



BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS
EMPRESAS

ASIGNATURA: NEGOCIOS INTERNACIONALES

ALUMNO: VICTOR ABDIEL ZAMORA GUTIERREZ

ASIGNACIÓN: MERCADO META

HORARIO: 12:00-13:00

PRODUCTO A DISTRIBUIR

Cerveza de malta

En este ejercicio tomamos como producto a comercializar la cerveza de malta, como sabemos, la malta es el segundo ingrediente más utilizado para la elaboración de una cerveza, ya que para denominar a una bebida cerveza, los azúcares fermentables deben de haberse obtenido de la malta de algún cereal. La malta proviene del cereal que se deja germinar durante un proceso llamado malteado. El malteado produce enzimas que hacen que el almidón del cereal se convierta en azúcares fermentables. Existe multitud de tipos de malta de cerveza según el cereal del que se obtienen y el grado de tostado que se le de. Las maltas se tuestan para añadir sabores especiales pero en el proceso se pierden azúcares fermentables.

Nosotros nos decidimos a crear y distribuir una cerveza artesanal de malta.

¿Porqué elegimos este producto?

La razón principal, es la estrecha relación que existe culturalmente en México con la cerveza, no debemos redundar a profundidad para saber lo que significa dicha bebida helada que en algún momento todos hemos probado, para los mexicanos, e ahí donde nace esta idea, analizando todo lo que representa para los nosotros, el cómo se ha convertido en esta bebida indiscutible para toda reunión, las adaptaciones que se les han generado con el fin de cubrir todo tipo de mercados mexicanos nos hizo pensar, ¿por qué no llegar un poco más lejos? Analizando diversos mercados encontramos uno al que decidimos adentrarnos, esto por diversos factores, aprovechando los tratados comerciales que existen entre nuestras naciones nos representaban una oportunidad excelente, estadísticamente hemos visto la aceptación del producto mexicano en este mercado, generando un análisis cualitativo pudimos cerciorarnos de su efectividad para penetrar dicho mercado y por ultimo las ventajas competitivas que nuestra empresa tiene sobre las demás, al mercado al que nos decidimos adentrar es el mercado Canadiense y más adelante daré respuesta al porqué.

Estrategia de entrada.

En nuestra primera fase de entrada nosotros optamos por un método de entrada indirecto ya que al entrar en una cantidad pequeña y sin tanto expertis resulta preferente tanto en costos ya que no llenamos la cantidad mínima para entrar si quiera a nuestro punto de equilibrio, al igual que por temas de cumplimiento de contrato, iniciando procesos comerciales no podemos arriesgarnos a comprometer la mercancía. Por ello optamos por un **“Método indirecto por Consorcios de exportación”** de esta manera generamos una relación comercial que nos permite expandir nuestros horizontes de una manera más segura y guiada, al igual que las ventajas de un **joint venture**, esta alianza la buscamos y consolidamos con una empresa de tarros para cerveza la cuál se dirige principalmente a pequeños bares en la capital de Canada, una alianza beneficiosa en todo sentido como estrategia de entrada, por el momento no buscamos ningún tipo de inversión ya que estamos explorando aún nuestras posibilidades, sin embargo, si nos vemos atraídos a algún financiamiento u apoyo gubernamental.

Plan de Marketing Internacional

Producto

Nosotros optamos por una estrategia de adaptación ya que si bien pudimos recrear un contexto meramente de cerveza comercial mexicana nos hubiésemos visto limitados ya que en aquella región se muestran más atraídos a notas de sabores fuertes, por otra parte de haber seguido por el mismo camino al ofrecer una cerveza comercial nos hubiésemos vistos opacados por las grandes cerveceras que a largo plazo no generaría rentabilidad, por lo que decidimos generar algunas adaptaciones y llegamos a una cerveza con estas características, 11,5°, hecha con sirope de arce. La producción de la cerveza es limitada, potente, con alcohol en boca pero que se diluye inmediatamente dejando paso a un amplio buque, Interesante para aperitivos lo que nos resulta atractivo ya que buscamos entrar a un mercado de tipo restaurante/bar.

Precio:

Nos ajustamos a un precio al cliente final por mayoreo de US\$2.50 dólares canadienses lo que al tipo de cambio actual representa un precio de \$30.75 pesos mexicanos por una botella de 341 mililitros lo cual nos deja dentro del promedio de precios en esta región. con costos de exportación de \$4.05 pesos por unidad, costos unitarios de \$16.60 pesos mexicanos, lo que nos arroja una ganancia de \$10.60 por unidad.

Como mencionamos con anterioridad Canada genera un mercado muy viable por la demanda que conlleva según la pagina Data México. En 2023, el intercambio comercial total (incluye compras y ventas internacionales) de Cerveza de Malta fue de US\$6,184M.

En 2023, las entidades federativas con más ventas internacionales en Cerveza de Malta fueron Nuevo León (US\$411M), Aguascalientes (US\$185M), Baja California (US\$2.09M), Jalisco (US\$999k) y Michoacán de Ocampo (US\$631k).

Actualmente el dolar canadiense ha tenido bajas en su tipo de cambio, sin embargo eso también repercute de manera positiva en los costos de exportación.

Plaza