

2017-11

Desarrollo de planes de acción para la comercialización de Vice Tea en México

Murrieta-Castillo, Verónica; Rodríguez-Ascencio, Guadalupe; Joseph-Romano, Jennifer A.; Cisneros-Olivarez, Elizabeth P.

Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/5142>

Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia:

<http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-2.5-MX.pdf>

(El documento empieza en la siguiente página)

**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

3F02 Desarrollo de capacidades para la Exportación e Importación

Desarrollo de planes de acción para la comercialización de Vice Tea
en México



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales Verónica Murrieta Castillo

Lic. en Comercio y Negocios Globales Guadalupe Rodríguez Ascencio

Lic. en Comercio y Negocios Globales Jennifer Alejandra Joseph
Romano

Lic. en Comercio y Negocios Globales Elizabeth Priscila Cisneros
Olivarez

Profesor PAP: Ing. Carlos Rikken Ramírez

10 de Noviembre del 2017, Tlaquepaque, Jalisco, México

ÍNDICE

Contenido

Índice.....	2
Reporte PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	
Resumen.....	3
1. Introducción	4
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	4
1.3 Antecedentes	5
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	6-9
3. Resultados del trabajo profesional	10
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	10-20
5. Conclusiones	21
6. Bibliografía	21-23
Anexos	24

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

Para este proyecto se continuó la investigación con la empresa Australiana Vice Beverage Pty. Ltd. iniciado en Verano 2017 a fin de determinar la viabilidad de vender su producto Vice Tea, una bebida a base de agua carbonatada, destilado de vodka y sabores frutales 100% naturales, en el mercado mexicano. En este proyecto se buscó determinar todas aquellas variables tales como: el consumidor potencial, tamaño del mercado, preferencias y costumbres del mercado meta, en qué zonas del país se debía colocar el producto y un listado posibles importadores y distribuidores a fin de que pudiera llegar a manos de este mercado meta.

Entre los resultados más importantes de este proyecto se encontró que la competencia más próxima al producto parece no estar dirigida a los mismos segmentos, durante la investigación de mercado se determinaron las zonas urbanas en donde el mercado meta pudiera encontrar y consumir el producto, así como los posibles importadores y distribuidores que podrían colocar el producto no sólo en el país, sino en punto de venta.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Este proyecto busca desarrollar los principales elementos los cuales permitan a la empresa conocer cuál es el mercado meta de Vice Tea en México, así como cuáles son los canales correctos para importar y distribuir el producto, logrando un correcto posicionamiento, así como el mayor conocimiento del mercado de bebidas *Ready-to-Drink* (Por sus siglas en inglés, RTD) y la posible competencia.

1.2. Justificación

El desarrollo del proyecto resultaba indispensable tanto para la empresa como para los alumnos ya que se continuó con el proyecto de semestres anteriores, lo que resultó en más información para la toma de acciones y crecimiento internacional del producto Vice Tea.

En cuanto al aspecto social este proyecto continúa fomentando la competitividad en el mercado mexicano, generando una competencia justa, otorgando productos de buena calidad a los consumidores, así como una opción innovadora.

Los beneficios esperados de este proyecto no solamente se limitan a aplicar el comercio internacional, sino las habilidades conocer e interpretar las tendencias del mercado mexicano, los comportamientos de consumo, motivaciones e incluso todo lo relacionado a la distribución nacional del producto, lo cual resulta sumamente relevante para un Licenciado en Comercio y Negocios Globales, ya que este proyecto nos permite entender que para traer un producto, no solamente necesitamos entender sobre regulaciones y restricciones no arancelarias, sino que también debemos tener una amplia visión del mercado, sus necesidades y cómo satisfacerlas de una manera adecuada.

Por el lado de los alumnos el proyecto resultó sumamente relevante pues la investigación elaborada permitió a los alumnos ampliar y reforzar conocimientos tanto del idioma inglés al redactar un

documento de negocios y contar con comunicación en este idioma así como en términos de mercado, investigación y análisis del comportamiento de los consumidores, el ejercicio de recomendaciones basadas en información real utilizando tecnologías de información y el acercamiento con posibles proveedores de servicio a fin de proporcionar a los empresarios cotizaciones e información reales para la toma de decisiones; Generando así una visión global de los negocios, permitiendo la investigación, desarrollo de habilidades técnicas, profesionales y comunicativas

1.3 Antecedentes

La empresa australiana Vice Beverages Pty. Ltd decidió continuar desarrollando su proyecto con el ITESO con el objetivo de permitir a los estudiantes de la misma institución trabajar con su producto y lograr delimitar el mercado, las zonas urbanas, puntos de venta, así como todo aquello necesario para continuar abriendo el mercado comercial de Vice Tea en México, todo esto por los buenos resultados del primer proyecto desde el punto de vista del equipo directivo de la empresa.

