

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

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento**



**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales II**

**Evaluación de internacionalización My Pride a Colombia**

**PRESENTAN**

Programas Educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Irma Lilian Concha Manica.

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Romina Medina Ramírez.

Lic. en Ingeniería Industrial, Jorge Daniel Rojas Inocencio.

**Profesor PAP:** Graciela del Carmen Velasco Gutiérrez

Tlaquepaque, Jalisco, Julio 2022

# ÍNDICE

## Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Resultados del trabajo profesional	18
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	18
5. Conclusiones	23
6. Bibliografía	24
Anexos (en caso de ser necesarios)	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## REPORTE PAP

### Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

### Resumen

Los principales objetivos que se establecieron durante el proyecto se basaron en las necesidades actuales de la empresa My Pride. Primeramente, se realizó una investigación de mercado acerca del contexto actual del mercado colombiano de la comunidad LGBT+, así como su consumo de bebidas alcohólicas con el objetivo de evaluar la viabilidad de comercializar los productos de My Pride en Colombia.

Por otra parte, se realizó una investigación de distintas manufactureras de cerveza, ya que se tenía como objetivo manufacturar el producto de cerveza en Colombia, en donde se pausó la investigación ya que el empresario ya había empezado una negociación con una empresa de manufactura. También se realizó una investigación de las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias que se tienen en Brasil desde Colombia, debido a que la empresa My Pride no solo tiene interés de comercializar sus productos en

Colombia, sino también en Brasil. Asimismo, durante el proceso se apoyó a My Pride en el análisis del convenio que se tuvo con la manufacturera.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivos

En el PAP de Verano 2022 se busca:

1. Análisis del mercado de interés en Colombia

Investigar acerca del contexto actual del mercado colombiano de la comunidad LGBT+ y el consumo que tienen de bebidas alcohólicas, así como las zonas en las que más se consumen por parte de la comunidad mencionada.

2. Investigar las regulaciones y las restricciones arancelarias y no arancelarias que se tienen en Brasil desde Colombia.

Conocer los impuestos aplicables para el producto, así como si existe alguna norma, certificación o permiso necesario para el ingreso del producto al país.

3. Análisis del convenio de la maquiladora con la empresa My Pride

Analizar el contrato de compraventa así como sus especificaciones para la correcta negociación de la maquila.

### 1.2. Justificación

My Pride es una empresa con un giro social ya que surge de la idea de llevar productos de gran calidad a un nicho de mercado muy importante con un gran potencial de compra, por lo que se tiene como objetivo principal, el ser la primera cerveza artesanal incluyente y por ende, el satisfacer las necesidades de la Comunidad LGBT con productos que se consideren exclusivos para ellos, el cual les da una satisfacción el ver que existen empresas que se preocupan y apoyan dicho movimiento.

Los beneficios esperados de este gran proyecto es que las personas de la comunidad LGBT, se sientan incluidos, aceptados e identificados con este producto, es por eso que la empresa piensa en expandirse y darse a conocer más internacionalmente, para alcanzar sus metas y objetivos.

### 1.3 Antecedentes

My Pride inició en 2013 la venta de cerveza artesanal con la ayuda de una empresa maquiladora, con el deseo de pronto iniciar con su propia producción, extendiendo su mercado tanto de manera nacional como internacional.

Buscando apoyo en la investigación de los requisitos y procesos necesarios para lograr expandirse al mercado canadiense, con el pasar del tiempo y al darse cuenta que la cerveza y la marca son realmente un éxito, la empresa My Pride está creciendo tanto y teniendo tanta demanda que es por eso que se tomó la decisión este año el 2022, de desarrollar su propia planta para crear cerveza.

La empresa ha formado anteriormente parte de un Proyecto de Aplicación Profesional realizado en el periodo de Primavera de 2022. En dicho PAP se realizó un investigación de mercado analizando el país de Canadá con el objetivo de evaluar la viabilidad de la introducción de los productos de la marca My Pride al país. Además se realizó una búsqueda de posibles eventos en los cuales se puede dar a conocer la marca y los canales ideales para distribuir sus productos y comenzar a expandirse en Canadá

El empresario y dueño de la empresa, el Señor Ricardo Mercado, a partir de este año 2022, decidió incorporar un nuevo producto que es el tequila, de la misma marca, donde este será maquilado. Este nuevo producto nace de la necesidad de expandirse con nuevos mercados y ampliar su cartera de productos, también de la gran demanda que sus mismos compradores le piden.

#### 1.4. Contexto

En continuación con el PAP realizado en el periodo de Primavera 2022 la empresa mantiene su interés por ingresar a nuevos mercados internacionales, en específico al mercado colombiano.

De acuerdo con datos recolectados en la Encuesta Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas (ENCSPA), en Colombia al menos 1,2 por ciento de las personas entre 18 y 65 años, que viven en centros urbanos, se identificarían como gais, lesbianas o bisexuales; y un 0,05 por ciento, como transgénero.

Es posible estimar que ese 1,2 por ciento de personas con orientación sexual diversa equivaldrían a por lo menos 105.000 hombres gais; así como al menos a 56.000 mujeres lesbianas y 85.000 personas bisexuales –36.000 hombres y 49.00 mujeres–. En cuanto a identidad de género diversa, el 0,05 por ciento se identificaron como transgénero, lo que podría representar a unas 10.000 personas.

