

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

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



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

**3F02B Programa de Desarrollo de Competencias Para la Gestión en mi Micro
Pequeñas y Medianas Empresas**

**“Estudio de mercados internacionales realizado para la empresa Muka en la
ciudad de Guadalajara, Jalisco.”**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio Internacional. Marielena Santana Flores

Lic. en Comercio Internacional. Noé Ramos Longoria

Ing. en Ingeniería Industrial. Herman Wunsch Morales

Profesor PAP: Michael Meraz Contreras

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre de 2016

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	1
Resumen	3
1. Introducción. 1.1. Objetivos 1.2. Justificación 1.3. Antecedentes 1.4. Contexto 1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	4
2. Desarrollo: 2.1. Sustento teórico y metodológico. 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	6
3. Resultados del trabajo profesional.	69
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	70
5. Conclusiones.	75
6. Bibliografía.	76
7. Anexos (en caso de ser necesarios).	78

REPORTE PAP

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 proyecto fue realizado para la empresa MUKA dedicada a la venta y distribución de bolsos de dama, elaborados por artesanos mexicanos ofreciendo artículos de calidad en piel de bovino con diseños exclusivos. La empresa se ha enfrentado a dificultades de organización empresarial y crecimiento.

Durante el proyecto se utilizaron diferentes herramientas para adquirir un diagnóstico sobre las problemáticas de la empresa. Dentro de esta, se llegó a la conclusión que el producto tiene potencial para su venta en el extranjero, consideramos que Chile es un mercado viable para la introducción del producto ya que es un país con estabilidad económica y un mercado accesible para la venta de bolsos.

El principal problema de la empresa es que no cuenta con un taller propio para la fabricación de sus productos por lo tanto tiene que recurrir a una empresa de outsourcing, otro de los problemas de la empresa es su estructura organizacional ya que no cuenta con jerarquía, organigrama y departamentalizaciones.

El proyecto se logró con base a distintas propuestas para una formalización óptima de la empresa, se realizó una investigación de mercados en la cual se eligió el mercado más conveniente para la introducción del producto en el extranjero.

1. Introducción

1.1. Objetivos

- Desarrollar la estructura organizacional de Muka.
- Desarrollar estrategias locales de comercialización.
- Analizar mercados potenciales para la exportación de productos de piel.
- Definir mercados en los cuales sea viable introducir el producto.
- Investigar las características del consumidor del mercado potencial más viable.

1.2. Justificación

Este proyecto pretende dar una estructura organizacional sólida a la empresa MUKA, para poder tener un claro panorama de la situación actual de la empresa y los pasos a seguir para la realización de los objetivos, así mismo lograr plantear los mercados potenciales para la futura exportación del producto.

La empresaria manifestó sus inquietudes relacionadas con las necesidades por las que carece la empresa. El desarrollo de este Proyecto de Aplicación Profesional, contribuirá a la permanencia y crecimiento de la empresa. Esto puede tener como consecuencia el éxito y posicionamiento de la marca en el mercado nacional e internacional.

1.3 Antecedentes del proyecto

Muka es una empresa de origen Tapatío, inicio hace 4 años dirigida por Rocío González Coronado, comenzó siendo una empleada en una empresa fabricante de telas por lo que tenía muchos contactos y decidió emprender su propio negocio.

Desde hace 4 años la empresaria tapatía decidió emprender su propia marca, ella decidió mandar a maquilar todos sus productos pero se ha enfrentado a la informalidad de los diferentes talleres con los que ha trabajado. Los productos son piezas únicas ya que solo se producen máximo 8 piezas de cada uno. Muka se ha presentado en varias expos y bazares pero la empresaria desea llevar su marca a otro nivel.

1.4. Contexto

Actualmente, es Rocío quien desempeña todos los papeles en el organigrama de su empresa excepto por el de producción. El almacén y estudio donde se diseñan los productos se encuentra en colinas de San Javier en Zapopan, México.

Muka tiene una situación financiera estable. Todo lo que se invierte en la marca es obtenido de las ventas de la misma, hay solvencia y fluidez, sin embargo no cuenta con créditos de ningún tipo pero de comenzar a exportar puede recurrir a instituciones como Jaltrade y Promexico quienes otorgan apoyos económicos y orientación para fomento de las pequeñas y medianas empresas mexicanas.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

La finalidad de este proyecto es formalizar la empresa y analizar los mercados internacionales de Canadá, Panamá y Chile con el propósito de encontrar la mejor opción para la exportación de este producto. Esclarecer los requerimientos de logística para el destino deseado así como fundamentar los prestamos y requerimientos que se necesitan para el fomento de futuras exportaciones.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Para el desarrollo de este proyecto se llevo acabo una metodología para conocer mas afondo a la empresa y también para conocer sus problemáticas y necesidades a resolver, para llegar a la respuesta, se llevo acabo el siguiente procedimiento:

- Se realizo acabo una investigación de la empresa, con el propósito de conocer todo aquello que esta relacionado con la empresa. Desde sus antecedentes hasta la situación actual en la que se encuentra.
- Para identificar las problemáticas de la empresa, se llevaron acabo 2 diagnósticos que son: diagnostico empresarial y potencial exportador.
- Los diagnósticos arrojaron sus resultados, y con base en ellos, se empezó hacer el análisis profundo para el aprovechamiento de la información y para poderlo aplicar a la empresa.
- Después de la identificación de los problemas, fueron expuestos los resultados con la empresaria, con la finalidad de aclarar dudas y se platico sobre lo visto.
- Se empezaron a lanzar propuestas para la mejora y para la optimalización del funcionamiento de la empresa. Que es lo que era necesario en la empresa para que pueda seguir creciendo y generando mas ventas.
- Se inicio una búsqueda de alternativas creativas para solucionar los problemas presentados.
- Se realizo una investigación de mercados, con el propósito de investigar cuales son los mercados con mas potencial para poder hacer su exportación con éxito.
- Con los resultados obtenidos de la investigación de mercados, lo 3 mejores países para la exportación de las bolsas de bovino fueron: Chile, Canadá, Panamá.
- Mediante una serie de filtros (números de bolsas anuales por país exportados, Alcance per cápita por ciudadano) conforme a evaluaciones y

tablas estipuladas, se decidió que el mejor mercado para hacer las exportaciones del producto fue Chile.

- Se investigaron Showrooms y ferias internacionales para hacer presencia en los mercados internacionales y crecer la imagen de Muka.
- Se solicitó ayuda de una gente aduanal para toda la parte distribución y flete de la mercancía.
- Recopilación de datos para personas que se encarguen de recibir el embarque allá y se encargue de la venta.

2.2. Planeación del proyecto.

Antecedentes y Situación Actual de la Empresa.

Muka es una empresa de origen tapatío que comenzó sus operaciones hace 4 años, cuando la empresaria Roció Coronado se dio cuenta de las necesidades que existían y a la alta demanda en el mercado, decidió emprender su propio negocio de bolsas de piel de bovino.

La empresaria comenzó trabajando para una empresa fabricante de telas, con el pasar del tiempo y gracias a la experiencia que adquirió, decidió emprender su propia marca y diseñar nuevos estilos de bolsas de piel de bovino.

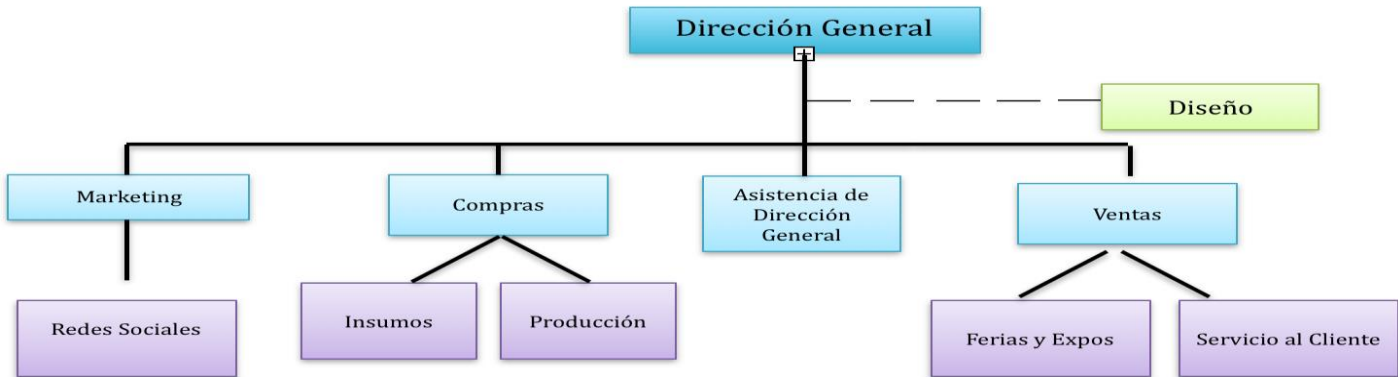
Roció terminó sus estudios de diseño de modas y de marketing, por el cual le pareció atractivo comenzar sus nuevos diseños de bolsas de muy alta calidad, es importante mencionar que los productos son diseños únicos ya que solo se producen como máximo ocho piezas de cada uno.

Muka es una marca de bolsos para dama, elaborados por artesanos mexicanos altamente capacitados que busca innovar y satisfacer a su clientela con sus artículos de alta calidad. La marca se distingue gracias a sus distintas texturas, pieles y toques artesanales, así como su exclusividad en cuanto a sus diseños ofreciendo a sus clientes nuevos modelos a la vanguardia para cada temporada.

FODA MUKA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Diseño único	Crecer dentro del mercado nacional
Productos con calidad	Expandirse al mercado internacional
Talleres y productores especializados	Generar más utilidades
Productos 100% mexicanos	Solicitar apoyos gubernamentales
Estabilidad financiera	Tipo de cambio
Ventas a nivel nacional	No hay producción propia
Gastos fijos casi nulos	No hay punto de venta establecido
DEBILIDADES	AMENAZAS
Ventas a nivel nacional	La competencia directa
No hay punto de venta establecido	La competencia indirecta
Falta de personal	Aceptación en el mercado internacional
Promoción y publicidad	Fallas por parte del taller de producción
Estrategia de comercialización	Desabasto de materia prima
Empresa sin estructura	No hay contratos de exclusividad
No se delegan responsabilidades	

Organigrama sugerido a la empresa



Descripción de Puestos Clave

Información General	
Puesto:	DIRECCIÓN
Área del Puesto:	Dirección General
Reporta a:	Accionistas
Puestos que le reportan:	Ventas, Mercadotecnia, Producción, Contabilidad.
Funciones específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir todos los puestos de la estructura organizacional. • Desarrollar y evaluar proveedores para delegar en el futuro • Realizar planes estratégicos para el funcionamiento de la empresa. • Diseño e innovación del producto. • Planeación a corto mediano y largo plazo. 	

Información General	
Puesto:	PRODUCCIÓN
Área del Puesto:	Producción
Reporta a:	Dirección
Puestos que le reportan:	Fabricantes.
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar y controlar los trabajos. • Elaborar y los controlar los moldes y muestreo de las bolsas • Buscar la manera más rápida y eficaz para a elaboración de la producción. • Búsqueda y compra continúa de materiales para producción. • Supervisar la calidad. 	

Información General	
Puesto:	VENTAS
Área del Puesto:	Ventas
Reporta a:	Gerencia general.
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Control de las ventas realizadas. • Revisar y documentar las devoluciones del producto. • Búsqueda continua de nuevos clientes tanto mayoristas como minoristas • Seguimiento a clientes existentes. • Relaciones públicas para con los clientes. • Apoyar en la implementación de promociones y descuentos en épocas especiales. • Servicio al cliente. • Seguimiento a cobranza 	

Información General	
Puesto:	CONTABILIDAD
Área del Puesto:	Contabilidad
Reporta a:	Dirección
Puestos que le reportan:	Producción, Ventas, Marketing.
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar los registros contables que componen el servicio administrativo financiero. • Organizar las órdenes de pago, estados contables y cuentas generales del ejercicio para la contaduría general de la nación. • Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables y financieros de la empresa. • Coordinar y programar todas las operaciones de económicas y realizar el control de los estados financieros de la empresa 	

Información General	
Puesto:	MERCADOTECNIA
Área del Puesto:	Mercadotecnia
Reporta a:	Ventas
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de redes sociales. • Implementar un plan estratégico para la publicidad de la empresa. • Comercializar el producto, creando estrategias para posicionar la marca. • Toma de decisiones de acuerdo a las tendencias, siendo analítico y así mismo atacar el mercado. • Promoción y publicidad para atraer a los consumidores. • Promoción del producto para el incremento de las ventas • Posicionar el producto y la marca frente al mercado (Bolsas Muka) • Manejar y coordinar estrategias de venta (aumentar las ventas). 	

