

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

**3F02 PROGRAMA DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS PARA LA GESTIÓN EN
MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS I**

**“INFORMACIÓN ESPECIALIZADA SOBRE PERFIL DE MERCADO PARA LA
EMPRESA FRUTI ANTOJO”**

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre de 2016

PRESENTAN

Lic. en Comercio y negocios globales. Juan Pablo Alejandro Díaz

Lic. en Comercio y negocios globales. Daniel Santiago Corona Esteban

Lic. en Comercio y negocios globales. Quitzia Elena Mendoza Cano

Lic. en Mercadotecnia Internacional. Ana Paola Soto Ramírez

Profesor PAP: Juan Pablo Cedeño.

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	2
1. Introducción.	3
1.1. Objetivos	
1.2. Justificación	
1.3. Antecedentes	
1.4. Contexto	
1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	
2. Desarrollo:	7
2.1. Sustento teórico y metodológico.	
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	
3. Resultados del trabajo profesional.	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	14
5. Conclusiones.	26
6. Bibliografía.	27

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

El presente proyecto tiene como objetivo apoyar a la empresa Casa de Flores, quienes elaboran productos en base a la fruta cactácea: la pitaya, en el proceso de exportación de sus productos. Se debe mencionar que de todos los productos que la empresa elabora, se decidió únicamente enfocarse en la mermelada y el aderezo. Se enfatizó el trabajo en la búsqueda del mercado meta óptimo para los productos, encontrando que el ideal, es el mercado de habla hispana en California, Estados Unidos. Se decidió que el elemento principal para la promoción del producto en el mercado es el Broker, quien puede llevar a cabo el resurtido y seguir de cerca el avance de los productos. Se establecieron presupuestos probables, así como verificar los requerimientos de la FDA para que se puedan realizar modificaciones necesarias para que los productos puedan entrar en este mercado.

Para el desarrollo de este proyecto, se requirió información tanto de la empresa, como de los competidores directos e indirectos, así como de ambos mercados (nacional e internacional).

En conclusión se ayudó a la empresa Casa de Flores a adecuar sus productos para el mercado Americano, se estableció un mercado con información que sustenta la investigación, se le dio todas las herramientas e información para que la empresa pueda lograr el cometido que es exportar sus productos a Estados Unidos.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Por medio de este proyecto se pretende ayudar a una empresa de desarrollo de productos de Pitaya en el diagnóstico e investigación del mercado de la nostalgia mexicano ubicado en Los Ángeles, California, con el fin de analizar la factibilidad de exportar los productos, además de adecuarlos a las preferencias de los consumidores y establecer las mejores estrategias para lograr el éxito en el mercado estadounidense. Mediante esta investigación se pretende que la empresa logre tener una idea más clara respecto al camino a la exportación, al igual que facilitarle información sobre el mercado, los clientes potenciales, las regulaciones, los canales de distribución, los apoyos financieros, las estrategias de comunicación, entre otras cosas.

1.2. Justificación

La internacionalización de los productos a Estados Unidos se presenta como una alternativa para la empresa, no solo para su crecimiento y aumento de utilidades, si no también se espera que se aumente el conocimiento de esta fruta exótica como lo es la pitaya. La exportación de sus productos a EUA es una gran oportunidad para explorar nuevos clientes al igual que buscar nuevos consumidores con diferentes perspectivas y que buscan nuevos productos en el mercado. Esta empresa busca incursionar en el mercado de Los Ángeles, California por la cantidad de clientes potenciales que este mercado representa, como lo es el “mercado de nostalgia”

(Personas que se van de México a Estados Unidos). Estas personas representan una oportunidad al no poder consumir esta fruta al ser originaria de Jalisco. Actualmente esta empresa ha tenido acercamientos con personas que radican en Estados Unidos y que se llevan sus productos al extranjero ya que esta fruta solo se produce en México, al igual que se logró un acercamiento con una importante cadena de supermercados dirigida al mercado hispano “Northgate”.

Al término de este proyecto se espera que la empresa logre tener una visión más objetiva sobre sus productos, se realice un diagnóstico exhaustivo sobre el mercado, se logre desarrollar estrategias, plan de exportación, así como recomendaciones para la incursión en mercados internacionales.