Así mismo, la industria cervecera en Colombia ha tenido un crecimiento bastante positivo por lo que se ha creado una gran cultura cervecera en dicho país. La industria cervecera artesanal en Colombia ha aumentado su participación hasta alcanzar un 0,5% de participación en el mercado en el 2020, en la cual existen alrededor de 255 empresas denominadas “micro cervecerías” tan solo en la región de Bogotá.

La información presentada permite comprender el comportamiento del mercado colombiano, el cual demuestra una gran oportunidad de negocio para la empresa My Pride.

## 2. Desarrollo

### 2.1. Sustento teórico y metodológico

Para dar solución a la problemática actual de My Pride se tomaron como base diferentes nociones y conceptos vistos durante la carrera de Comercio y Negocios Globales, los cuales fueron de gran ayuda para poder brindarle la asesoría adecuada a la empresa en las áreas que fueran de su interés y/o requerían aspectos de mejora.

En este proyecto se realizó una investigación de las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias que podrían aplicar, incluyendo una asesoría de distintos aspectos de la parte comercial de las negociaciones de My Pride, en donde se utilizaron los conocimientos de las siguientes materias:

**Empresas de comercio exterior:** de esta materia se utilizaron los conocimientos de herramientas que se aprendieron a utilizar como los son Trade Map y Euromonitor, en donde se puede investigar información de documentación, regulaciones arancelarias y no arancelarias, entre otra información.

**Logística internacional:** de esta materia se utilizaron los conocimientos en la búsqueda de los documentos de transporte que deben emitirse, así como la gestión de la comercialización de un producto.

**Prácticas desleales y barreras no arancelarias:** de esta materia se utilizaron los conocimientos de la búsqueda de las regulaciones y restricciones no arancelarias.

**Consultoría internacional de los negocios:** de esta materia se utilizaron los conocimientos de algunas herramientas, como lo es Market Access, para la búsqueda en la investigación de mercado, además de cómo saber dar asesoramientos en temas de comercio exterior.

**Investigación de mercados:** se utilizaron los conocimientos de esta materia para conocer el contexto actual del mercado colombiano de la comunidad LGBT+ y el consumo que tienen de bebidas alcohólicas, así como las zonas en las que más se consumen por parte de la comunidad mencionada, ya que este es básico para el éxito de una empresa.

## 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

En este proyecto se busca resolver la problemática de la empresa My Pride, ofreciendo el apoyo e información necesaria para llevar a cabo su internacionalización hacia Colombia. My Pride cuenta con su producto estrella, la cerveza artesanal, dicho producto será el indicado para comenzar con la introducción hacia el mercado colombiano.

Para la realización del proyecto se tomó en cuenta la información presentada en el PAP realizado anteriormente el cual se desarrolló durante el periodo de Primavera 2022. Se establecieron distintas etapas de intervención de la mano con el empresario para llevar a cabo los distintos objetivos que se tienen para el proyecto.

Dicho lo anterior, se comenzó con la primera parte del proyecto la cual fue la investigación de mercado para conocer la información general de la industria de bebidas alcohólicas, en específico con cerveza artesanal en Colombia. Además de ello, se identificó el perfil del consumidor así como el comportamiento de la comunidad LGBT+ en dicho mercado.

Así mismo, se realizó la búsqueda de regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias que se tienen en Brasil desde el país colombiano. Dicha investigación se realizó para conocer a detalle los impuestos aplicables para el producto a exportar, así como el conocer si existe algún tipo de norma o certificación para el ingreso a dicho país. Por último, se realizó el análisis del contrato de compraventa con la maquiladora presente en Colombia, así como las especificaciones para la correcta negociación de las partes.



- Plan de trabajo

Para la realización del plan de trabajo se desarrolló un cronograma en donde se desglosan cada uno de los temas y actividades a desarrollar durante el curso. El cronograma está dividido en 5 apartados de los cuales se presentan los temas de: empresa, mercado, logística, legal y por último las conclusiones y recomendaciones que se tienen para el empresario al finalizar el proyecto.

Cada una de las actividades presentes en el cronograma tienen un propósito que es el cumplir con los objetivos del proyecto, los cuales se establecieron desde un principio de la mano con el empresario. La creación del cronograma fue realizado por el equipo en donde se establecieron los responsables de cada uno de los temas y actividades presentes en el documento. Así mismo, con distintos colores se establecieron los tiempos de realización para cada tema.

Para la recopilación de información fue necesaria la utilización de distintos aparatos electrónicos, computadora, celular y acceso a internet. De igual manera, se dio uso a distintos recursos tecnológicos como lo son la plataforma de Trade Wizard, Passport, Euromonitor International, SIICEX, Market Access y SICE, así como distintos sitios web y artículos en línea.

A lo largo del proyecto se concretaron distintas reuniones vía zoom y presencial con el equipo de trabajo, la profesora a cargo del proyecto y el empresario. Dichas reuniones fueron esenciales para aclarar las dudas que se tenían durante la realización del proyecto, así como hacer las correcciones necesarias para cumplir con cada uno de los objetivos.

El primer encuentro con el empresario fue vía zoom el día 24 de mayo en donde el equipo se presentó con el empresario y se comenzaron a concretar los objetivos del proyecto. Todos los días el equipo se comunicaba con la maestra y se tenían adicional sesiones presenciales en las instalaciones del ITESO para trabajar cada uno de los temas y así mismo aclarar dudas. La comunicación con el empresario fue mediante correo electrónico, zoom y whatsapp en donde siempre hubo una comunicación efectiva con todo el equipo de trabajo.

