

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

3C07 Desarrollo de Proyectos de Comercio y Negocios Globales

Reporte de Proyecto de Aplicación Profesional

Proyecto de exportación para la empresa PYAGSA

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Ingeniería Industrial, Rodrigo Mendoza Leal

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Vianney Alejandra Sandoval Carrasco

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Daniela Vázquez Torres

Profesor PAP: Lic. En Ingeniería Industrial, José Manuel Allera Mercadillo

Tlaquepaque, Jalisco, diciembre de 2016

Reporte PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En este proyecto se planteó la exportación de productos para cocina enfocado a la Industria de los "Food Trucks" y "Campers" en Estados Unidos, así como la investigación de nuevos clientes potenciales y el contacto con los mismos para poder realizar la exportación.

Durante el desarrollo del proyecto, se investigó en empresas potenciales para ofrecer los servicios. Al mismo tiempo, se buscó la mejora de la logística de la empresa para disminuir los costos y hacer más eficiente el tiempo de entrega de la mercancía y la mercancía que se tendrá en stock.

Se pretende aumentar la cartera de clientes específicamente en el sector de Food Trucks y RV's ya que como se menciona, existe una amplia oportunidad de mercado para la empresa PYAGSA USA.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. Objetivos	5
1.2. Justificación.....	5
1.3. Antecedentes del proyecto.....	6
1.4. Contexto.....	6
1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	7
2. DESARROLLO.....	7
2.1. Sustento teórico y metodológico.	7
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	8
2.2.1. Enunciado del proyecto	8
2.2.2. Metodología.....	9
2.2.3. Cronograma o plan de trabajo	11
2.2.4. Desarrollo de propuesta de mejora	11
3. RESULTADOS DEL TRABAJO PROFESIONAL	16
3.1. Productos obtenidos.	16
3.2. Resultados alcanzados.	17
3.3. Impacto(s) generado(s).....	17
4. REFLEXIONES	17
4.1. Aprendizajes profesionales	17
4.1.1. Rodrigo Mendoza	17
4.1.2. Daniela Vázquez	18
4.1.3. Vianney Sandoval.....	19
4.2. Aprendizajes sociales	20
4.2.1. Rodrigo Mendoza	20
4.2.2. Daniela Vázquez	20
4.2.3. Vianney Sandoval.....	21
4.3. Aprendizajes éticos	22
4.3.1. Rodrigo Mendoza	22
4.3.2. Daniela Vázquez	22
4.3.3. Vianney Sandoval.....	23

4.4.	Aprendizajes en lo personal.....	24
4.4.1.	Rodrigo Mendoza	24
4.4.2.	Daniela Vázquez	24
4.4.3.	Vianney Sandoval.....	25
5.	CONCLUSIONES	25
6.	BIBLIOGRAFÍA	26
7.	ANEXOS	26
7.1.	Anexo 1	26
7.2.	Minutas	28

1. INTRODUCCIÓN

1.1.Objetivos

Este proyecto tiene como objetivo el aplicar los conocimientos adquiridos en cuestión de cadena de suministro, formulación de costos, conocimiento y análisis del mercado, comercialización del producto, logística de exportación, normatividad y legislación en E.U.A, entre otros, que se estudiaron durante la carrera. A través de éstos facilitar en proyecto de exportación para la empresa PYAGSA.

El producto a tratar son los quemadores, reguladores, estufas portátiles, mangueras para gas, y más instrumentos para cocinas industriales utilizadas en Food Trucks, campers o carritos de comida, hacia los Estados Unidos de América.

Se busca descubrir el mejor canal de distribución, los diferentes clientes que se pueda tener en EUA y las barreras de entrada que se deben de tomar en cuenta para este producto. Se busca tener contacto con posibles clientes para ofrecerles los productos y se pueda realizar una exportación, es decir todo el proceso de comercialización.

Los objetivos específicos se podrían plantear de la manera siguiente:

- Ofrecer los productos mediante kits de promoción.
- Descubrir el canal de distribución más conveniente.
- Reconocer la mejor manera de empaquetar los productos.
- Contactar a posibles clientes.
- Realizar el proceso de comercialización.
- Reconocer los aspectos logísticos que son implicados en el proyecto.

1.2.Justificación

Existen múltiples factores que muestran la importancia el desarrollar este proyecto para la empresa PYAGSA. El hecho de investigar y contactar a los posibles clientes, abre las puertas a la exportación y posicionamiento de la empresa en Estados Unidos. De igual manera, al conocer los aspectos logísticos se conoce el medio de exportación correcto y que es lo que se necesita para el mismo.

En el caso específico de este proyecto, se busca darle una ventaja competitiva al empresario en el mercado americano, ya que se puede ofrecer, además de los quemadores, productos complementarios con los que cuenta PYAGSA, productos que pueden ofrecer una entrada con distribuidores mayoristas, como reguladores de gas, mangueras, estufas portátiles, conexiones de cobre que ocasionen que el comprador vea a PYAGSA como la mejor opción ante la competencia.

