

EMPRENDE *ya*

GUÍA PARA TU CRECIMIENTO



TOLUCA
CAPITAL

AHORA SÉ LOS BENEFICIOS
DE REGISTRAR MI MARCA





Una diosa de la malta mexicana

Alexia Sandoval es ingeniera en sistemas energéticos, tiene 32 años. Hace cuatro, se animó a dar el salto y a emprender en un ramo dominado en su mayoría por hombres: el cervecero. “La lección más importante que aprendí con este proyecto es a confiar en mí misma. Me di cuenta de que mucho de lo que nos falta a las mujeres es creérnosla y que nadie tiene que venir a decirte que sí puedes”.

Así surgió Cervecería Diosas, una productora que elabora cuatro cervezas artesanales inspiradas en la fuerza, la inteligencia, el misterio y la belleza que caracterizan a las mujeres y que se plasma a través de: Venus, Atena, Isis y Mist.

Generalmente la cerveza es una bebida que está asociada con el género masculino. Tras trabajar una década en el ámbito de la cerveza artesanal, la emprendedora se percató de que la bebida era poco preferida por las mujeres por desconocimiento o falta de una oferta específica.

No obstante, el 40% de los consumidores que asistían a Beer Factory y a Fiebre de Malta, las dos cervecerías en las que trabajó, eran mujeres. “Me di cuenta de que nosotras podemos identificar sabores más sutiles y percibir más fácilmente aromas a café y chocolate, que se encuentran en stouts y que regularmente son más dulces”, además de que se percató de que: “Todo el marketing va enfocado a la parte masculina y nos hemos tenido que adaptar al consumo de un producto no dirigido a nosotras”.

Alexia desarrolló cuatro variedades de “Diosas”. Cada una tiene características diferentes, en las que destacan sus notas frutales, aromáticas, especiadas y cítricas.

- Venus es una cerveza muy ligera, muy femenina y de color rosa ya que está elaborada con tuna roja. Remite a la belleza y a la diosa del amor y la fertilidad.
- Atena es una cerveza estilo indian pale ale dorada intensa. Contiene cáscara de toronja y cítricos que le dan más carácter y el amargor característico de su estilo.
- Isis, una cerveza estilo red ale color rojizo con cuerpo medio, contiene especias y nuez moscada. Se trata de una opción más enigmática.
- Y Mist, aunque no es una diosa sino una

valkiria, es decir, una guerrera amazona, tiene más cuerpo y grado alcohólico. También es más oscura. Es estilo stout a la que se le agregó avellana, cacao y un ligero toque a caramelo.

La inversión inicial para empezar el negocio fue de 300 mil pesos, que juntó con una socia, y aunque algunos le sugirieron no enfocarse exclusivamente en las mujeres, Alexia ya tenía definido su target y lo que buscaba con su propuesta.

Desde el inicio una de sus colaboradoras captó la idea y diseñó cada una de las etiquetas. La idea es que las consumidoras se identifiquen con las características de las cervezas, ya que “en cada una de nosotras vive una diosa”, asegura Alexia.

Creer como concepto

El desarrollo de las cuatro variedades tardó cerca de seis meses. Fue una producción artesanal en la que se hizo un focus group que incluía tanto expertos en el ramo cervecero, como integrantes de la asociación de catadores de cerveza, hasta neófitos en el tema. La propuesta gustó y el lanzamiento se hizo en un festival donde fue muy bien recibida por los consumidores.



● **120 millones** de hectolitros de cerveza produjo México en 2018.

● **40 millones** de hectolitros se exportaron en 2018.

358,000 toneladas de cebada produce Guanajuato

Le sigue Hidalgo con 238,000 toneladas

25% de las exportaciones agroindustriales del país representa la cerveza

74% se exporta a Estados Unidos

4% a China y

3% a Reino Unido

Piñata2go:

EJEMPLO DE FORTALEZA DESPUÉS DE UN DESFALCO

A finales de 2014, cuando ya contaba con una empresa consolidada que exportaba 20 mil piñatas al mes y tenía una plantilla laboral de 64 empleados, Yanalteh Solís, fundadora de Piñata2Go (Piñata To Go), fue desfalcada por un empleado “de confianza” con 2 millones de pesos, mientras ella estaba de vacaciones con su hija.

Desde la concepción del producto, Yanalteh tenía claro buscar el éxito con algo representativo de México, y es así como nació Piñata2go. La historia de Piñata2Go se remonta a Querétaro en 2011, cuando la emprendedora desarrolló su idea en la incubadora de negocios del Tecnológico de Monterrey (ITESM) para la exportación de productos y artesanías mexicanas.

Su innovación al diseño de la piñata, registrada

conforme a la normativa aplicable a la propiedad industrial, llamó la atención de dos de los tiburones del programa Shark Tank México, Arturo Elías Ayub y Rodrigo Herrera, quienes en 2016 se convirtieron en los únicos socios de Yanalteh al inyectarle 2.5 millones de pesos a la empresa.

Camina antes de correr

Uno de los principales retos para Yanalteh fue ganarse la confianza de sus clientes, “al ser una mujer y joven, no te dan la misma credibilidad, así que he tenido que romper paradigmas con mis clientes y hacer que confíen”.

