

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

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**



**ITESO**  
Universidad Jesuita  
de Guadalajara

## **PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

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

**3J02 Desarrollo de capacidades para la exportación e importación**

**Exportación de Yexal Sprints a Estados Unidos**

### **PRESENTAN**

Lic. Comercio y Negocios Globales. Jimena Moreno Obeso  
Lic. Comercio y Negocios Globales. Diana Laura Rodriguez Pulido  
Lic. Comercio y Negocios Globales. Jaime Salcedo Molina  
Lic. Comercio y Negocios Globales. Gabriel Rosas Saldaña

**Profesor PAP:** Carlos Riggen Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, a Diciembre del 2023

## REPORTE PAP

### ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	4
1. Introducción	5
2. Planeación y seguimiento del proyecto.	8
3. Resultados del trabajo profesional	12
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	23
5. Conclusiones	32
6. Bibliografía	33
7. Anexos	38

## **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 elaborado para el consorcio de empresas Yexal Spirits se propone expandir su presencia internacional, focalizándose inicialmente en la exportación hacia Estados Unidos. En el contexto de la próspera industria del tequila y mezcal, donde Jalisco lidera la producción, el consorcio, conformado por 12 microempresas, enfrenta desafíos como la coordinación de más de 10 marcas y la estandarización de procesos.

El objetivo general es desarrollar un plan de exportación integral que incluya el análisis de la competencia, la creación de un manual de exportación y la evaluación de mercado. Se busca facilitar la entrada exitosa de los productos de Yexal Spirits en Estados Unidos.

La metodología emplea herramientas y competencias adquiridas a lo largo de la carrera. Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la competencia, la creación de un manual de exportación y una evaluación de mercado.

Se espera obtuvo el proceso de exportación detallado que permita a Yexal Spirits superar los desafíos presentados, incluyendo estrategias para la coordinación de marcas, estandarización de procesos y penetración efectiva en el mercado estadounidense.

El proyecto busca aportar soluciones a los desafíos específicos de la expansión internacional de Yexal Spirits, focalizándose en el mercado estadounidense. La colaboración con el ITESO pretende allanar el camino para una incursión exitosa, marcando un hito significativo en la trayectoria del consorcio en la industria de bebidas alcohólicas.

## **1. Introducción**

### **1.1 Antecedentes del proyecto y contexto**

La industria del tequila y el mezcal representan a una de las más activas económicamente hablando ante el panorama internacional, sobre todo porque ambos cuentan con denominación de origen mexicano. La más representativa de forma internacional es el tequila, y Jalisco es el productor más grande tanto del agave tequilero (76.6% según datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera) como de la producción del tequila. A lo largo de este proyecto, se trabajará con esta industria con el enfoque internacional, es decir, la exportación.

Yexal Spirits es un consorcio conformado por distintas microempresas en el giro de manufactura y comercialización de bebidas alcohólicas, representado por Paola Bass y Fabricio Gómez. Los productos que se encuentran actualmente en el catálogo de Yexal son tequila, mezcal, ron, cerveza, licor y whiskey. El consorcio está compuesto por 12 empresas, entre ellas Tequila Fiesta Loca, Tequila Torus, Dhainek Spirits, Yute Mezcal, Challenge, 07-12 Vive Mezcal Artesanal, Viuda de Martínez, Tequila Chula Parranda, Amor Prohibido Mezcal Artesanal, Origen 1258, Los Dos Carnales y Espíritus Alegres. Cada marca cuenta con diferentes tipos de productos dentro de la misma rama.

Con datos de CRT, en la sección cabe destacar que, en 2022, se exportaron 419 millones de litros a nivel internacional, en la especificación a granel se exportaron a granel 114.5 millones litros, en el envasado 304.4 millones de litros, así como el registro de 314 empresas hasta octubre del año presente en el Consejo Regulador del Tequila (CRT) en el sector del Tequila.

Este consorcio busca expandirse al mercado estadounidense, sin embargo, necesitan apoyo en ciertas áreas por lo que se acercaron al ITESO para ayudarles a incursionar sus productos en Estados Unidos de América de la manera óptima.

### **1.2 Problemática u oportunidad detectada**

El objetivo de Yexal Spirits es sumar esfuerzos para incursionar en el mercado internacional de manera óptima. Dentro de sus objetivos a corto plazo está incursionar en el mercado de Estados Unidos y Europa, y actualmente se encuentran en la

búsqueda de mercados y canales de distribución reales en el plano internacional, iniciando por Estados Unidos. Uno de los mayores retos presentados por Yexal Spirits es la coordinación de más de 10 marcas en el mismo consorcio y, sobre todo, la estandarización de dichos procesos para ingresar al mercado Estadounidense, debido a que cada empresa es de diferente tamaño y tiene formas de trabajar muy diferentes. Además, destacan el desconocimiento del mercado estadounidense en cuanto al panorama competitivo, puntos de venta, mercados y distribuidores. El objetivo de este proyecto PAP es aportar en la solución de los retos mencionados a través de distintas herramientas y competencias desarrolladas a lo largo de la carrera.

### **1.3 Objetivo general**

El objetivo general es desarrollar un plan de exportación que abarque el análisis de la competencia, la creación de un manual de exportación y una evaluación de mercado, con el propósito de llevar con éxito el producto de la empresa a los Estados Unidos.

### **1.4 Objetivos específicos**

El objetivo de este manual de exportación es proporcionar a las empresas una guía completa que cubra todos los pasos necesarios para realizar una exportación, desde el cumplimiento de registros hasta el aseguramiento del cumplimiento de regulaciones. El propósito principal es ayudar a las empresas a realizar exportaciones de manera eficaz, asegurando que cumplan con los estándares internacionales. Esto implica planificar y garantizar que se sigan todas las normativas y regulaciones, lo que es esencial para el comercio internacional.

- Establecer registros para el seguimiento de productos.
- Realizar la clasificación arancelaria en los países de México y Estados Unidos.
- Gestionar regulaciones y restricciones no arancelarias, incluyendo etiquetado, certificaciones de origen, Consejo Regulador del Tequila, Tratado México Estados Unidos Canadá (T-MEC), y Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM).
- Coordinar la logística, abarcando la orden de compra, confirmación de pedido, confirmación en planta, coordinación del embarque, seguridad, aduana, cruce de mercancía, documentación y cierre de embarque.
- Especificar los productos y descripciones de los productos de Yexal.

- Realizar el cálculo de costos, con ejercicios de costing y análisis de precios.
- Analizar y gestionar la presencia en redes sociales, específicamente Instagram y Facebook, incluyendo la identificación de competidores y su respectivo análisis.
- Investigar y abordar el mercado en California, Florida, Washington, Georgia, y desarrollar estrategias de venta correspondientes.

## **2. Planeación y seguimiento del proyecto.**

### **2.1 Metodología**

El proyecto constó de 16 semanas, de las cuales se hacían sesiones de trabajo los días lunes y miércoles en Iteso; en primera instancia se realizó una junta con la empresa para conocernos y principalmente saber acerca de los objetivos que estaban buscando en el desarrollo del proyecto, de la cual posterior a ello elaboramos y enviamos un boceto del plan de trabajo en el que se mostraba el orden y contenido del proyecto, para que, una vez aprobado comenzamos a desarrollarlo, el cual fuimos realizándolo por puntos en orden cronológico, cada integrante se hacía cargo de desarrollar distintos puntos y al finalizar, después de su revisión, realizar las correcciones necesarias del mismo.