1.3. Antecedentes del proyecto

PYAGSA es una empresa que se dedica a fabricar, comercializar e importar productos para la industria metalúrgica, se enfoca en desarrollar productos principalmente para cocinas industriales.

El proyecto nace de la necesidad de crecer el empresario su empresa expandiendo su mercado fuera de país. Inicialmente, la fabricación y venta de los productos era únicamente en México, tras visualizar una oportunidad en el mercado estadounidense, se establece una oficina en California para comenzar la distribución de los productos.

Actualmente se importan los productos y se distribuyen por medio de PYAGSA USA, lo que se pretende lograr en este proyecto PAP, como se mencionó anteriormente, es buscar los clientes y el mercado correcto al que se debe de enfocar para identificar aquellos productos que aún no se importan y pueden ser atractivos para el mercado meta de PYAGSA USA.

1.4. Contexto

PYAGSA es una empresa mexicana, la cual se dedica a la fabricación, comercialización e importación de partes y accesorios para gas. Se identificó un mercado potencial en Estados Unidos. Actualmente la empresa ya cuenta con una sucursal en el área de Los Ángeles, es PYAGSA USA. Es aquí donde llega la mercancía exportada por PYAGSA México y se distribuye y promociona en el mercado estadounidense.

Esta sucursal ha permitido que PYAGSA aproveche el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, (NAFTA, por sus siglas en ingles) en cuestión de comercio exterior.

La empresa tiene una fuerte presencia en México, específicamente en el mercado de Guadalajara, pero con un notorio aumento en las ventas. Se ha

identificado que el mercado en Estados Unidos tiene gran potencial y nuevos canales de venta para la industria de los Food Trucks y la industria del Camping, estos mercados se tienen que comenzar a desarrollar. Actualmente tienen presencia en California y Texas.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

Este reporte muestra investigaciones de mercado y delimitación del mismo, sus estrategias de distribución y comercialización, declaración del producto a comercializar con el fin de informar a la empresa PYAGSA para que pueda tener un amplio panorama y apoyar a la toma de decisiones.

2. DESARROLLO

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Para sustentar y fundamentar las acciones y decisiones tomadas para el desarrollo del proyecto para la empresa PYAGSA, la teoría en la que nos hemos basado es en la guía de exportación sustentada en la versión del organismo federal PROMEXICO y del estatal JALTRADE.

Esta guía cuenta con puntos importantes a desarrollar, como empresa, producto, mercado, comercialización, logística, legal y finanzas. Al final del proyecto se debe de llegar a las conclusiones y propuestas para que la empresa logre sus objetivos de internacionalización.

Para lograr el logro efectivo de esta guía, se trabaja con un cronograma elaborado por los integrantes del proyecto, en el cual se especifica el tema a trabajar y las fechas en las que se debe de desarrollar cada punto. Con esta herramienta se permite monitorear el avance efectivo del proyecto, teniendo un sustento del PMI Project Management Institute.

Por otra parte, nos hemos basado en el primer principio de Philip Kotler, el cual dice: "Reconocer que el poder, ahora lo tiene el consumidor".

Este principio es de mucha importancia para el proyecto, ya que, en principios, el proyecto tenía como objetivo único distribuir solo tubos para gas, durante el desarrollo del proyecto y basándonos en este principio, llegamos a la conclusión que al cliente no le genera valor, en cambio, nos dimos a la tarea de investigar que otros productos pueden requerir los clientes para generar un valor, llegando a la conclusión de ofrecer tubos para gas, estufas, etc.

El principio de Philip Kotler que dice: “Focalizarse en cómo se distribuye y como se entrega” nos permitió analizar la cadena de distribución hasta llegar al punto de identificar que si se venden los productos por medio de PYAGSA USA dentro de Estados Unidos, genera confianza y valor a los clientes.

Esto les permite sentir seguridad de que es una empresa bien fundada y con los mismos principios legales que ellos.

Por otro lado, Philip Kotler junto con Gary Armstrong mencionan en su libro Marketing 14ª Edición, la importancia de participar conjuntamente con el cliente en la creación de valor.

El empresario Miguel Ángel nos ha mencionado que para desarrollar efectivamente a sus clientes platica con sus clientes acerca de sus necesidades, ideas y objetivos para estar lo cerca y con esto se logra atraer, desarrollar y fidelizar a los clientes más rentables.

De esta manera se trabaja para crear nuevas y únicas formas de generar valor, mediante un dialogo permanente con los clientes. Basados en esto, nos permitimos identificar mercados meta para PYAGSA USA, siendo no solo los Food Trucks, sino también el mercado de camping, carritos móviles de comida entre otros. (Kotler / Armstrong, 2012)

Con el sustento teórico y metodológico mencionado anteriormente, se ha logrado profundizar en el desarrollo de la investigación para identificar los posibles mercados meta para que PYAGSA USA pueda aumentar su participación de mercado ofreciendo un amplio catálogo de productos importados.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

2.2.1. Enunciado del proyecto

El proyecto consiste en realizar toda la investigación correspondiente a la comercialización. La logística, el cual incluye seleccionar en base a una investigación previa el mejor método para enviar la mercancía, la manera en que se va a mandar y sus cantidades correspondientes con un programa de cubicaje. Se realizan herramientas para la comercialización, la cual consiste de una carta comercial y catálogos para posteriormente poder realizar las ventas a través del correo sales@pyagsausa.com. Una

vez definido el mercado se debe identificar el porcentaje de los productos a vender en el mercado

Así mismo es importante tener en claro toda la información acerca de la posición financiera de Pyagsa.