Debido a que el ITESO promueve proyectos innovadores los cuales buscan como finalidad el bien de la sociedad, generando un valor agregado, la universidad y dicha empresa decidieron continuar colaborando a fin de generar un mercado con competencia justa el cual busca la inclusión de productos naturales, permitiendo así no solamente el ejercicio real de los alumnos en términos de negocios y comercio exterior, sino la oportunidad al mercado mexicano de consumir bebidas alcohólicas de origen natural mientras se apoya a una empresa extranjera a poder incursionar al mercado de manera justa.

1.4. Contexto

Como bien se dijo anteriormente el proyecto realizado con Vice Tea se desarrolla en un contexto de competitividad, en el que las empresas cada vez buscan generar un mayor crecimiento, incursionar en nuevos mercados, incrementar su participación en ventas nacionales e internacionales así como hacer frente a las aperturas y reestructuras

económicas que se viven tanto en los países de manera interna como en su comercio exterior mediante tratados en renegociaciones (Dígase Tratado de Libre Comercio de América del Norte o TLCAN como ejemplo), donde para muchas empresas lo importante es colocar el producto más allá de generar un bienestar.

Este proyecto parte de la posibilidad de comercializar una bebida alcohólica como el vodka acompañado en una fusión con té, siendo de origen natural, dando la posibilidad al mercado mexicano de adquirir una bebida innovadora, así como a la empresa de conocer el mercado a incursionar de manera clara, dónde colocar el producto y cómo traerlo al país de una manera adecuada, dejando a un lado la competencia injusta y partiendo de la esencia del comercio exterior la cual involucra generar negocios en el país de manera responsable, una derrama económica que genere ganancias y haga un bien a la población.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

En esta fase del proyecto se aplicaron conocimientos propios de la carrera orientados más al conocimiento del mercado y proveeduría, aplicando lo visto en materias del área de mercadotecnia tales como: Mercadotecnia Integral, Investigación de Mercados, Análisis del Mercado de Consumidores y del área de proveeduría Cadena de Abastecimiento. Del área de curriculum universitario implicó el uso de Manejo de Información y Datos Numéricos, así como propiamente de comercio: Consultoría Internacional, Comunicación Gerencial en Inglés y Lectura Crítica y Expresión Escrita en inglés.

Todas esto permitió tener las bases o sustento teórico del cual partir, es decir, las nociones para saber qué era aquello que necesitábamos buscar e identificar las herramientas que se necesitaban para hacerlo, una vez se tuvo esta información fue el sustento metodológico el que nos permitió continuar con la investigación y el análisis de resultados. Una vez reforzados los conocimientos teóricos, el aspecto metodológico nos ayudó a organizar la información de manera práctica y congruente, buscando la información en herramientas conocidas a través de las materias, se generó un plan de trabajo el cual cubriera de manera simultánea diversas áreas del proyecto, con el fin de que cada miembro del equipo pudiera trabajar de manera ordenada un tema y subtema, sustentando toda la información en diversas fuentes obtenidas a través de las tecnologías de información.

Aunado a lo anterior los alumnos mantuvieron una comunicación constante a través de sesiones semanales e incluso de dos veces por semana con el Mtro. encargado del proyecto, Carlos Rígggen, continuando con el sistema o lógica PMI (*Project Management Institute*), delimitando los tiempos de entrega y responsabilidades para desarrollar cada tema, permitiendo el logro de dichos objetivos teniendo asesorías semanales, delimitando en cada una los avances esperados y correcciones para lograr la entrega del documento en tiempo y forma.

La comunicación con los empresarios se realizó mediante sesiones previamente acordadas a través de correo electrónico y realizadas

mediante el uso de la herramienta para videoconferencia Skype, permitiéndonos comunicarnos con los empresarios, escuchar sus necesidades, preguntas así como recibir una retroalimentación oportuna del avance del proyecto, realizando como equipo minutas de cada sesión con el fin de recordar lo acordado en la junta y realizar los cambios necesarios, o bien, continuar trabajando los siguientes puntos.

El cumplimiento del desarrollo de cada tema y el objetivo final se logró tanto en equipo como de manera personal utilizando herramientas tecnológicas y de información como lo son: Euromonitor, AMAI, INEGI, ENIGH, *PASSPORT*, *Trade Wizard* y diversos documentos de investigación provenientes de fuentes confiables.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

Para dar continuidad a este proyecto, se realizó un plan de trabajo en el que se incluyó una amplia investigación acerca del consumidor potencial, sus hábitos y comportamiento en el consumo de bebidas alcohólicas, así como las zonas más frecuentadas por personas de nivel socioeconómico AB y C+ en las tres principales ciudades de México: Ciudad de México (CDMX), Guadalajara y Monterrey, delimitando en ellas colonias o municipios así como las principales zonas urbanas de consumo.

Posteriormente se procedió a la búsqueda de importadores, distribuidores y posibles empresas que pudieran manufacturar el producto en territorio nacional, considerándolo como una segunda opción a la importación del producto ya elaborado. De igual manera, se analizó la principal competencia de Vice Tea en el mercado mexicano, se solicitaron cotizaciones para almacenar el producto y finalmente se añadieron las opciones que se consideraron más convenientes acerca de los canales de distribución, dando la posibilidad a la empresa de decidir qué vía desea tomar en caso de continuar con el proyecto en México.