Las actividades que se llevaron a cabo principalmente, fue el reclutamiento de información para el desarrollo de cada uno de los puntos mencionados en el punto anterior; todas las semanas se iban haciendo ajustes y correcciones al documento, con la finalidad de entregar un proyecto lo más completo posible y a su vez, cumplir con los acuerdos y expectativas de la empresa.

Como se menciona anteriormente el principal recurso fue la información, nos comunicamos mediante un grupo de WhatsApp para coordinar las sesiones, obtener información necesaria de la empresa, hacer comentarios y retroalimentación por parte de la empresa, las sesiones que tuvimos fueron vía Zoom y las correcciones del profesor se realizaron los días domingos, ya que adicional a las sesiones, cada uno trabajamos de manera remota fuera del aula, por esta razón los días lunes eran principalmente trabajar en las correcciones y una vez finalizado, darle seguimiento.

### **2.2 Cronograma o plan de trabajo**

Conforme a las especificaciones requeridas por la empresa Yexal, se ha elaborado un plan de trabajo meticuloso, caracterizado por fechas límites y etapas específicas destinadas a cumplir con los diversos objetivos establecidos por la empresa. Esta estrategia de planificación temporal, denominada cronograma, delineará las acciones críticas necesarias para alcanzar las metas predefinidas, ofreciendo una guía sistemática y eficaz para la ejecución del proyecto. A continuación, se presentan los

distintos elementos que comprende el manual de exportación, destacando la división estructurada de cada tema junto con sus correspondientes subtemas.

## **I. Manual de exportación**

### **A. Productos**

#### **1) Registros**

- a) Introducción del procedimiento
- b) México
- c) Servicio de Administración Tributaria (SAT)
- d) COFEPRIS
- e) Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI)
  - 1) Registro de marca
  - 2) Convenio de corresponsabilidad
- f) Estados Unidos
- g) Food and Drug Administration (FDA)
- h) Registro de Marca en Estados Unidos (USPTO)
- i) Protocolo de Madrid

### **B. Clasificación arancelaria**

- 1) México
- 2) Estados Unidos

### **C. Regulaciones Arancelarias**

### **D. Regulaciones y Restricciones no Arancelarias**

- 1) Etiquetado
- 2) Certificaciones de origen
  - a) Consejo Regulador del Tequila
  - b) Tratado México Estados Unidos Canadá (T-MEC)
  - c) Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM)

### **E. Logística**

- 1) Orden de compra
- 2) Confirmación de pedido
- 3) Confirmación en planta
- 4) Coordinación del embarque
- 5) Seguridad

- 6) Aduana
- 7) Cruce de mercancía
- 8) Documentación y cierre de embarque

## **II. Productos**

- A) Especificaciones de producto
  1. Descripción de producto

## **III. Costeo**

- A. Ejercicio de costing
- B. Análisis de precios

## **IV. Redes sociales**

- A. Identificar competencia (set competitivo)
- B. Análisis
  - 1) Instagram
  - 2) Facebook

## **V. Mercado**

- A. California
- B. Florida
- C. Washington
- D. Georgia
- E. Venta en línea

En la primera semana se tuvo una sesión de presentación con la empresa vía zoom, en esta hubo intercambio de diálogo con los involucrados (socios mayoritarios de Yexal Spirits y el docente). Se establecieron los puntos a desarrollar durante el semestre y objetivos. Posteriormente a lo largo del semestre tuvimos 2 sesiones por semana, lunes y miércoles, conforme el semestre fue avanzando, así como las actividades y objetivos establecidos. A mitad de semestre se tuvo una cita con los socios para presentar los avances y propuestas de mejora a la fecha, en ella se

expuso el avance del manual de exportación, así como una breve introducción a las corridas de precios e investigación de mercado.

Adicional, se tuvo una sesión 2 semanas antes de la entrega final para hacerles entrega de todos los puntos propuestos y así los socios nos hicieron en la entrega observaciones y comentarios de mejora para que en la última semana volviéramos a exponer el trabajo final.

### **2.3 Productos y entregables**

Los productos entregados fueron los siguientes:

- Manual de Exportación (compuesto por 5 capítulos) con el fin de que cualquier empresa del consorcio de Yexal Spirits pueda exportar su producto sin conocer nada de ello.
- Análisis Cualitativo y Cuantitativo de la competencia vía redes sociales.
- Corrida de precios de sus productos puestos en planta como base se utilizó el Incoterm ExWork.
- Estudio de mercado de distintos estados en Estados Unidos, entre ellos Washington, Florida, Chicago y Georgia.

### **3. Resultados del trabajo profesional**

#### **3.1 Sustento teórico**

La materia de "Modelos de Exportación y Comercialización" fue fundamental para lograr los objetivos del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) por varias razones. En primer lugar, fue de gran ayuda para obtener un entendimiento profundo de los mercados internacionales, incluyendo factores como la demanda, la competencia y las regulaciones, lo que resulta esencial para identificar oportunidades de exportación y seleccionar mercados objetivo adecuados.

Además, esta materia aborda estrategias de exportación, permitiendo a los participantes aprender sobre diferentes enfoques, como la exportación directa, la exportación indirecta a través de intermediarios y la creación de empresas conjuntas en el extranjero. Estas estrategias son cruciales para adaptarse a las necesidades específicas de su negocio y a los mercados de destino.

Asimismo, la materia cubre la documentación y los trámites aduaneros relacionados con la exportación, lo que es esencial para evitar problemas legales y logísticos en el proceso. También se centra en la adaptación de estrategias de marketing a nivel internacional, teniendo en cuenta las diferencias culturales, los canales de distribución y las estrategias de promoción efectiva de productos en el extranjero.

En general, la materia de "Modelos de Exportación y Comercialización" proporciona a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para planificar, implementar y gestionar exitosamente operaciones de exportación. Esto es fundamental para el éxito en el comercio internacional y en la expansión de las oportunidades de negocio a nivel global. Por lo tanto, esta materia es de gran utilidad en un PAP y puede ser un componente esencial para cualquier empresa que desee involucrarse en actividades de exportación.

La materia de "Plan de Exportación" fue muy importante para el desarrollo de este proyecto ya que en el transcurso de la materia se desarrolla un proyecto para exportar un producto al extranjero, el cual se explica a continuación.

La materia en sí incluye desde descripción de la empresa, sus antecedentes, desarrollar un plan estratégico para el desarrollo del proyecto, misión, visión, FODA, objetivos y estrategias, su estructura organizacional, desarrollamos también la oferta exportable para ver cuánto del producto se quedaba en el país y cuánto se podía exportar, también se incluyeron características del producto, factores evidentes de competitividad (el cumplimiento de NOM), la capacidad que tiene la empresa para exportar en relación a sus costos y al precio que saldría el producto al mercado.

Posteriormente se realizó un análisis de los posibles mercados a los que se podía exportar el producto, en relación a las importaciones del producto que tenían los diversos países, también se realizó un análisis de riesgos, de poder de negociación, de incertidumbre, aranceles, un análisis general de la economía de los tres posibles países a los que se podría exportar el país, además se realizó un análisis del sector al que pertenece el producto y el perfil de los consumidores de dichos países, para en base a los datos obtenidos tomar la mejor decisión para exportar el producto.