Todo esto con el propósito de poder realizar ventas desde México y tener en claro la posición de PYAGSA en el mercado estadounidense.

2.2.2. Metodología

Para lograr el desarrollo del proyecto se deben llevar a cabo ciertos procedimientos que nos permitan llegar a los objetivos planteados al principio de este documento.

El proyecto se desarrollará en base a un plan de negocios que contiene **ocho puntos**:

1. El primer punto es el de Empresa, en este punto se presenta una breve descripción general de la compañía, sus antecedentes, como está conformada, cuáles son sus objetivos, misión, visión, valores. Este punto es muy importante, ya que nos permite conocer la historia de la empresa y sus objetivos rápidamente.
2. El segundo punto trata sobre el Producto, donde se describen las características, los procesos de adecuación, proveeduría y costos de exportación.
3. El tercer punto es muy importante, Mercado, ya que en este se desarrolla una investigación sobre la industria a la que va dirigida, se realiza la investigación del mercado para conocer más sobre el consumidor y se identifican los canales de distribución.
4. En el cuarto punto se habla sobre la Comercialización que se utilizara para vender el producto. Se desarrolla una estrategia de producto, un plan de mercadotecnia y de ventas.
5. Una vez realizados los cuatro puntos anteriores es posible comenzar a trabajar en la Logística, donde se selecciona el medio de transporte adecuado de acuerdo al producto, se diseña la ruta, y se consideran las regulaciones de los productos para su exportación.

6. Seguido de esto se trabaja en el aspecto Legal, tratando sobre las practicas contractuales, es decir, la elaboración de contratos de compra-venta, transporte y seguro. Se debe de hacer un análisis del arbitraje internacional, un listado y la descripción del proceso para una mejor comprensión.
7. El penúltimo punto es el de Finanzas, donde se analiza la situación actual de la empresa en base a su historia financiera, su rentabilidad, TIR, etc. Es muy importante contar con información certera que permita conocer cuál es la realidad de la empresa para lograr un mejor desempeño en el mercado internacional.
8. Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones para el empresario. Aquí se analizan los puntos mencionados anteriormente y se da la mejor propuesta al empresario.

Para lograr elaborar el plan de negocios antes mencionado es muy importante seguir un proceso claro. Es importante que todos los integrantes conozcan ampliamente el funcionamiento de la empresa, sus actividades y pronósticos.

Esta información es proporcionada por el empresario Miguel Ángel y sus colaboradores en varias reuniones durante el semestre y también por medio del correo electrónico se nos hacen llegar información relevante para el desarrollo del proyecto. En el anexo dos se puede encontrar más información sobre los temas tocados en las reuniones.

La información proporcionada por PYAGSA es de vital importancia para lograr una investigación real y que sea de utilidad para la empresa. De la mano con esta información nos hemos apoyado de bases de datos como INEGI, SCIAN, NAICS, Euromonitor, Passport, TradeMap, CAINTRA, USADL, entre otras páginas que nos permiten validar la información y proponer propuestas reales y viables para PYAGSA.

Es importante mencionar que la metodología empleada fue la que nos permitió visualizar una nueva oportunidad de mercado para PYAGSA, viéndonos en la necesidad de extender el tiempo para continuar con la investigación y concluir el plan de negocios con las mejores propuestas para la empresa.

2.2.3. Cronograma o plan de trabajo

Semana 1-3→ Logística. Selección de medio de transporte, ruta, regulaciones, documentación para exportar. Junta con el dueño.

Semana 4→ Legal. Prácticas contractuales: contrato de compra-venta, transporte, seguro, formas de pago y arbitraje internacional

Semana 5→ Llenado de información faltante de los puntos redactados anteriormente

Semana 6→ Finanzas. Información relacionada con el área financiera de la empresa

Semana 7→ Capacidad financiera de la empresa, análisis y disponibilidad de recursos, créditos y recursos propios

Semana 9-11→ Detalles finales del proyecto y del reporte PAP. Junta con el dueño.

Semana 12-14→ Envío de correos a posibles clientes y llenado de reporte PAP. Junta con el dueño.

Semana 15→ Elaboración de presentación final y detalles en general del proyecto

Semana 16→ Presentación final

2.2.4. Desarrollo de propuesta de mejora

Se le recomienda a PYAGSA la exportación de un conjunto de productos que convierta a la empresa más atractiva ante la competencia, puesto que la oferta del quemador únicamente no le ofrece una ventaja competitiva en el mercado, pero al vender una serie de productos que le pueden ser útiles al comprador. También se le recomienda ampliar el mercado potencial al dirigirse también a la industria del camping y no solamente a los productores de Food Trucks.