Información General	
Puesto:	Asistente
Área del Puesto:	Asistente
Reporta a:	Dirección General
Puestos que le reportan:	Ventas, Producción, Mercadotecnia, Contabilidad.
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar todas la áreas de la empresa • Estar en contacto con los proveedores • Buscar las mejores opciones de expos y ferias • Revisar calidad y producto terminado • Recibir materia prima • Revisar el control de las ventas realizadas de acuerdo a los pedidos mensuales. • Funciones administrativas • Itinerario y organización de la gerente general • Servir de apoyo al director general 	

Tras analizar la misión, visión y valores de la empresa Muka, nos encontramos con la incertidumbre de la poca información con la que contaba, por lo que sugerimos los siguientes cambios.

Misión

Ser una empresa dedicada a la elaboración, distribución y venta de artículos de piel con insumos 100% mexicanos buscando innovar y satisfacer a su clientela con productos de calidad, sofisticados y prácticos que se distingan por su diseño y exclusividad.

Visión

Ofrecer a nuestros clientes un producto con el cual se identifiquen y reconozcan la marca como una de las más prestigiadas a nivel internacional por sus innovadores diseños, alta calidad, servicio al cliente y responsabilidad social.

Valores

- Innovación
- Honestidad
- Responsabilidad
- Humildad
- Constancia
- Lealtad
- Respeto
- Espíritu de Servicio
- Confianza
- Calidad

Objetivos generales y específicos.

Objetivo General

Satisfacer las necesidades de estructura organizacional de la empresa Muka así como plantear mercados potenciales para la futura exportación de los productos.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar la estructura organizacional de Muka.
- Investigar ferias internacionales y Showrooms.
- Analizar mercados potenciales para la exportación de productos de piel de bovino.
- Definir mercados en los cuales sea viable importar el producto.
- Investigar las características del consumidor del mercado potencial más viable.

Capacidad Financiera de la Empresa

Recursos

Actualmente Muka tiene una situación financiera estable. Todo lo que se invierte en la marca es obtenido de las ventas de la misma, hay solvencia y fluidez.

Créditos

Actualmente, Muka no cuenta con créditos de ninguna tipo pero de comenzar a exportar puede recurrir a instituciones como Jaltrade y Promexico quienes otorgan apoyos económicos y orientación para fomento de las pequeñas y medianas empresas mexicanas.

PRODUCTO

Características del Producto.

Bolsos de piel de bovino de diferentes tamaños y diseños con herrajes chapeados en oro. Los diseños, colores y tamaños de cada bolso varían dependiendo la colección que se este creando en determinada temporada.

Descripción técnica

Los productos son bolsos de piel de bovino de diferentes tamaños y diseños que varían según la colección de cada temporada.

Fichas técnicas:

Debido a que cada colección y modelo es único en tamaño, diseño, color etc. no existen fichas técnicas de cada producto. Pero podemos decir que;

- 80% de las pieles utilizadas son de bovino
- 15% piel de cabrito
- 5% piel de conejo y culebra
- Se utilizan herrajes chapeados en oro y en níquel.

Clasificación arancelaria

En la siguiente tabla se muestra el proceso por el cual se llevó a cabo la realización y obtención de la clasificación arancelaria del producto a comercializar.

1

Sección:	VIII	Pielés, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa.			
Capítulo:	42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa			
Partida:	4202	Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, bolsas (sacos) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsos de mano (carteras), bolsas para la compra, billeteras, portamonedas, portamapas, petacas, pitilleras y bolsas para tabaco, bolsas para herramientas y para artículos de deporte, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, de cuero natural o regenerado, hojas de plástico, materia textil, fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con esas materias o papel.			
		- Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas:			
SubPartida:	420221	-- Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado.			
Fracción:	42022101	Con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o cuero charolado.			
U. de Medida: Pza	Arancel	IVA	IVA F.F.		
Importación	35	15	10		
Exportación	Ex.				

¹ Siicex. (2008). Clasificación arancelaria . 2016, de Clasificación arancelaria
 Sitio web: <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>

Descripción Qualitativa.

La creación de los bolsos de piel es un proceso largo y extenso que comienza con la selección de las pieles que se utilizarán para la creación del bolso. La calidad es esencial a la hora de la elección de las pieles. La piel pasa por un proceso de elaboración de varios tratamientos primeramente se elimina el pelo a las pieles, después comienza el proceso de curtación que es transformación de la piel en cuero comercial, en este proceso se desnaturaliza la piel por medio de sales naturales para eliminar las proteínas, grasas, etc. que quedan en la piel para mejorar su apariencia física y asegurar que en un futuro la piel seguirá en buenas condiciones, es decir, no se va a pudrir.

Para continuar el proceso seguimos con la recurtición que es el tratamiento del cuero ya curtido para así poder darle el toque final a la piel, definir su textura etc. Después viene la parte de añadir color a la piel ya sea manera superficial o en todo el espesor de la piel. Para finalizar, en Muka se utiliza la técnica de secado al aire libre que aunque es un poco más lento el proceso la piel sufre menos al utilizar esta técnica y se consigue eliminar toda la humedad. Los acabados finales dependen del diseño de cada bolso así como los detalles en charol, grabados y estampados etc.

Normatividad local (a la Exportación)

Clave: SEMARNAT-08-009
Trámite: Autorización, permiso o certificado de importación, exportación o reexportación de ejemplares, partes y derivados de la Vida Silvestre
En qué casos se debe presentar: Que pretendan importar, exportar o reexportar ejemplares, partes y derivados de especies silvestres listados o no en los Apéndices de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES).
Estimadas/os usuarias/os: Nos es grato informarles que la SEMARNAT ha incorporado a la Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior el trámite SEMARNAT-08-009, Autorización, permiso o certificado de importación, exportación o reexportación de ejemplares, partes y derivados de la Vida Silvestre.

2

- Permiso o certificado de la CITES
- Autorización SEMARNAT
- Inspección de PROFEPA

En caso de utilizar pieles de especies amenazadas de flora y fauna es necesario tramitar el SEMARNAT-08-009 que es el permiso o certificado de importación, exportación o reexportación de ejemplares, partes y derivados de la vida silvestre. Actualmente, este trámite puede realizarse por Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior (Ventanilla única).

22222222 Secretaria. (2009). regulaciones. 2016, de clasificar Sitio web: https://www.gob.mx/semarnat/archivo/acciones_y_programas

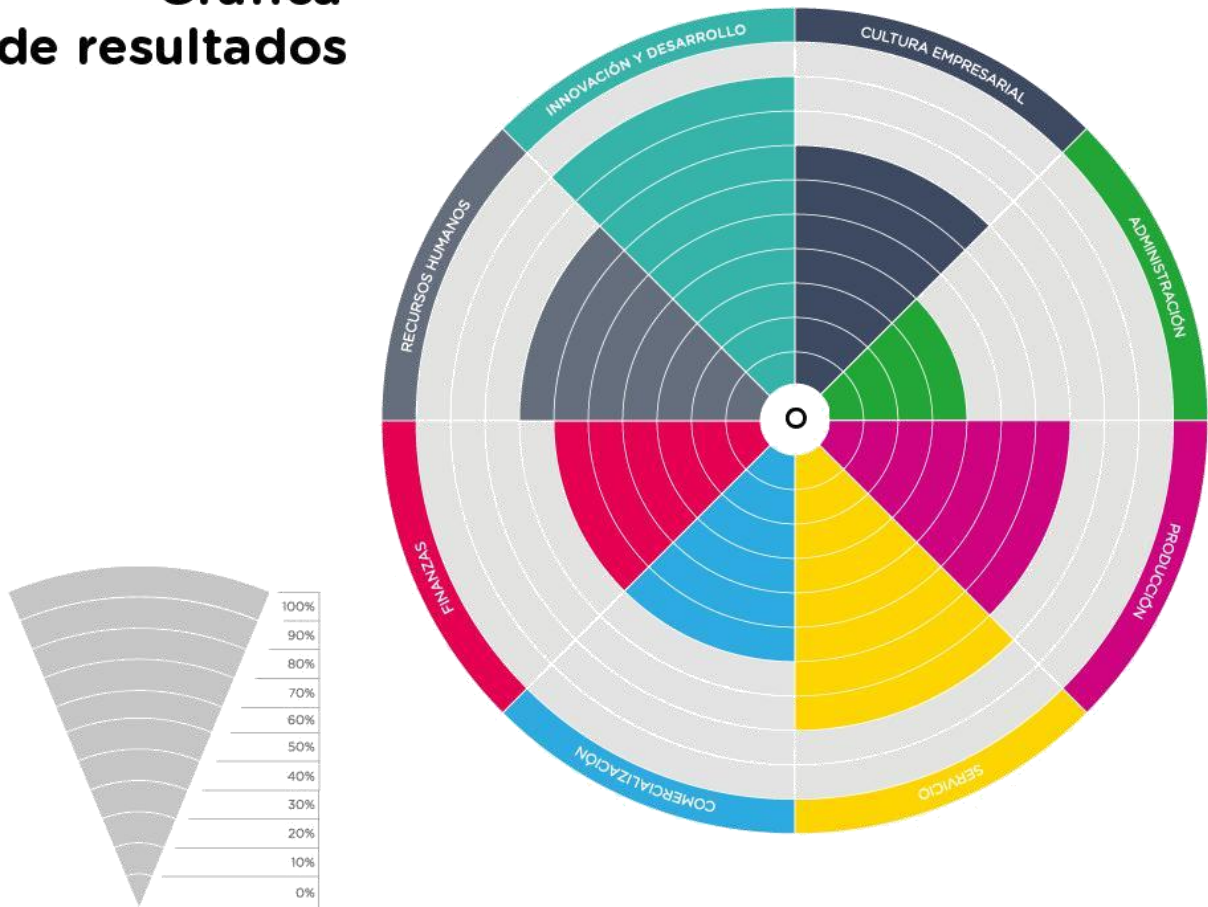
Registros y Patentes de Marca

Muka es una marca registrada ante el Instituto Mexicano de la Protección Industrial. Actualmente no cuenta con registro de marca en ningún otro lugar del mundo.

Resultados de los diagnósticos de la plataforma de Yo Exporto

Gráfica de resultados

Diagnostico empresarial

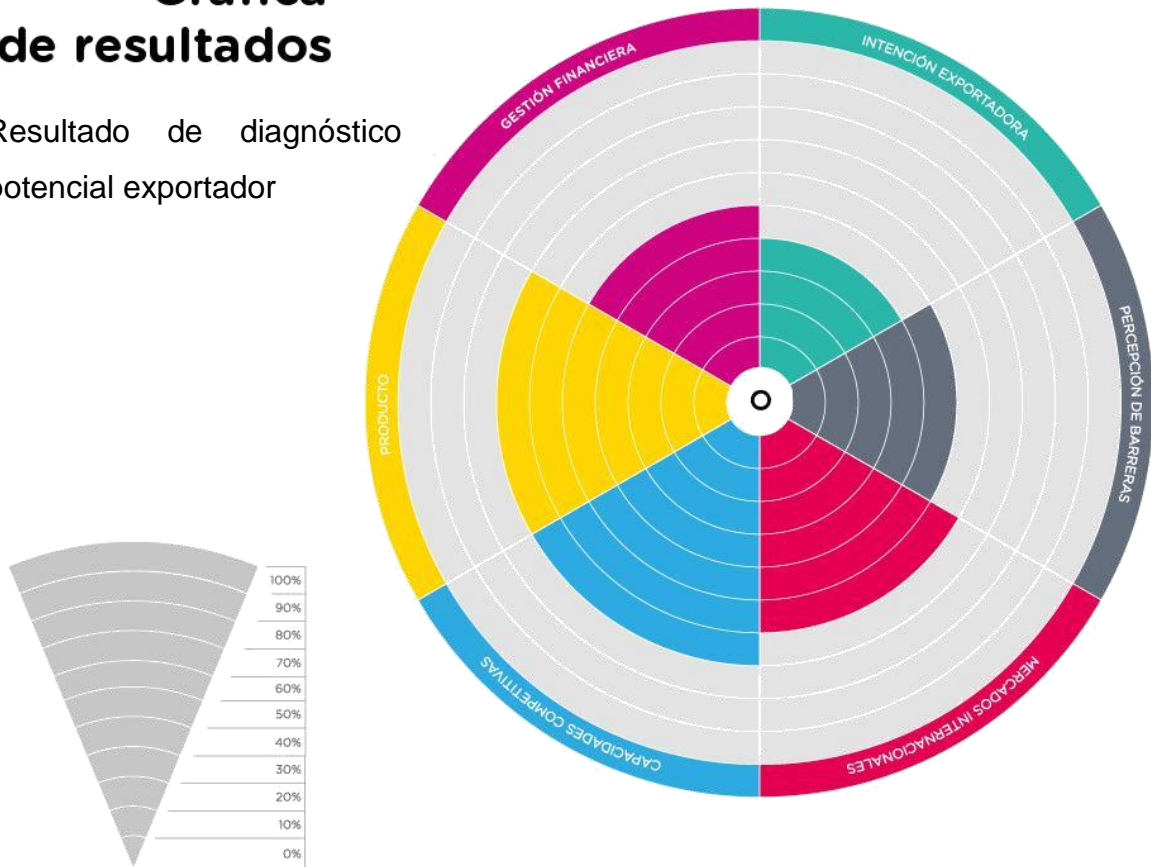


Reporte generado por Yo Exporto®

Y. (2016, August 23). APRENDE A EXPORTAR. Retrieved November 30, 2016, from <http://www.yoexporto.mx/#!solicita-una-beca>

Gráfica de resultados

Resultado de diagnóstico potencial exportador



Reporte generado por Yo Exporto®

Y. (2016, August 23). APRENDE A EXPORTAR. Retrieved November 30, 2016, from <http://www.yoexporto.mx/#!solicita-una-beca>

Ferias nacionales

Expo Mujer

Belleza, Moda, Servicios, Cosmética, Empleo, Instituciones educativas, Moda mujer, Productos de belleza,

Fechas: Del viernes 16 al domingo 18 diciembre 2016

Lugar: Mexico World Trade Center Montecito 38, Nápoles, Benito Juárez, 03810 Ciudad de México, D.F., Ciudad de México

SALPRO

Productos: Decoración, moda, accesorios, joyas, muebles.