1.3 Antecedentes del proyecto

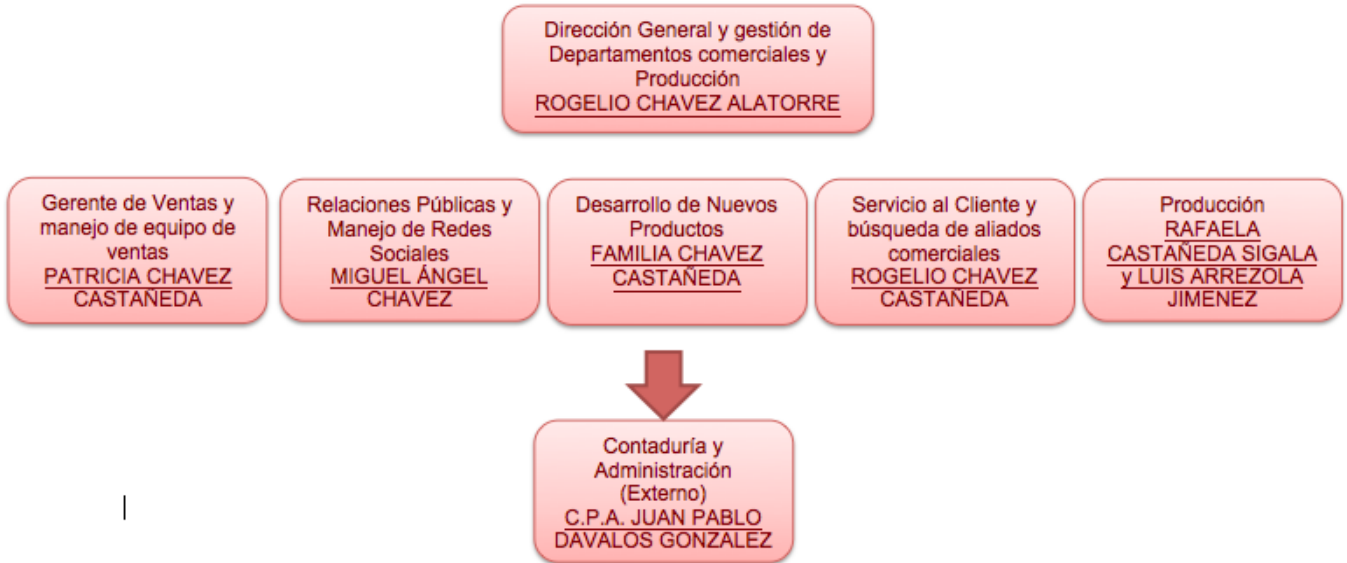
Casa de Flores es una marca de una empresa familiar dedicada a la elaboración de productos derivados de la pitaya. Esta cuenta ya con 6 años en el mercado demostrando un grado de integración, desarrollo e investigación de sus productos de pitaya. La empresa cuenta con 5 productos esenciales, los cuales son la mermeladas de pitaya, las paletas de pitaya, el aderezo hecho a partir de pitaya, el tequila hecho con la complementación de pitaya y los dulces artesanales con sabor a pitaya.

Se le sugirió que se enfocará en dos productos los cuales serían la mermelada y el aderezo, ya que ambos se encuentran dentro de la misma categoría así como estar en la misma zona en las estanterías, y porque se pueden manejar dentro de un mismo canal de promoción.

La empresa busca exportar sus productos a Estados Unidos, por lo que requiere contar con todos los requisitos que sean necesarios para poder entender al consumidor, al igual que los requisitos para poder exportar.

La empresa tiene como razón social Fruti Antojito, a pesar de que maneja el nombre de marca Casa de Flores para la comercialización de sus productos. Se encuentran ubicados en Avenida Paseo de la Arboleda #1155, local A, colonia Rinconada del Bosque, CP 44520, en Guadalajara, Jalisco.

ORGANIGRAMA



1.4. Contexto

La empresa tiene dentro de sus principales objetivos el desarrollo de productos 100% mexicanos así como la exportación de tales a los Estados Unidos de América. La empresa lleva 5 años intentando comercializar los productos. Han tenido contactos positivos en el mercado americano y debido a la falta de preparación, así como la falta de recursos, no se logró concretar las actividades en el extranjero con una cadena muy importante del mercado hispano en Estados Unidos.

El proyecto de esta empresa comenzó por la falta de concentración de productos derivados de esta fruta y el desperdicio que se tenía de los cultivos, al no poder comercializar ni poder consumir todos los frutos.

Actualmente la comercialización de sus productos se realiza en un solo punto de venta ubicado en Av. Arboledas #1166 en Guadalajara, Jalisco. Fruti Antojo cuenta con su propio cultivo y logró tener reservas del producto para contar con producto independientemente de su temporada, esta empresa busca seguir con la innovación aumentando variedad en su cartera de productos, con el cual uno de sus objetivos es lanzar un producto nuevo cada año. Su publicidad se basa en presentarse en ferias nacionales, congresos, fotos y bazares en la ciudad relacionados a los alimentos, a raíz de esto es por el cual están convencidos del potencial y éxito que puede ser sus productos en mercados internacionales por los acercamientos de clientes potenciales que se han tenido en estos eventos.

Los primeros acercamientos para la exportación se basaron en la materia prima (la pitaya), sin embargo este escenario no era positivo para la empresa por la logística y los procesos radioactivos que la fruta requiere para su exportación y la segunda se realizó con la cadena Northgate pero la empresa aún no estaba preparada para este proceso.

Entre los requisitos que se pidieron se cuenta con la búsqueda de clientes en el extranjero, investigación de mercado, apoyo de organismos para la exportación, así como solicitar e informar de los requisitos para exportar a EUA específicamente. A pesar de que la empresa ha buscado expandirse a mercados internacionales aún cuenta con aspectos claves que logran que este proyecto no se concrete, como lo es la adaptación/tropicalización del producto para el mercado mexicano en Los Ángeles para hacerlo más atractivo, aún no cuentan con las especificaciones de FDA y el conocimiento de la fruta de la Pitaya es mínimo en este mercado.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

Este proyecto servirá como una investigación que muestre los alcances que se tienen con los productos desarrollados a partir de la pitaya, así como el proceso para comprobar la factibilidad de la propuesta de exportación de sus productos derivados de la pitaya.

Este proyecto se enfocará en mostrar información relacionada a apoyos económicos para la exportación de productos, la adaptación y adecuación de su imagen en el mercado estadounidense al igual que los contactos necesarios para poder comercializar su producto en Estados Unidos de América.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Las principales teorías de investigación que se pretende desarrollar, analizar y confirmar en este documento es si el mercado mexicano que reside en Los Ángeles, California es el adecuado para el producto, si los productos derivados de esta fruta serán aceptados por el consumidor meta, si el producto podrá ingresar al país destino (restricciones, regulaciones, permisos, etc.) y si las estrategias de distribución (Cadenas de Supermercados enfocadas al mercado hispano), así como de marketing serán las indicadas para el producto que se pretende comercializar.