Se hizo una investigación de las ferias de la industria más importantes para el mercado de los Food Trucks y de la industria de cocinas, se identificaron páginas web donde es posible promocionarse, siendo páginas con mucho movimiento en el sector de los Food Trucks, enfocados en la fabricación y mantenimiento de estos vehículos.

Se implementó la carta de recomendación y se enviaron catálogos a la lista de posibles clientes con el fin de obtener más clientes.

Se identificó el método de transporte y la ruta adecuada para el tipo de mercancía y destino, siendo el terrestre el óptimo. Se realizó el cubicaje correspondiente a estos envíos.

Se realizó un contrato de compraventa con el fin de formalizar los negocios.

La empresa cuenta con un mercado que parece sólido, pero nunca hay que quedarse satisfechos. Los mercados emergentes podrían poner en juego la estabilidad de PYAGSA si no se implementan acciones para aumentar la cartera de clientes. Se podría invertir aún más en agentes de ventas, y realizar herramientas que ayuden a mejorar las ventas, como una lista de precios definida. Se necesita más orden en ese aspecto.

Tendencias de Crecimiento

La industria de los Food Truck ha tenido una experiencia remarcable durante los últimos 5 años, su Mercado se expandido a dejar de vender únicamente hamburguesas ahora también se expandió.

Además, ha aumentado la competencia, esto sin duda es un freno en el crecimiento de la misma industria en algunas ciudades.

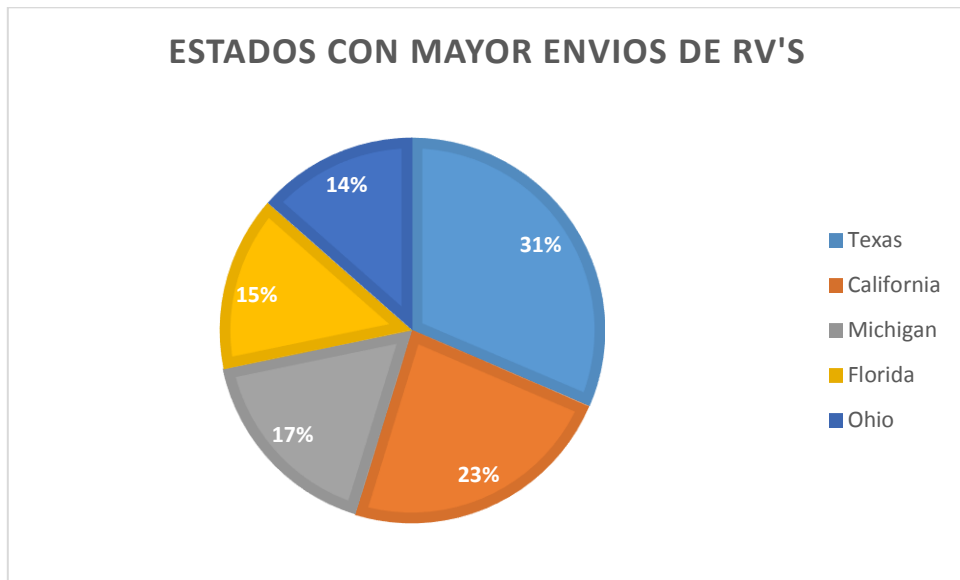
A pesar de esto la industria ha superado el crecimiento de la oferta de comida, en términos de ingresos, en los años de 2015 a 2020, existirá una tendencia muy favorable de consumidores, la industria sin duda tendrá que trabajar con las restricciones municipales en función de la industria este en términos legales correctos de las operaciones de los Food Trucks.

De acuerdo al NAICS 2012 la industria de los campers en Estados Unidos se encuentra en la clasificación número 336213, que incluye la fabricación de carrocerías y remolques para campamento.

Unidades económicas dedicadas principalmente a la fabricación de carrocerías ensambladas sobre chasis comprados, remolques y semirremolques para usos diversos, campers, casetas y toldos para camionetas, carros dormitorios y remolques para automóviles y camionetas, mecanismos de levantamiento para camiones de volteo, compuertas de camiones de carga, quinta rueda, y a la adaptación de vehículos para usos especiales.

Se define como remolques para campamento aquellas unidades donde el motor y las habitaciones están integradas dentro de la misma unidad.

La fracción arancelaria para estas unidades es 87032401



Fuente: Recreation Vehicle Industry Association

Texas es el lugar con mayor envíos de los RV's, recibiendo aproximadamente 31% del total de los envíos, seguido de California con 23%, Michigan 17%, Florida 15%, y Ohio 14%.

Aspectos Generales de Mercado INDUSTRIA DE FOOD TRUCKS

Fabricantes y mayoristas para, La industria de los Food Trucks en USA.
Fabricantes y mayoristas para, La industria del Camping.