También realizamos un análisis de la competencia del producto con el propósito de tener un panorama claro de quienes son los competidores y si es viable o no entrar a ese mercado, por otro lado, sugerimos diferentes estrategias de promoción al producto, entre ellas asistir a misiones comerciales y ferias internacionales, así como hacer ajustes de idioma a su sitio web, para posteriormente investigar cuales serían los canales de distribución por los cuales sería más conveniente introducir el producto, utilizando fuentes como Passport, economic freedom, COFACE y trade map, también incluimos posibles socios comerciales en caso de que la empresa no contara con ninguno.

Abarcamos también el marco legal del producto, en el que incluimos regulaciones arancelarias y no arancelarias del producto, en las que se incluyeron normas de etiquetado, normas de calidad, certificaciones, tratados, el registro de marca en el país destino, entre otros, posteriormente incluimos también algunas cláusulas de un contrato de compraventa internacional en el que abarcamos los puntos más importantes como, forma de pago, lugar de entrega, precio, condiciones, empaque y embalaje, INCOTERM, entre otros.

Casi para finalizar desarrollamos una matriz logística en la que incluimos todos los costos del producto, costos de logística, transporte, margen de utilidad, costos adicionales para tener un panorama claro de la formación de precio de exportación así como costing y pricing, tomando en cuenta el tipo de cambio, para finalmente desarrollar un análisis financiero en el que se realizó una matriz de proyecciones a 5 años donde se incluyó la inversión estimada del proyecto, su rentabilidad, el retorno de inversión y en caso de requerir se incluyó un préstamo al banco para de igual manera observar en cuanto tiempo sería viable pagar el préstamo.

Para fines de este proyecto, la materia que más nos ayudó a resolver los distintos problemas y desafíos que se presentaron a lo largo del curso fue “Consultoría Integral”, gracias a este, sus análisis de casos de empresas de talla internacional obtuvimos una amplia visión en diferentes situaciones y contextos, generando así un enfoque más experimentado para ayudar en este caso al consorcio. Además, gracias a la materia nos ofreció una idea de cómo debe de ser la comunicación y los tratos pertinentes con la empresa, en cuestiones específicas que me ayudó durante el proceso la relación que se debe llevar con el cliente.

Los procesos que se llevaron a cabo, fueron gracias a los puntos iniciales de la materia y como compartir de manera efectiva con la empresa los objetivos y metas a cumplir, gracias al plan de trabajo dimos seguimiento paso por paso hasta entendernos con el cliente y exponerles un buen proyecto que cumpla con las características y las exigencias demandadas, con ello, realizar investigaciones muy particulares, haciendo un análisis con cada una de ellas, lo más importante es que se cumplan las necesidades requeridas haciéndolo cada vez más específica. Gracias a Consultoría y otras ramas de la carrera pudimos poner en práctica todo el cúmulo de aprendizajes y aplicarlas en una sola y más en un caso real como fue el PAP.

Además de las materias anteriores, existen otras generales de negocios que nos ayudaron a lograr los objetivos del proyecto, como Análisis del Mercado de Consumidores, Logística Internacional y Análisis de Riesgos en los Negocios Internacionales. La primera, nos ayudó a identificar el set competitivo de las marcas en el mercado meta, realizar un análisis de precios y, además, un análisis de redes sociales para identificar las principales tendencias en el mercado, las estrategias que

están teniendo resultados exitosos y a la vez, tomar la decisión del nivel de competitividad del producto.

La segunda, es decir Logística Internacional, nos ayudó a realizar parte del manual de exportación donde se describe el proceso y lo que se tiene que cumplir para exportar el producto, y de igual manera para la formulación de las especificaciones de productos. De la mano de la materia de Clasificación Arancelaria, Prácticas Desleales y Operación Aduanera, se pudo lograr el objetivo de ofrecer un manual completo y estandarizado.

Finalmente, la materia de Análisis de Riesgos, nos permitió conocer sobre diferentes plataformas para poder evaluar la viabilidad de un mercado, así como para poder comparar con las demás opciones y determinar cuál es la mejor opción de mercado para poner a la venta el producto. Además, la materia de Análisis de Riesgos, nos da las bases de consultoría para poder brindar un trabajo completo a la empresa con la que se trabajó.

En general, para la realización del proyecto se utilizaron aprendizajes de la mayoría de las materias de la carrera, desde las de currículum universitario para la redacción del documento, trabajo en equipo y relaciones con la empresa, hasta las materias específicas de la carrera para la elaboración del Plan de Exportación.

### **3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados**

#### **Manual de exportación**

En primera instancia se realizó una tabla resumen en la que se estableció claramente las responsabilidades tanto del maquilador como del fabricante, seccionados por los trámites necesarios tanto para México como para Estados Unidos, posterior a ello se procedió con la elaboración del manual de exportación para todo el cual se extrajo la información de los sitios oficiales de cada uno de los puntos, se anexaron documentos en caso de ser requeridos, un listado de requerimientos y/o proceso de registro en cada uno, incluyendo la modalidad del registro, así como la liga del sitio oficial donde podrían ingresar a corroborar información necesaria y el registro en sí para cada apartado; en primera instancia se tuvo un enfoque en los requerimientos necesarios previos a la exportación en México, entre ellos el registro en el Servicio de

Administración Tributaria (SAT), que es la clave única de identificación oficial que requiere toda persona física o persona moral en México para realizar cualquier actividad económica, dentro de ese apartado también se incluyó el registro al padrón general de exportadores el cual es necesario para el fabricante para poder llevar a cabo la exportación, así como el registro de en el padrón de exportadores sectorial, en este caso en el de bebidas alcohólicas destiladas (licores), en el caso del maquilador, utiliza el de su exportador.

Posterior a ello, se explicó el registro de COFEPRIS que establece e implementa políticas y programas, con el propósito de prevenir y atender los riesgos sanitarios que contribuyen a la salud de la población, que aplica para el fabricante, por otro lado, en el registro de IMPI que es el registro de marca, se incluyó el convenio de corresponsabilidad que aplica para aquellos que cuenten con los servicios de fábrica de un maquilador, el cual es un contrato privado donde el dueño de la marca permite al maquilador envasar su marca y el fabricante permite usar su NOM al dueño de la marca para que se cumplan todas las regulaciones estipuladas en la República Mexicana.

Por otro lado, los requerimientos para Estados Unidos, en primera instancia se incluyó el registro en Food and Drug Administration (FDA) que es necesario para que puedan importar, este es necesario únicamente para el fabricante, dentro de este registro requieren una clave identificadora denominada D-U-N-S, por otro lado, también se incluyó el registro de marca para Estados Unidos denominado (USPTO) y finalmente el Protocolo de Madrid que permite proteger una marca en gran número de países mediante la obtención de un registro internacional que surte efecto en cada una de las partes contratantes que se hayan designado.