Fechas: Martes 10 al viernes 13 de Enero 2017

Lugar: Centro Banamex, Ciudad de México

Intermoda Guadalajara.

Productos: Moda, complementos de moda, desfile de moda, diseñadores de moda para hombre y mujer.

Fecha: Martes 17 al viernes 20 de Enero 2017

Lugar: Expo Guadalajara, Guadalajara, Jalisco

Design Fest Guadalajara.

Productos: impresión, mobiliario, moda, diseñadores de moda, muebles y diseño.

Fechas: jueves 20 al sábado 22 de octubre 2017

Lugar: Expo Guadalajara, Guadalajara Jalisco

15 Fest expo.

Productos: Belleza, moda, ocio, complementos de moda, fotografía, pastelería.

Fecha: sábado 8 al 9 de octubre 2017

Lugar: Mexico wold trade center. Ciudad de México

Ferias internacionales.

TEXWORLD USA 2017 New York

Fechas: 23- Enero 2017 – 25 – Enero 2017

Descripción: Texworld USA 2017 New York será el mayor evento de suministros en América del Norte para los compradores de prendas de vestir de tela, la I + D y especialistas de desarrollo de productos, diseñadores, comerciantes y profesionales en el extranjero de abastecimiento. Reunirse con los fabricantes de Asia y de todo el mundo presentando sus colecciones para la mujer, los hombres y los niños.

Productos: Tejidos, Ropa de moda, accesorios.

IGEDO the gallery Dusseldorf 2017

Fechas: 27- Enero-2017 – 30- Enero-2017

Descripción: IGEDO 2017 The Gallery Dusseldorf es la feria más importante del mundo en confección femenina, en la cual se darán cita los mejores profesionales y empresas relacionadas con el sector en sus diferentes modalidades y vertientes.

Productos: Casual, deportivo, alta costura, accesorios de moda, trajes, ropa interior, accesorios de maternidad.

Productos: Ropa de moda, accesorios de moda, ropa deportiva, estación primavera verano.

enMed 2017 Málaga, Salón de Moda y Tendencias Mediterráneas

Fechas: 8- Julio-2017 – 9- Julio-2017

Descripción: Ten Med 2017 Málaga, Salón de Moda & Tendencias Mediterráneas, celebrará su primera edición entre el 8 y el 9 de julio de 2017 en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) con el objetivo de impulsar e internacionalizar la moda española y andaluza gracias a la colaboración entre Fycma, dependiente del Ayuntamiento de Málaga, y Nueva Moda Producciones.

Productos: Accesorios, ropa, telas, tejidos.

JIS Miami

Productos: accesorios de moda, joyas.

Fecha: 14-17 Octubre 2017.

Lugar: Miami.

Sole Commerce

Fechas: 27 febrero -1 marzo 2017.

Recinto: Jacob K. Javits Convention Center

Ciudad: New York

País: Estados Unidos, USA.

Productos: Calzado, moda, bolsos, zapatos y joyería

Pagina de internet: <http://www.nferias.com/sole-commerce-0/>

Quebec Gift Fair 2017

Fechas: 26 - 29 marzo 2017

Descripción: Quebec Gift Fair Home en Canadá es una feria dedicada a mostrar los mejores productos de regalo y del hogar. Quebec Gift Fair presenta las ideas más novedosas y los productos más innovadores como: prendas de vestir, accesorios de moda, joyería, artículos de papelería y mucho más.

Los expositores en Quebec Gift Fair Home están agrupados en 5 categorías: Los Quebec, La Mode, Le Cadeau, La Maison.

Recinto: Place Bonaventure

Ciudad: Montreal

País: Canadá

Productos: accesorios, artesanías, bolsos, relojería

Pagina de internet: <http://www.nferias.com/quebec-gift-fair/>

Milano Prêt-à-Porter

Fechas: 24 - 27 febrero 2017

Descripción: Milano Prêt-à-Porter es el evento de la moda por excelencia. En Milán se reúnen cada año los responsables y líderes del mundo de la moda para mostrar al mundo las últimas tendencias en el mercado.

Recinto: Fiera Milano City

Ciudad: Milán

País: Italia

Productos: moda, bolsos, calzado femenino, diseñadores de moda, moda mujer, ropa.

Pagina de internet: <http://www.nferias.com/mipap-milano-pret-a-porter/>

Mercado Nacional.

Actualmente los productos de MUKA se encuentran exhibidos en dos tiendas en la Zona Metropolitana de Jalisco; Uggá Showroom y Breena en Plaza terranova.

Muka desea tener más presencia en el mercado nacional y para efecto de lograr este objetivo le recomendamos lo siguiente:

- Inversión en publicidad pagada en redes sociales
- Embajadores de Marca
- Punto de venta establecido en la ZMG para aumentar la credibilidad de los clientes.

Mercado Internacional

Esta tabla representa los países importadores de la fracción 420221 (bolsos de mano en piel). Los datos relevantes en cuestión al interés por parte de Muka son las importaciones realizadas por países europeos tales como Francia, Suiza, Países Bajos, Italia y España. Sabemos que Italia es capital de moda por lo cual la introducción de un producto de este sector se vuelve complicado por lo cual es un país que por el momento descartaremos.

Por otro lado, vemos que también Canadá y Chile son un importadores de dicha mercancía y como ventaja sobre estos mercado tenemos; que la logística de México-Canadá y México-Chile es más sencilla, más económica y más rápida que lo que podría ser enviar producto a la Unión Europea. Debido a su cercanía, el coste logístico es menor y ambos mercados son potenciales para el producto de Muka.

A pesar de la distancia, definitivamente no se pueden descartar países con gran poder adquisitivo como Emiratos Árabes y Japón.

**Importadores de bolsas de pieles de bovino con la clasificación arancelaria
420221**

Comercio bilateral	Importadores	Indicador					
		Valor exportada en 2015 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2015 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para México (%)	Cantidad exportada en 2015	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
	Mundo	8.027	-51.278	100	36	Toneladas	222.972
+	Estados Unidos de América	5.880	5.743	73,3	26	Toneladas	226.154
+	Francia	707	-10.199	8,8	3	Toneladas	235.667
+	Suiza	342	342	4,3	2	Toneladas	171.000
+	Países Bajos	312	311	3,9	1	Toneladas	312.000
+	Italia	253	-20.108	3,2	1	Toneladas	253.000
+	Japón	214	214	2,7	1	Toneladas	214.000
+	España	103	-6.734	1,3	0	Toneladas	
+	Canadá	47	47	0,6	0	Toneladas	
+	Zona Nep	40	40	0,5	0	Toneladas	
+	El Salvador	26	26	0,3	0	Toneladas	
+	Chipre	19	19	0,2	0	Toneladas	
+	Singapur	18	18	0,2	0	Toneladas	
+	Grecia	13	13	0,2	0	Toneladas	
+	Australia	10	10	0,1	0	Toneladas	
+	Chile	10	8	0,1	0	Toneladas	
+	Emiratos Árabes Unidos	10	10	0,1	0	Toneladas	
+	Costa Rica	5	5	0,1	0	Toneladas	

3

³³ Trevor Fenwick, . (2015). bags and lugaged. 2016, de Investigacion de mercados Sitio web:
<http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/rankcountries>

Investigación de mercado en los países de Canadá Chile y Panamá

En este apartado se investigo sobre las exportaciones que tienen estos países con los productos de pieles de bovino con la clasificación arancelaria de 42022101 Exportaciones de México a Canadá, Chile y Panamá (valor en dólares y volumen de piezas que se exportan en los últimos años 2014, 2015 y 2016)

<http://www.economia-snci.gob.mx/>

Investigación de mercado de Canadá

En el 2016 el mercado de bolsas de lujo en Canadá ha aumentado en un 5% en comparación con el año pasado alcanzando una cifra de 2.8 billones de dólares. Canadá representa el 2.2% mundial en el mercado de bolsos ocupando el lugar número 11 de la lista mundial.

Durante el 2016 el número de visitantes internacionales en el país a desencadenado una expansión en el mercado de bolsos de lujo a pesar de la baja económica general de Canadá.

Las bolsas para dama han sido el producto con más crecimiento en valor con un 8%.

La siguiente tabla muestra el precio en el que se ofrece en el mercado al menudeo en dólares Canadienses.

Factores económicos

La economía canadiense tiene dificultades para recuperarse tras la recesión mundial. El crecimiento solo fue de 1% en 2015 y, según las previsiones actuales, es poco probable que mejore antes de 2019. Sin embargo, tras una década de gobiernos conservadores, la elección del nuevo primer ministro del Partido Liberal de Canadá, en 2015, Justin Trudeau, ha inspirado nuevas esperanzas en el país. Durante su campaña electoral, Trudeau se comprometió a invertir masivamente en el desarrollo de infraestructuras para reactivar la economía, aunque deba para ello aumentar los déficits públicos en los tres años siguientes.

También se comprometió a dar una mano a la clase media disminuyendo sus impuestos y aumentando la fiscalidad de los más ricos.

La economía de Canadá depende fuertemente de sus exportaciones y fue duramente golpeada por la caída de los precios del petróleo y la baja de los precios de las materias primas.

El sector de servicios predomina en la economía canadiense: representa dos tercios del PIB y emplea a más de 78% de la población activa. Los sectores más dinámicos son las telecomunicaciones, el turismo, Internet (en la mayoría de los hogares se utiliza Internet con regularidad) y la aeronáutica.

El sector agrícola representa 1,5% del PIB de Canadá y emplea a 2,1% de la población. Dicho esto, el sistema agrícola y agroalimentario emplea a cerca de dos millones de personas y contribuye a 8% de la riqueza nacional. Canadá es uno de los grandes exportadores de productos agrícolas del mundo, en particular de trigo. Produce el 10% de los cultivos genéticamente modificados del mundo. La pesca es un sector importante. Canadá es uno los principales productores de minerales, principalmente de níquel, zinc y uranio. El país dispone asimismo de grandes reservas de petróleo (tercera reserva mundial) y gas natural.

Canadá experimentó un aumento en visitantes internacionales en 2015 y 2016, las ventas de bolsos de lujo aumentó por consiguiente.

La debilidad del dólar canadiense actuó como un fuerte incentivo para que los visitantes de los EE.UU., Asia y Europa visiten Canadá y hagan una mayor cantidad de compras en el país. Debido al aumento de turistas y una mayor demanda de productos de lujo entre los canadienses, muchas de las marcas de lujo superior expandieron su presencia o hicieron su primera entrada en Canadá en 2015 y 2016. En el este de Canadá, la marca de lujo francesa Longchamp abrió su primer local en Canadá Toronto en 2015. en el oeste de Canadá, las marcas de lujo Dior y Brunello Cucinelli anunciaron la apertura de tiendas independientes en la región "Zona de lujo" de Vancouver de 2016.

Prada anunció la construcción de una tienda insignia de tres niveles en Vancouver, mientras que también anunció Versace una segunda ubicación que abrirá en Vancouver en 2016.