Un Food Truck es un camión restaurante, es un vehículo grande acondicionado para elaborar y vender comida callejera.

En algunos, como las camionetas de helados, se preparan alimentos congelados o precocinados; otros cuentan con cocinas a bordo que permiten hacer cualquier plato desde cero.

Por norma general, los Food Trucks están asociados con distintos tipos de comida rápida como hamburguesas, hot dogs, tacos o churros.

INDUSTRIA DEL CAMPING

En Estados Unidos existe una organización específica para los campers RVIA (Recreation vehicle industry association).

Los Campers cuentan con una cocina compuesta, normalmente la industria de los campers en Estados Unidos es enorme, pero lo que busca la gente al tener esta experiencia es al aire libre, los artículos más usados que identifique son estufas portátiles, manguera para regulador y conexión a tanque de gas.

La industria de la cocina en los campers es facilitarte la vida, no utilizan cocinas muy elaboradas ya que no ocupan mucho espacio y permite tener esta interacción con la naturaleza que la gente busca.

Canales de distribución

Identificar la cadena de distribución

i. Propuesta de cadena I



ii. Propuesta de cadena II



Páginas Web para promoción:


Food Truck Empire: Es la página web en la que se encuentra todo sobre Food Trucks en Estados Unidos. En esta página se promocionan los fabricantes, comercializadores y vendedores.

<http://foodtruckempire.com/start/>


National Food Trucks: Al igual que la página Food Truck Empire, en National Food Trucks, se promocionan aquellos posibles proveedores y fabricantes de los Food Trucks.

<http://www.nationalfoodtrucks.org/>

Empaque:

	Empaque	Tamaño del empaque en centímetros			Cantidad por caja	Cantidad por tarima	
		Largo	Ancho	Alto			
	Quemador H	Caja	49.50	39.50	44.00	20 unid.	500 unid.
	Quemador U	Caja	49.50	39.50	44.00	25 unid.	625 unid.
	Quemador Flauta	Caja	49.50	39.50	44.00	100 unid.	2500 unid.
	Regulador	Caja	39.50	29.50	23.00	40 unid.	3640 unid.
	Válvulas	Caja	29.50	21.00	15.00	100 unid.	2800 unid.
	Mangueras	Caja	39.50	29.50	23.00	30 unid.	2730 unid.
	Espréa	Caja	49.5	39.5	44.00	500 unid.	132000 unid.

Cubicaje:

	Tamaño en milímetros			Capacidad Máxima Kg	Peso en Kg	
	Largo	Ancho	Alto			
	Tráiler de 48 pies	1201	234	211	28750	x
	Pallet	120	100	15	1000	23

Logística:

	Ruta	Costo en USD	Despacho en USD	Comentarios
Tráiler 48 pies				
<u>Maypa Trucking GDL</u>	Bodega Guadalajara – Bodega <u>Compton</u>	3800.00	350.00	Sin transbordo. 25 tarimas por contenedor. Máximo 20 toneladas
Oscar				
Un Pallet				
Castores	Bodega Guadalajara – Tijuana – <u>Compton</u>	200.00	350.00	+ 150.00 USD de transbordo.
Transportista A				

3. RESULTADOS DEL TRABAJO PROFESIONAL

3.1.Productos obtenidos.

Durante el desarrollo del proyecto se realizó una investigación de la industria metalúrgica tanto de México como en Estados Unidos, dando especificaciones del tamaño del mercado, su tendencia de crecimiento, número de unidades económicas, entre otros.

Se hicieron las fichas técnicas de los productos que conforman el kit a comercializar en Estados Unidos. Junto con las fichas técnicas se muestra un desglose de la formulación de precios de producción de algunos de estos productos.

Se desarrolló una propuesta de expansión de mercado hacia los proveedores de equipo de cocina para campismo y se muestra un análisis de los productos con los que cuenta PYAGSA que pueden ser atractivos en este mercado.

Se desarrolló una propuesta de comercialización, la cual incluye una carta de presentación, los catálogos de interés para empresas del ramo de Food Trucks y Campers para presentar los productos y servicios que la empresa ofrece.

Por otra parte, se hizo el desarrollo del cubicaje de la mercancía, en la cual llegamos a la conclusión que el transporte que utiliza la empresa le ofrece el precio más económico del mercado.

Para fundamentar esta propuesta se muestra un análisis de la industria de Food Trucks y de RV'S en Estados Unidos. En éste se enseñan los estados en los que hay una mayor presencia de RV'S y de cuáles son los países que más exportan productos relacionados a esta industria hacia Estados Unidos.

También se cuenta con la clasificación arancelaria en México para cada uno de los productos que desea exportar PYAGSA, junto con una tabla en la cual se puede ver cuánto es el arancel de exportación de los componentes del kit.

En cuanto a normatividad y registro de marca, se puede ver el registro de PYAGSA tanto en México como en EUA. En México se cuenta con un registro vigente, mientras que en Estados Unidos no se encontró un registro para el nombre PYAGSAUSA.