## Cronograma

ACTIVIDADES	Responsable	MAYO		JUNIO				JULIO	
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
		L-V	LV	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V
<b>1. EMPRESA -</b>		23 al 27	30 al 03	06 al 10	13 al 17	20 al 24	27 al 01	04 al 08	11 al 15
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>									
1.1 Información General de la Empresa.									
1.1.1 Antecedentes y Situación Actual de la Empresa.	Romina								
<b>2. MERCADO -</b>									
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>									
2.1 Industria.									
2.1.1 Información General del Sector o Industria.	Lilian								
2.1.1.1 Tamaño.	Jorge								
2.1.1.2 Tendencias de Crecimiento.	Romina								
2.2 Investigación de Mercado.									
2.2.1 Perfil del Consumidor.	Lilian								
2.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado.	Jorge								
2.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias.	Romina								
2.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado.	Lilian								
2.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado.	Jorge								
2.2.3.2 Competidores	Romina								
2.3 Empresas manufactureras.									
2.3.1 Identificar empresas manufactureras.	Lilian								
<b>3. LOGÍSTICA</b>									
3.1 Regulaciones.									
3.1.2 Arancelarias.	Jorge								
3.1.3 No Arancelarias.	Romina								
3.1.4 Documentación para Exportar.	Lilian								
<b>4. LEGAL</b>									
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>									
4.1 Prácticas Contractuales.									
4.1.1 Contrato de Compra-Venta Internacional.	Jorge								
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>									
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>									
6.1. Conclusiones	Todos								
6.2. Recomendaciones	Todos								

- Desarrollo de propuesta de mejora

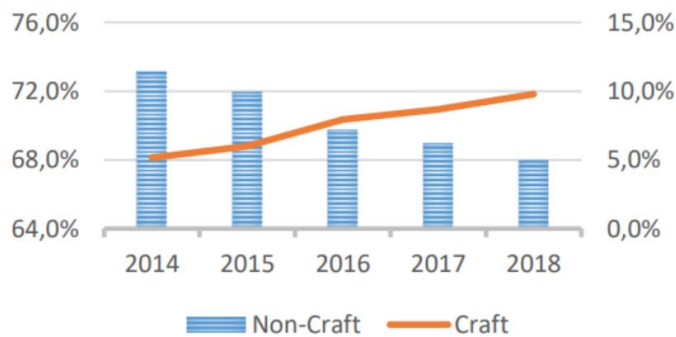
Para realizar con éxito el plan de trabajo el equipo desarrolló distintas actividades y tareas con el objetivo de cumplir cada uno de los seis capítulos presentes en el cronograma de trabajo. A continuación, se presenta el desglose de las actividades realizadas conforme al plan de trabajo establecido desde un inicio.

La primera reunión de equipo fue mediante la plataforma Zoom en donde los integrantes del equipo, junto con la maestra a cargo, tuvieron oportunidad de conocer la información general y los antecedentes de la empresa My Pride. La segunda reunión fue con el empresario Ricardo Mercado en donde se comentaron las expectativas del mismo empresario y gracias a ello el equipo pudo concretar los objetivos principales del proyecto.



Gracias a que la empresa My Pride había trabajado en el PAP anterior que corresponde al periodo de Primavera 2022 el equipo de trabajo pudo conocer los antecedentes de la empresa, así como apoyarse del trabajo realizado anteriormente.

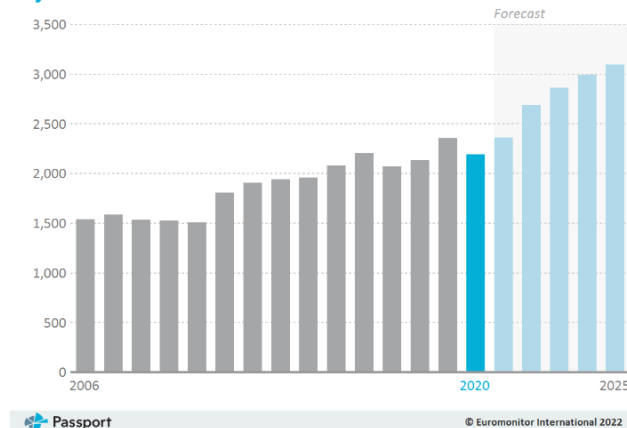
Se comenzó a trabajar con el plan de trabajo conforme al cronograma establecido por el equipo. Durante las primeras semanas de trabajo el equipo comenzó con la investigación de mercado para conocer la información general de la industria cervecera en Colombia, así como el perfil del consumidor y la comunidad LGBT+ en dicho mercado.



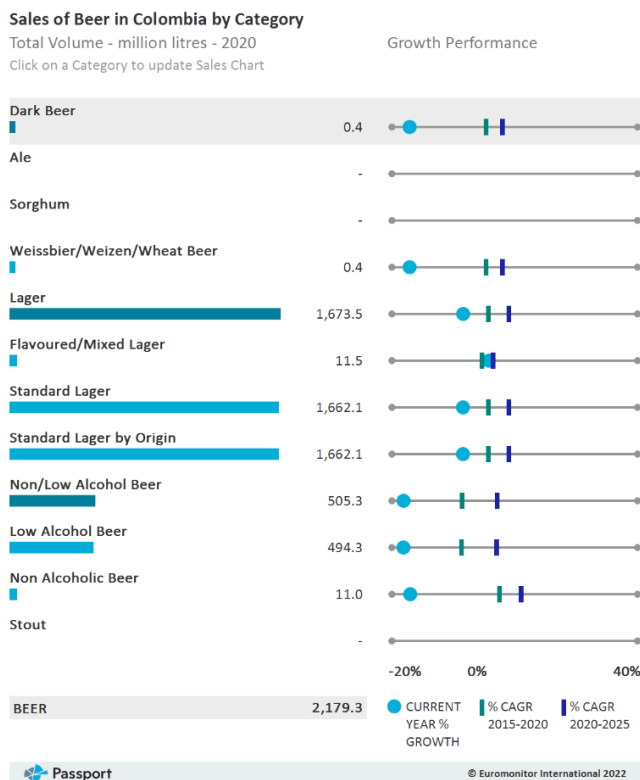
**Gráfica 1. Comparación de participación del mercado de la cerveza en Colombia por categoría.**  
(Fuente: Universidad EAN, 2022).