En la sección de fracción arancelaria se realizó una clasificación de cada mercancía que se busca exportar esto con fines de comercio exterior, de esta forma se puede identificar de manera universal la mercancía que se va a importar o para fines del proyecto, el trámite para su expedición del país. Para Yexal es fundamental tener su mercancía clasificada para que esta pueda salir del país de manera eficiente. Dicha clasificación se obtiene de la Ley de los Impuestos Generales de Exportación, sin embargo, las instituciones de la Secretaría de Economía ofrecen herramientas que

agilizan el proceso, por ello se utilizó la base de datos SIAVI, es una página en donde de manera sintetizada se identificaron la mercancía a clasificar.

Por el otro lado, es necesario tener establecida la fracción arancelaria del país destino, en este caso es Estados Unidos de América, dicho país tiene su propia lista, conocida como HTS que es la Lista Arancelaria Armonizada, este manual de referencia es una base de datos que permite al importador conocer las tasas arancelarias a pagar, así como la fracción de cada mercancía.

Una vez identificada cada fracción arancelaria es necesario conocer las regulaciones arancelarias de cada producto, por ello en el documento se establecen los productos y sus exenciones ante cualquier pago de arancel y aprovechar sus preferencias comerciales.

Por otro lado, nos encontramos con Regulaciones y Restricciones no Arancelarias. Este se especializa en las características obligatorias que se deben cumplir en el etiquetado para el ingreso de la mercancía al mercado extranjero, esta mercancía se encuentra regulada por el Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB), una vez se ingresa a la página del organismo encuentras un formato con instrucciones ahí se encuentra el Certificate of Label Approval (COLA) antes de comercializar tu producto es necesario registrar la etiqueta del producto a exportar con los elementos obligatorios establecidos. En este apartado se realizó una investigación a fondo de los requerimientos en el etiquetado para que con imágenes este quede clarificado parte por parte.

Como siguiente punto se exponen los certificados de origen estos sirven para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación. Para poderse acreditar es necesario presentar los siguientes certificados. El Consejo Regulador del Tequila es un organismo que inspecciona y certifica el cumplimiento de la Norma Oficial del Tequila, así como la promoción de calidad y cultura de la bebida nacional. Después, se encuentra el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá. Es uno de los documentos clave para que un bien pueda beneficiarse. Es la base para efectuar una solicitud para obtener un trato preferencial para las mercancías descritas en el documento que califican originarias. La certificación tiene una validez por 4 años

una vez sea emitida. Por consiguiente, se encuentra el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal, este Consejo es el encargado de promover y vigilar el cumplimiento de la NOM-070-SCFI-1994, en la cuales, se establecen las características y especificaciones a cumplir para producir y/o comercializar el mezcal. Entre sus procesos se encuentra la orden de compra, así como el apoyo en la coordinación del embarque, recomendaciones en el transporte, así como utilizar caja seca de tráiler de 53 pies, los documentos necesarios para la exportación, cumplir las prácticas de seguridad, inspección aduanal y cruce de mercancía.

Sin embargo, el Acta de Modernización de Bebidas Alcohólicas Artesanales, en él se prevén las tasas reducidas o créditos fiscales para vinos o licores importados. Esta Acta se encuentra en el TTB, por último, la documentación o cierre de embarque.

En el manual de exportación, también se incluyó el tema de logística, se hizo un plan logístico detallado que abarca desde la recepción de la orden de compra del cliente hasta el cierre del embarque.

La orden de compra, recibida con todas las especificaciones respecto a la cantidad solicitada, es un punto inicial crucial. Contiene información detallada como el número de orden, fecha de emisión, datos del proveedor, datos de facturación, persona de contacto y descripción de la mercancía, incluyendo tipo de producto, presentación, cantidad en cajas, precio por caja, total en dólares y fecha requerida de embarque. Además, se espera una firma de autorización y la anexación de la Carta de Instrucciones de embarque, que especifica detalles como la fecha de embarque, datos del exportador e importador, domicilio de embarque y entrega, contacto del cliente, transportista, agentes aduanales y valor declarado.

La confirmación de la orden de compra implica verificar la producción del producto y enviar un reporte detallado que incluye órdenes de compra abiertas desglosadas, instrucciones de embarque, aduana de salida y entrada, domicilio de entrega y transportista.

El proceso continúa con la confirmación del producto en planta, donde se verifica la fabricación según las especificaciones acordadas previamente. La coordinación del embarque implica la planificación y organización del transporte, considerando

aspectos como el empaque y embalaje. Se destacan los documentos necesarios para reservar la carga con el transportista, incluyendo solicitud de reservación de carga, guía de embarque, factura comercial, lista de empaque y carta de instrucciones del exportador. Se requieren certificados de autenticidad, como T-MEC, CRT y COMERCAM.

La seguridad es un componente esencial, exigiendo el cumplimiento de medidas para garantizar operaciones de transporte, almacenamiento y distribución seguras. En envíos terrestres, el chofer debe contar con los recursos para el pago de cuotas y la entrega de la mercancía en el lugar acordado.

La aduana juega un papel crucial en la inspección, documentación y cobro de aranceles e impuestos. El proveedor notifica al agente aduanal del embarque con documentos como solicitud de reservación de carga, guía de embarque, factura comercial, lista de empaque y carta de instrucciones del exportador.

En el cruce de mercancía en la frontera internacional, las autoridades aduaneras pueden realizar inspecciones y verificar la documentación antes de permitir que las mercancías continúen su viaje. El agente aduanal debe portar un documento de entrada para autorizar la entrada de las mercancías, cumpliendo con el pago correspondiente de impuestos federales y estatales.

Finalmente, se lleva a cabo la documentación y cierre de embarque, elaborando un archivo que incluye diversos documentos como orden de compra, carta de aviso de embarque, certificados, y otros requisitos específicos para la exportación. Este proceso integral garantiza una gestión logística eficiente y cumplimiento de normativas en cada etapa del proceso.

## **Productos**

Para cumplir con los objetivos de la empresa, se requirió realizar un concentrado de las características de cada producto que forma parte del consorcio para posteriormente utilizar dicha información para un análisis exhaustivo de costos, precios, competencia, entre otros aspectos. En estos se identificaron las marcas del siguiente consorcio identificando los siguientes puntos entre ellos son: mililitros, su

volumen alcohólico, medidas de la caja, tarima, y el peso absoluto, esto con el fin de cuanta mercancía al momento de exportarse saber cuántos envases caben por pallet.

## **Costeo**

Para analizar la competitividad de un producto, es necesario establecer costos de un producto y realizar una corrida de todos los elementos involucrados para determinar el precio final. Para efectos de este proyecto, se tomó como partida el precio EXW de cada uno de los productos proporcionados por la empresa (es decir, el precio del producto puesto en planta ya con la utilidad de la empresa) y a partir de dicho precio, se elaboró una simulación de todos los costos y márgenes implicados desde la planta hasta el punto de venta en Los Ángeles, California. Para establecer el precio final del producto se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Precio puesto en planta
- Transporte internacional
- Gastos de exportación
- Seguro de transporte
- Gastos de importación
- Impuesto federal
- Transporte a almacén
- Margen de ganancia del importador
- Impuesto estatal
- Margen de ganancia del distribuidor
- Margen de ganancia del minorista

## **Análisis de precios**

Para complementar el análisis de la competitividad de un producto, es necesario compararlo con los precios existentes por parte de la competencia y los precios y márgenes que manejan los distribuidores en el mercado meta. Para efectos de este análisis se realizó una investigación de los competidores con mayor fuerza en el mercado y de tal forma se logró conocer cuáles son las ventajas y oportunidades para identificar si los precios de Yexal se encuentran superiores o inferiores para el mercado meta. Por ello, dicho análisis se basó en la búsqueda de distintos

distribuidores estadounidenses especializados en bebidas alcohólicas como Binnys Beverage Depot, SPEC´S y Bevmo.