De igual manera se entrega una lista de posibles clientes en Estados Unidos que encajan con el perfil del consumidor que se plantea en el Plan de Negocios, éstos son instaladores de equipo de cocina para foodtrucks o para campers.

3.2. Resultados alcanzados.

- Se logró concluir el proyecto con toda la información logística: cubicaje, ruta, agente aduanal y regulaciones.
- Se dio listado de posibles clientes a contactar en Estados Unidos, se les mandó correos para ponernos a sus órdenes y darnos a conocer pero no hubo respuesta.
- Se modificó y definió el kit a exportar describiendo sus características como peso, medidas y manera de envío.
- Se concluyó el área legal en cual se establecieron el contrato de compra-venta y descripción de formas de pago.

3.3. Impacto(s) generado(s)

Se puso en práctica los conocimientos logísticos en el cual pudimos aplicar lo visto durante la carrera. De igual manera hubo un contacto más cercano con los posibles clientes ya que se trató de contactarlos. A pesar de que no hubo respuesta, se tuvo que mandar una carta comercial y contar con una cuenta de la empresa para entablar comunicación.

El acercamiento con el empresario nos permitió obtener más información y conocimientos tanto de su empresa como del mundo de la exportación y de esta forma tener más aprendizaje y ponerlo en práctica.

4. REFLEXIONES

4.1. Aprendizajes profesionales

4.1.1. Rodrigo Mendoza

Se realizó la tercera etapa de este proyecto, el cual se enfocó hacia la expansión del mercado internacional. Se analizaron rutas de transporte, cubicaje e información financiera, esto con el fin de darle formalidad y terminar con el proyecto.

Continuar aprendiendo más acerca de otras áreas que no son parte de mi carrera, pero complementan mis estudios con conocimientos de mercadotecnia, comercio y administración financiera. Creo esto es muy

importante ya que la Ingeniería Industrial abarca una visión muy amplia y no deja enfocarse en un solo tema, entonces pude agregar un poco más de aprendizaje.

Hubo muchos retos en este proyecto, y los que quedan debido a que ya somos parte de la fuerza de ventas de la compañía. Los retos seguirán. Siento que en esta etapa nos desviamos un poco del objetivo central que era la comercialización del producto y retrocedimos mucho en agregar información e investigar, perdiendo así un poco de enfoque. Pero ya se habló con el dueño y sin problema alguno podremos seguir participando en las ventas de la empresa. Agradezco mucho los conocimientos y aportaciones de mis compañeras, ya que ellas en realidad fueron las guías del proyecto, sus conocimientos de Comercio y Negocios Internacionales hicieron que este proyecto fuera un éxito y lo seguirá siendo.

4.1.2. Daniela Vázquez

La elaboración de este proyecto me ha permitido desarrollar competencias que durante la carrera no había tenido oportunidad de ejercer. Primero que nada la oportunidad de participar en la elaboración de un plan de exportación de una empresa real, me hace darme cuenta de la importancia de la puntualidad y compromiso con las personas con las que se trabaja, en especial cuando es un trabajo en equipo.

Una competencia que desarrolle durante todo el proyecto es la de investigar, aprender a utilizar bases de datos, analizar la información e interpretarla para conocer cuáles son las oportunidades y amenazas de la empresa.

Me doy cuenta que la situación sociopolítica actual que está viviendo nuestro país trae muchas repercusiones a las pequeñas y medianas empresas, la corrupción de nuestro gobierno que trae consigo problemas económicos poniendo a prueba la integridad y ética del empresario.

La capacidad de desarrollar un plan de exportación para PYAGSA, me ha permitido abrir los ojos sobre lo complejo que es exportar, no me refiero a que sea complicado, pero sí que es un proceso que se debe de seguir para evitar cometer errores que le cuesten a la empresa.

Por otro lado, es importante considerar que, a pesar de ser una pequeña empresa, se debe de contar con un orden y organización total que le permita desempeñarse de la mejor manera. Me doy cuenta que muchas PYMES en México no cuentan con esta planeación, no conocen sus objetivos, no tienen definida una misión entre muchos aspectos importantes que fortalecen las bases de la organización.

Este proyecto me deja de aprendizaje en mi vida profesional el compromiso que se debe tener ante cualquier situación. También que es posible ayudar a empresas a lograr cumplir sus objetivos de exportar productos y que tras una buena investigación es posible identificar mercados potenciales para aumentar la participación de la empresa.

Por otra parte, este proyecto me ha permitido conocer más a fondo sobre temas de comercialización a nivel internacional. Ahora tengo claro que es lo que se necesita para poder comenzar a contactar prospectos, como carta de presentación, lista de precios y sobre todo contar con un buen nivel de idioma, en este caso el inglés.

Considero que es muy importante para las empresas tener sus bases bien definidas, para permitir que el crecimiento internacional de la empresa este fortalecido.