**Sales of Beer in Colombia**  
Total Volume - million litres - 2006-2025

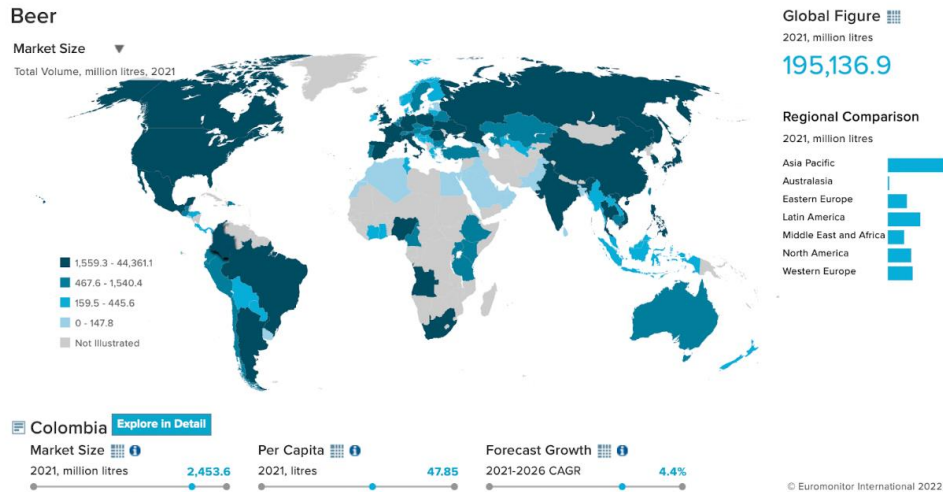
**2,179**



**Gráfica 2. Ventas anuales de cerveza en litros en Colombia.**  
(Fuente: Euromonitor International, 2022).



**Gráfica 3. Ventas anuales por categoría de cerveza en millones de litros en Colombia y su comparativa con ventas anteriores y tendencias futuras.**  
(Fuente: Euromonitor International, 2022).



**Ilustración 1. Tamaño de mercado.**  
(Fuente: Euromonitor International, 2022).

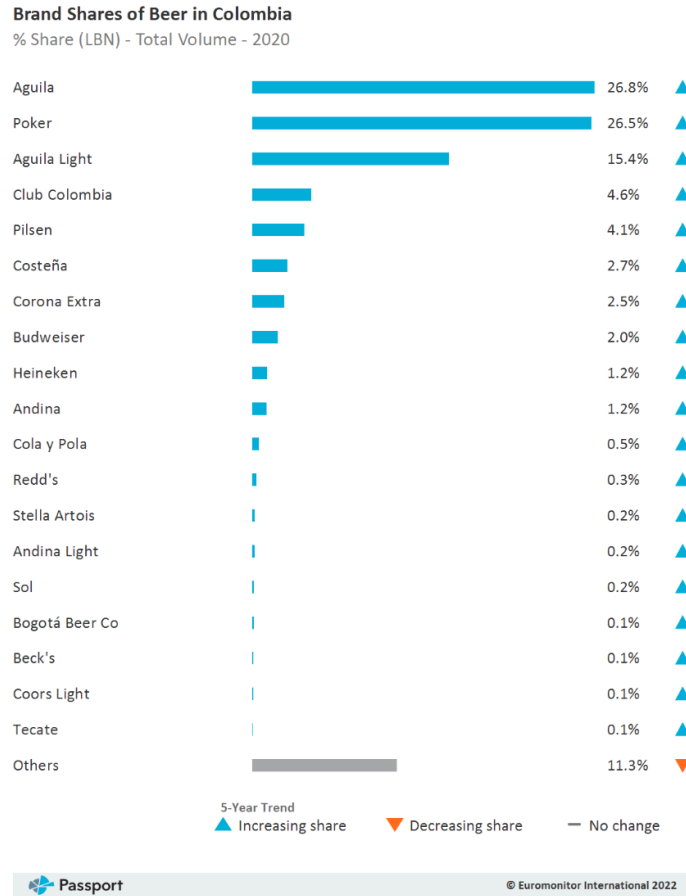
### Company Shares of Beer in Colombia

% Share (NBO) - Total Volume - 2020



**Gráfica 4. Acciones de empresa de cerveza en Colombia.**

(Fuente: Euromonitor International, 2022).



**Gráfica 5. Acciones de marca de cerveza en Colombia.**  
(Fuente: Euromonitor International, 2022).

Así mismo, como parte del capítulo de mercado se realizó una investigación para la búsqueda de empresas manufactureras en Colombia. Gracias a dicha investigación se lograron recopilar 30 empresas manufactureras de las cuales 8 empresas fueron las indicadas para comenzar con las cotizaciones que indicara el empresario.