Las principales fuentes de investigación que se utilizaron para la realización del proyecto se basaron en fuentes de información comerciales, tales como Euromonitor, páginas gubernamentales como Proméxico y FDA, la cual es necesaria para cumplir con las normas y requisitos para la importación de alimentos en Estados Unidos, así como otras páginas de internet para validar las teorías de investigación.

(2015). Euromonitor International. Spreads in the US. Passport.

(2015). Euromonitor International. Spreads in Mexico. Passport.

(2012). El estado del Consumidor Hispano. El imperativo del mercado Hispano. Nielsen.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

- Enunciado del proyecto

El propósito de la investigación es comprobar la factibilidad del proyecto de exportación de los productos derivados de la pitaya. Al término la investigación se pretende resolver las incógnitas que tiene la empresa Fruti Antojos sobre el producto en el mercado meta, mejor manera de adaptar su producto, así como las regulaciones y en base a esto poder ayudar a la empresa a tener una visión más objetiva de los productos. Los objetivos que se plantearon se establecieron según las necesidades de la empresa y que se consideraron importantes para cumplir con la meta: Exportar sus productos al mercado de Estados Unidos.

Los objetivos fueron los siguientes:

- Identificar si el proyecto será factible para la incursión en el mercado hispano que se encuentra en Los Ángeles.
- Identificar los mejores puntos de venta, competidores y tendencias de consumo.
- Cuantificar el mercado meta que actualmente reside en Los Ángeles.
- Identificar las mejores estrategias de marketing y venta para los productos.

- Metodología

El proyecto se desarrolló en base de tareas semanales de las cuales se basó en trabajos de investigación por parte del equipo, asesorías con el coordinador del PAP y reuniones grupales para analizar la información obtenida por los integrantes del equipo y corroborar la información.

Las herramientas utilizadas fueron paginas gubernamentales del gobierno de Estados Unidos y de México para poder comprobar los requisitos, permisos y regulaciones para la exportación de los productos, además de otras páginas como

Euromonitor para realizar la investigación de mercado de los productos elegidos, ver la tendencia y necesidad del mercado meta. Los recursos más importantes que se implementaron para la ejecución del proyecto de investigación contaron en Tecnológicos y humanos.

- Cronograma o plan de trabajo

Tipo de Actividad	Actividad	Recursos necesarios	Fecha prevista
Investigación	Identificar el mercado ideal para el producto	Humanos y tecnológicos	20 de septiembre
Investigación	Definir mercado meta	Humanos y tecnológicos	20 de septiembre
Investigación	Definir productos a exportar	Humanos	20 de septiembre
Investigación	Investigar la capacidad de producción de la empresa	Humanos y tecnológicos	22 de septiembre
Investigación	Investigar competidores directos e indirectos y productos sustitutos de la empresa	Humanos y tecnológicos	27 de septiembre
Investigación	Identificar necesidades del mercado meta para realizar la tropicalización necesaria para la incorporación de los productos del mercado	Humanos y tecnológicos	29 de septiembre
Investigación	Identificar cuál es la demanda actual del mercado nacional como internacional	Humanos y tecnológicos	3 de octubre
Operativa	Identificar si la imagen del producto es adecuada y aceptada por el mercado (pequeñas encuestas a brokers) preparar encuesta con info sobre el producto, etc prox semana	Humanos y tecnológicos	6 de octubre

Investigación	Identificar las mejores estrategias de comunicación y servicio al cliente.	Humanos y tecnológicos	11 de octubre
Investigación	Verificar/Actualizar el registro de instalación ante la FDA	Humanos y tecnológicos	13 de octubre
Investigación	Identificar cuales son las regulaciones, certificaciones, permisos y normas no arancelarias para los productos.	Humanos y tecnológicos	18 de octubre
Investigación	Preparación de los productos a exportar o Registros o Certificados o Etiquetado o Permisos	Humanos y tecnológicos	18 de octubre
Investigación	Definir estrategia de promoción de ventas	Humanos y tecnológicos	27 de octubre
Investigación	Especificar requerimientos financieros	Humanos y tecnológicos	01 de noviembre
Investigación	Identificar los principales apoyos gubernamentales para la exportación y financiamientos.	Humanos y tecnológicos	01 de noviembre
Investigación	Realizar contactos con empresas de logísticas para saber los procesos necesarios para la exportación.	Humanos y tecnológicos	03 de noviembre

- Desarrollo de propuesta de mejora

- Investigación de mercado: Para realizar la investigación de mercado se utilizaron herramientas como Euromonitor y Nielsen, en las cuales nos ayudaron a confirmar la teoría de que el mercado hispano en Estados Unidos era el mercado meta ideal para dirigir las mermeladas por el poder adquisitivo de la población, la

preferencia por los productos de esta categoría, así como productos de origen mexicano y el crecimiento a futuro.

➤ **Requerimientos gubernamentales:** Se consultaron páginas como la FDA y Cofepris para establecer los requerimientos que el producto necesita para contar con todas las normas del país de origen/destino y que pueda ingresar a Estados Unidos, tales como normas sanitarias, normas de etiquetado, certificado de origen, prior notice, etc.

➤ **Apoyos financieros:** Se investigaron apoyos financieros para disminuir la inversión total que la empresa Fruti Antojos tenga que hacer para posicionar su producto en Estados Unidos, algunas organizaciones que dan apoyo a las Pymes y Mypes son: Proméxico, Jaltrade, Fojal, Inadem y Acerca.