Además, se realizaron gráficas comparativas de los precios obtenidos de la competencia respecto a los precios calculados de los productos de Yexal para determinar si se encuentran dentro del mismo rango a los ya establecidos.

## **Redes sociales**

En el panorama competitivo de la empresa Yexal, se encuentran varias marcas destacadas que representan competencias directas en sus respectivas categorías. En el sector de tequila, Yexal compite con nombres prominentes como Don Julio, Tequila Ocho, Casa Marengo, 7 Leguas, Tres Mujeres y Maestro Dobel. Cada una de estas marcas aporta su propio estilo y tradición al mercado del tequila, creando una competencia dinámica en la que la calidad y la autenticidad juegan un papel crucial.

En el ámbito de licores, Yexal enfrenta la competencia de marcas influyentes como JagerMeister, Disaronno, Licor 43 y Frangelico. Estas marcas han establecido una fuerte presencia en la industria de licores, cada una con perfiles de sabor únicos que atraen a diferentes segmentos de consumidores. El análisis detallado de sus estrategias digitales y presencia en redes sociales se vuelve esencial para entender mejor cómo Yexal puede destacar en este competitivo mercado.

En la categoría de mezcal, Yexal se encuentra compitiendo con marcas reconocidas como Vaca Loca y Montelobos. El mezcal, con sus matices distintivos y su proceso de elaboración artesanal, ofrece una experiencia única para los consumidores, y la competencia en este segmento se basa en la autenticidad y la calidad del producto.

La integración de estas marcas en el análisis de Yexal en Instagram proporciona una visión más completa de su posición en relación con competidores directos. Evaluar tanto los aspectos cuantitativos como cualitativos de la presencia digital de Yexal en comparación con estas marcas clave en tequila, licores y mezcal es esencial para identificar oportunidades estratégicas y fortalezas competitivas en el mercado.

## **Mercados**

Finalmente, la empresa nos proporcionó 4 mercados a los que les gustaría ingresar en Estados Unidos de América, es decir, y a partir de ellos, se identificaron los principales distribuidores de vinos y licores y se agregó información cualitativa y cuantitativa sobre cada uno de los distribuidores para que así la empresa pueda elegir los que sean de su mayor interés y se adapten a sus intereses y objetivos ya sea por tamaño, ubicación geográfica, los tipos de marcas que manejan, procesos de elección de proveedores, entre otros aspectos.

Los 4 estados elegidos fueron California, Florida, Washington y Georgia. Para California se identificaron como principales distribuidores a Epic Wine & Spirits, RNDC (Republic National Distributing Company), Mexcor, Southern Glazer's y Pacific Edge Wine & Spirits. Para Florida se identificaron Breakthru Beverage, Mexcor, Johnson Brothers y Southern Glazer's. Para Washington se incluyen Southern Glazer's y RNDC Washington. Finalmente, para Georgia se identificaron Georgia Crown Distributing Co., Prime wine and Spirits, Savannah Distributing Co, INC y Republic National Distributing Company (RNDC).

Además, se incluyeron los principales distribuidores en venta en línea, entre ellos LibDib y Drizly.

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

- Aprendizajes profesionales

##### **Jimena Moreno**

El Proyecto de Aplicación Profesional me dejó distintos aprendizajes muy significativos de distintas áreas, sobre todo en el ámbito profesional, ya que es un proyecto enfocado 100% en mi carrera, al tener que realizar un plan de exportación donde de manera resumida se muestra todo el proceso necesario, registros, actores, que además sea enfocado en el tema del tequila, mezcal y licores me permitió poner en práctica todas las materias de mi carrera como clasificación arancelaria, operación aduanera, prácticas desleales y barreras no arancelarias, tratados internacionales, logística internacional, análisis de riesgos en los negocios internacionales, consultoría integral en los negocios internacionales, plan de exportación y comercialización, información financiera, análisis financiero, análisis del mercado de consumidores, entre otras que no solo permitieron tener conocimientos necesarios para el manual de exportación, sino también para el resto del proyecto en el que analizamos el mercado, realizamos costeos, análisis de precios y análisis de la competencia. Lo que considero más valioso desde el punto de vista profesional es haber puesto en práctica lo aprendido de manera teórica a lo largo de la carrera, sobre todo con un producto muy significativo para México y Jalisco.

##### **Diana Rodríguez**

Tener la oportunidad de participar en este proyecto me permitió tener una claridad de los requerimientos para realizar una exportación, a pesar de que estoy en últimos semestres no había aún llevado algunas materias que considero indispensables, que justo este semestre las estoy llevando, por lo que me resultó un poco complejo identificar por dónde debía empezar, la forma que trabaja el profesor me resulta muy útil, ya que de forma sencilla y concisa aterriza lo que es primordial, lo que es necesario básicamente, por lo que comprender la metodología fue muy sencillo.

Hablando del contenido, por ejemplo, el apartado de registros, me permitió aplicar los conocimientos previos sobre las entidades mencionadas y desarrollar nuevos conocimientos sobre cómo se realiza toda la tramitología de acuerdo a sus sitios oficiales, por lo que, en mi vida profesional podré aplicar estos conocimientos, en cuanto a los análisis, tanto de redes como el resto, me ayudaron a tener una visión del comportamiento de marcas reconocidas y de cual estrategia es la que utilizan, si bien se sabe, actualmente las redes sociales y el internet son un buen medio para promocionar un producto, por lo que el conjunto de todo lo aprendido en este proyecto me permitió enriquecer mis conocimientos y ver la realidad de como funcionan las empresas en la actualidad y los retos a los que se enfrentan.

### **Jaime Salcedo**

Participar en el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) fue una experiencia enriquecedora que me permitió adentrarme en el mundo de la exportación. Aunque no era un experto, mi experiencia previa en la carrera de comercio internacional resultó valiosa al comprender las complejidades del proceso. A lo largo del proyecto, fortalecí mi comprensión y adquirí conocimientos más profundos sobre la exportación, observando de cerca el comercio de productos mexicanos en el extranjero. La interacción con empresarios interesados en iniciar operaciones de exportación destacó la importancia de la comunicación estrecha y la adaptabilidad de los servicios. Mi formación en comercio y negocios globales me posiciona para contribuir al desarrollo de la industria exportadora y respaldar a los empresarios mexicanos. Considero que mi participación en actividades como la comercialización de productos mexicanos a nivel internacional puede fortalecer la imagen de México y contribuir al crecimiento económico. Esta experiencia amplió mis conocimientos y me preparó para desempeñar un papel significativo en la exportación, beneficiando a la industria y a los empresarios mexicanos.