Maquiladora	Ubicación	Dirección Actual	Teléfono	Correo electrónico	Link	Página web
Cerveceria Union S A	Itagui, Antioquia	CARRERA 50 A 38 39	604638900	protecciondatos@co.inbev.com	<a href="https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/cerveceria">https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/cerveceria</a>	www.bavaria.co

					a-union-sa	
Bavaria & Cia S C A	Bogotá, Bogotá	CARRERA 53 A 127 35	601638900 0	protecciond edatos@co .ab- inbev.com	<a href="https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/bavaria-sa">https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/bavaria-sa</a>	<a href="http://www.bavaria.co">www.bavaria.co</a>
India Colorada S A S	Bogotá, Bogotá	CARRERA 19 B 168 36	601669969 9	<a href="mailto:ventas@indiacolorada.com">ventas@indiacolorada.com</a>	<a href="https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/indiacolorada-sas">https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/indiacolorada-sas</a>	
Cerveceria Artesanal De Colombia S A S	Bogotá, Bogotá	CARRERA 50 A 33 11 SUR	601496051 7	info@artes analdebebi das.com	<a href="https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/cerveceria-artesanal-colombia-sas">https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/cerveceria-artesanal-colombia-sas</a>	<a href="https://www.cervezaartesanaldebebidas.com">https://www.cervezaartesanaldebebidas.com</a>
Cerveceria Cartagena S A S	Cartagena, Bolívar	CALLE 28 20 60 AP 202 BARRIO MANGA	318642821 8	info@cerve ceriacartag ena.co	<a href="https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/casadan-sas">https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/casadan-sas</a>	<a href="https://cerveceriacartagena.co">https://cerveceriacartagena.co</a>
Hakuna Beer S A S	Medellín, Antioquia	CARRERA 82 D 37 A SUR 21	604302889 9	<a href="mailto:hakunabeer@gmail.com">hakunabeer@gmail.com</a>	<a href="https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/hakunabeer-sas">https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/hakunabeer-sas</a>	<a href="http://hakunabeer.com/?fbclid=IwAR2YLTG5W99gKrYclJdmwitr77Z4pBBg66mDOpF6KQFrgZjXuQ4hPcc86P4">http://hakunabeer.com/?fbclid=IwAR2YLTG5W99gKrYclJdmwitr77Z4pBBg66mDOpF6KQFrgZjXuQ4hPcc86P4</a>
Chelarte S A S	Bogotá, Bogotá	CARRERA 19 95 55 OF 708	601636967 7	pedidos@c helarte.com	<a href="https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/chelarte-sas">https://directorio-empresas.einforma.co/informacion-empresa/chelarte-sas</a>	<a href="https://www.chelarte.com/donde">https://www.chelarte.com/donde</a>

Central Cervecera de Colombia SAS	Bogotá, Bogotá	Avenida Carrera 45 # 108 – 27 Torre 3 Piso 21	(57 1) 417 26 00	<a href="mailto:comunicaciones@centralcervecera.com">comunicaciones@centralcervecera.com</a>	<a href="https://empresite.economistaamerica.co/CENTRAL-CERVECERA-COLOMBIA-SAS.html">https://empresite.economistaamerica.co/CENTRAL-CERVECERA-COLOMBIA-SAS.html</a>	<a href="http://www.centralcervecera.com.co/contacto/">http://www.centralcervecera.com.co/contacto/</a>
-----------------------------------	----------------	---	------------------	--	---	---

En continuación con el cronograma de trabajo para el capítulo número tres el cual corresponde al tema legal se realizó la búsqueda de las regulaciones arancelarias y no arancelarias para Colombia, así como la documentación necesaria para realizar la exportación de Colombia hacia Brasil.

Agreement information	Rules of origin	Certificate of origin
<p>NAME ECA, Colombia-MERCOSUR</p> <p>IN FORCE ⓘ 2017-12-20</p> <p>TYPE Partial scope agreement</p> <p>SCOPE Plurilateral, Country-Group</p> <p>MEMBER STATES ⓘ Argentina, Brazil, Colombia, Paraguay, Uruguay</p>	<p>Chapter On Rules Of Origin</p> <p>Full Text Of Agreement</p> <p>Product-Specific Rules Of Origin</p>	<p>Certificate Of Origin</p>

**Tabla 1. Tarifa preferencial de comercio entre Colombia y Brasil debido al tratado de ECA, COLOMBIA- MERCOSUR 2017 (Fuente: Market Access, 2022).**

Gracias al tratado de ECA (Economic Complementary Agreement), Colombia-Mercosur, no hay ningún tipo de arancel que se deba de pagar para exportar cerveza de malta de Colombia a Brasil, esto es gracias al certificado de origen N°72 del tratado Colombia-MERCOSUR.

El tratado de Colombia-Mercosur “Es un acuerdo subregional de integración de carácter intergubernamental celebrado en el marco de ALADI, cuyo objetivo es la constitución de un Mercado Común”.



22030000	Cerveza de malta.	A
----------	-------------------	---

**Tabla 2. Categorización de la cerveza de malta en el anexo 1 del tratado de liberación comercial entre Colombia y Brasil debido al tratado de ACE, COLOMBIA- MERCOSUR 2005 en su actualización del año 2017**

(Fuente: SICE, 2022).













CATEGORIA	TRATAMIENTO
A	En los casos identificados en los Apéndices como <b>A</b> , una Parte Signataria otorgará a la otra Parte Signataria, 100% de margen de preferencia en forma inmediata a la entrada en vigencia del Acuerdo.