➤ **Requerimientos financieros:** Se obtuvo información por parte de Jaltrade de costos de los procesos importantes para posicionar el producto en mercados internacionales tales como misiones comerciales, representante comercial (broker), publicidad, ferias internacionales, costos logísticos (transporte, agente aduanal, almacenaje, etc.), agendas de negocios con clientes y diagnóstico de la oferta exportable de la empresa.

3. Resultados del trabajo profesional

En base a la información analizada durante esta investigación y la etapa en la que se encuentra la empresa, hemos diseñado propuestas que pueden ayudar a la empresa a alcanzar los objetivos que tienen en este nuevo mercado:

- **Enfocarse en un solo proceso para distintos productos**

Se estuvo analizando la información de la empresa, así como fuentes secundarias, y se identificó que la empresa tiene una materia prima, con la cual elabora distintos productos; Cada producto necesita un proceso diferente a los otros y por otra parte, sería más económico y ventajoso para la empresa basarse en tener un solo proceso, como el de la producción de mermelada de pitaya, y explotarlo ofreciendo distintos productos

(mermeladas de otros sabores, alguna combinación como mermelada de pitaya con alguna fruta, o enfocarse en mermeladas de frutas exóticas). De esta manera, además de eficientar la producción, la empresa podrá enfocarse en una sola categoría de productos y esto facilita su comercialización.

Además, al producir distintas opciones de mermeladas, estarían aprovechando el creciente interés de los consumidores por las cocinas globales, como lo muestra la investigación de Euromonitor International, y la búsqueda de éstos por mayor variedad en sabores.

- **Enfocarse en propuestas que fortalezcan al producto base**

En este caso, el producto base es la mermelada de pitaya, y algo que podrían hacer, por ejemplo: una combinación de mermelada de pitaya con queso philadelphia en un frasco, o con mantequilla de maní, por ejemplo, en lugar de enfocarse en desarrollar muchos productos de distintas categorías.

- **Comercializar el producto en “tiendas gourmet” en lugar de cadenas**

Esto, porque en éstas tiendas se podría tener un mejor acuerdo, así como facilidad para promover el producto a los consumidores.

- **Incorporar el uso de e-commerce (comercio en línea)**

De igual manera, otra alternativa positiva es el uso del e-commerce dentro de una plataforma ya establecida como MexGrocer o la tienda en línea de algun supermercado; esto debido al incremento en la participación de las ventas en internet y su proyección de crecimiento del periodo 2015-2020 y que este tipo de venta va a sobrepasar las ventas en supermercados, las cuales registraron un declive de menos del 57% en los últimos periodos. De igual manera, en esta área se encuentran las opciones de MexGrocer.com y El Super, bodega latina, los cuales ambos se enfocan en la venta de productos de origen mexicano al mercado de hispanos en Los Angeles, California y su accesibilidad a comercializar productos mexicanos. La ventaja que tiene El super, bodega latina, es que es

parte de Grupo Chedraui, y con quienes podría facilitarse la relación al ser ambos mexicanos. (La información para contactar a ambos distribuidores se encuentra en apartado “Contactos con supermercados latinos en Estados Unidos).

- **Optar por presentaciones portables**

La demanda por productos de esta categoría que sean naturales, sin azúcar agregados y portables se encuentra representada en las investigaciones de Euromonitor; es por esto, que otra recomendación sería optar por vender productos en presentaciones “to go”, portables, prácticas, individuales. Además, sería un gran diferenciador ya que esto es algo poco común en el mercado.

- **Incorporar alguna combinación interesante**

Otro dato muy interesante es el saber que en Estados Unidos las mermeladas se encuentran en segunda posición en volumen de ventas en el periodo de 2010-2015 (Euromonitor International), y en primer lugar con casi el triple en volumen de ventas se encuentran los untables con base de nuez y semillas, donde entra la mantequilla de maní, por lo que una buena estrategia sería, en base a una adaptación y prueba del producto, desarrollar una combinación de “Peanut butter and Jelly” (mermelada y mantequilla de maní) con la mermelada de pitaya para ofrecer una alternativa diferente ya que la única marca que maneja esta combinación es Smucker’s y únicamente con mermelada de uvas.

- **Reforzar oferta en mercado mexicano**

La categoría “untables” ha crecido un 5% en México, a pesar del aumento de impuestos a productos con alto contenido calórico. Además se espera un crecimiento constante del 3% en los próximos años. Además, el aumento de los impuestos IEPS, ha provocado que los consumidores opten por opciones “más duraderas” como chocolate y mermeladas para en lugar de snacks más pequeños, y por esto mismo, los consumidores buscan ahora nuevos sabores, como la pitaya, y alternativas más saludables con menos azúcar.

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

- Aprendizajes profesionales

DANIEL SANTIAGO CORONA

Lo que fui desarrollando en base a este proyecto fueron distintas competencias como trabajar en equipo, la clasificación de los productos y la búsqueda del mercado al cual se le venderá este producto. Las competencias desarrolladas fueron la capacidad de poder interactuar con diferentes personas para llegar a un bien común. yo creo que el exportar es fácil , cumplir las normas para poder hacerlo es lo más sencillo del proyecto los problemas de burocracia pero. Yo creo que la problemática principal es elaborar la estrategia del producto para que se venda en el otro país. Aprendí que no solo es mandar el producto si no darle el continuo repaso para que este se venda aplicando las diferentes habilidades aprendidas a lo largo de la carrera profesional como es la planeación de exportar un producto y poner lo necesario para el buen funcionamiento del mismo.