### **Gabriel Rosas**

Por mi parte, desde el lado profesional tuve la fortuna de haber escogido el PAP correcto, gracias a que desarrollé la habilidad de comunicarme de manera formal con clientes, estos establecidos dentro de una empresa, viviendo la realidad de como se vive el contacto con ellos, tipo de lenguaje que se utiliza dentro el proceso, las aproximaciones via mensaje y por las conferencias, las exigencias que estos tienen, etc. Además, como ser independiente en mis decisiones desde el ámbito empresarial, debido a que hubo poca interacción con la empresa debido a que los socios no residen en México y así opté por tomar las mejores decisiones que desde mi perspectiva y experiencia eran las adecuadas. Junto con mis aprendizajes previos de las materias a lo largo de mi carrera pude rescatar herramientas para obtener la información requerida por los clientes de forma más eficaz, aportando con base en mis conocimientos a los requerimientos de nuestros clientes.

Aquello que me aportó más en mi vida profesional es que las empresas al ingresar a trabajar a un lugar, estas no te brindan las herramientas suficientes para realizar tu trabajo de la manera más eficiente posible, por ende es necesario apoyarte de tus compañeros y asesores, desarrollando la habilidad del trabajo en equipo, escucha activa y parte del servicio al momento de atender las dudas de los demás.

- Aprendizajes sociales

### **Jimena Moreno**

Desde el ámbito social destaco como aprendizaje el cómo los proyectos pueden tener reconocimiento internacional, al nacer como un emprendimiento, además de lograr la visibilización del tequila en los diferentes países. En cuanto al trato humano, aprendí a trabajar en equipo de forma colaborativa, en el lograr identificar las fortalezas de cada miembro y aprovecharlas de manera que el trabajo funcionó correctamente y todos estemos trabajando rumbo al cumplimiento de objetivos. En lo personal, soy una persona que le gusta el liderazgo, dirigir proyectos, fijar metas y, sobre todo, hacer que se cumplan,

por lo que este proyecto fue una buena manera de poner en práctica esas habilidades.

En el ámbito emprendedor pude implementar con base en mi conocimiento mayores alternativas para que el consorcio pueda acercarse a su mercado meta, herramientas que les permiten un crecimiento constante, así como las fortalezas que cada una tiene y cómo explotarlo, también las áreas de mejora y cómo poder superar cada una de ellas.

### **Diana Rodríguez**

Mis conocimientos no solo fueron teóricos, sino también me permitió desarrollar habilidades sobre el trabajo con una empresa, no es fácil, no había buena comunicación, esto se debe probablemente a que tienen muchas ocupaciones, pero fue interesante desde la forma en que se dirige uno hacia ellos, hasta pensar en la respuesta que se les debe dar, fue complejo también aterrizar las ideas que tenían ya que no eran del todo claras y pedían muchas cosas para tan poco tiempo que teníamos disponible, sin embargo, fue esencial el apoyo del profesor para lograr aterrizar estas ideas en objetivos alcanzables y que se pudiera desarrollar el proyecto con éxito, por lo que en futuros proyectos me siento preparada para desarrollar más proyectos como este y colaborar a las empresas a alcanzar los objetivos esperados con un equipo de trabajo.

### **Jaime Salcedo**

La participación en el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) enfocado en la exportación. La interacción directa con empresarios interesados en iniciar operaciones de exportación ha proporcionado valiosas lecciones en términos de habilidades sociales. Este contacto directo no solo implica comunicación efectiva, sino también la capacidad para comprender las necesidades específicas de cada empresa y adaptar servicios en consecuencia. La importancia destacada de mantener una comunicación estrecha con las empresas y el equipo de trabajo resalta la relevancia de las habilidades sociales en el ámbito profesional. La adaptación de servicios según las necesidades específicas de cada empresa no solo implica un conocimiento

técnico, sino también la comprensión de las dinámicas internas y el establecimiento de relaciones sólidas.

Asimismo, asumir responsabilidades vinculadas a la exportación implica colaborar con diversos actores en el ámbito profesional. Este trabajo conjunto destaca la importancia de la adaptabilidad, la capacidad para trabajar en equipo y la resolución de problemas en un entorno empresarial, elementos clave en el aprendizaje social.

### **Gabriel Rosas**

Aquello en lo que considero que más se vieron implementadas y desarrolladas mis habilidades sociales, son al momento de tener iniciativa en realizar las cosas, cuando se pone por delante tu disposición de trabajar, los demás te apoyan y siguen ese comportamineto, incentivando con ética y con base en resultados positivos en nuestros entregables. Además, estoy orgulloso de formar parte de un proyecto 100% mexicano en donde su objetivo principal es acercar a los extranjeros al consumo de nuestro producto y así conocer más de nuestra cultura e identidad. Por ello, ofrecí herramientas y soluciones al consorcio para expandir su producto llegando al objetivo adecuado. Contribuyendo para la economía del país siendo los empresarios dueños del consorcio así como a las socias de sus microempresas, a los agricultores de cada una de ellas se vieron beneficiadas ya que gracias al aumento de demanda esto provoca mayor producción, obteniendo más ingresos todos los involucrados en el círculo, además de posicionar al Tequila y nuestra nación.

- Aprendizajes éticos

### **Jimena Moreno**

En cuanto a los aprendizajes éticos, aprendí a trabajar con información confidencial de una empresa, entendiendo que son temas delicados y están brindando la confianza de poder utilizar dichos datos para el cumplimiento de objetivos y de nuestra parte, no traicionar esa confianza y utilizar dicha información solo para los fines establecidos. Además, se pone en práctica el mantener esa línea de respeto con la empresa, con mis compañeros y con el

profesor, entendiendo que, aunque no siempre nos parezca correcta la forma de actuar de los demás o su forma de pensar, se debe de respetar y no mezclar los temas personales con el trabajo profesional.

**Diana Rodríguez:**

La participación en ese proyecto también me permitió aprender a lidiar con situaciones o solucionar conflictos que se presentaron en el camino, teniendo siempre en cuenta mis valores, mi educación y profesionalismo, es importante mencionar y reconocer que la empresa contó con nosotros para desarrollar un proyecto que quieren implementar a la brevedad, por lo que hacer las cosas bien hechas y siempre de la mano de la ética abre las puertas a que en un futuro otras empresas tengan la confianza de ponerse a disposición de que se realicen proyectos de este tipo teniendo la certeza de la calidad y transparencia con que se elaboraron las cosas.

**Jaime Salcedo**

La participación en el proyecto no solo requirió la gestión de situaciones desafiantes, sino también la aplicación constante de valores y profesionalismo. La empresa confió en nosotros para un proyecto de plan de exportaciones entregándonos con toda confianza información sensible, destacando que la ética no solo es un requisito moral, sino también una puerta abierta a futuras oportunidades. La calidad y transparencia en nuestro trabajo no solo benefician a la empresa actual, sino que construyen una reputación que puede abrir puertas en el futuro. Siempre hubo respeto entre la empresa y nuestro equipo de trabajo al igual que siempre se tuvo una comunicación constante entre nuestro equipo y a empresa.