- Plan de trabajo

A continuación se muestra la descripción de cómo se organizaron las sesiones con el fin de que tanto el equipo como de manera personal el objetivo del proyecto se pudiera cumplir, incluyendo dentro del plan de trabajo la delimitación de tareas, responsabilidades, el trabajo en equipo y el entendimiento de que algunos temas requerían un tiempo de desarrollo mucho más largo que otros.

Es importante aclarar que dada la confidencialidad del proyecto solicitada por la empresa no pueden mostrarse datos duros, sin embargo, toda la información mostrada a continuación busca describir el plan de trabajo establecido y los puntos elaborados para los empresarios; Esto con el fin de entender y dar evidencia del trabajo elaborado durante el semestre.

Las actividades que se realizaron fueron las siguientes:

PLAN DE TRABAJO	
Actividad	Descripción
Investigación y localización del mercado meta	Búsqueda y descripción del mercado de acuerdo a La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (Por sus siglas, AMAI) NSE (Nivel Socio-Económico) e información de acuerdo a deciles del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
Comportamientos y preferencias del mercado meta	Análisis cualitativo de las preferencias del mercado meta basado en estudios confiables elaborados por terceros.
“On and Off Premise”	Se realizó una actividad de investigación para entender la manera en la que funciona el mercado de bebidas RTD (Ready to Drink) tanto en On como Off Premise.
Análisis de la competencia	Desglosar de manera detallada las actividades de la principal competencia en

		México, sus 4Ps (Producto, Precio, Plaza y Promoción)
Búsqueda de proveedores de servicios	de de	Búsqueda y cotizaciones de embotelladoras, almacenadores, distribuidores y posibles manufactureras.
Viabilidad de manufacturar el producto en México o importarlo	de el	Ejercicio de dos corridas ejemplificando el costo de producir en México contra importar el producto.

3. Resultados del trabajo profesional

Se logró realizar un análisis del mercado meta por medio de investigación en diferentes plataformas, al analizar la información se sugirió iniciar en las tres principales ciudades de México; Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México, en los centros de consumo urbanos donde se concentra el mercado meta. Durante el análisis se identificó que productos como Vice Tea son consumidos por hombres y mujeres de 18 a 35 años de nivel socioeconómico AB y C+. Así como también se investigó acerca de los hábitos y comportamiento de los consumidores, utilizando para esto, gráficos y tablas obtenidos de fuentes confiables, una vez analizados se concluyó que bebidas como Vice Tea son mayormente consumidas en lugares específicos como lo son, bares y restaurantes ubicados en zonas donde el aforo principal es de personas de nivel socioeconómico AB y C+ tales como las siguientes:

Ciudad de México

- LaRoma
- La Condesa
- Polanco

Guadalajara

- Providencia
- Chapalita
- Chapultepec

Monterrey

- Valle Oriente
- San Agustín
- Madero
- Guerrero
- Pino Suárez
- Barrio Antiguo

Al realizar el costing se llegó a la conclusión de que es más viable producir Vice Tea en México y exportarlo a los Estados Unidos, ya que

es menos costoso producir en México. Por lo cual se informó a los empresarios dicha propuesta.

Finalmente se analizaron los posibles canales de distribución, manufactureras, embotelladoras, etiquetadoras y los servicios que se requerirían en caso de que la producción de Vice Tea fuese llevada a cabo en México, para así finalmente proponer una propuesta de plan de acción concreto para la toma de decisiones de los empresarios.

A la empresa se le entrego el documento con el desarrollo, el cual cuenta con 58 paginas mas no se presenta aquí por el acuerdo de confidencialidad firmado con ella.

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

- **Aprendizajes profesionales**

Elizabeth Priscila Cisneros Olivarez

Durante este proyecto pude poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, reforzar algunos de ellos y aprender sobre otros que no conocía. Además, aprendí a utilizar nuevas herramientas para lograr una investigación completa basada en fuentes confiables. Trabajar en equipo resultó benéfico porque en conjunto pudimos lograr el objetivo con mayor rapidez.

Llevar el proyecto en inglés fue un gran reto, sin embargo, fue algo bueno porque pude poner en práctica lo que he aprendido, me sirvió para mejorar la redacción e incrementar el vocabulario.

El trabajo realizado fue de gran calidad, los empresarios manifestaron su conformidad y agradecimiento y esto para el equipo representó una gran satisfacción, todo el esfuerzo y compromiso se vieron reflejados.

El proyecto para mí fue muy importante, aprendí que emprender un nuevo negocio conlleva un gran trabajo y que no puede realizarse tan rápido, sino que es necesario llevar un procedimiento en el que se abarquen todos los puntos necesarios, realizar una investigación exhaustiva para poder analizar los resultados y ejecutar el trabajo de una manera eficiente, además, contar con el apoyo de un equipo que puede aportar su conocimiento en diferentes áreas es una gran oportunidad y resulta de gran ayuda.