4.1.3. Vianney Sandoval

Este proyecto me ayudó a comprender y a vivir de más cerca cómo es que se hace contacto con el cliente. Para tener una empresa se requiere de mucho conocimiento en el mercado que se está trabajando y se debe de contar con las personas necesarias para que te ayuden y agilicen el trabajo, como lo es un asesor legal, un agente aduanal, entre otros.

Más que nada es muy importante con las personas con las que se trabaja, ya que para que un proyecto se pueda realizar, es necesario que se cuente con el apoyo de todas las personas que están colaborando, es decir, tanto mis compañeros de equipo, como Miguel Ángel (dueño de la empresa) y el profesor. Me costó un poco de trabajo entender que no todo se puede realizar en el tiempo que uno quiere y que se necesita tiempo y paciencia ya que no siempre se cuenta con la información que uno requiere.

Al principio de la carrera yo estaba muy segura de trabajar en una empresa reconocida y así no tener que preocuparme de crear una empresa, pero ahora pienso más a futuro y también gracias a los PAPs me quiero dar la oportunidad de poder empezar mi negocio en otro país en algún futuro.

Para esto es vital conocer el mercado, que es lo que quiere y todos los gastos y costos que implican las exportaciones. Muchas de las ocasiones, no se busca la información adecuada o no se tiene el conocimiento de lo que se necesita y es por eso que se gasta más dinero de lo esperado y no se puede ahorrar.

Tener una buena guía es algo que podría ayudar enormemente para la planeación de un nuevo proyecto. Gracias a los PAPs, en los cuales se ponen en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera es como uno puede aprender más ya que hace todo de manera real y se enfrenta a las dificultades del día a día.

4.2. Aprendizajes sociales

4.2.1. Rodrigo Mendoza

Apoyar a las empresas mexicanas es muy importante, sobre todo las empresas micro, pequeñas y medianas. De sus primeros años de vida depende su supervivencia en el mercado. Apoyar una empresa mexicana, más una empresa que exporta es aún más benéfica ya que son las empresas que ayudan a nuestra economía, generando empleos, remesas y pagando impuestos correspondientes. Aunque el mercado sea muy específico y pequeño, su competencia son los fabricantes extranjeros que quieren abaratar el mercado, pero debido a la gran habilidad social de Miguel Ángel no ha podido impactar en sus ventas. Los problemas políticos que se vienen, debido a las elecciones en Estados Unidos y la gran fuerza del dólar pueden ser los siguientes retos y problemas a resolver.

4.2.2. Daniela Vázquez

Tras realizar mi proyecto de aplicación profesional con PYAGSA, ha sido posible darle a la empresa la oportunidad de comenzar a desarrollar un nuevo mercado en Estados Unidos. Esto beneficiará a la empresa tanto

interna como externamente, ya que se logrará cuidar y dar más empleos a mexicanos que buscan trabajar.

Por otra parte, este proyecto me ha permitido tomar decisiones que lleven al logro de los objetivos, pensado no solamente en el bien económico, sino en el bien social considerando tanto el ambiente como a las personas involucradas.

Durante la investigación se identificó la oportunidad de mercado no solo en los Food Trucks, sino también en la industria del Camping. Este descubrimiento no era esperado, pero trae consigo muchos beneficios, ya que promueve la producción y exportación de productos mexicanos, fortaleciendo la industria en México.

Me parece que la filosofía de Miguel Ángel es gran parte del éxito de la empresa, ya que es una persona muy sencilla y le gusta ayudar a las personas, le gusta su negocio y lo que hace, no se preocupa solo por el bien económico. Es un gran aprendizaje que me deja, ya que siempre debemos de pensar en todo lo que está alrededor de nosotros y pensar en lo mejor para los demás.

4.2.3. Vianney Sandoval

En este proyecto pude ver el tema social, primero que nada en la interacción con las demás personas: el hecho de trabajar con mi equipo y organizarnos para poder terminar el proyecto.

De igual manera, se conoce el ámbito social del mercado estadounidense donde se analiza que es lo que está buscando, en este caso Food Trucks o Campers en donde se pueden aplicar los productos de la empresa con la que trabajamos.

Se da la oportunidad a que la empresa sea reconocida a nivel internacional y poder trabajar con mercado estadounidense que a pesar de que este registrada como una empresa americana (PYAGSA USA) tuvo sus inicios en México. Se brinda trabajo tanto a mexicanos en México como en el extranjero y nos enseña que todo es posible.

En cuanto a la situación política y económica de nuestro país, es de gran reconocimiento que las empresas mexicanas puedan salir adelante

y crecer, cumplir sus sueños y realizar exportaciones, dándose a conocer alrededor del mundo.

4.3. Aprendizajes éticos

4.3.1. Rodrigo Mendoza

Este proyecto me ayuda a guiarme como futuro empresario que quiero ser, lo que aprendí en este PAP aplicarlo algún día en mi propia empresa.