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/politica-y-economia>

La competencia en las bolsas en el segmento de semi-lujo se ha intensificado en los últimos años, ya que diversas marcas se han posicionado en el mercado canadiense:

Crossbody Bags						
	Coach CROSSTOWN Crossbody in Pebble Leather	Coach Inc	Internet retailing	1 units	Not Applicable	225.00
	Gucci Soho Leather Disco Bag	Kering SA	Internet retailing	1 units	Not Applicable	1,115.00
	Michael Kors Selma Medium Saffiano Leather Messenger	Michael Kors Holdings Ltd	Internet retailing	1 units	Not Applicable	348.00

4

⁴ Trevor Fenwick. (2015). Investigación de mercados Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>

La siguiente tabla muestra el porcentaje de participación de cada marca en el mercado:

Change View ▼		2011 ▼	2012 ▼	2013 ▼	2014 ▼	2015 ▼	
Canada							
Bags and Luggage							
<input type="checkbox"/>	il.	Michael Kors Holdings Ltd	6.9	11.1	15.3	17.6	17.5
<input type="checkbox"/>	il.	Kate Spade & Co, Inc	-	-	-	12.6	14.5
<input type="checkbox"/>	il.	Coach Inc	6.4	5.9	5.4	5.0	4.8
<input type="checkbox"/>	il.	Samsonite International SA	2.6	2.5	2.3	2.9	3.1
<input type="checkbox"/>	il.	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	4.0	3.8	3.3	3.0	2.9
<input type="checkbox"/>	il.	Guess Inc	3.1	2.9	2.4	2.1	2.0
<input type="checkbox"/>	il.	VF Corp	2.3	2.2	2.0	1.8	1.7
<input type="checkbox"/>	il.	Wenger SA	2.2	2.1	1.8	1.7	1.6
<input type="checkbox"/>	il.	Danier Leather Inc	2.5	2.3	2.1	1.9	1.5
<input type="checkbox"/>	il.	TRG Group	1.8	1.7	1.4	1.3	1.3
<input type="checkbox"/>	il.	Delsey SA	1.7	1.6	1.4	1.3	1.3
<input type="checkbox"/>	il.	Fossil Group Inc	1.5	1.4	1.2	1.1	1.0
<input type="checkbox"/>	il.	Heys International Ltd	1.0	1.0	0.8	0.8	0.7
<input type="checkbox"/>	il.	adidas Group	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3
<input type="checkbox"/>	il.	Nike Inc	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3
<input type="checkbox"/>	il.	Fifth & Pacific Cos Inc	-	3.6	8.6	-	-
<input type="checkbox"/>	il.	Liz Claiborne Inc	2.3	-	-	-	-
<input type="checkbox"/>	il.	Others	60.7	57.1	51.0	46.2	45.5
<input type="checkbox"/>	il.	Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

5

⁵ Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>

Esta tabla muestra los diferentes puntos de venta para las bolsos para dama y su participación en las ventas anuales:

CANADA BAGS AND LUGGAGE						
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Store-Based Retailing	99.1	99.1	99.1	99.1	99.1	99.1
Grocery Retailers	11.1	12.7	13	13.1	13.6	10.4
Modern Grocery Retailers	11.1	12.7	13	13.1	13.6	10.4
Convenience Stores	-	-	-	-	-	-
Discounters	-	-	-	-	-	-
Forecourt retailing	-	-	-	-	-	-
Supermarkets	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4
Hypermarkets	10.6	12.1	12.5	12.6	13.2	10
Traditional Grocery Retailers	-	-	-	-	-	-
Non-Grocery Specialists	51.4	51.1	50.9	50.9	50.9	51.6
Apparel and Footwear Specialist Retailers	12.1	12.1	12.4	12.9	12.5	12.5
Health and Beauty Specialist Retailers	1.4	1.4	1.2	1.1	1.1	1
Chemists/Pharmacies	-	-	-	-	-	-
Optical Shops	-	-	-	-	-	-
Drugstores/parapharmacies	1.4	1.4	1.2	1.1	1.1	1
Other Health and Beauty Specialist retailers	-	-	-	-	-	-
Leisure and Personal Goods Specialist Retailers	37.5	37.2	36.9	36.5	35.7	35.5
Bags and Luggage Specialist Retailers	25.4	25.1	24.9	24.9	24.5	24.5
Jewellery and Watch Specialist Retailers	-	-	-	-	-	-
Stationers/Office Supply Stores	5.4	5.4	5.4	4.8	4.5	4.4
Other Leisure and Personal Goods Specialist Retailers	6.7	6.7	6.7	6.8	6.7	6.6
Mixed Retailers	36.5	35.3	35.2	35.2	34.6	37.2
Department Stores	20.3	20.4	20.4	20.4	20.2	23
Mass Merchandisers	13.2	12.1	12	11.9	11.7	11.6
Variety Stores	0.9	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7
Warehouse Clubs	2.1	2	2	2	2	1.9
Other Non-Grocery Specialists	0.4	0.4	0.4	0.4	1.6	2.5
Non-Store Retailing	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
Direct Selling	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
Homeshopping	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4
Internet Retailing	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3
Vending	-	-	-	-	-	-
Total	100	100	100	100	100	100

6

⁶ Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>

Las siguientes tablas muestran los principales exportadores de bolsas a Canadá:



Bilateral trade at 4-digit	Exporters	Imported value 2015 (USD thousand)▼	Trade balance 2015 (USD thousand) ↓	Share in Canada's imports (%)	Imported quantity 2015	Quantity unit
			World	1,283,970	-1,052,299	100
⊕	China	839,995	-831,529	65.4		No quantity
⊕	Italy	89,470	-89,096	7		No quantity
⊕	Viet Nam	88,847	-88,803	6.9		No quantity
⊕	United States of America	78,695	90,396	6.1		No quantity
⊕	France	54,283	-53,104	4.2		No quantity
⊕	India	27,435	-27,381	2.1		No quantity
⊕	Philippines	19,989	-19,946	1.6		No quantity
⊕	Mexico	15,274	-15,091	1.2		No quantity
⊕	Spain	10,539	-10,408	0.8		No quantity
⊕	Indonesia	8,022	-7,806	0.6		No quantity
⊕	Thailand	6,898	-6,880	0.5		No quantity
⊕	Korea, Republic of	6,073	-5,724	0.5		No quantity
⊕	Czech Republic	5,365	-4,986	0.4		No quantity
⊕	Taipei, Chinese	4,698	1,819	0.4		No quantity
⊕	Cambodia	4,326	-4,326	0.3		No quantity
⊕	Germany	3,114	-2,564	0.2		No quantity

7

Importadores de Bolsos.

^{7 7} Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>

Investigación de mercado en Chile

Factores económicos

Las ventas de productos de marroquinería en Chile ofrecen considerables oportunidades a los fabricantes extranjeros de productos de piel, debido fundamentalmente a los altos costes de producción en el país. Así, las importaciones del sector de accesorios de moda de piel han sido impulsadas por el declive de la industria nacional. A la intensa competencia del producto internacional hay que sumarle que cada vez más empresas chilenas deslocalizan la producción a países asiáticos, principalmente China.

El fabricante asiático, principalmente chino, se ha introducido a Chile utilizando estrategias de precio, en los segmentos bajos y medios del mercado. Sin embargo cada vez ofrecen mejor diseño y más calidad, lo que responde a una estrategia de reposicionamiento a través de la comercialización del producto de mayor valor añadido. Muchas de las importaciones de productos de piel más baratos son destinadas a la exportación hacia otros países de la región.

Dentro del sector, el segmento más dinámico es el de productos de diseño. Según datos de la Asociación de Marcas de Lujo (AML), entidad que agrupa a varias firmas del sector en Chile, el gasto en productos de diseño ha experimentado un crecimiento del 10% anual en los 2 últimos años. Los últimos datos de la industria señalan que, en el transcurso del 2012, las ventas sumaron 472 millones de dólares (313 millones de euros, aproximadamente).

De hecho, en los últimos años, un gran número de marcas de lujo de todo el mundo han desembarcado en la capital chilena, atraídas por la estabilidad económica, las preferencias arancelarias y un crecimiento en la demanda de bienes de lujo.

Este dinamismo refleja la madurez del sector de moda y diseño y la creciente diversidad de pieles que se utilizan para la fabricación de bolsos, de diferentes animales, como la llama, el lagarto, el salmón, etc..., que representan una competencia cada vez más intensa en los segmentos generales del mercado.

Importaciones:

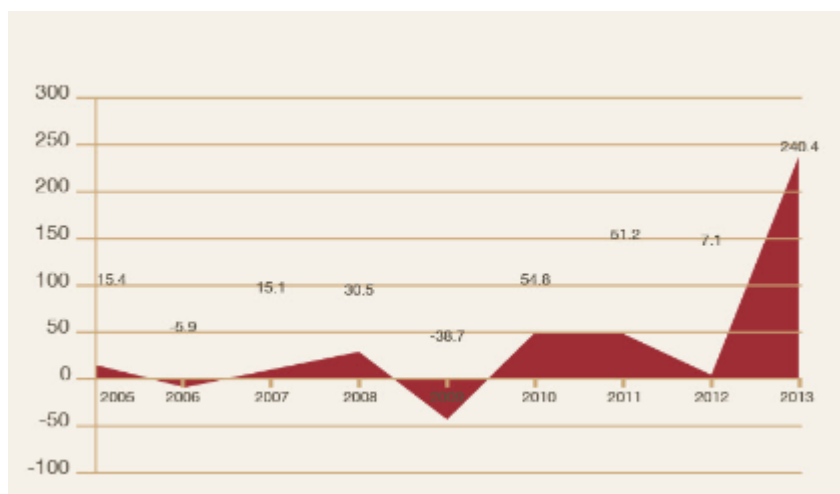
El código arancelario corresponde a “Bolsos de mano, con la superficie exterior de cuero natural” es el 420221. Las importaciones de estos productos por Chile durante la última década en valor y en unidades aparecen resumidas en la siguiente tabla.

Importaciones	2007	2009	2011	2013
Valor Miles US\$	3,441	2,750	6,437	23,465
Unidades	335,255	359,925	815,889	3,158,018

8

Las importaciones Chilenas de bolsos de cuero han crecido notablemente a lo largo de la última década, pese a observarse que la evolución ha sido irregular y que el mayor incremento se concentra en el año 2013.

Evolución anual de importaciones en valor %



9

⁸ ITC. (2015). investigación de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:

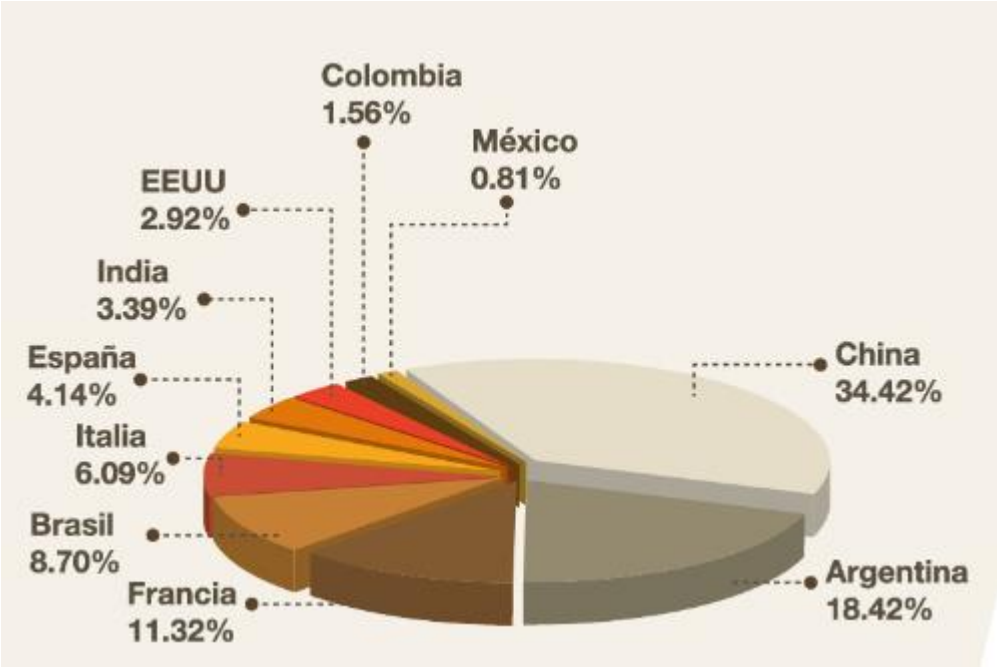
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

⁹⁹ ITC. (2015). investigación de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

Los 10 primeros proveedores de Chile representan casi el 93% de las importaciones totales realizadas por este país. Los 3 primeros orígenes durante el periodo analizado han sido China (con el 34, 42% total), Argentina (18.42%) y Francia (11.32%). Brasil (8.70%) es el segundo proveedor latinoamericano tras Argentina, seguido a gran distancia por Colombia y México, con participaciones del 1.56% y el 0.81% respectivamente.

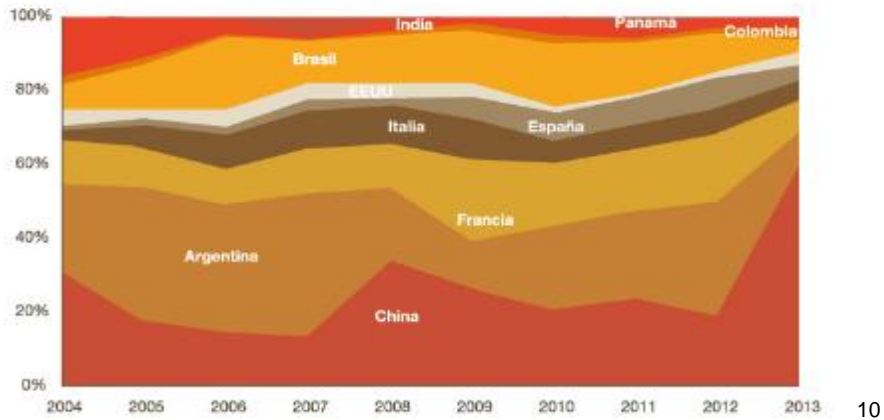
Principales proveedores mundiales 2004-2013



Como se puede observar en la tabla, las exportaciones latinoamericanas proceden de Argentina y en menor medida de Brasil y Colombia. También se destaca el fuerte crecimiento de las exportaciones desde México.