Jennifer Alejandra Joseph Romano

Este proyecto fue mi segundo PAP el cual me permitió dar continuidad al proyecto iniciado en verano, teniendo una visión mucho más amplia del alcance del mismo, así como desarrollando mis habilidades interdisciplinarias ya que logre comprender y reforzar de mejor manera mis conocimientos en términos de mercadotecnia y el análisis del mercado nacional. Reforcé mis competencias al tener una visión global no solo del producto, sino del mercado en el que se va a colocar, mejorando así mi razonamiento analítico, explorando nuevas opciones, así como trabajando en equipo a distancia de una manera eficaz.

Mis aprendizajes más importantes en términos económicos y del campo profesional abarcan el tener una visión global realista, dejando a un lado el optimismo utópico y buscando resultados u opciones realistas para los empresarios, puse a prueba mis conocimientos sobre todo de mercadotecnia pues el PAP no fue solamente de comercio sino de negocios reales en los que se requiere conocimiento de distintas áreas para la toma de decisiones, así como el aprender a trabajar y comunicarme con empresarios de otros países a los cuales debía explicarles la información de manera clara tanto en el documento como de manera oral.

El PAP me permitió poner a prueba mis habilidades de investigación de mercados, dominio del inglés, comunicación con mi equipo y trabajo bajo presión, lo cual me ayudó a aprender que debo seguir actualizándome en el uso de herramientas, así como que no toda la información de internet es confiable y en el futuro como Lic. en Comercios y Negocios Globales debo buscar información en fuentes de calidad, estar actualizada y mantener una visión objetiva al entorno de negocios.

Verónica Murrieta Castillo

Durante este proyecto (segundo PAP) tuve la oportunidad de usar los conocimientos y habilidades, así como herramientas que aprendí a lo largo de mi carrera, tuve una segunda oportunidad de practicar mi inglés, ya que este es esencial para la mayoría de las negociaciones internacionales. Noté también que el trabajo en equipo es esencial para la realización de proyectos grandes como este, ya que cada uno trabaja por áreas y se especializa en algún tema y así se ahorra tiempo y resulta siendo un trabajo más eficiente.

Creo que esta segunda parte del PAP fue muy enriquecedora, ya que llevamos el proyecto de una posibilidad a una realidad; realizando todas las investigaciones y procesos necesarios para la realización de dicho proyecto. Me di cuenta de lo que conlleva enviar correos, desde redacción hasta tener un correo institucional, ya que no todos los proveedores nos respondieron a causa de este tema. Así como también la importancia de las diferentes áreas de las empresas para mejorar y efficientar los procesos internos y externos de la empresa.

Guadalupe Rodríguez Ascencio

Este proyecto que fue mi primer PAP me ayudó a comprender y a poner en práctica los conocimientos teóricos que he tenido a lo largo del desarrollo de mi carrera y sobre todo de poner en práctica las materias que tome, una de las cosas más importantes que considero personalmente fue el manejo tanto de la ética como el resguardo y manejo de la información ya que los empresarios confiaron en nosotros para proporcionarnos información directamente de la empresa para poder darle buen uso a esta misma y comprometernos sobre todo con este proyecto, además que me ayudó en el aspecto del idioma inglés ya que todo este proyecto fue realizado en este idioma y logré ponerlo en práctica, sobre todo la escritura y la gramática, algunos aprendizajes significativos para mí y sobre todo lo tomé como un reto fue la búsqueda de información, que en este mundo globalizado en el que vivimos cada vez es más accesible encontrar información importante, relevante y sobre todo de gran ayuda para poder desarrollar un buen proyecto. Es importante nosotros como estudiantes lograr darnos cuenta de toda la información que podemos encontrar y sobre todo cuál es confiable para poder tener un proyecto de calidad y sobre todo como en nuestro caso que la información que obtengamos sea de gran ayuda para el desarrollo de la empresa y para la venta del producto, aprendí de este proyecto y sobre todo me queda muy claro que no se necesitan grandes ideas sino ideas innovadoras, comprometerse con el consumidor y sobre todo con el mercado a ofrecer productos de buena calidad y no quedarse en una zona de confort, siempre tratar de estar innovando.

- **Aprendizajes sociales**

Elizabeth Priscila Cisneros Olivarez

Con este proyecto pude contribuir aportando mis conocimientos con la finalidad de apoyar a una empresa Australiana que busca introducir al mercado mexicano un producto natural con altos estándares de calidad. Pudimos analizar varias opciones que podrían beneficiar económicamente el mercado mexicano, por ejemplo, el producir Vice Tea en México, o el contactar distribuidores y detallistas que obtendrán ingresos al manejar este producto y a su vez, Vice Tea se beneficia al darse a conocer en un nuevo mercado y puede tomar una mejor decisión basada en los resultados de la investigación de

mercado, así como el análisis del costo de importar o producir en México.