**Tabla 3. Definición de Categoría A entre Colombia y Brasil debido al tratado de ACE, COLOMBIA- MERCOSUR 2005 en su actualización en 2017**

(Fuente: SICE, 2022).

Así mismo, gracias a una actualización en el acuerdo Mercosur, precisamente en el certificado de origen N° 72, en el año 2017, se otorgaron preferencias de Brasil a Colombia, en las cuales, una serie de productos listados en el anexo 2 del tratado Mercosur, fueron categorizados de la A, a la E, y cada categoría un tratamiento diferente. Como se puede observar en la tabla 3, la cerveza de malta fue asignada en la categoría A, en la cual se otorga un 100% de margen de preferencia en forma inmediata al producto; es decir, se ofrece un 0% de arancel con la presentación del certificado de origen N°72.

Los documentos se encuentran en la carpeta de anexos adjunta en el documento empresarial.

Document Explorer Results			
Country of Import	Brazil	Country of Export	Colombia
Country of Origin	Colombia	Mode of Transport	Land
Import HS Number	22030000	Export HS Number	2203000000
Grouped By	Document Types	Shipment Date	13-Jun-2022
Universal Document(s)			
+ Commercial Invoice			
+ Confirmation of Insurance			
+ Inland Waybill			
+ Packing List			
+ Proforma Invoice			
Country Level Document(s)			
+ Power of Attorney			
+ Export Declaration			
+ Commercial Invoice			
+ Fumigation Certificate			
+ Import Declaration			
+ Import License			
+ Single Import Declaration (DUIMP - Declaração Única de Importação)			

**Tabla 4. Documentos para exportar productos de Colombia a Brasil**  
**(Fuente: Trade Wizard, 2022).**

De acuerdo con información presentada en la plataforma de Trade Wizard (2022), los documentos necesarios para la exportación del producto desde Colombia a Brasil son:

- Factura comercial
- Confirmación de Seguro
- Documento de transporte
- Lista de empaque
- Apoderado de abogado
- Declaración de exportación

De acuerdo al certificado de origen es un formulario que se llena con la intención de demostrar que tu producto es, en efecto, originario del país que planeas exportar. Este documento es de suma importancia para este tipo de exportación ya que con ayuda de este formato evitaremos pagar cualquier arancel. El formato necesario es el Certificado de Origen N° 72 el cual está adjunto en la carpeta de anexos del documento empresarial.

### 3. Resultados del trabajo profesional

A continuación, se presentarán los diferentes objetivos que se cumplieron durante el proyecto. Al finalizar este PAP, los resultados fueron los siguientes:

- Investigación acerca del contexto actual del mercado colombiano de la comunidad LGBT+ y el consumo que tienen de bebidas alcohólicas.
- Investigación de distintas empresas de manufactura en Colombia.
- Investigación de las regulaciones y las restricciones arancelarias y no arancelarias que se tienen en Brasil desde Colombia.
- Investigación de los documentos necesarios para la exportación del producto desde Colombia a Brasil.
- Investigación de contratos de manufactura, así como recomendaciones del mismo.

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

- **Aprendizajes profesionales**

#### Irma Lilian Concha Manica

Considero que con la elaboración del PAP obtuve grandes aprendizajes profesionales además de las competencias que desarrollé gracias a ello. Las principales competencias desarrolladas fueron el estudio de mercado, tanto social como político y económico que se debe de realizar antes de comenzar con la internacionalización de una empresa ya que de esta manera conoceremos si existe una oportunidad de negocio para la empresa. Así mismo, puse a prueba mis conocimientos al utilizar distintas plataformas para investigar los aranceles aplicables así como la documentación necesaria para exportar. Considero que los aprendizajes adquiridos serán de gran ayuda para mi futuro en el ámbito profesional.

#### Romina Medina Ramírez

Considero que durante el PAP adquirí varios aprendizajes, pero sobre todo reforcé lo aprendido durante la carrera. Primeramente pude utilizar herramientas como lo son

Euromonitor, Trade Wizard, Market Access, entre otras; lo que me ayudaron a seguir practicando la búsqueda de temas de mercado, documentación, regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias, entre otros temas. Por otra parte, un aprendizaje que pude potencializar y me va a ayudar mucho en mi vida profesional es la parte de la consultoría a una empresa, ya que en un futuro puedo dedicarme a la consultoría, pero sobre todo es una habilidad que me puede dar valor en el mercado laboral.

#### Jorge Daniel Rojas Inocencio

Las principales competencias con las que me enfrenté fue la del trabajo en equipo y el hecho de que teníamos que lograr varios resultados que planeamos en nuestro cronograma al inicio del curso. Es un desafío y compromiso muy grande el estar realizando cada uno de los objetivos del proyecto y que estos quedarán siempre en la flecha que establecimos; sin embargo, creo que esto fue muy enriquecedor para todos ya que esto nos daba más orden y disciplina. En cuanto a mis aprendizajes a nivel profesional, aprendí mucho sobre las regulaciones arancelarias y no arancelarias respecto a estos productos y amplíe mucho mis conocimientos de negocios internacionales gracias a mis compañeras y al apoyo de la maestra Graciela.

Lo que aprendí para mi proyecto de vida es que sin importar lo que sepas de un tema, lo más importante es que siempre tengas la disposición de aprender y seguir mejorando cada día como profesionista y con esto podrás aprender lo que te propongas y realizarás un trabajo de calidad.