ITC. (2015). investigación de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional
 Sitio web:
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

Evolución participación por proveedor sobre total de importaciones %



Importaciones en miles de dólares USA

	2005	2007	2009	2011	2013
Agregación LAC	1,485	1,859	796	2,606	4,172
Argentina	1,046	1,248	298	1,392	2,006
Brasil	351	358	342	823	785
Colombia	37	7	33	30	634
México	-	1	79	87	250
Panamá	10	183	-	195	237
Perú	1	5	6	57	111
Bolivia	6	13	19	18	90
Uruguay	30	40	15	1	52
Ecuador	2	4	-	3	7
Anguila	-	-	-	-	-
Rep. Dominicana	-	-	3	-	-
Guatemala	-	-	1	-	-
Paraguay	2	-	-	-	-
Venezuela	-	-	-	-	-

¹⁰¹⁰¹⁰ ITC. (2015). investigación de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

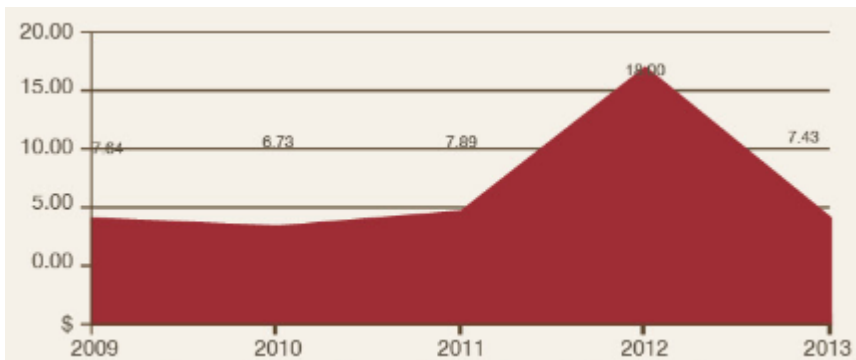
En la tabla se muestra las importaciones de bolsos de piel a Chile durante el periodo de 2005 a 2013, se ve un gran crecimiento en la exportación de México que en el año 2013 se ubicó en el quinto lugar con 250 mil dólares.

Esta tabla muestra el precio medio de importación a Chile por unidad.

Para exportar hacia Chile los incoterms más habituales son e FOB y el CIF, la selección de uno u otro se hace en base a la experiencia del exportador, los volúmenes, requerimientos del importador, etc. En Chile no se usa utilizar DAP o DDP.

Para exportar a Chile los incoterms más habituales son e FOB y el CIF, la selección de uno u otro se hace con base a la experiencia del exportar, los volúmenes, requerimientos del importador, etc.. es importante mencionar que en Chile no se utiliza DAP o DDP

Precio promedio de importación, US\$ por unidad



11

Cómo negociar en Chile

El empresario chileno es profesional y educado y presta gran atención a detalles formales en conducta y vestimenta.

Suelen ser conservadores y reflexivos y las negociaciones detalladas y lentas.

¹¹ ITC. (2015). investigación de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

Se debe ser directo y claro desde la primera conversación con los potenciales clientes.

Se debe mantener un pequeño margen de negociación en los precios, los grandes descuentos pueden generar desconfianza en los empresarios chileno.

Es bueno destacar la sostenibilidad del negocio y hacer pensar a la contraparte en una relación a largo plazo.

La competencia asiática es alta, es bueno destacar las ventajas logísticas y de costos en caso de tenerlas.

Es bueno invertir junto al distribuidor, hacer seguimiento del canal y posicionar el producto adecuadamente.

Se debe tener en cuenta que debido a la concentración de la distribución en pocos grupos, estos no están normalmente especializados por tipo de producto, en la tabla se muestran los principales importadores y distribuidores.

El mercado chileno es un mercado en el que compite un elevado número de empresas internacionales por lo que el comprador está acostumbrado a la comparación entre una gama amplia de productos, el consumidor chileno es uno de los de mayor poder adquisitivo en América Latina por lo tanto consideramos que Muka tiene oportunidad en este mercado

En Chile los grandes distribuidores minoristas importan directamente, en muchos casos los principales minoristas tienen importadores que trabajan en exclusiva para ellos, consideramos que esto también podría ser oportunidad para la empresa, por lo que son los insumos industriales son las empresas procesadoras las que suelen importar directamente desde los proveedores extranjeros. En general la participación de intermediarios no es frecuente, excepto en el caso de productos poco diferenciados o de grandes importadores.

La distribución minorista esta concentrada en pocos grupos empresariales que tienen gran capacidad de compra y normalmente importan directamente desde los productos extranjeros, los puntos de venta minoristas tienen una gran importancia en la creación e impulso de estilos y tendencias en la moda. Resulta por ello fundamental el posicionamiento del producto en el punto de venta minorista como estrategia de promoción comercial en Chile.

Internet para Chile juega un papel muy importante como medio de publicidad y venta minorista, se estima que casi el 70% de los puntos de venta minorista permiten la compra online en sus productos, para el mercado chileno es muy importante el diseño como calidad.

Requisitos de acceso a Chile

Las exportaciones deben ser acompañadas de un certificado de origen emitido por el exportador, a pesar de que los bolsos no paguen arancel debido al tratado de libre que tenemos con Chile está sujeto al pago de derecho arancelario a la importación si se debe pagar el impuesto IVA, dentro de los documentos obligatorios para toda la importación de Chile con carácter comercial son:

- Conocimiento de embarque original
- Factura comercial original que acredite la mercancía
- Declaración Jurada del importador sobre el precio de las mercancías
- Mandato constituido por el solo endoso original del conocimiento de embarque.
- Certificado de origen

El empaque colectivo de bolsos de cuero suele realizarse en caja de cartón corrugado de doble pared, calibre mínimo de 6mm. Es conveniente considerar los cambios de temperatura, lluvia y manejo del producto.

Los bolsos de mujer usualmente son empacados en bolsas plásticas y/o textiles y lotificados en la caja de cartón. Algunos productos pequeños deben envolverse en papeles suaves, para luego colocarlos en la caja colectiva.

Se recomienda:

Tener el certificado de seguros cuando el valor de la prima no se encuentre consignado en la factura comercial.

Nota de gastos, cuando estos no estén incluidos en la factura comercial.

Permisos, visados, certificaciones o vistos buenos, cuando proceda.

En Chile no hay una normativa especial que indique reglas de etiquetado para bolsos de cuero, ni exigencias para su comercialización. El Instituto Nacional de Normalización no ha establecido una norma para este producto:

- Envolver cada producto en papel delgado o en una bolsa plástica.
- Limitar el número de artículos por caja (6-12)
- Mencionar el número de productos y el color de cada uno de ellos en la caja.
- Poner el paquete de productos pequeños dentro de una caja más sólida.
- Antes de hacer esto, estar seguro que las cajas pequeñas son protegidas por las bolsas plásticas para evitar daño por la lluvia.
- Incluir en la lista de empaque los productos, colores y tipos.

Sitios de interés:

- Instituto Nacional de Normalización (INN), es una fundación de derecho privado sin fines de lucro, creada por CORFO.
- Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), es la agencia del Estado de Chile encargada de proteger los derechos del consumidor.
- Servicio Nacional de Aduanas, es la unidad encargada de fiscalizar el ingreso y salida de mercancías en el país.
- Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), es la autoridad indicada para registrar una marca comercial en Chile.

Tabla de posibles distribuidores de accesorios femeninos de piel de bovino en la ciudad de Chile.

Nombre ¹²	Página web	Email / Teléfono	Ciudad
Cencosud	https://www.cencosud.com	+(56)29590600	Santiago
Chile Bolsos	http:// www.chilebolsos.cl	+(56)995257241	Santiago
Comercial Ecsa (Ripley)	http:// www.ripley.cl	pmendez@ripley.cl +(56)26941047	Santiago
Cristal Internet	http://www.cristalinternet.cl	+(56)27374874	Santiago
Falabella	https:// www.falabella.com	+(56)23802000	Santiago
Importadora BHAkti	https://www.importadorabhakti.com	+(56)23802000	Iquique
Importadora Oriente	http://importadorabahkti.com	+(56)572522183	Santiago
Importadora VIP	http://www.importadoravip.cl	importadoravipchile@gmail.com +(56)0223418286	Santiago
La polar	https:// www.lapolar.cl	+(56)2238833000	Santiago
Patronato Mayor	https:// www.patronatomayor.cl	+(56)26895105	Santiago
HL	https:// www.hl.cl	+(56)226293300	Santiago

¹² ITC. (2015). investigación de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:

http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

Investigación de Mercado Panamá

Factores económicos

Panamá ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en todo el mundo. El crecimiento medio anual fue del 7.2 por ciento entre 2001 y 2013, más del doble del promedio de la región. La economía panameña creció un 6.2 por ciento en 2014, un 5.8 por ciento en 2015, y para el 2016 la previsión es de un 6.0 por ciento, aumentando ligeramente al 6.1 y 6.2 por ciento en 2017 y 2018, respectivamente.

A mediano plazo, hay buenas razones para esperar que el crecimiento de Panamá se mantenga entre los más altos de América Latina, del 6 al 6.5 por ciento. Con el proyecto de construcción de la segunda línea del Metro y el tráfico adicional generado por la ampliación del Canal, las inversiones públicas también se mantendrán altas. Además, la inversión privada deberá seguir siendo fuerte. Las perspectivas de alto crecimiento en los próximos años también se sustentan en las nuevas oportunidades para el crecimiento impulsado por el sector privado en áreas clave como transporte y logística, minería, servicios financieros y turismo.

Panamá está bien posicionada para seguir avanzando hacia los objetivos de desarrollo del Banco Mundial, de acabar con la pobreza extrema e impulsar la prosperidad compartida, gracias tanto a las perspectivas de crecimiento como a la renovada atención del Gobierno a la inclusión. Sin embargo, sostener el crecimiento a mediano y largo plazo requerirá responder a algunas limitaciones estructurales que podrían ser vinculantes conforme el país continúa su desarrollo. Si no se abordan, algunas áreas prioritarias estructurales podrían obstaculizar el crecimiento en los próximos años. Estas incluyen: infraestructura, educación y destrezas, así como la eficiencia de las instituciones públicas.

<http://www.bancomundial.org/es/country/panama/overview>

Perfil del consumidor

El consumidor panameño no es el mismo que hace veinte, quince o hasta 10 años. Hoy en día, las nuevas generaciones e, incluso las viejas generaciones, han girado sus tendencias y preferencias hacia otros caminos. Otro factor a considerar, además de la globalización y la llegada de información del exterior por medios digitales, lo que genera aspiración calidad, es el incremento de la capacidad adquisitiva de los panameños. Ahora que tienen más ingresos para gastar, entonces tienen la posibilidad y la disposición de gastar más en productos más caros, diferentes y arriesgados. Un ejemplo de esto se ve claramente en la marcada tendencia por el consumidor panameño por preferir los productos orgánicos. Pese a tener, en promedio, un valor de entre 20% y 30% superior a productos que no siguen prácticas ecológicamente sustentables, son de producción orgánica y están libres de químicos, jóvenes profesionales de 23 años en adelante han adoptado un consumo que, anteriormente, se restringía prácticamente a extranjeros. A decir de esto, en la capital del país, hay al menos 12 restaurantes de prestigio que sirven en sus cartas productos orgánicos, con el fin de apelar a este nuevo gusto del consumidor panameño.