El trabajar en equipo me permitió aprender sobre temas que desconocía, también a ser más organizada utilizando un cronograma para asegurar el cumplimiento de la meta fijada, ahora me siento capaz de llevar nuevos proyectos con todo lo aprendido.

Jennifer Alejandra Joseph Romano

En cuanto a los aprendizajes sociales puedo decir que este PAP requirió una colaboración como equipo en todos los sentidos, lo cual me permitió conocer nuevas herramientas de comunicación para fomentar el trabajo en equipo.

Este proyecto me permitió participar en la posible comercialización de un producto innovador en México, un producto natural el cual puede considerarse como una bebida creativa al tener una combinación de té y vodka elaborado mediante un proceso natural.

Este proyecto me impulsó a desplegar mi motivación de emprendimiento en la apertura de nuevos mercados, sea importar un producto o exportarlo, pues pude tener un primer acercamiento con el análisis para la comercialización real de un producto, lo cual les permite a las personas tener más opciones en el mercado para escoger, fomentando la competencia justa y los productos elaborados con una buena calidad.

Gracias a este proyecto ahora me siento capaz para tomar decisiones y buscar negocios de productos que realmente sean innovadores y agradables para los consumidores.

Es importante aclarar que debido a la naturaleza alcohólica del producto y su comercialización, el aspecto de mejora social es muy reducido, por lo que fuera del aspecto del incremento en las opciones del consumidor respecto a la compra de una bebida alcohólica y la posibilidad de comprar una bebida elaborada con procesos naturales y no adulterada hace que el consumidor busque orientar sus consumos a productos más innovadores así como apoyar a empresas en crecimiento, lo que generaría un impacto positivo en las Pymes con producción de bebidas alcohólicas como lo son las cervezas

artesanales logrando un crecimiento en la industria y la repartición más justa de participación del mercado.

Este proyecto apoya a la competencia justa, la derrama económica por mayor consumo de productos, la generación de contribuciones al sistema tributario mexicano por recaudación de IEPS, así como el razonamiento de los consumidores que la innovación puede encontrarse en todo tipo de productos, lo que pudiera generar la creación de más bebidas similares o productos innovadores en el país.

Después de este proyecto PAP, mi visión del mundo cambió ligeramente, pues me di cuenta de que en los negocios es sumamente importante ser realistas y generar confianza con tu contraparte, en este caso los empresarios, ya que la información es crucial y para que se den los resultados de manera adecuada, la información y la comunicación deben ser constantes y con sumo cuidado en no pasar información sensible a terceros. Aprendí que para comercializar cualquier producto se debe pensar en el consumidor, en sus necesidades y lo que busca, no solamente cómo vender, sino que se debe generar un valor para la persona que lo adquirirá, lo cual me ayudó mucho pues es algo que sabía, pero no entendía del todo cómo lo realizaban las empresas hasta una vez terminado este proyecto.

Verónica Murrieta Castillo

En el aspecto social, tuve la oportunidad de aprender de diferentes personas, así como de sus diferentes personalidades, desde las integrantes de mi equipo, el maestro/ asesor, diferentes personas que aportaron cotizaciones y recursos necesarios; también pudimos volver a trabajar con una empresa Australiana, con gente tanto de Australia como de los Estados Unidos de América, lo cual me mostró las diferentes formas y tiempos de trabajar al que tenemos aquí en México, lo cual creo que es muy enriquecedor ya que elevó mis estándares de calidad para trabajar y creo me puede servir mucho para mis futuros proyectos en la vida laboral.

Me parece también muy importante ver las diferentes formas de trabajar de cada quien y poder llegar a una dinámica que convenga para todo el equipo, del mismo modo que aprendemos a usar diferentes técnicas y formas de trabajar, promoviendo la

responsabilidad, puntualidad, compromiso, abrir la mente a nuevos puntos de vista, formas de trabajo y diferentes ideas.

Guadalupe Rodríguez Ascencio

En este que fue mi primer PAP logré darme cuenta de lo importante que es hoy en día buscar constantemente la innovación para cualquier producto que queremos vender, además de conocer perfectamente a tu consumidor, cada detalle y sobre todo cada característica, aprendí y fue un gran aprendizaje para mi este PAP el hecho de plantear un objetivo y una meta desde el inicio para desarrollar todo un trabajo y poder cumplir estos objetivos y sobre todo logre darme cuenta y tomar una gran experiencia de todo el mundo de información que tenemos accesible en cuestión de segundos y esta misma información en todo lo que podemos transformarla y sobre todo el gran beneficio que aporta a cualquier emprendedor, a lo largo de este proyecto pude aterrizar todos mis conocimientos que he ido adquiriendo en mi carrera con el fin de ayudar a la empresa a entrar en el mercado de México, dejando claro siempre tener y mantener una buena ética y sobre todo el uso y manejo de la información confidencial.