ANA PAOLA SOTO RAMIREZ

Sinceramente pienso que este PAP me ayudó mucho a darme cuenta que realmente tengo muchos conocimientos que he adquirido durante mi carrera, los cuales pude poner en práctica ya que era la única de mercadotecnia, junto con 3 compañeros de comercio; al mismo tiempo, ahora tengo una pequeña noción de lo que se necesita hacer para poder exportar un producto, que es algo que siempre me ha llamado la atención pero en mi carrera no lo vemos.

De igual manera, me ayudó a desarrollar poco a poco habilidades de liderazgo y trabajo en equipo ya que no siempre es fácil coincidir en ideas, o en tiempos para reunirnos y llevar a cabo el trabajo, más que nada en este punto en la carrera donde muchos ya trabajamos y por eso no disponemos de todo el tiempo del mundo para trabajar en el proyecto; además, tuve la oportunidad de analizar la marca, Casa de Flores, y hacer sugerencias en cuanto a

imagen que podrían ser benéficas para la empresa, lo cual es algo donde apliqué de manera inconsciente, como si fuera natural, muchos conocimientos que he ido adquiriendo durante mi carrera. También tuve que mejorar mis habilidades de investigación para poder entregar justificaciones 100% confiables y actualizadas que realmente validen las propuestas que estuvimos haciendo.

Gracias a este proyecto pude darme cuenta de la realidad que viven muchas pequeñas empresas; pueden llevar muchos años en el mercado, y estar invirtiendo constantemente en su crecimiento, pero si no tienen bien estructurada la manera en la que trabajarán, bien definida su imagen y productos bien enfocados, como es el caso de la empresa a la que apoyamos, va a ser muy difícil que logren tener el éxito que están buscando. Existen varios organismos que buscan apoyar a este tipo de empresas, pero también es necesario que estas se encuentren bien informadas y tengan apoyo de alguien con conocimientos sobre el proceso de exportación, como en este caso, porque deben de cumplir con los requerimientos que pide el país en el que quieren comercializar sus productos, los cuales pueden cambiar mucho a nuestro país.

JUAN PABLO ALEJANDRE DIAZ

En mi parecer me doy cuenta que este PAP me ayudó mucho a ver nociones de mi carrera de las cuales nunca había escuchado hablar. Una de las principales son las relacionadas a exportar productos a EUA, ya que nunca había escuchado hablar de que se necesitaba estar inscrito en el FDA para poder exportar los productos alimenticios al igual que estar inscrito al TTB's para poder exportar productos alcohólicos.

También gracias a este PAP logré adquirir la experiencia de estar en una convención de diferentes personajes en el medio. Por ejemplo note que para exportar a Estados Unidos necesitas entre muchas otras cosas, como un "trader" por ejemplo que conoce el medio y conoce la forma de consumo en las diferentes partes de EUA.

Ahora, también comprendí que el campo de comercialización y de mercadotecnia es bastante importante cuando hablamos de exportar y importar un producto ya que no siempre se te van a vender los productos a primera instancia y sobre todo si no conoces el

mercado al que vas quizá y ni les interesa. El uso de la base de datos, en mi opinión es bastante ad hoc a lo que muchas personas de mercadotecnia necesitan para manejar sus productos y esperaría que se fomentará el uso de estas ya que fue bastante complicado tan siquiera para mi encontrar esta información directamente, pero una vez encontrada ayudó completamente a armar todo el rompecabezas de esta empresa.

ELENA QUITZIA MENDOZA CANO

Uno de los factores que pude apreciar en la realización de este PAP es la dificultad que tienen las pequeñas/medianas empresas para poder expandir su negocio internacional y nacionalmente. Esta empresa demostró tener una gran perseverancia por todos los procesos que ha tenido que enfrentar a lo largo de 6 años para que su producto sea reconocido por personas no solamente en México sino también en Estados Unidos, sin embargo el proceso de internalización es muy largo y no solamente termina cuando exportas el producto, el proceso también continúa estando en el país destino, de igual forma debes de cumplir con todos los requisitos de importación/exportación del país destino/origen, poder tener un producto con oferta exportable, mantener una estrategia de publicidad y cumplir con la demanda tanto nacional como internacional; todo esto consta de recursos humanos y financieros; por tal motivo es que muchas pequeñas empresas no logran completar el proceso y se quedan a medio camino.

El aprendizaje que tuve del proyecto fue poder acercarme a una empresa que quiere posicionar su producto y lograr ver más a fondo los requisitos que se requieren para exportar alimentos en el mercado de Estados Unidos. Logre implementar mi capacidad de investigación y análisis para dar recomendaciones que pudieran ayudar en un futuro a una empresa real a cumplir con sus objetivos. Este PAP representó un reto al poder establecer tiempos para cumplir con el cronograma de trabajo, trabajar con distintas personas que cuentan con distintas perspectivas e ideas que yo, sin embargo en mi opinión los resultados finales fueron los esperados y se logró completar el proyecto en tiempo y forma.

- Aprendizajes sociales

ANA PAOLA SOTO RAMIREZ

Pienso que con el PAP pudimos apoyar a una empresa real que tiene sus problemas, pero que realmente ellos no tenían conciencia de muchos de estos; ellos pensaban que lo que hacían, era lo correcto y que para exportar sus productos a Estados Unidos, solamente cumplían los requisitos y los mandaban para allá, pero la realidad es que había que definir muchas cosas antes de llegar al punto de exportar, y que hay que tomar en cuenta todos los esfuerzos en promoción y difusión del producto en ese nuevo mercado, lo cual representa una gran inversión que ellos no estaban considerando.