Exportaciones de México a Panamá en los últimos años de bolsos

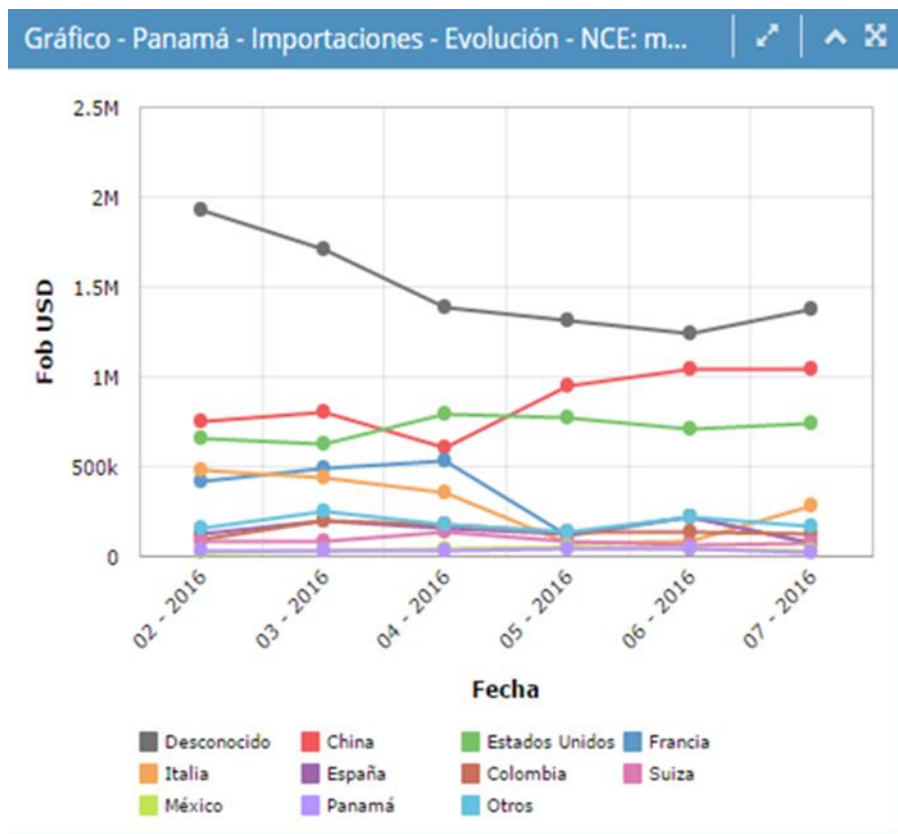
EXPOR TACION ES	Valor 2016 ene-ago	Volume n 2016 ene-ago	Valor 2015 ene-dic	Volume n 2015 ene-dic	Valor 2014 ene-dic	Volume n 2014 ene-dic	Valor 2013 ene-dic	Volume n 2013 ene-dic	Valor 2012 ene-dic	Volume n 2012 ene-dic	Valor 2011 ene-dic
Panama	14.539	306	26	2	21.747	248	25.871	478	15.53	4	240
	Volume n 2011 ene-dic	Valor 2010 ene-dic	Volume n 2010 ene-dic	Valor 2009 ene-dic	Volume n 2009 ene-dic	Valor 2008 ene-dic	Volume n 2008 ene-dic	Valor 2007 ene-dic	Volume n 2007 ene-dic	Valor 2006 ene-dic	Volume n 2006 ene-dic
	4	3.113	60	659	20	0	0	64.793	118	635	22

13

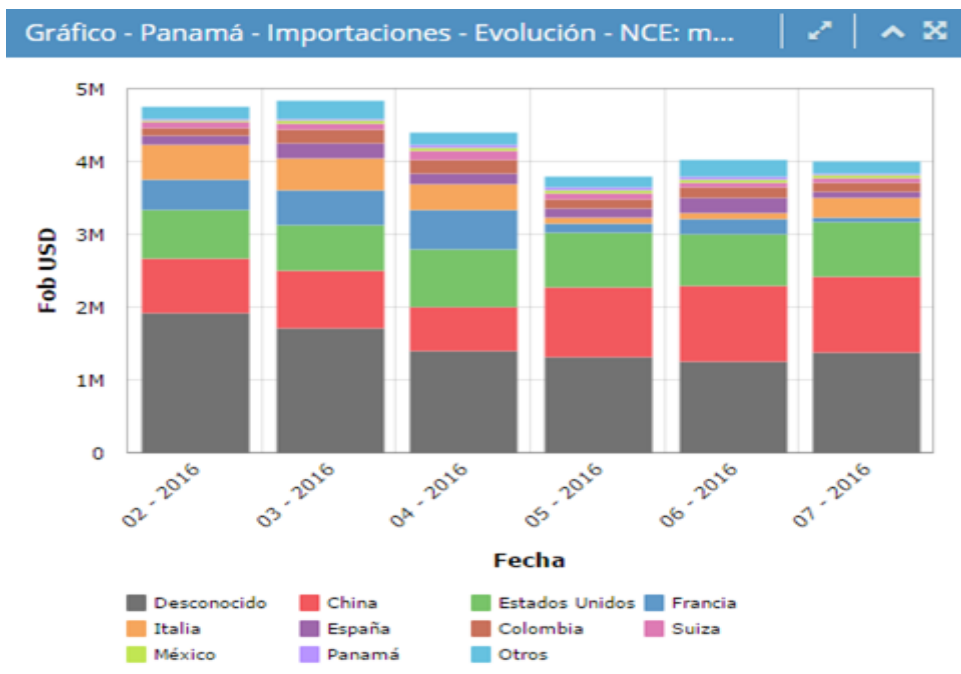
^{13 13} Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web:

Importaciones a Panamá de otros países (bolsos)

En las siguientes gráficas podemos observar que México tiene un posicionamiento significativo respecto a las importaciones en Panamá, lo cual significa que el producto podría ser viable para exportación en este mercado, estas gráficas representan el valor en dólares de exportaciones de los países que se muestran en las dos gráficas.



<http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>



14

<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Panama/manufacturas-de-cuero-articulos-de-talabarteria-o-guarnicioneria-articulos-de-viaje-bolsos-de-mano-c/PA/42>

Documentos para exportar a Panamá

- Declaración de Exportación (Formulario Aduanero) Costo: B/. 5.00 Se obtiene en el Unión Nacional de Corredores de Aduana
- Factura Comercial Juramentada Original y 5 copias
- Certificado de Origen

^{14 14} Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>

Modalidades:

- CBI (Iniciativa de la Cuenca del Caribe) Válido para EE.UU. (dentro de las preferencias arancelarias que otorga el CBI) Costo B/. 2.00
- SGP (Sistema Generalizado de Preferencia) Válido para Europa, Japón, Australia, Nueva Zelanda y otros países industrializados (dentro de las preferencias arancelarias que otorga el SGP) Costo B/. 2.00
- Vicomex (Certificado para cualquier país en especial aquellos donde no existen preferencias arancelarias para los productos amparados dentro del presente certificado) Costo B/. 2.00
- Refrendo – Todos los certificados son refrendados con la firma registrada y reconocida a nivel internacional por las autoridades de aduanas y otras entidades relacionadas. Costo B/. 2.00
- Licencia Fito-Zoosanitaria Para productos manufacturados de origen agropecuario principalmente (Si lo pide el país de destino) Costo B/. 5.00

Directorio de empresas exportadores de bolsos de piel de bovino, con la clasificación arancelaria de 42022101.

Son productos hechos en México que se dedican a la venta de su producto B2B (Business to business).

Empresas por medio de DIEX. El Directorio de Exportadores (DIEX), principal instrumento de los promotores de México en el exterior, permite a compradores de todo el mundo conocer de manera confiable la oferta exportable mexicana para realizar contactos, las 24 horas del día los 365 días del año.

El DIEX constituye el mejor medio de promoción internacional gratuito que las PyMEs mexicanas deben aprovechar.

BOLSAS CRABTREE DE MEXICO, S.A. DE C.V.

Teléfono: (33) 36272101

Correo: info@crabtree.com.mx

Página de internet: www.crabtree.com.mx

Ubicación: Zapopan, Jalisco

Persona encargada: Gerardo Ruiz Velasco, Gerente general.

Correo: gerardo@crabtree.com.mx

ABC ARTE, BELLEZA Y CALIDAD, S.A. DE C.V.

Teléfono: (55) 55418333

Correo: artebellezaycalidad@prodigy.net.mx

Página de internet:

Ubicación: Ciudad de México

Persona encargada: Roberto Ostos Villaseñor, Director de ventas,

Teléfono: 55470145, Correo: rostosv@hotmail.com

AVIBEL DE MEXICO, S.A. DE C.V.

Teléfono: (378) 7826060

Correo: nnavarro@inovaalimentos.com

Página de internet: www.inovaalimentos.com

Ubicación: Tepatitlán de Morelos, Jalisco

Persona encargada: Nancy Navarro, Gerente

BOLSAS CRABTREE DE MEXICO, S.A. DE C.V.

Teléfono: (33) 36272101

Correo: info@crabtree.com.mx

Página de internet: www.crabtree.com.mx

Ubicación: Zapopan, Jalisco

Persona encargada: Gerardo Ruiz Velasco, Gerente general,

Teléfono: 36277092

Correo: gerardo@crabtree.com.mx

CALZADOS C EGL, S.A. DE C.V

Teléfono: (33) 38348646

Correo: ccarrillo@dione.com.mx

Página de internet: www.dione.com.mx

Ubicación: Zapopan, Jalisco

Persona encargada: Claudia Carrillo Flores, Gerente de ventas.

Teléfono: 38318646 Ext. 118

DOIZPE

Teléfono: (55) 53491687

Correo: corporate@doizpe.com

Página de internet: www.doizpe.com

Ubicación: Naucalpan de Juárez, Estado de México

Persona encargada: Dora Izquierdo, Director de arte.

KALOSOMA, S.A. DE C.V.

Teléfono: (55) 52028972

Correo: kalosoma@gmail.com

Página de internet:

Ubicación: Miguel Hidalgo, Distrito Federal

Persona encargada: Silvia Behar, Director ventas

Logística

Flete terrestre de Guadalajara - Manzanillo	
135 USD Servicio	
22 USD Impuestos	
INFORMACION Y COTIZACION:	
FOB	
POL : Manzanillo	
POD: Valparaiso Chile	
Piezas: 10	
Peso: 250 kg	
Volumen 1.4 m3	
Carga general no peligrosa.	
Consolidación y PTF	\$ 110 USD
Documentación	\$ 95 USD
Flete marítimo Manzanillo - Valparaiso	\$220 USD
BL Fee / Telex	\$ 65 USD
Transito: 11 dias	

Opcional seguro de carga .6% sobre valor asegurado (mínimo facturación 60USD)	
Gastos en puerto de destino para liberación (Al Costo):	
DESTINATION LOCAL CHARGES 2016	
UNSTUFFING	USD 75
MANIFEST FEE	US D 90
CARRIER HANDLING FEE	USD 20
CNTR CLEANING CHARGE	USD 20
BL FEE	USD 60
Delivery order	USD 15

FINANZAS

Créditos

Como recomendación para el proyecto, consideramos e investigamos los mejores créditos con tasas bajas para poder llevar a cabo el proyecto e invertir en él, así que sugerimos las siguientes recomendaciones al mismo tiempo se presentan los requisitos que se requieren para poder obtener estos créditos.

CREDITO PYMES SANTANDER

Este crédito es en pesos o dólares a tasa variable, con plazo máximo de 12 meses. Crédito dirigido a importadores y/o exportadores para el financiamiento a corto plazo, los beneficios que ofrece: es una manera rápida de obtener financiamiento, es un crédito con línea para exportadores e importadores en pesos o dólares, dependiendo del monto es la tasa de interés, sin embargo son tasas atractivas, se puede disponer por banca electrónica, cheques o directamente en la sucursal.

Para llevar a cabo este crédito como persona física con actividad empresarial, los documentos o requisitos que se piden son los siguientes:

- Solicitud de Crédito
- Identificación oficial vigente con fotografía y firma
- Comprobantes de ingresos (Estados de cuenta o declaración fiscal o estados financieros, etc)
- Cédula de Identificación Fiscal (RFC) y Alta ante el SAT.

Documentación de Comercio Exterior

Presentar documentación por el 10% del valor del monto del Financiamiento requerido en la Solicitud-Contrato, que compruebe la actividad de Comercio Exterior: copias y/o relación de Facturas y Documentos de Transporte con antigüedad máxima de 180 días, contados a partir de la fecha de revisión.

FOJAL

Consideramos que Fojal es uno de los mejores créditos para la empresa ya que tiene tasas de interés bajas como recomendación dentro de este fondo sugerimos el programa Avanza ya que está enfocado en empresas en etapa de crecimiento, tiene una tasa de interés del 10% con una línea de crédito desde 250,000 a 1,000,000, los pagos de este crédito son mensuales y el destino es para capital de trabajo, equipamiento, infraestructura y pago de Pasivo.

Este crédito se puede tramitar en cualquier mes del año es un trámite gratuito, la fecha del trámite comienza cuando el expediente se encuentra con todos los documentos completos, los formatos llenos en su totalidad y firmados, establecidos en la normatividad general de financiamiento y sus anexos, mismos que serán recibidos por personal en la Dirección de Financiamiento Pyme y tarda alrededor de 60 días hábiles después de haber presentado la solicitud. Las formas de presentación para este fondo son las siguientes:

- Recibir información a través de pláticas informativas (FOJAL, cámaras empresariales, ayuntamientos municipales) ó atención directa.
- Entregar documentación completa a FOJAL.
- Recibir al asesor de FOJAL en las instalaciones del negocio (previa asignación de cita).
- Acudir a FOJAL en caso de requerirse aclaraciones.
- Formalizar el crédito (contrato) ante fedatario público en caso de ser autorizado.
- Comprobar la aplicación del crédito a los 60 días transcurridos a partir de la entrega del crédito.
- Liberar las garantías y entrega del pagaré cancelado una vez liquidado el crédito.

Los documentos o requisitos que se necesitan son los siguientes:

Formatos que los encontraras en la siguiente liga:

<http://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas/5979>

Se deben presentación de forma original, en un formato de solicitud de crédito con firma autógrafa y debidamente requisitada. Se debe presentar otro formato en el cual es requerido con firma autógrafa original para obtener la autorización del interesado con la finalidad de realizar las consultas de experiencia crediticia. Aplica para el solicitante, co-acreditado, representante legal y principal accionista.

Cotizaciones:

Tipo de documento: Cotizaciones o presupuestos.