- **Aprendizajes éticos**

Elizabeth Priscila Cisneros Olivarez

El principal aprendizaje ético fue el manejo responsable de la información confidencial, este es un tema que siempre estará presente en los negocios y considero que es indispensable el que todas las personas que participen en proyectos o laboren en empresas lo tengan siempre presente. Por otra parte, el haber realizado una exhaustiva investigación haciendo uso de plataformas que ofrecen información confiable fue parte de nuestro compromiso, haberlo hecho nos llevó a obtener un excelente resultado. Aprendí que las cosas no siempre se darán fácilmente y el iniciar un proyecto conlleva invertir mucho tiempo y esfuerzo, y el saber dónde buscar la información es una parte sumamente importante.

Jennifer Alejandra Joseph Romano

En cuanto a mis aprendizajes éticos puedo decir que el respetar la confianza puesta de los empresarios tanto en mis compañeras como en mí para la búsqueda de información me permitió actuar de manera

responsable al buscar y corroborar que las fuentes utilizadas fueran confiables, evitando el plagio en todo momento. Esta decisión llevó al equipo y a mí a tardar mucho más tiempo en analizar la información, así como transcribirla al documento de manera que resultara clara; Sin embargo, tuvo consecuencias muy positivas pues los datos fueron confiables y de mucho interés para los empresarios y su toma de decisiones.

Esta experiencia me invita a continuar trabajando de la misma manera, aunque el resultado no sea inmediato sé que será de calidad y valor para las personas con las que trabaje en el futuro, ya que en el futuro ejerceré mi profesión de Lic. en Comercio y Negocios Globales proporcionando información de calidad a las personas con las que trabaje y, sobre todo, trabajando de la mano de empresarios honestos que buscan trabajar y ser competitivos en el mercado de manera limpia.

Verónica Murrieta Castillo

Dentro de este punto, la ética, creo que es uno de los puntos más importantes ya que al realizar un proyecto debemos cuidar la calidad y credibilidad de nuestras fuentes, así como también es importante cuidar la ética entre los integrantes del equipo, a lo largo del proyecto contamos con la ayuda de Carlos Rikken, quien nos guio y nos asesoró durante todo el proceso tanto de investigación como de operación. En tanto al equipo, se contó también con apoyo por parte de todas a quien necesitara apoyo, desde tiempos de trabajo, tiempos de reuniones, formatos de documentos, etc.

Otro punto que considerar en la parte ética a parte de la calidad y credibilidad de la información es la confidencialidad del proyecto, ya que contamos con información confidencial de la empresa. Quienes confiaron en nuestra discreción para manejar y manipular la información con el fin de generar resultados favorables para dicha empresa.

Guadalupe Rodríguez Ascencio

En lo personal en cuanto a los aprendizajes éticos puedo decir que fue un punto importante para el desarrollo de este proyecto ya que como equipo siempre tratamos de mantener la información confidencial sólo dentro de nosotras y del profesor y sobre todo darle

buen uso a esta misma únicamente y con el fin de lograr nuestro objetivo, considero que como equipo supimos cómo manejar la información y sobre todo mantener nuestra ética profesional en todo momento, esta experiencia que viví me lleva a tener una visión más clara a futuro ya que nunca debemos olvidar nuestra ética y el hecho de hacer las cosas bien y por un buen camino siempre te llevará a lograr el éxito y sobre todo tus objetivos tanto profesionales como personales, este PAP me hizo comprender que el uso y manejo de la información es vital y de gran importancia cuando estás emprendiendo un negocio, es algo que me quedo muy en mente ya que tienes un mundo de información en donde solo tú sabes cuales son o no las fuentes confiables y a cuales debes darles importancia, así también el hecho de saber siempre manejar todo con ética y no por querer obtener más hacer cosas que no son profesionales como presentar información inventada o de fuentes que no son confiables solo por cumplir, me queda claro que hablar con la verdad y sobre todo tener mucha ética en este tipo de proyectos es el siguiente paso a lograr tener mucho éxito.

- **Aprendizajes en lo personal**

Elizabeth Priscila Cisneros Olivarez

Este proyecto me ayudó a comprender que el trabajo en equipo es muy importante porque cada persona puede aportar distintos elementos que permitirán obtener un mejor resultado. Por otra parte, aprendí que es indispensable dirigirse con responsabilidad y honestidad, llevar un cronograma de trabajo y apegarse a él en la medida de lo posible para cumplir con los tiempos, y que el tener disposición e iniciativa para apoyar a todo el equipo ayuda a obtener mejores resultados.

Para mi proyecto de vida tuvo un alto impacto pues en un futuro también me gustaría emprender.

Jennifer Alejandra Joseph Romano

En cuanto a los aprendizajes personales considero que el PAP me permitió profundizar en la manera en la que yo trabajo en equipo, así como conocer los aspectos de mí que debía mejorar a la hora de trabajar con otras personas. Pude reconocer que cada integrante del equipo tiene habilidades distintas y entender que cada persona tiene

un ritmo y manera distinta de trabajar, así como que la estructura de sus resultados a la hora de plasmarlos puede ser diferente a la mía.

De igual manera el PAP me permitió conocer la manera en la que trabajan los empresarios de otros países, así como el propósito de trabajar en conjunto desde plataformas digitales y móviles con un objetivo en común.