- **Aprendizajes sociales**

#### Irma Lilian Concha Manica

Gracias a la realización del proyecto me considero capaz de crear y dirigir un proyecto profesional que tenga una gran aportación social para el mundo. Considero que este proyecto en específico tendrá grandes aportaciones a la sociedad en especial a la comunidad LGBT+, dicho nicho de mercado ha estado bastante desatendido en específico

en la industria cervecera por lo cual la empresa tiene grandes oportunidades de negocio. El proyecto con la empresa My Pride ayudará a fomentar la diversidad en el mercado de Colombia así como en Brasil. Es muy importante apoyar a las empresas en crecimiento y en este caso no fue la excepción ya que aportamos de nuestro conocimiento para una mejora social.

#### Romina Medina Ramírez

Al realizar el proyecto me doy cuenta que pude ayudar a una empresa mexicana, dándole información y herramientas para que pueda tener un crecimiento y un éxito tanto en México como a nivel internacional. Por otra parte creo que ayudé a una empresa que visibiliza e incluye a una comunidad LGTB+, lo cual creo que es muy importante.

Este proyecto me ayuda a seguir impulsando a empresas que van empezando y sobre todo a darle importancia a muchas comunidades o grupos que son o han sido señalados de manera negativa en la historia. Además que me parece muy importante impulsar y apoyar a empresas locales y a talentos mexicanos.

#### Jorge Daniel Rojas Inocencio

Al formar parte de estos proyectos me dí cuenta que pude apoyar a una PYME en muchos aspectos, como darle la información y herramientas necesarias para poder lograr sus objetivos de expandirse a otras partes del mundo. Además, me enorgullece el poder ayudar a una empresa que da un constante y perpetuo apoyo a la comunidad LGTB+, lo cual creo que es algo que vale mucho la pena. Creo que esta clase de proyectos son muy importantes porque estamos ayudando a empresas locales a que se hagan cada vez más fuertes y grandes y puedan llegar a más mercados.

- **Aprendizajes éticos**

Irma Lilian Concha Manica

Durante este PAP fue esencial poner en práctica mi ética personal y profesional. Ya que el proyecto fue elaborado de la mano con el empresario era de suma importancia trabajar de manera adecuada con la información que nos proporcionaba la empresa a nosotros como equipo de trabajo. Desde un inicio mi compromiso con la empresa fue el apoyar con todo lo que fuera necesario, cumplir con los objetivos anteriormente establecidos, trabajar con mucho cuidado con la información confidencial de la empresa y brindar toda la información de fuentes confiables. A partir de ello me siento muy satisfecha con el trabajo realizado ya que siempre se presentó el respeto, honestidad y por supuesto la ética profesional con todo el equipo de trabajo.

Romina Medina Ramírez

A lo largo de este PAP puse en práctica mi ética, tanto con mis compañeros, la profesora y el empresario. Aplicando en todo momento mi responsabilidad, transparencia, honestidad, responsabilidad y compromiso. En general considero que durante el proyecto se transmitió mucho el respeto de parte de todas las personas involucradas. Después de realizar el PAP me siento muy satisfecha de haber podido colaborar con una empresa mexicana, además de cómo a lo largo de todo el proyecto se trabajó de una manera ética, apoyándonos unos a otros. Considero que es relevante el hacer este tipo de ayuda a personas y empresas que lo necesitan, es una gran satisfacción el colaborar con personas con una iniciativa de mejora y crecimiento.

Jorge Daniel Rojas Inocencio

La decisión más importante de todo, fue el hecho de decidir este PAP ya que al momento de estar viendo las diferentes opciones que había como proyectos, este fue uno de los que me pareció más interesantes debido al acercamiento que tienes con los dueños de las

empresas, además de que tomas muchas sesiones para poder escuchar sus necesidades y las problemáticas que tienen. Otra decisión importante fue el hecho de repetir este PAP, ya que decidí repetirlo para poder seguir trabajando con la misma empresa porque creo que My Pride es una negocio muy interesante en el cual sentí mucha conexión y que de verdad creo que es una empresa que va a crecer mucho en el futuro. Viví una experiencia muy enriquecedora en este PAP, ya que como ingeniero industrial, pude aprender muchas cosas que se encuentran fuera de mi carrera que me servirán mucho para el mundo laboral; además, tuve la oportunidad de dar puntos de vista o datos que se relacionaban más hacia mi carrera, lo cual creo que fue de ayuda para hacer el proyecto más completo aún. Otro factor que contribuyó mucho a que este PAP fuera tan interesante fue que tanto la maestra Graciela Velasco, como el empresario Ricardo Mercado siempre nos proporcionaron un constante apoyo para poder resolver dudas o para proporcionarnos los datos necesarios para la realización de cada tópico del proyecto.

- Aprendizajes en lo personal

#### Irma Lilian Concha Manica

Considero que este PAP me dio grandes aprendizajes personales, me dio la oportunidad de poner en práctica mis propios conocimientos tanto personales como profesionales que he adquirido con el paso del tiempo. Además de ello me permitió reconocer un nicho de mercado que tiene grandes oportunidades de negocio para empresas como My Pride a un nivel internacional. Así mismo, reforcé mis habilidades de trabajo en equipo las cuales me permitieron presentar un excelente proyecto, el trabajo en equipo es esencial para lograr grandes resultados y en este caso no fue la excepción. Me quedo muy satisfecha con el trabajo realizado ya que será de gran ayuda para la próxima internacionalización de la empresa My Pride.