Presentación: Original

Descripción del documento: Cotizaciones con I.V.A desglosado (aplica solo para préstamos refaccionarios). Los presupuestos para construcción, deben venir firmados por la persona física o jurídica que realizará los trabajos y/ o servicios. Se financiará el 90% del valor del proyecto

Tipo de documento: Comprobante

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Acta de nacimiento, CURP o documento legal que haga las veces, en caso de ser extranjeros o naturalizados mexicanos deberán integrar la documentación expedida por el Instituto Nacional de Migración que acredite su residencia (tarjeta de residente) en el país y pasaporte. Este documento es requerido para el solicitante, co-acreditado, representante legal, principal accionista, garante hipotecario, y dueño beneficiario en su caso.

Acta de matrimonio

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Acta de matrimonio en su caso. Este documento aplica para el solicitante, co-acreditado, representante legal, principal accionista, garante prendario y garante hipotecario.

Identificación oficial con fotografía

Tipo de documento: Comprobante

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: La identificación se acredita presentando uno de los siguientes documentos vigentes: credencial expedida por el Instituto Federal Electoral (IFE), ó Instituto Nacional Electoral (INE), pasaporte, licencia de conducir del Estado de Jalisco, cédula profesional, credencial del INAPAM. Aplica para: solicitante, co-acreditado, representante legal, principal accionista, garante hipotecario, garante prendario y dueño beneficiario en su caso.

Comprobante de domicilio

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Comprobante de domicilio particular. Como comprobante se podrán presentar los siguientes: recibo de la luz, recibo de teléfono (particular o móvil), recibo de agua, estado de cuenta bancario a nombre del solicitante, constancia de domicilio emitida por una autoridad municipal. Los comprobantes deberán tener una antigüedad no mayor a 90 días de su fecha de emisión tomados a partir de la fecha de autorización del crédito. Este documento es requerido para el solicitante, co-acreditado, garante hipotecario, garante prendario, representante legal, principal accionista y dueño beneficiario en su caso.

Estado de cuenta bancario

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Estado(s) de cuenta(s) bancario, con CLABE interbancaria a nombre del solicitante, donde el saldo coincida con el balance actual, con una antigüedad no mayor a 90 días a partir de la autorización del crédito.

Acta constitutiva

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Acta constitutiva con sus últimas modificaciones y poderes. Para sociedades que no presenten movimientos en los últimos cinco años, deberán incluir el certificado de historial de movimientos.

Licencia municipal o de la autorización del uso del suelo.

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Licencia municipal o documento vigente para operar el negocio expedido la autoridad competente del año en curso.

Constancia de inscripción en el R.F.C.

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Constancia de inscripción en el R.F.C. Aplica para: solicitante y representante legal.

Garantía

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: En caso de presentar garantía prendaria se entregarán la factura(s) de los bienes muebles con cobertura de 2 a 1 respecto al crédito y los documentos de identidad del garante prendario. FOJAL podrá solicitar el avalúo o póliza de seguro de los bienes al inicio o durante proceso del crédito. En caso de presentar garantía hipotecaria, esta deberá contar con una cobertura de 1 a 1 respecto al monto del crédito solicitado. Los documentos a presentar son las escrituras del bien inmueble con su boleta registral, certificado de libertad o gravamen en original con una antigüedad no mayor a 90 días a partir de la fecha de autorización del crédito, pago del recibo predial al corriente y del año en curso y

documentos de identidad del garante hipotecario. FOJAL podrá solicitar el avalúo al inicio ó durante el proceso del crédito. Los avalúos serán efectuados por un perito valuador registrado en el padrón de FOJAL. En caso de ser persona moral integrar el acta constitutiva con sus últimas modificaciones y poderes, así como los documentos de identidad del representante legal.

Pago de impuesto

Tipo de documento: Comprobante

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Comprobante del último pago de impuestos (declaración anual / copia del último pago)

Comprobante del último pago al I.M.S.S.

Tipo de documento: Comprobante

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Comprobante del último pago al IMSS

Comprobante de domicilio del negocio

Tipo de documento: Comprobante

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: Comprobante de domicilio del negocio que coincida con el número señalado en la licencia o permiso municipal (con una antigüedad no mayor a 90 días). Como comprobante se podrán presentar los siguientes: recibo de la luz, recibo de teléfono (particular o móvil), recibo de agua, estado de cuenta bancario a nombre del solicitante, constancia de domicilio emitida por una autoridad municipal.

Plan de Negocios

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original

Descripción del documento: Plan de negocios de la empresa donde se incluya el proyecto de inversión. Se integran al documento: los estados financieros históricos (balance general con sus relaciones analíticas y estado de resultados de los últimos dos ejercicios contables, (para empresas con más de dos años de operación ó el último cierre contable para empresas con menos de un año de operación) y estados financieros actuales con antigüedad no mayor a 90 días a la fecha de recepción del expediente FOJAL (balance general con relaciones analíticas y estado de resultados)

Otros

Tipo de documento: Anexo

Presentación: Original y copia

Descripción del documento: De resultar necesario, FOJAL podrá solicitar información adicional y documentos de apoyo tales como: formato de identidad co-acreditado, beneficiario controlador/ dueño beneficiario (en su caso); recibo predial año en curso pagado, en caso de reportar inmueble(s) en la información financiera del negocio, tarjeta de circulación o factura del automóvil (es) en caso de reportarlo en la información financiera del negocio; presupuesto y servicio de obra (remodelación o ampliación) en su caso presentar contrato de arrendamiento, avalúo del inmueble (realizado por perito valuador registrado en el padrón de valuados de FOJAL), Contrato de arrendamiento, entre otros

FOJAL a Dirección de oficinas donde se puede realizar el trámite

Teléfono: (33) 36155557 , extensión: 50900

Domicilio: Adolfo López Mateos. #1135

PROMEXICO

Otro de los apoyos que creemos que ayudaría a MUKA es un programa de ProMéxico que facilita la realización de misiones comerciales para apoyar las exportaciones y la internacionalización de empresas mexicanas.

Los criterios generales para este apoyo son los siguientes:

- Sujeto a disponibilidad presupuestal.
- Los solicitantes y/o beneficiarios deben cumplir con lo establecido en los Lineamientos para la Operación de los Apoyos y Servicios de ProMéxico .
- Sólo aplica para actividades que no hayan iniciado.
- Cuando el apoyo es solicitado por una empresa internacionalizada, el trámite lo debe realizar la empresa matriz mexicana.
- Los apoyos deben solicitarse entre 90 días hábiles como máximo y 3 días hábiles como mínimo antes del inicio de la actividad a apoyar.
- El beneficiario tiene 90 días hábiles (consultar el cronograma de comprobación y reembolso de apoyos) a partir del día hábil siguiente a la fecha en que termina la actividad apoyada para concluir el proceso de comprobación con ProMéxico a través del sistema de información y/o el ejecutivo, presentando completa la documentación solicitada, es decir, formatos, comprobantes y factura a favor de ProMéxico.
- Los documentos y formatos deben tener firma autógrafa. No se aceptan firmas digitales (escaneadas).
- Es obligación del beneficiario responder el cuestionario de evaluación y satisfacción sobre la calidad en el servicio, una vez cargados los comprobantes en el sistema de información de ProMéxico.
- El solicitante y/o beneficiario que presente documentación falsa y/o alterada en cualquiera de las etapas del proceso de otorgamiento de apoyos, queda impedido de formular nuevos requerimientos por un período de uno a cinco años, según lo determine las Reglas de Administración y Control en Materia de Determinación y Aplicación de Impedimentos para Beneficiarios que presenten Documentación Falsa y/o Alterada considerando la gravedad del hecho y las circunstancias de su comisión.

- Los formatos/documentos para solicitar el apoyo y solicitar el reembolso deben estar a nombre de la empresa matriz mexicana.
- En caso de incumplimiento de alguno de los requisitos establecidos en esta ficha técnica o en la normatividad aplicable, el apoyo será cancelado por ProMéxico, conforme al artículo 33 de los Lineamientos para la Operación de los Apoyos y Servicios de ProMéxico.

Los documentos para solicitar el apoyo:

- Opinión de cumplimiento de obligaciones fiscales en sentido positivo que no exceda de 3 meses de vigencia a partir de su fecha de expedición, ésta debe ser igual o anterior a la fecha del formato de solicitud de apoyo.
- Copia de la cédula de identificación fiscal (Registro Federal de Contribuyentes).
- Copia de la identificación oficial con firma del representante legal.
- Copia del estado de cuenta bancario con CLABE interbancaria en moneda nacional no mayor a 3 meses y a nombre del solicitante.
- Cuando se trate de una empresa internacionalizada se deberá de añadir el documento legal que acredite la constitución de la empresa en el exterior.
- Añadir una carta de al menos 5 de los agremiados donde señalen la conformidad de representación por parte del organismo.
- Formato de autorización de apoyo firmado por las instancias facultadas establecidas en el artículo 20** de los Lineamientos para la Operación de los Apoyos y Servicios de ProMéxico , el cual deberá estar fechado y cargado en el sistema de información, máximo un día hábil antes de iniciar la actividad.

COMPROBANTES PARA SOLICITAR EL REEMBOLSO

- Formato de solicitud de reembolso .
- Factura electrónica a favor de ProMéxico expedida por el beneficiario.
- Archivo XML de la factura.
- Carta emitida y firmada por la Coordinación o Dirección Estatal de la Unidad de promoción de Negocios Globales que atendió a la empresa, confirmando que cumplió con la agenda de la misión comercial o rueda de negocios.

En caso de ser necesario la Dirección Ejecutiva de Eventos y Servicios al empresario puede requerir cualquier otro documento que acredite la realización del viaje de negocios.

<http://www.promexico.mx/es/mx/misiones-estrategicas-comercio>
centroapoyos@promexico.gob.mx

Metodología

El presente trabajo se comenzó por una investigación en la cual la primera etapa fue hacer un diagnóstico de la empresa, analizando sus logros, sus alcances y al mismo tiempo analizando las debilidades de la empresa así como las áreas que se podrían agregar a la empresa.

La segunda parte de la investigación fue un diagnóstico realizado en la plataforma Yo Exporto, en la cual se hace un diagnóstico donde se reflejan las necesidades de la empresa, en donde está fallando, y cuáles son sus fortalezas.

En la tercera etapa del proyecto se realizó una investigación de mercados para identificar que mercados serían viables para exportar y si la empresa tenía capacidad de exportación, así como una búsqueda de diferentes distribuidores especializados en bolsos de piel en Chile, para esta etapa se utilizaron como recursos diferentes plataformas para la obtención de datos confiables para la empresa

- Desarrollo de la estructura organizacional.
- Desarrollo de propuesta de mejora.
- Investigación de mercados.
- Desarrollo de estrategias de comercialización.

El diagnóstico de *Yoexporto.com* donde se muestran los resultados del Diagnóstico Empresarial y Capacidad Exportadora. En el diagnóstico empresarial muestra resultados acerca de la empresa, sus problemáticas y en qué áreas se necesita enfocar para mejorar. En el diagnóstico de la capacidad exportadora nos brinda la información acerca del producto, si el producto cumple con requisitos para ser

exportado y con cuantas piezas dispone la empresa para exportar, también que porcentaje del mercado nacional ocupa actualmente.

- Datos de posibles distribuidores para la venta de las bolsas, donde se muestran distribuidores especializados, al final se realizó un filtro para elegir los participantes con los que se quieren lograr tener futuras negociaciones.
- Listado de fechas y ciudades para *Showrooms* en Chile, e-commerce,

Cronograma o plan de trabajo

Semana	Actividades
Semana 1	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de curso • Asignación de equipos
Semana 2	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta del diagnóstico YoEXPORTO, planteamiento de las “problemáticas reales” de la empresa. • Primera reunión con Roció Coronado, dueña de MUKA
Semana 3	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación del diagnóstico YoEXPORTO (empresarial y potencial exportador) a las empresarias. • Vaciado de datos. • Propuesta del plan de trabajo a seguir

Semana 3	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de problemas: <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Canales de distribución - Manejo de redes sociales - Búsqueda de distribuidores en Estados Unidos. • Lluvia de ideas (identificación de posibles soluciones) <ul style="list-style-type: none"> - Mejora de publicidad en redes sociales
Semana 4	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de los resultados de los diagnósticos de la plataforma YoEXPORTO • Alternativas creativas para dar solución a los problemas: • Formalización de empresa (organigrama, misión, visión) • marketing por redes sociales • Comunicación del producto (dar a conocer el producto) • Ferias especializadas en moda de damas
Semana 5	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Inicio de investigación de mercados a exportar

Semana 7	<p>Presentación al profesor de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inicio de investigación de tres mercados potenciales para las futuras exportaciones de las bolsas de pieles de bovino • Seguimiento en reestructura de formalización de empresa.
Semana 8	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de ferias internacionales y showrooms • Avance reporte PAP
Semana 9	<ul style="list-style-type: none"> • Recopilación de información por parte de la empresaria con finalidad de decidir la dirección del proyecto • Investigar en euromonitor (Passport)
Semana 10	<ul style="list-style-type: none"> • Se decide el mercado potencial de acuerdo a los resultados arrojados al que planea exportar.
Semana 11	<ul style="list-style-type: none"> • Junta con agente aduanal para apoyo y cotizaciones de flete y logística al lugar de destino

Semana 12	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer contacto con los distribuidores potenciales con los cuales, la empresaria desea negociar. • Investigar en euromonitor (Passport) • Hacer interpretaciones.
Semana 13	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de avances del PAP • Cotización y recolección de requisitos de futuros créditos para el apoyo y fomento de exportaciones a pymes nacionales
Semana 14	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuración y formación de reporte PAP
Semana 15	<ul style="list-style-type: none"> • Estructuración y formación de reporte PAP

Desarrollo de propuesta de mejora

A través del diagnóstico y las mejoras que se sugieren para la empresa, como investigación de mercados, la empresa tiene un planteamiento objetivo conocer cuáles son sus necesidades, podrá mejorar en dichos aspectos que se investigaron y de las propuestas que se sugieren. En cuanto a la investigación de mercados y plan de exportación que se realizó en el trabajo, creemos que la empresa tiene potencial para exportar, sin embargo como recomendación del equipo consideramos que Muka debería estar más sólida en el mercado nacional antes de exportar, esto no significa que no deba exportar en estos momentos simplemente es una recomendación.