**Gabriel Rosas**

Considero que las acciones que tomé a lo largo del curso fueron las adecuadas debido a que cada integrante del equipo trabaja bajo su experiencia, por ello, cada uno tiene su punto de vista y es respetable, sin embargo, en las aportaciones a pesar de que existan discrepancias éstas llegaron a un acuerdo por cada una de estas se trataron con respeto y escucha activa para que todas aquellas se pueden solucionar de forma eficiente. Considero que la ética es

fundamental en las empresas y en cualquier lado, estamos agradecidos con la empresa por habernos dado su confianza y así brindarnos aquellos datos sensibles en los cuales pudimos desarrollar para entregar sus solicitudes, esto es indispensable ya que al momento de trabajar con ética profesional, permite una comunicación con mayor transparencia y así llegar a acuerdos claros y precisos cuidando siempre la integridad e información de cada uno de los involucrados.

- Aprendizajes en lo personal

### **Jimena Moreno**

Personalmente, me doy una idea de cómo es la dinámica de trabajo más enfocada en lo laboral y no tanto en lo escolar, ya que durante la universidad, se tuvieron muchos tipos de proyectos pero la dinámica de trabajo era estudiantil, en este caso al trabajar con una empresa, aprendí a comunicarme de manera más formal, a conocer lo que está bien y lo que no está bien de comentar o de actuar en una relación laboral y sobre todo, a la manera que se debe actuar cuando una empresa no está actuando como te gustaría o no está colaborando en el cumplimiento correcto de los objetivos.

### **Diana Rodríguez:**

Al finalizar este proyecto me quedo satisfecha de tener la oportunidad de plasmar mis conocimientos en un proyecto en una empresa para su aplicación, desarrollé habilidades importantes que podré utilizar en mi vida profesional en futuros proyectos o en empresas que quieran exportar, lo cual sería favorable para ellos ya que tendré experiencia previa, les permitiría ser más competitivos, tener un mayor alcance a diferentes mercados y no solo incrementarían sus ganancias sino permitiría que el extranjero conozca la calidad de productos que tiene México, además de favorecer la economía de México, por otro lado, permitirá a los principiantes en exportación de la empresa saber que requerimientos necesita para realizar una exportación con éxito.

### **Jaime Salcedo**

En el ámbito personal, esta experiencia me ha brindado una nueva perspectiva sobre la dinámica laboral en comparación con el entorno estudiantil al que estaba acostumbrado en la universidad. Aprendí a adaptarme a una comunicación más formal y a comprender las sutilezas de lo apropiado e inapropiado en el contexto laboral. Manejar situaciones en las que la colaboración de la empresa no era la esperada también fue un aprendizaje valioso, proporcionándome una comprensión más profunda de cómo abordar desafíos en entornos profesionales.

El culminar este proyecto me llena de satisfacción al aplicar mis conocimientos en un contexto empresarial. Desarrollé habilidades cruciales que serán transferibles a futuros proyectos profesionales o a empresas que busquen expandirse internacionalmente. Esta experiencia previa me posiciona como un activo para futuros empleadores, brindándoles una ventaja competitiva y ampliando su alcance a diferentes mercados.

**Gabriel Rosas:**

Desde el ámbito personal relacionado con el PAP, considero que fue enriquecedor, particularmente el conocimiento de todos los requisitos necesarios para exportar los productos del consorcio desde cómo se deben de dar de alta a las empresas, requerimientos del SAT, el etiquetado, las normas, su clasificación arancelaria hasta el conocimiento de los organismos que se especializan en el rubro, me fue interesante y algo que aprendí fue su aplicación dentro de una empresa.

Considero que el trabajo en equipo es fundamental en todas las empresas ya que nosotros al ser la fuerza de trabajo debe existir sinergia y buena comunicación entre cada uno de nosotros, por ello es algo que se debe de seguir practicando. La problemática que encontré en el proyecto fue la poca disponibilidad del consorcio, así como la entrega en los requerimientos, estos se presentaban tarde o inclusive ni se entregaban, por lo tanto, nos retrasó en nuestros avances para el cumplimiento de los objetivos. Me gustaría que la institución comprometa a las empresas consultadas a tener una mayor apertura y disposición de los trabajos para exprimir todo lo posible el proyecto.

Agradezco a la institución por haberme permitido de formar parte de este proyecto, gracias a este pude explotar mis conocimientos y habilidades desarrolladas a lo largo de mi carrera, aplicándose de manera exitosa y satisfactoriamente en esta práctica.

## **5. Conclusiones y recomendaciones**

Al inicio de este proyecto, se platicó con la empresa sobre sus intereses en la internacionalización, fue nuestra labor informarnos sobre la empresa previamente y externar nuestras preguntas a los encargados de la organización acerca de sus actividades, para así darnos una mejor idea de la manera en que trabajan, la manera en que nosotros podríamos adaptar nuestro trabajo acorde a sus necesidades y deseos, además de entender el panorama en el que estaríamos trabajando a lo largo del semestre.

Además, se establecieron una serie de objetivos, que se sometieron a negociación entre el profesor, los alumnos y la organización, de acuerdo con lo que la empresa solicitaba de nuestra parte y la realidad de la cantidad de trabajo que se podría lograr en el tiempo determinado. A partir de ello, se realizó un plan de trabajo claro para mantener una carga equilibrada a lo largo del semestre.

En cuanto al contenido del proyecto, se destaca que el consorcio cuenta con una gran variedad de marcas y la idea de realizar un manual de exportación estandarizado, es una gran herramienta tanto para el desarrollo de nuestras competencias como para el proyecto de internacionalización de la empresa, ya que permite que todas las marcas de su consorcio se encuentren en el mismo canal y que, si en un futuro se agregaran más marcas, entiendan de manera práctica el procedimiento para estar al corriente con los objetivos del consorcio.

Respecto al análisis profundo de productos, competencia, costos, precios, redes sociales y mercados, se sugiere el replanteamiento de los mercados a los cuales dirigirse, ya que como resultado del análisis se identificó un área de oportunidad en el tema de los precios, ya que al comprar los precios finales de las marcas del consorcio con los precios del mismo tipo de producto en los mercados solicitados, se detectó que el producto no muestra la competitividad esperada para adaptarse a los precios existentes en las principales tiendas distribuidoras.

Uno de los mayores retos durante este proyecto, fue la comunicación con la empresa. Como equipo, desde el inicio establecimos una agenda de trabajo clara, y a lo largo del proyecto se necesitó de información específica sobre la empresa para poder trabajar y desarrollar exitosamente el proyecto. Dicha información se solicitó a los responsables de la empresa, sin embargo, el proceso para recibir la información de su parte era muy tardado, por lo que generó un retraso en nuestras actividades. Como recomendación, sugerimos a la empresa que, al tomar el compromiso con el proyecto, organicen su disponibilidad para responder de manera más frecuente, se sugiere que se tome en serio la comunicación, ya que el trabajo que realizamos es totalmente dependiente de dicha información y la comunicación.