Un gran porcentaje de las PYMEs en México se encuentran en esta situación y se siente muy bien poder al menos, ayudar a una de ellas con todos nuestros esfuerzos y con los conocimientos que tenemos, para que puedan tener una visión más clara de qué es lo que realmente deberían de hacer, o todo lo que requerirán al momento de exportar su producto de manera en que resultara positivo para la empresa, y no fuera solo una inversión sin éxito.

Pienso que a raíz de haber realizado este proyecto, y como me involucré en un ciento cincuenta por ciento, sería muy capaz de llevar a cabo otro proyecto de esta magnitud y entregar resultados que de nuevo signifiquen un crecimiento para la empresa; sobre la toma de decisiones ni se diga, pienso que en este proyecto tomé el papel de líder y al final pude lograr que mis compañeros de equipo se involucraran e interesaran en el proyecto de manera que pudimos elaborar unas propuestas reales bien fundamentadas.

Nuestro proyecto se quedó en nivel de propuestas de mejoras, ya que la empresa no tenía claro los productos que quería exportar, ni sabían que necesitarían invertir en su promoción para que en verdad se vendiera el producto en Estados Unidos, por lo que no nos tocó presenciar el que se llevara a cabo, pero pienso que las

propuestas les serán muy útiles porque logramos responder a lo que ellos nos pidieron cuando comenzamos con el proyecto, que es lo que se esperaba desde un principio, y es realmente muy gratificante el ver la cara de los dueños y sentir el agradecimiento que tienen con uno por brindarles este apoyo que ellos tanto necesitaban. En el maravilloso caso que la empresa utilice nuestras propuestas y logre que su producto se venda en el nuevo mercado, claro que representará un beneficio para el país ya que el producto, parte de sus diferenciadores, es que es “mexicano”, y esto ayuda en la imagen de nuestro país, y por supuesto, en la economía nacional.

Pienso que nuestro servicio pudo apoyar a esta empresa que, quizá si tiene los recursos, pero no los estaba ocupando de la manera correcta para alcanzar su objetivo principal que es el exportar sus productos a EUA. De igual manera, los conocimientos que aplicamos definitivamente pueden transferirse a otra situación siempre y cuando se adapten, ya que el proceso para exportar, por ejemplo, es el mismo para todos en general, pero se tiene que adaptar a la situación en la que se encuentre la empresa.

La verdad es que al ver lo mucho que se puede ayudar a una empresa a crecer, sí me gustaría enfocarme de manera profesional a apoyar a todas estas empresas que necesitan un poco de asesoramiento para que puedan colocar sus empresas en una situación donde les generen ingresos y de esta manera puedan ellos salir a flote y hasta generar trabajo para otros mexicanos.

JUAN PABLO ALEJANDRE DIAZ

Opino que lo principal de este PAP fue el involucramiento que se tuvo con la empresa, muchas veces las empresas cuentan que tienen un problema y saben cómo resolverlo pero en realidad se necesita de alguien que no está en el medio para darles una opinión al respecto, alguien que tienen conocimientos en otros ámbitos y con ello ayudarles a darle solución a sus problemas.

En esta empresa vimos por ejemplo que muchos de los problemas que se tenían a la hora de exportar ya lo sabían, tales como que requisitos se necesitan para exportar, los pasos para exportar y sobretodo los contactos para saber cómo es el procedimiento a exportar. Ahora uno de los más importantes que no sabían era el punto de contactarse con un broker, ya que los empresarios pensaban que era muy sencillo simplemente exportar el producto y todo lo demás se conseguía luego, no se pusieron a pensar que era necesario el contacto con alguien del otro lado que les ayudará en la comercialización de sus productos o el contacto con los mayoristas para la distribución de su producto.

Es muy grato ver la interacción que se tuvo con esta empresa, no muchas empresas están dispuestas a recibir ayuda y sobretodo que se les hagan preguntas muy serias y muy comprometedoras. Sin embargo esta empresa confió en nosotros y espero haberle ayudado a esta empresa en lo mejor posible para su desarrollo y espero que la información que se le entregue al empresario le sea útil para poder exportar su producto.

ELENA QUITZIA MENDOZA CANO

En cuanto al factor social que tuve gracias a la realización del proyecto fue la confirmación de mis planes a futuros en cuanto a mi carrera: Promover los productos mexicanos en el extranjero y ayudar a las pequeñas/medianas empresas en sus procesos de internacionalización. En México la mayoría de estas empresas desaparecen a los dos años de existencia, dejando a varias personas sin sustentabilidad económica. Estas empresas son a las que el gobierno le debe de dar más apoyo para que logren convertirse en grandes empresas y por ende generen empleos, ayuden a la economía del país y posicionar internacionalmente el nombre de México. El apoyo financiero a pesar de ser una factor importante por la cual estas empresas desaparecen no es el único que influye; la falta de conocimiento en los procesos de expansión, falta de conocimiento del mercado y falta de innovación son cosas por las cuales no logran mantenerse en el mercado, por tal motivo es que necesitan a alguien que los asesore y de una mirada objetiva tanto de su empresa como de su producto/servicio.