3. Resultados del trabajo profesional

Productos obtenidos. Se emitieron recomendaciones para la mejora de la estructura organizacional de la empresa, así como mejorar algunas áreas que ya estaban. Se presentaron las funciones específicas de cada una de las áreas ya existentes así como las sugeridas.

Como recomendación mediante el diagnóstico que se realizó, sugerimos nuevas áreas para implementar en la empresa y como mejorar las que ya están, se realizó un plan de exportación para el mercado que consideramos que es el que más le convendría a Muka ya que Chile es un mercado potencial, y al analizarlo nos dimos cuenta que tiene una estabilidad económica, el perfil de consumidor se adapta al producto, el mercado no es tan competido como los otros mercados analizados, por lo se implementó un plan de exportación para el mercado chileno.

A través del diagnóstico y las mejoras que se sugieren para la empresa, tanto como investigación de mercado, la empresa tiene un planeamiento objetivo de cuáles son sus necesidades, y podrá mejorar dichos aspectos que se investigaron gracias a las propuestas que se sugieren.

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

Aprendizajes profesionales

Noé Ramos

En lo personal fue un poco difícil, ya que no es un producto en el que yo no estaba relacionado, una marca que no es conocida y no es una empresa establecida. Fue un reto para mi y para el equipo realizar todo el proyecto. El proyecto involucró un recuento de todo lo aprendido a lo largo de la carrera, como la mercadotecnia y lo comercial. Es un proceso que lleva tiempo y planeamos desarrollar este proyecto al cien por ciento. El trabajar en equipo facilitó mucho la investigación, se complementaron nuestros conocimientos para poder sacar adelante el proyecto. De este proceso me llevó amplios conocimientos como el trabajo en equipo, los pasos necesarios para llevar a cabo un proyecto de este tipo.

Se que en la vida profesional va a ser un poco parecido a esto porque se empieza desde cero, ya que no se tenía información acerca de este producto en específico.

Marielena Santana

A través de este trabajo pude aplicar mis conocimientos y aportarlos en esta trabajo ayudando socialmente a una pequeña empresa, al mismo tiempo poder aplicar todos mis conocimientos a lo largo de mi carrera, considero que ahora estoy preparada para continuar en mi carrera laboral ya que al realizar este trabajo me di cuenta de mis capacidades, y también de lo que me podría enfrentar cuando se trate de tener tu propia empresa, pero al mismo tiempo me dio las herramientas para ser capaz de solucionar a los problemas que me pueda enfrentar.

Me considero capaz de llevar a cabo un proyecto y dirigirlo así como poder tomar las mejores decisiones, este proyecto me ayudo a ver aplicada mi carrera y al mismo tiempo a través de esto poder contribuir con una empresa pyme para poder ayudarla

a que crezca rápidamente, lo cual me hace sentir orgullosa ya que no solo este proyecto ayuda a la empresaria si no que a muchos mexicanos que de esta pequeña empresa pueda convertirse en una grande empresa que genere empleos para la sociedad.

El PAP me ayudo a enfrentar situaciones con las que me pueda enfrentar el día de mañana, a trabajar en equipo, llevar a cabo un proyecto como solucionar problemas de los cuales me pueda enfrentar el día de mañana, y sobre todo trabajar en equipo ya que en este proyecto fue esencial lo que aportamos cada miembro del equipo.

Herman Wunsch

Para mi fue un gran reto el proyecto ya que es un PAP dirigido principalmente a la carrera de comercio internacional, yo como ingeniero industrial también tuve que aplicar conocimientos y métodos vistos en mi carrera para aportar al equipo, estos conocimientos se aplicaron desde otro enfoque ya que los había visto desde un punto meramente estudiantil y durante el transcurso del semestre lo vi aplicado en la práctica de una manera más lógica. Durante el trabajo en equipo en el semestre tuve la oportunidad de aprender distintos conocimientos y herramientas enfocados en la investigación y trabajo de la carrera de comercio internacional.

Aprendizajes sociales

Noé Ramos

Este tipo de proyectos son los que de una manera nos impulsan a seguir adelante con nuestra carrera y ejercer con la misma en un futuro, se trata de ayudar a crear empleos y mostrar el comercio justo como una vía importante de trabajo en México. Se trata de apoyar a pequeños empresarios con ganas de sobresalir y dar a conocer su marca o sus productos en la república mexicana e incluso en otros países. El comercio justo entre empresarios para realizar una cadena en la cual las dos partes salgan beneficiadas. Uno de mis objetivos claros es impulsar estos dos puntos mencionados anteriormente. En este proyecto se cumplen ambos objetivos que son el apoyar a formalizar una empresa pequeña y al mismo tiempo emplear el comercio justo y crear más empleos. A lo largo de la carrera se estos dos temas se

hicieron presentes en donde nos invitaban a conferencias acerca del comercio justo y la importancia que tiene esta práctica en nuestro país, también entra en cuenta la decisión de cada persona y su determinación para poder realizar este proceso.

Marielena Santana

Considero que este PAP me ayudo a darme cuenta como está el mundo en el área laboral, a lo que me voy a enfrentar una vez que egrese. También como estudiante profesional del ITESO que siempre me ha enseñado a contribuir con nuestra sociedad, siento una gran satisfacción por haber aportado a una empresa pyme a mejorar, y que en un futuro esta empresa gracias a nuestro esfuerzo pueda generar empleos.

En cuanto al proyecto muchas veces sentí que no era capaz de llevarlo a cabo, con el tiempo fui aplicando todo lo visto en mi profesión y me di cuenta de lo importante que es ponerlo en práctica, y sobre todo haber ayudado a las pequeñas empresas que tienen mucho futuro y ayudan a la economía de México y haber participado para esto, me da mucha satisfacción.

Herman Wunsch

El proyecto de aplicación personal es una gran herramienta para crecer en el ámbito profesional, y nosotros como profesionistas tenemos la oportunidad de ayudar socialmente a la sociedad de diferentes maneras, al apoyar micro, chico y medianas empresas en crecimiento fomentamos la economía mexicana creando también así más empleos.

Cabe señalar que la empresa MUKA compra su materia prima con proveedores nacionales para apoyar el comercio mexicano esto me parece una gran ideología para beneficio de trabajadores mexicanos.

Aprendizajes éticos

Noé Ramos

Las decisiones tomadas fueron esenciales, la primera fue entrar a este proyecto de aplicación profesional que es algo más representativo en mi punto de vista de la carrera, que abarca el área en donde me quiero desempeñar como profesional , la segunda fue elegir un producto con una dificultad mayor a la que normalmente se conoce como los productos de tequila u otros mas comerciales. Darle un seguimiento al mismo. Este tipo de proyectos en donde pones a flote los conocimientos de la carrera crean una motivación para emprender con un proyecto parecido e impulsar los productos mexicanos y darlos a conocer en todo el mundo.

Marielena Santana

Gracias a mi proyecto profesional pude conocer lo capaz que soy, pero sobre todo darme cuenta lo importante que es aportar a la sociedad nuestros conocimientos, siento gran satisfacción el poder ayudar al crecimiento y funcionamiento de la empresa aportando la innovación y el emprendimiento.

Lo más importante que considero es que gracias a este tipo de proyectos podemos ayudar a la economía del país generando empleos, ya que a través de este trabajo se busca el crecimiento de la empresa, y estas contribuyendo de manera muy grande tanto a los empresarios como a la sociedad.

Herman Wunsch

Al estar en el proyecto de aplicación personal adquieres conocimientos y experiencias muy distintas a las que uno aprende durante las materias y cursos de la carrera, en este proyecto tuve la oportunidad de ver el trabajo que conlleva a los emprendedores a lograr sus metas, dando a conocer sus marcas y comercializando su producto, y da una motivación personal en ver que trabajando duro en lo que uno quiere se puede lograr las metas planteadas.

Aprendizajes en lo personal

Noé Ramos

Los aprendizajes de la carrera se reflejan en lo desarrollado en el proyecto, me doy cuenta de lo importante que fueron las clases para poder aplicar nuestros conocimientos. El Proyecto de Aplicación Profesional me dio enseñanzas para conocerme a mí mismo, tales como la paciencia que tengo, la perseverancia y la determinación que tengo para realizar un proyecto que exige esto y conocimientos.

Marielena Santana

Para mí el PAP fue un paso muy fundamental en esta etapa de universitario ya que pude darme cuenta de todo lo que puedo lograr, y lo que conlleva hacer un proyecto, siento una gran satisfacción el poder ayudar a la sociedad por medio de estos proyectos y darme cuenta de lo que en realidad pasa en la vida laboral, la diversidad de problemas que nos podemos encontrar pero al mismo tiempo de las oportunidades que tenemos siempre y cuando aprovechemos y otro del aprendizaje muy importante es el emprendimiento, que cada día que pasa tengo la actitud y las ganas de emprender un negocio.

Herman Wunsch

En lo personal fue un proyecto muy gratificante porque pude utilizar varias herramientas aprendidas en diferentes cursos en mi carrera, me hizo recordar varios temas que no veía en la carrera desde hace varios semestres, así como aplicarlos desde un punto de vista diferente, ya que siempre había sido de una forma muy escolarizada y durante el proyecto fue de una forma mas profesional.

Pude darme cuenta todo el trabaja que conlleva para una MYPE poder abrir su camino dentro del mercado para el crecimiento de la empresa.

5. Conclusiones

Como conclusión general de este proyecto que se llevó a cabo durante todo el semestre creemos que nos aportado mucho a nuestro crecimiento profesional, nos dimos cuenta de lo que implica trabajar en un proyecto para el crecimiento de pymes lo cual nos es muy satisfactorio.

A través de este pudimos analizar las ventajas y desventajas, aportar nuestros saberes profesionales para que la empresa pueda crecer, así como también analizamos en lo que creemos que está en desventaja la empresa y al mismo tiempo damos soluciones para que la empresa pueda avanzar.

Esta experiencia nos ha mostrado como es posible aplicar un aprendizaje basado en nuestros conocimientos. A partir de la orientación de nuestro profesor se pudo llevar a cabo este proyecto, ya que trabajamos de una forma coordinada y colaborativa que ha podido generar resultados para llevar adelante el proyecto con éxito.

Los aprendizajes son personalmente significativos para cada uno de los miembros del equipo y socialmente valiosos ya que pudimos aportar este proyecto para el crecimiento de una empresa pequeña empresa que está en busca de crecimiento. El funcionamiento que hubo en el grupo de trabajo ha sido colaborativo, y muchos de los aprendizajes realizados en el proyecto se produjeron gracias a las ideas y experiencias compartidas entre el equipo, nos sentimos satisfechos por este trabajo y comprometidos ante todo lo que se hizo al respecto de este proyecto.

Bibliografía

- Secretaria. (2009). regulaciones. 2016, de clasificar Sitio web: https://www.gob.mx/semarnat/archivo/acciones_y_programas
- Y. (2016, August 23). APRENDE A EXPORTAR. Retrieved November 30, 2016, from <http://www.yoexporto.mx/#!solicita-una-beca>
- ITC. (2015). investigacion de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||
- Y. (2016, August 23). APRENDE A EXPORTAR. Retrieved November 30, 2016, from <http://www.yoexporto.mx/#!solicita-una-beca>
- Trevor Fenwick, . (2015). bags and lugagged. 2016, de Investigacion de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/rankcountries>
- Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/change measure>
- Trevor Fenwick. (2015). Investigación de mercados Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/change measure>
- ITC. (2015). investigacion de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||
- Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>
- ITC. (2015). investigacion de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||
- Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>
- ITC. (2015). investigacion de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202||4|1|1|1|1|2||

- ITC. (2015). investigacion de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202|4|1|1|1|1|1|2|
- ITC. (2015). investigacion de mercados Chile. 2016, de Comercio internacional Sitio web:
http://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3||||4202|4|1|1|1|1|1|2|
- Trevor Fenwick. (2015). precios de mercancías en Canadá. 2016, de investigación de mercados Sitio web:
- <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/statistics/changemeasure>

Anexos