. Señala como su domicilio particular y convencional para los efectos de este contrato el _____ ubicado en _____

Anexo 5

SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL DEL TRANSPORTADOR CARRETERO EN VIAJE INTERNACIONAL (DAÑOS A LA CARGA TRANSPORTADA)

POLIZA No _____

LIQUIDACIÓN DEL PREMIO

Prima	I.V.A.	Premio

SON :

Cuando el texto de la póliza difiera del contenido de la propuesta, la diferencia se considerará aprobada por el Asegurado si no reclama dentro de un mes de haber recibido la póliza.

Los vocablos ASEGURADO o TOMADOR se considerarán indistintamente, según corresponda.

CONDICIONES PARTICULARES

..... (el Asegurador), con domicilio en Paraguay, con arreglo a las Condiciones Generales y Particulares que forman parte de esta póliza, asegura a (el Asegurado), con domicilio en hasta la suma de (.....), por el Transporte Internacional por Carretera, con origen en (Paraguay) y con destino a (.....), conforme Conocimiento de Transporte de Carga N° u otro documento hábil N° expedido en fecha y registrado por en fecha por daños a la siguiente carga transportada:

DETALLE CARGA TRANSPORTADA

--

TRANSPORTE UTILIZADO

Tipo	Marca	Modelo	Año de Fabricación
N° de Motor	N° de Chasis		Tonelaje
Destinado a	N° de Chapa		Municipio

VIGENCIA DE ESTE SEGURO

Término	Desde las 12 horas del	Hasta las 12 horas del

FUERO COMPETENTE PARA RECLAMAR SINIESTROS BAJO ESTA PÓLIZA:

Forman parte integrante de esta póliza, la nómina de **ASEGURADORAS CORRESPONSALES DEL EXTERIOR** que se adjunta en el anexo N° 1 ante quienes se deberá recurrir en caso de

Anexo 6

MODELO DE DEMANDA DE INDEMNIZACIÓN POR DAÑOS Y PERJUICIOS

SECRETARIO :
 NRO. EXPEDIENTE :
 NRO. ESCRITO : 01-2018
 CUADERNO : PRINCIPAL
 SUMILLA : DEMANDA DE INDEMNIZACIÓN POR DAÑOS Y PERJUICIOS

SEÑOR JUEZ (establecer la competencia según la cuantía del petitorio)

(**NOMBRES Y APELLIDOS DEL DEMANDANTE**), con DNI (...), con domicilio real en (...), con domicilio procesal en (...), con domicilio electrónico en la casilla electrónica Nro. (...), a Ud., respetuosamente, digo:

I.- DE LOS DEMANDADOS Y SU DIRECCIÓN

(**Nombres y apellidos del demandado**), con domicilio en (indicar el domicilio donde vive el demandado).

II.- PETITORIO

Como pretensión principal, solicito se disponga el pago de una indemnización por daños y perjuicios derivados de responsabilidad civil (indicar si es contractual o extra contractual) por el monto de \$/(establecer el monto en números) (ahora indicarlo en letras) en mérito a los siguientes daños:

DAÑOS PATRIMONIALES	DAÑO EMERGENTE	\$/ (...)
	LUCRO CESANTE	\$/ (...)
DAÑOS EXTRAPATRIMONIALES	DAÑO MORAL	\$/ (...)
	DAÑO A LA PERSONA	\$/ (...)

Como pretensión accesoria, solicito se disponga el pago de los intereses legales derivados de la indemnización solicitada, costas y costos del proceso.

III.- FUNDAMENTOS DE HECHO

1.- El demandante es (presente al demandante).

III.1.- Conducta generadora del daño

2.- En estas circunstancias, (describa los hechos que generaron los daños cuya indemnización se solicita)

Anexo 7

CIUDAD, DÍA de MES de AÑO

Señores
BANCO DEL EXPORTADOR
Comercio Exterior
Presente

Nuestra ref. :
Ref. Banco Emisor:
Embarque N°:

Estimados señores:

De acuerdo con lo requerido por la carta de crédito de la referencia, presentamos a ustedes los siguientes documentos:

ORG / COPIA

(00) (00) Letra N.º _____ por el importe de: _____

(00) (00) Factura comercial N.º _____ por el importe de: _____

(00) (00) Documento de embarque Marítimo Aéreo Terrestre Charter party

(00) (00) Lista de empaque

(00) (00) Certificado de origen N.º _____

(00) (00) Certificado de análisis

(00) (00) Certificado de calidad

(00) (00) Póliza de seguro

(00) (00)

(00) (00)

(00) (00)

Los mismos que agradeceremos revisar de acuerdo con las condiciones de la L/C de la referencia y al amparo de las reglas y usos de la Cámara de Comercio Internacional relativas a créditos documentarios vigentes a la fecha.

INSTRUCCIONES ESPECIALES:

- Avisar discrepancias al teléfono _____ Fax: _____
- E-mail At: _____
- Autorizamos a remesar los documentos arriba indicados con las discrepancias encontradas.
- Enviar documentos vía courier utilizando los servicios de la Cia. _____
- A la llegada del pago, abonar a nuestra cuenta corriente N.º _____
- Los gastos que ocasione la presente operación deben ser cargados en nuestra cta. cte. N.º: _____