DANIELSANTIAGO CORONA

En cuanto a mi aprendizaje social con este proyecto es el comprometerse con otras personas para sacar adelante un proyecto y seguir las indicaciones del dueño de la empresa conforme a sus necesidades. Me siento agradecido con el iteso por darnos la oportunidad de aportar nuestros conocimientos para apoyar a PYMES mexicanas y sobre todo que son empresas que pueden representar a nuestro estado como en este caso Casa de flores podría representar algo típico de nuestra entidad como lo es la pitaya. Dar a conocer en el mundo nuestras tradiciones es algo que me llena de alegría el poder haber brindado algo de ayuda en este proyecto que yo creo que tendrá mucho éxito.

- Aprendizajes éticos

ANA PAOLA SOTO RAMIREZ

Pienso que la principal decisión que tomé fue justo cuando comenzamos el proyecto y fue de tomar el rol de líder ya que al principio nos sentíamos muy perdidos en el proyecto, no sabíamos si estábamos avanzando bien o no, y al tomar este papel me encontré en momentos donde debí realizar ciertas cosas sola, porque si no las hacía nadie más las haría, pero personalmente soy una persona súper responsable y quería que el proyecto que entregamos fuera realmente profesional y de calidad.

Mi mayor reto durante este proyecto fue el ser mucho más paciente y tolerante al momento en que no se terminaban las cosas a tiempo, los momentos en los que no hubo tanta participación por parte del resto del equipo, o cuando sí había, hubieron ocasiones donde no les quedaba muy claro lo que yo proponía y tenía que reformularlo y explicarlo hasta que fuera claro.

A pesar de todo lo que pasamos durante el proceso, me gustó mucho esta experiencia porque me encuentro en el camino correcto y cuento con todas las herramientas que podría necesitar en el futuro, cuando me encuentre realmente en la vida laboral.

JUAN PABLO ALEJANDRE DIAZ

En mi opinión, lo principal que aprendí respecto a este PAP es como muchas veces no saber qué hacer, te lleva a no hacer nada y es lo que viví en este PAP las primeras semanas, esto porque no se encontraba la información adecuada hacia los productos que se iban a exportar a EUA. Debido a esto no podíamos progresar, una vez que se encuentra la información correcta del mercado de EUA entonces pudimos continuar y se pudo analizar y sacar conclusiones. Siempre que te delegues dentro de un trabajo hay siempre partes en las cuales te costará más tiempo llevar a cabo. Ahora, mientras me metía dentro de la empresa noté muchas cosas que le faltaba a la empresa y fue de suma importancia no decirles directamente, esto es una habilidad muy importante a desarrollar en cualquier aspecto de tu vida, principalmente porque muy pocas personas sabrán entenderte cuando esto suceda.

ELENA QUITZIA MENDOZA CANO

En cuanto a mi aprendizaje ético fue dirigido en las actividades que realizamos para cumplir con los objetivos de la empresa y del proyecto. En el trabajo tratamos de desarrollar las actividades de la mejor manera ya que era para ayudar a la empresa a incrementar su fuerza de venta internacionalmente por tal motivo fue necesario trabajar en equipo y muchas veces realizar tareas que no te tocaban para que el proyecto logrará estar en los tiempos de entrega establecidos.

DANIELSANTIAGO CORONA

En cuanto mi aprendizaje ético fue como al principio nos costó trabajo como equipo hacer las decisiones necesarias para separarnos el trabajo. Pero con esfuerzo y sacando el trabajo adelante logramos como equipo estar en sincronía para encontrar la información necesaria y explicarla de manera que pudiéramos explicar fácilmente al empresario. Aportar mis conocimientos a los demás y poder entablar un trabajo donde se muestra el conocimiento de todos.

- Aprendizajes en lo personal

ANA PAOLA SOTO RAMIREZ

Durante este proyecto sí pude conocerme mucho más a fondo y aprendí que existen maneras distintas y positivas para motivar a la gente a trabajar, a pesar de que no me gusta estar insistiendo, pero pude poner estas nuevas maneras de motivar que nos resultaron muy positivas para el equipo. Además, no es que estuviera dudando, pero re confirmé que realmente me gusta mi carrera y puedo ver que tenemos muchísimas áreas en las que nos podemos enfocar a la hora de laborar al ser mercadólogos.

Otro punto que me interesó mucho es el saber que realmente existen muchas empresas que necesitan este tipo de apoyo, porque también cuando se recibe ayuda externa y se escucha esta opinión, puede darles una visión más clara y darse cuenta que realmente se necesita hacer un cambio.

También es un sentimiento muy bonito el saber que realmente estás ayudando a una empresa real, con problemas reales, y que tus aportaciones son necesarias para que este pequeño organismo pueda seguir y logre cumplir sus objetivos, no fue un simple proyecto de clase que al final ni siquiera termina llegando a las manos de los empresarios. Además, el ver lo agradecidos que estaban los dueños me motivaba a que este proyecto estuviera bien pensado.

En nuestro caso, estuvimos en constante contacto con el Sr. Rogelio, el dueño de la empresa y siempre se mostró muy agradecido con nosotros por estar apoyándolos y quien nos proporcionaba la información que requeríamos para continuar con la investigación, y quien realmente está muy apasionado y comprometido con lo que hace, lo cual personalmente, me motivó a que realizáramos este proyecto de la mejor manera posible.