Para mi proyecto de vida el PAP me dejó claro que la consultoría es una rama en el comercio internacional de la cual se puede sacar mucho provecho, ya que te permite trabajar y conectarte con personas de distintas nacionalidades así como enfocarte en una rama de productos específica, siendo el PAP el espacio en el cual pude dimensionar la importancia de la consultoría y su impacto en los negocios, por lo que en el futuro y ya de manera personal si buscaría dedicar un tiempo de mi día a realizar consultoría para la apertura de nuevos mercados.

Verónica Murrieta Castillo

Creo que el llevar este proyecto durante 2 periodos me dió la oportunidad de conocer más a fondo el cómo funcionan los negocios internacionales, sus regulaciones así como el propósito y proceso detallado de las consultorías, en lo personal me parece que los PAP's son la parte más importante y enriquecedora de la carrera ya que nos muestran cómo es que funcionan los negocios en la vida real.

El trabajo en equipo aunque siempre es un reto ya que trabajar con distintas personalidades y a diferentes tiempos resultó funcionar al final. Pienso que en estos proyectos aparte de desarrollar al máximo temas teóricos y prácticos, también trabajamos con la paciencia y tolerancia; y sobra mencionar que estas son dos cualidades esenciales para los negocios.

Guadalupe Rodríguez Ascencio

Este fue mi primer PAP y en lo personal me ayudó a conocer sobre mí que necesito ser un poco más organizada con algunas de mis tareas, que debo tomarme el tiempo a la hora de buscar información y sobre todo no desesperarme por no encontrarla, este proyecto me ayudó a darme cuenta de la importancia de hoy en día que es trabajar en equipo y sobre todo de las grandes dificultades que te puedes

encontrar, desde el hecho de no coincidir en tiempos y de trabajar con personas que quizás no conocías, trabajar en equipo requiere de tiempo y esfuerzo ya que todos debemos trabajar por igual para lograr nuestros objetivos, para mí fue uno de los aprendizajes más importantes que me llevo de este PAP, ya que cada una de nosotras nos esforzamos por tratar de sacar adelante el proyecto y en el aspecto profesional debemos también ponerlo en práctica al final de cuentas todos trabajamos hacia una misma meta y eso es lo importante, no sentirnos más con nadie, simplemente comprometernos con el proyecto y sacarlo adelante.

5. Conclusiones

A manera de síntesis podemos decir que el objetivo de determinar los puntos de venta, planes y acciones necesarias para vender el producto de Vice Tea en México se logró en tiempo y forma, ya que en el documento se especificó la situación actual del mercado meta, se desglosó la información referente a la competencia así como las posibilidades de producción o distribución del producto, profundizando en las recomendaciones y exponiendo la información de una manera clara para los empresarios a fin de que comprendan la situación actual del mercado mexicano y las posibilidades de incursionar en el mismo.

Igualmente consideramos queda pendiente, a decisión futura de los empresarios, poner en práctica todo lo establecido en el documento, involucrando así la posible importación, almacenaje y distribución y venta del producto o bien, iniciar desde su manufactura en México para hacer más sencilla la venta del mismo en dicho lugar

6. Bibliografía

- Alpier, E. (2017, 09 13). *AlpierMx*. Retrieved from *Alpier Maquilas*: <http://web.alpier.mx/maquilas/>
- AMAI, N. (2017). *Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado*. Retrieved from AMAI: <http://nse.amai.org/nseamai2/>
- AMEDIRH. (2014, 07 07). *AMEDIRH*. Retrieved from *¿Cuánto ganan al mes los hogares en México por nivel socioeconómico*: <http://www.amedirh.com.mx/publicaciones/noticias/item/cuanto-ganan-al-mes-los-hogares-en-mexico-por-nivel-socioeconomico>
- CANACINTRA. (n.d.). *Arballo Vinos y Licores, SA de CV*. Retrieved from CANACINTRA: <http://www.canacintra.net/detalle.php?id=1787&categoria=Otros>
- Cosmos. (n.d.). *Cosmos*. Retrieved from *Comercializadora y Distribuidora Yamieva*: <https://www.cosmos.com.mx/empresa/comercializadora-y-distribuidora-yamieva-b744.html>
- Empresarial, Grupo Alianza. (2017, 09 13). *Grupo Alianza Empresarial*. Retrieved from *Embotelladora La Favorita*: https://www.grupoalianzaempresarial.com/embotelladoralafavoritasadecvcocacolafantasprite_e_303134.html
- ENGASTO. (2012). *Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares*. pp. 1-28.
- Grupo Alianza Empresarial. (2017, 09). *Grupo Alianza Empresarial*. Retrieved from *Embotelladora de Occidente S.A de C.V.*: https://www.grupoalianzaempresarial.com/embotelladoradeoccidentesadecvpepsimirindatrisodasevenup_e_303128.html
- IDUCERO. (n.d.). *IDUCERO*. Retrieved from *IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA UCERO, S.A. DE C.V.*: https://www.iducero.mx/tiendas_conveniencia.php
- Importaciones Colombres S.A. de C.V. (2016). *Colombres*. Retrieved from *Colombres*: <http://colombres.com.mx/index.php>
- INADEM. (2017, September). *Startup Drinks Mx*. Retrieved from *INADEM-Angel Ventures Mexico*: <https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2016/09/gh1g8nlyv53n7687633psnga8xn58ai1788ugc00.pdf>
- INEGI. (2010). *INEGI*. Retrieved from *Censo de Población y Vivienda*: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/2010/>