La voz comenzó a correrse y para 2014 encontró su primer cliente grande, la cadena de tiendas de autoservicio Walgreens, que compró un lote de 24 mil piñatas para venderse en todo Estados Unidos.

Si bien el trato fue exitoso, al paso del tiempo la emprendedora considera que ir con un producto nuevo a un mercado internacional fue muy arriesgado de su parte. Antes de enviar un producto al extranjero, recomienda probarlo de forma local, “si algo sale mal, si está dañado o si la gente no entiende las instrucciones, estás más cerca para repararlo o reemplazarlo”, explica. De acuerdo con su experiencia, si lo mandas al exterior directamente es más difícil controlar el funcionamiento en campo y monitorearlo que piensan los consumidores, o incluso recorrer los puntos de venta para ver que esté en exhibición correctamente.

Dos años transcurrieron, Yanalteh vivía estable con un sueldo fijo, pero el plan de seguir con su empresa nunca cesó. Casi como caída del cielo, llegó una oportunidad que no podía rechazar: participar en la segunda temporada del programa Shark Tank México, aquí se abrió la posibilidad de darle continuidad a la empresa gracias a la inversión que recibió por 2.5 millones de pesos a cambio del 50% de las acciones de la compañía.

Aplica normas internacionales

Yanalteh comparte que exportar es menos difícil de lo que se cree mientras se siga el proceso correcto. El

principio básico es investigar sobre lo que consume el país al que quieres llegar, así como utilizar las estadísticas arancelarias de exportación en mercados con interés en productos mexicanos, además de los posibles canales de comercialización y distribución de tu país destino.

El siguiente paso para Piñata2Go fue darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes y obtener su fracción arancelaria, que se trata de un código numérico de identificación exclusivo para las regulaciones y condiciones de exportación a nivel internacional. Este código sólo puede otorgarlo un agente aduanal y es el mismo para cualquier país, sin importar el idioma.

Al exportar a más de un país, la empresa ha desarrollado un plan de negocios para cada destino, ya que los procedimientos, reglamentos y tratos pueden variar de acuerdo al cliente y a las regulaciones.

Entre los costos que Piñata2Go consideró antes de exportar están los impuestos (o aranceles), el pago al agente aduanal y el tipo de transporte, que varía según las dimensiones, el peso y la urgencia del pedido, y que en general son absorbidos por el importador.

Para determinar las responsabilidades del exportador e importador, Yanalteh recurre a los Incoterms o términos internacionales de comercio que estipulan las normas de aceptación voluntaria por las dos partes respecto a las condiciones de entrega y los gastos, los riesgos durante el envío y cuál de las dos partes los asume.

Para la emprendedora la mejor recomendación es “buscar a alguien que se convierta en tu coach de exportación”, para asesorarte en conceptos o precios, por ejemplo, y así evitar que se aprovechen de tu poca experiencia y te den costos elevados por este motivo.

La emprendedora resume lo que se necesita para destacar en el extranjero: “La clave es producir artículos de calidad y entregar en tiempo y forma, la informalidad te trae mala reputación y, si te equivocas al exportar, ¡cuidado! porque la voz se corre muy rápido”.



Departamento de
Fomento Industrial

ASESÓRAte

Programa de capacitación



TOLUCA
CAPITAL



Nuestro principal objetivo es proporcionarte de las herramientas necesarias para desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes que te ayuden a mejorar el desempeño en tu negocio.

Si estás interesado ponte
en contacto con nosotros

 402 0250

 emprendeya.toluca@gmail.com



Departamento de
Innovación y Competitividad

Exhibe PyME

foro para pequeñas y medianas empresas

Se llevo a cabo la primera "Exhibe PyME" que tiene por objetivo promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, con la intención de apoyarlos a consolidar sus negocios ofertando sus servicios y herramientas que incentivarán su productividad.



ANIMATE

Mayores informes:

 402 0250



Departamento de Fomento
a la Economía Popular

te **IMPULSAMOS**

Programa de microcréditos



TOLUCA
CAPITAL



Si decides iniciar o hacer
crecer tu negocio

¡Acércate!

Plaza Fray Andrés de Castro, Edificio C.
Primer piso. Col. Centro

 722.384.1100 Ext. 215

Departamento de Licencias



Es el encargado de orientar, autorizar, actualizar, realizar altas, cambios y tramitar bajas de Licencias de Funcionamiento mediante las siguientes modalidades:

- Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE)
- Sistema Único de Gestión Empresarial (SUGE)

Plaza Fray Andrés de Castro,
Edificio D. Planta Baja.
Col. Centro

Teléfono:
722.384.11.00 Ext. 696



Departamento de
Promoción al Empleo

EMPLÉATE

martes de oportunidades



TOLUCA
CAPITAL

Concha Acústica
Portales de Toluca

Horario:
de 9:00 a 14:00 horas.

Mayores informes:

Plaza Fray Andrés de Castro, Edificio C.
Primer piso. Col. Centro

 722.384.1100 Ext. 215