DANIELSANTIAGO CORONA

En cuanto aprendizajes personales reconocí que me encanta todo lo de la exportación y sobre todo el tema de negocios. Siempre he sido una persona que a todo lo quiero convertir en negocio o algo que genere ganancia. aprendí. Que de una gran idea puedes hacer tu

sueño realidad con esfuerzo y perseverancia. A que se requiere la ayuda de las otras personas para trabajar en equipo y así enriquecer el trabajo con los diferentes puntos de vista de las otras personas. Que la opinión de todos cuenta y todos tienen una buena idea que decir al respecto y juntos puedes pulir esa idea para llegar a hacerla algo que pudiera tener gran éxito laboral. Me siento contento con este proyecto ya que creo que los aprendizajes personales de todo el equipo fueron de gran impacto para reafirmar que es lo que nos gusta a cada quien de nuestra carrera y que a veces en el mundo real el dinero provenga de otra actividad que no sea tan acercada a tu carrera, creo que todo lo que hacemos lo podemos relacionar con lo que estudiamos.

JUAN PABLO ALEJANDRE DIAZ

Principalmente este PAP me ayudo a entender que no siempre los proyectos se van a hacer a la primera, no siempre se logran todos tus proyectos y no siempre tus sueños se cumplirán en primera instancia. Todos pensamos que la universidad y la vida en general son como un cuento sacado de Disney, en el que todo ya está predispuesto, ya todo está vaticinado y sin embargo no siempre sucede así. Esta empresa ha tardado tiempo en desarrollar sus productos, a estado siempre en constante búsqueda de encontrar el desarrollo de sus productos, sin embargo no se le ha cumplido su sueño no porque no lo busque ni porque no tenga los medios sino porque no ha logrado acaparar el mercado.

Con este ejemplo, puedo notar el verdadero problema de muchas pymes, a veces se sabe qué hacer para generar mayores ingresos, pero en muchos casos es simplemente que no hay atención a sus productos y es en esencia lo que puedo entender. Para poder vender hay que saber atraer.

ELENA QUITZIA MENDOZA CANO

En cuanto a mi aprendizaje personal, lo que me ayudó a reafirmar este proyecto fue mis planes a futuro en cuanto a mi carrera y ayudar a impulsar a las PYMES de México y los productos originarios de este país. Me ayudó a poner de forma real mis conocimientos sobre los procesos para la exportación y complemento los mismo; ya que aprendí más herramientas de investigación, organizaciones y regulaciones para este tipo de productos, aunque me gusto la primera fase de investigación para realizar un plan de exportación me

hubiera gustado meterme más a fondo en cuanto al proceso de implementación del producto en el mercado meta, en cuanto a cotizaciones, logística, proveedores, etc. En mi opinión me gustaría que la empresa logre sus objetivos de exportación y tome en cuenta las recomendaciones que el equipo le dio ya que muchas veces la empresa ya no es objetiva en cuanto a su producto y la mejor estrategia es por eso que no logran salir adelante en el mercado.

El PAP me ayudó a conocer más sobre las PYMES del país y a darme cuenta que a las empresas les sobra motivación, sin embargo lo que les falta es más información sobre estos procesos, investigar más el mercado y saber adaptar el producto dependiendo del lugar al cual se quiere dirigir. Otra cosa que me gustó de este proyecto fue la asesoría con el profesor del PAP, Juan Pablo Cedeño ya que siempre nos daba aportaciones importantes para cumplir con el proyecto y siempre se mostró interesado por la empresa.

5. Conclusiones

Al comenzar con este proyecto no pensábamos en lo mucho que podríamos apoyar a la empresa, que es lo que al final logramos como equipo. El principal objetivo que ellos tenían era exportar los productos a Estados Unidos, al mercado de la nostalgia de mexicanos que viven en California y extrañan sus tierras mexicanas.

Durante el proyecto, se logró justificar que éste mercado en efecto es el ideal para el producto, así como elegir uno, de los varios productos que la empresa maneja que sería el ideal para exportación. De igual manera, se propusieron estrategias de comunicación y promoción más adecuadas en base al mercado objetivo.

También se realizó una aportación relevante que los empresarios no habían considerado, que es la capacidad de producción que tiene la empresa y la necesidad de un broker, quien se encargará de que el producto se mueva en el o los puntos de venta.

Es una gran ventaja que empresas como estas se acerquen con organismos que les ayuden a exportar sus productos, principalmente porque logran definir sus problemas y sobre todo estos organismos ayudan en lo posible para que sus productos se adecuen en el mercado a exportar.

Es importante resaltar la importancia que le dieron los empresarios a este proyecto, junto con la reciprocidad que existió con los alumnos al resolver dudas y compartir información cuando estos lo requerían. De igual manera, el gusto de los empresarios por el interés de parte de los alumnos en generar una ayuda a la empresa.

Consideramos que la experiencia de haber participado en este proyecto fue muy bueno y necesario para todos ya que nos enfrentamos a problemas reales que se viven en una empresa y pudimos darle soluciones a manera de propuestas que podrían significar algo positivo a futuro para la empresa.

Bibliografía

[Son los documentos bibliográficos utilizados para la elaboración del sustento teórico y metodológico; así como de los demás apartados del reporte. Debe utilizarse el sistema APA].

N.M.. (2016). *Sistema de Información Arancelaria Vía Internet*. septiembre 2016, de Secretaría de Economía Sitio web: <http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4/fraccion.php>

(2015). Euromonitor International. *Spreads in the US*. Passport.

(2015). Euromonitor International. *Spreads in Mexico*. Passport.

(2012). *El estado del Consumidor Hispano*. El imperativo del mercado Hispano. Nielsen.

Anexos (en caso de ser necesarios)

[Es todo lo que soporte el documento, que no es necesario añadirlo en el cuerpo del reporte, pero que sirve para su mejor comprensión: materiales elaborados, bitácoras, fichas, fotografías, mapas, etc.]

*Diagnósticos

*Investigaciones de Euromonitor sobre Spreads