INEGI. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Retrieved from INEGI: http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/experimentales/clase_media/doc/clase_media_resumen.pdf

INEGI. (2015). *INEGI*. Retrieved from Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.beta.inegi.org.mx/temas/estructura/>

INEGI. (2016). *ENIGH*. Retrieved from Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/enigh/nc/2016/default.html>

INEGI. (2017). *DENUE*. Retrieved from DENUE: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>

INEGI. (2017). *INEGI*. Retrieved from Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://sc.inegi.gob.mx/niveles/index.jsp?me=na&ly=14,14a,00&la=14039&t2=GUADALAJARA,%20JALISCO&at=&ne=ag&nt=69,2017>

INEGI. (2017). *INEGI*. Retrieved from Instituto Nacional de Geografía y Estadística: <http://sc.inegi.gob.mx/niveles/index.jsp?me=na&ly=00,15&la=15&t2=MEXICO&at=&ne=es&nt=69>

INEGI. (2017). *INEGI*. Retrieved from Instituto Nacional de Geografía y Estadística: <http://sc.inegi.gob.mx/niveles/index.jsp?me=na&ly=00,09&la=09&t2=DISTRITO%20FEDERAL&at=&ne=es&nt=6>

INEGI. (2017). *INEGI*. Retrieved from Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://sc.inegi.gob.mx/niveles/index.jsp?me=na&ly=19,19a,00&la=19039&t2=MONTERREY,%20NUEVO%20LEON&at=&ne=ag&nt=69,2017>

La Europea. (n.d.). *La Europea*. Retrieved from La Europea: <http://www.laeuropea.com.mx/conocenos/>

Loreto, B. (2017, Marzo 01). *Revista NEO*. Retrieved from Tendencia de las Bebidas Alcohólicas en México: <http://www.revistaneo.com/articulos/2017/01/03/tendencia-de-las-bebidas-alcoh%C3%B3licas-en-m%C3%A9xico>

Management. (2013, Mayo 07). *Dinero e Imagen*. Retrieved from ¿Cuáles son las 5 tendencias de México en bebidas alcohólicas?: <http://www.dineroenimagen.com/2013-05-07/19878>

Mezcas, L. (2017). *Las Mezcas*. Retrieved from Mezcamaica: <http://lasmezcas.com/>

Mitofsky. (2009, 12 11). *Consulta Mitofsky*. Retrieved from Consumo de bebidas alcohólicas en México: <http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/mexico-opina/item/615-consumo-de-bebidas-alcoholicas-en-mexico>

Río, P. B. (2017, Marzo N/M). *Grupo Imagen Multimedia*. Retrieved from Estadística Aplicada: http://www.estadisticaaplicada.com.mx/www/downpodcastpdf/Consumo_De_Bebidas_Alcoholicas_En_Mexico.pdf

Road, A. (2017). *Wizard*. Retrieved from Wizard: <https://wizards.amberroad.com/tw/mdi/html/desktop/desktop.jsp>

Secretaría de Salud. (2016, 04 20). *Gob Mx*. Retrieved from Aumenta el consumo de alcohol entre jóvenes: <https://www.gob.mx/salud/articulos/aumenta-el-consumo-de-alcohol-entre-jovenes>

SEGOB. (2017, September 08). *Diario Oficial de la Federación (DOF)*. Retrieved from DOF GOB: http://dof.gob.mx/indicadores_detalle.php?cod_tipo_indicador=158&dfecha=08%2F09%2F2017&hfecha=08%2F09%2F2017

ShelyGroup. (n.d.). *Quiminet*. Retrieved from Productos de Bacardí Y Compañía: <http://www.quiminet.com/shr/es/bacardi-y-compania-883272574/productos.htm>

STAFF. (2015). "Estiman que 78% de jaliscienses consume bebidas alcohólicas". *Informador Mx*, 1-3.

Trendmonitor. (2017). *trendmonitor*. Retrieved from TrendMonitor: <https://trndmonitor.com/tag/jamaica/#>

7. Anexos

Para una mejor comprensión a continuación se adjunta la lista completa de los anexos utilizados y entregados para fundamentar el proyecto:

1. INEGI-Vice Tea Potential Market Size in Mexico
2. Tabulados ENIGH 2016
3. AMAI NSE
4. Centros urbanos Inegi
5. Alcoholic beverages consumed in Mexico
6. Encuesta Nacional de Adicciones
7. Spirits in Mexico 2016
8. El mercado del vino en México