## **Bibliografía**

Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (2023) *Distilled Spirits Labeling*. U.S. Department and Treasury. <https://www.ttb.gov/distilled-spirits/labeling>

APTA CE (2022) *Tarifa Arancelaria APTA CE*  
[http://www.apta.com.mx/aptace/tarifa/tarifa\\_detalle.php?fraccion=2208.90.99](http://www.apta.com.mx/aptace/tarifa/tarifa_detalle.php?fraccion=2208.90.99)

BEVMO (2023) *Bemol by go puff*. BEVMO <https://bevmo.com/>

BINNYS (2023) *Binny's Beverage Depot*. BINNYS <https://www.binnys.com/>

BREAKTHRU (2023) *Breakthru beverage group*. BREAKTHRU.  
<https://www.breakthrubev.com/>

CASA MARENGO MX – Tequila Casa Marengo, de El Arenal, Jalisco, Destilería El Limón. (s. f.). <https://casamarengo.mx/>

COFEPRIS (s.f.) *Aviso a la COFEPRIS de funcionamiento y de responsable sanitario del establecimiento de servicios de salud*. Gobierno de México.  
<https://www.gob.mx/tramites/ficha/aviso-de-funcionamiento-y-de-responsable-sanitario-del-establecimiento-de-servicios-de-salud-a-la-cofepris/COFEPRIS787>

COMERCAM (s.f.) *Un nuevo rostro, un nuevo alcance, una nueva historia*. Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal. <https://comercam-dom.org.mx/>

CRT (s. f.). *Certificado de autenticidad para la exportación de tequila*. Consejo Regulador del Tequila. <https://www.crt.org.mx/index.php/es/features-3/servicios/certificado-de-autenticidad-para-la-exportacion-de-tequila>

CRT (2023) *Exportaciones por Categoría Tequila y Tequila 100% de Agave*. Consejo Regulador del Tequila <https://www.crt.org.mx/EstadisticasCRTweb>

CRT (2023) *Exportaciones por forma - Volúmenes expresados a 40% Alc. Vol. millones de litros.* Consejo Regulador del Tequila. <https://www.crt.org.mx/EstadisticasCRTweb/>

Del Maguey (2023) Del Maguey Single Village Mezcal <https://delmaguey.com/>

Disaronno (2023) *Dis is an Italian history.* Disaronno USA. <https://www.disaronno.com/en/>

Don Julio Tequila (s.f.). *Luxury Premium Tequila | Official Site.* Don Julio. <https://www.donjulio.com/>

Drizly. (2019). Home. Drizly <https://drizly.com/>

Epic Wine & Spirits (2023) *Home.* Epic Wine & Spirits California. <https://epicwineandspirits.com/>

FDA (s. f.). *Industry Systems.* Food and Drug Administration. <https://www.access.fda.gov/>

Frangelico (2023) *Beyond the obvious.* Frangelico USA. <https://frangelico.com/es/>

Georgia Crown Distributing Co. (2021). *Georgia Crown Distributing Co. | Beer, wine, liquor, and Specialty.* Georgia Crown Distributing Co. <https://www.georgiacrown.com/>

HTS (2023) Harmonized Tariff System. <https://hts.usitc.gov/>

IMPI (s.f.) *Convenio para uso de una denominación de origen.* Gobierno de México. <https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-de-convenio-para-uso-de-una-denominacion-de-origen/IMPI3177>

Jägermeister. (2023) *Meister the moment.* Jägermeister USA. <https://www.jagermeister.com/en-US>

JOHNSON BROTHERS (2023) *Johnson Brothers* <https://www.johnsonbrothers.com/>

Siete Leguas (s. f.). *Siete Leguas | Naturaleza artesanal.* <https://casasieteleguas.com/>

LibDib. (2021). *Contact Us to Purchase or Sell Craft Wine and Spirits.* Liberation Distribution. <https://libdib.com/contact/>

Licor 43 (2023) *Welcome to Licor 43.* Licor 43 USA. <https://www.licor43.com/>

Maestro Dobel. (2023). *Home.* Maestro Dobel. <https://maestrodobel.com.mx/>

Mexcor (2023) *California.* Mexcor Distributors. <https://www.mexcor.com/california>

MEXCOR (2023) *Home.* Mexcor International <https://www.mexcor.com/home>

MONTE LOBOS (2023) *Monte Lobos Mezcal* <https://www.montelobos.com/en-us/>

OMPI (s.f.) Sistema de Madrid: cómo presentar una solicitud internacional de registro de marca. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. [https://www.wipo.int/madrid/es/how\\_to/file/file.html](https://www.wipo.int/madrid/es/how_to/file/file.html)

Pacific Edge Wine & Spirits (2023) *Pacific Edge Wine & Spirits.* Pacific Edge Marketing Group Inc. <https://www.pacificedgesales.com/california/>

Prime wine and spirits. (s. f.). *Contact.* Prime Wine & Spirits <http://www.primewineandspirits.com/contact-us/ga>

Republic National Distributing Company (s.f.) USA. RNDC <https://www.rndc-usa.com/>

Republic National Distributing. (s.f.). *ERNDC.* RNDC <https://www.erndc.com/>

RNDC (s. f.). *History.* Republic National Distributing Company. <https://www.rndc-usa.com/about-us/history/>

RNDC (2023) *Home*. Republic National Distributing Company. <https://www.rndc-usa.com/>

SavDist. (s. f.). *SPIRITS*. SavDist. <https://www.savdist.com/spirits>

Servicio de Administración Tributaria (s. f.). *Exportadores - Consultas de orientación - Portal de Trámites y Servicios*. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Gobierno de México. <https://www.sat.gob.mx/consulta/78455/exportadores#:~:text=Los%20requisitos%20que%20deben%20cumplirse,las%20Reglas%20de%20comercio%20Exterior>

Servicio de Administración Tributaria (s. f.). *Padrón de importadores y exportadores*. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Gobierno de México. <http://omawww.sat.gob.mx/PadronImportadoresExportadores/Paginas/index.html>

SIAVI (2021) Secretaría de la Economía. Gobierno de México <http://www.economia-snci.gob.mx/>

Southern Glazers (2023) *Grow your brand with Southern Glazers*. Southern Glazers California. <https://www.southernglazers.com/>

SPECS (2023) *SPEC'S Wine - Spirits - Finer Foods*. SPECS. <https://specsonline.com/>

Tequila Fortaleza (s.f.). *150 Years of Tradition*. Tequila Fortaleza. <https://tequilafortaleza.com/>

Tequila Ocho. (s.f.). Tequila Ocho. <https://ochotequila.com/>

Tequila Tres Mujeres (s. f.). *Inicio*. Tequila Tres Mujeres. <https://www.tequilatresmujeres.com.mx/site/index.php/es/>

TTB (2023) *Imports Tax Benefits under the Craft Beverage Modernization Act*. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau <https://www.ttb.gov/alcohol/cbma-imports>

USPTO (2019) *Using the Trademark Electronic Search System*. United States Patent and Trademark Office. <https://www.uspto.gov/trademarks/search/using-trademark-electronic-search-system>

VACA LOCA (2023) *Vaca Loca Mezcal* <https://vacaloca.mx/>

## **Anexos**

**Anexo 1:** Autorización de inscripción para el padrón de exportadores general

**Anexo 2:** Convenio de Corresponsabilidad y Vinculación

**Anexo 3:** FDA

**Anexo 4:** Requisitos de Etiquetado en Estados Unidos TTB

**Anexo 5:** Checklist de cumplimiento de etiquetado en Estados Unidos por el TTB

**Anexo 6:** Certificado de Origen T-MEC.

**Anexo 7:** Impuestos federal y estatal Yexal

**Anexo 8:** Productos

**Anexo 9:** Costing Yexal Spirits

**Anexo 10:** Análisis de precios de la competencia

**Anexo 11:** Matriz de análisis de redes sociales de competencia Yexal