#### Romina Medina Ramírez

Durante el PAP pude adquirir muchos aprendizajes, algo que viví y creo que es muy importante aprender a hacerlo es el trabajo en equipo, ya que todos los aspectos de la vida

ya sea familiar, social, laboral o académico, siempre tendremos que trabajar en equipo, y la verdad es que estoy muy satisfecha con la dinámica y el apoyo que se tuvo durante el proyecto. Considero relevante que exista un apoyo a microempresas que deseen tener un crecimiento y una mejora. Me quedo con una gran satisfacción en los resultados del proyecto, y también me parece muy reconfortante que todo el esfuerzo realizado puede servir para ayudar a alguien.

### Jorge Daniel Rojas Inocencio

Este proyecto me dio la oportunidad de ponerme a prueba en situaciones y áreas que estaban fuera de lo que he visto en mi carrera lo cual me permitió poder ampliar mis conocimientos y salir de mi área de confort. Este proyecto me ayudó mucho a poder ampliar mis conocimientos y poder ponerme a prueba en un escenario real y poder ayudar a una empresa. También me ha ayudado a darme cuenta de la gran variedad de productos que hay en el mercado y cómo estos pueden satisfacer una necesidad o a un nicho de mercado específico. En cuanto a mi proyecto de vida, este PAP me ayudó a reafirmar que me interesa adentrarme mucho en el mundo de la logística; creo que es muy interesante buscar las diferentes estrategias para poder exportar un producto.

## 5. Conclusiones

Como conclusión podemos decir que se lograron los objetivos que se tuvieron a lo largo del proyecto, ya que se evaluó al mercado LGBT en Colombia y también se analizó sobre la viabilidad de maquilar la cerveza My Pride en Colombia, así como también la realización de la búsqueda de varias maquiladoras a lo largo del proyecto para ver la mejor opción.

Creemos que la empresa My Pride tiene las características y herramientas necesarias para que su producto pueda tener éxito en Colombia y en otro país, ya que satisface las necesidades de un nicho de mercado muy fuerte.

Sin embargo, creemos que todavía hay mucho que explorar sobre las diferentes estrategias que se pueden realizar para poder enviar un producto a Colombia, ya que el dueño de la



empresa todavía está haciendo negociaciones con las maquiladoras y hay que analizar más a fondo sobre la exportación de este producto de Colombia hacia Brasil.

## 6. Bibliografía

MARÍA ISABEL ORTIZ FONNEGRA. (2020). ¿Cuántos colombianos son LGBT? Dane hizo primera medición estadística. 22/06/22, de El tiempo Sitio web: <https://www.eltiempo.com/justicia/servicios/encuesta-del-dane-midio-por-primera-vez-cantidad-de-personas-lgbt-en-colombia-529124>

Plano Danais, Ricardo. (2020). La industria cervecera en Colombia. 04/07/22, de Banrepcultura. Sitio web: <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-260/la-industria-cervecera-en-colombia>

Biblioteca Digital Minerva. (2021). Biblioteca Digital Minerva. 04/07/22, de Biblioteca Digital Minerva. Sitio web: <https://repository.universidadean.edu.co/?sequence=1>

Portafolio. (2022). Desarrollan iniciativa para impulsar industria cervecera en Colombia. 04/07/22, de Portafolio Sitio web: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/desarrollan-iniciativa-para-impulsar-la-industria-cervecera-en-colombia-563118>

JOSE RUIZ-COLPRENSA. (2021). Colombia alcanzó el mayor consumo de cerveza por habitante en 25 años. 04/07/22, de Infobae. Sitio web: <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/11/04/colombia-alcanzo-el-mayor-consumo-de-cerveza-por-habitante-en-25-anos/>

Paula Andrea Rodríguez B. (2021). Análisis al consumidor cervecero artesanal en la ciudad de Bogotá. 04/07/22, de Facultad de Ciencias de la comunicación publicidad y mercadeo Bogotá. Sitio web: [https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/4197/Rodriguez\\_Paula\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/4197/Rodriguez_Paula_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Marco Duque. (2016). Cerveza Artesanal para LGBT. 04/07/22, de Scribd Sitio web: <https://es.scribd.com/document/424617921/Cerveza-Artesanal-Para-Lgbt>

Passport Euromonitor. (2022). Passport. 04/07/22, de Passport Euromonitor. Sitio web: <https://www.portal-euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statisticsevolution/index>

Lambda Legal. (2020). Conceptos básicos sobre el ser LGBT. 04/07/22, de Lambda Legal. Sitio web: <https://www.lambdalegal.org/sites/default/files/spa-vg-conceptosbausicos-final.pdf>

*The Beer Times*. (2022). Cuáles son las cervezas más vendidas en cada país en Latinoamérica. Sitio web: <https://www.thebeertimes.com/cuales-son-las-cervezas-mas-vendidas-en-cada-pais-de-latinoamerica/>

*Euromonitor International*. (2022). Alcoholic Drinks. Sitio web: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/dashboard/DashboardDetails>

*Euromonitor International*. (2022). Beer in Colombia. Sitio web: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/Analysis/Tab>

Gobierno de México (2022). ¿Sabes qué es la Regulación?. Sitio web: <https://www.gob.mx/se/articulos/sabes-que-es-la-regulacion>

Gobierno de México (2022). Conoce las regulaciones arancelarias y no arancelarias. Sitio web: <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/conocelasrayrnasm.html>

*International Contracts* (2022). Contrato Internacional de Fabricación. Sitio web: <https://internationalcontracts.net/contrato/internacional/contrato-internacional-fabricacion.html>

*Global negotiator* (2022). Modelo de contrato de fabricación. Sitio web: <https://www.globalnegotiator.com/files/modelo-contrato-internacional-fabricacion-ejemplo.pdf>