PYAGSA, y más que nada su dueño Miguel Ángel cuentan con muchos valores de los que se puede aprender. Se me hace increíble que aun siendo un mercado muy pequeño y piezas muy pequeñas, tenga tanto éxito, y eso es debido a las grandes habilidades de Miguel Ángel para vender. La honestidad, confianza y compromiso son sus pilares, ya que ni siquiera contaba con contratos, los negocios los cierra con una apretón de manos y eso nunca le ha dado problema, eso no significa que no puedan abusar de su confianza en un futuro. Su atención personal y su gran conocimiento de todos los productos que vende es su gran y única herramienta. Con este proyecto ayudamos a Miguel a formalizar PYAGSA y poder prevenir algún inconveniente en el futuro.

Estoy muy satisfecho con la empresa y espero poder entablar una buena relación laboral con ellos, es una empresa que si necesita expandirse y esto lo haremos con la comercialización.

4.3.2. Daniela Vázquez

Algunas de las principales decisiones que tome, fue el realizar una investigación a profundidad con datos reales que sean de verdadera importancia para la empresa.

El dedicar mucho tiempo a encontrar información confiable y verídica, me han permitido tener una mejor visión tanto de la empresa como de la industria en general para presentar mejores propuestas y datos al empresario de PYAGSA. Me parece que es muy importante no tomar cualquier información como buena, sino que es importante validarla antes de presentarla formalmente.

En el desarrollo de la comercialización, el principal aprendizaje ético que tuve, fue darme cuenta que siempre se debe de ofrecer a los clientes lo

que es en realidad, es decir, nunca ofrecer más ni menos de lo que se tiene. Una característica muy importante en el momento de la comercialización, es lograr la confianza del cliente para con el proveedor. Esto permite fortalecer la relación a largo plazo y tener mejores intercambios.

En lo personal este proyecto me deja muchos aprendizajes, sobre todo el de siempre ser una persona firme, sincera y honesta. Nuestro país necesita mejorar, y considero que la falta de honestidad es una de las principales razones por las que no mejoramos.

Tras realizar este proyecto, me queda aún más claro que debo ser excelente estudiante, una persona profesional en todo lo que haga y siempre con bases éticas y morales para buscar el bien comunal y no solo el personal.

4.3.3. Vianney Sandoval

Pienso que gracias a este proyecto pude reforzar mi paciencia primero que nada ya que al ser una empresa real, se debe de ser paciente al buscar la información necesaria y que de verdad sea útil para la empresa. En esta última parte del proyecto, no fue tanto una búsqueda de la información pero si de buscar agentes aduanales o realizar cubicaje con información real, lo cual lleva tiempo y se debe de hacer a detalle.

La honestidad es otro punto que pude reforzar ya que pienso que para ser exitosos en esta vida, siempre se tiene que hablar con la verdad y no mentirle a los clientes en cuanto a precios o la calidad del material que se les ofrece, porque al final de cuentas el cliente te prefiere por el servicio y la calidad que se le da.

Para tener una empresa, no se debe de ser avaricioso y se debe de ayudar a los demás, es decir dar oportunidades de trabajo y gastar el dinero en lo que sea necesario con tal de tener un nivel de seguridad y calidad en la empresa.

Todo esto no solo se aplica en las empresas, sino también en la vida diaria. Estamos en un país en el que se habla con mentiras o de injusticia y está en cada uno de nosotros poder lograr un cambio. Uno no se puede estar quejando de lo que nos rodea o lo que hacen

nuestros gobernantes, si nosotros no queremos hacer un cambio en nuestra área de trabajo o en nuestra vida.

4.4. Aprendizajes en lo personal

4.4.1. Rodrigo Mendoza

En lo personal este proyecto me ayudó en todos los sentidos, desde el trabajo en equipo, como convivir con tus compañeros, profesor y empresa. Me ayudó también a integrar los conocimientos aprendidos en el ITESO y que tenía dispersos y ponerlos a trabajar en un proyecto real. Estoy muy agradecido con mis compañeras de equipo, ya que este semestre tuve muchos compromisos en mi trabajo y aun así se trabajó bien y siempre estuvieron dispuestas a explicarme, ayudarme y apoyarme. Aprendí mucho acerca de los valores necesarios para lograr una buena negociación y que es muy importante tratar a los clientes de una manera cercana y no solo como un ingreso de dinero. Aprendizajes de Comercio internacional más que nada, debido a la etapa del proyecto, que, aunque era comercialización, se resolvieron problemas de exportación.

4.4.2. Daniela Vázquez

Este PAP me ha permitido darme cuenta que me apasiona mi carrera, que ahora que es el final de mi carrera debo de comenzar a aplicar todo lo aprendido para impulsar la industria y mano de obra mexicana en otros países.

La importancia de pensar como comunidad y no como única, ya que necesitamos unos de otros para trabajar, no se puede hacer solo y de ahí viene la importancia de aprender a trabajar en equipos.

Para mi proyecto de vida me he dado cuenta que siempre debo de luchar por lo que quiero, que cualquier negocio es posible si se trabaja para conseguirlo. Me doy cuenta que en un equipo que se trabaja equitativamente y donde hay comunicación los resultados son positivos y se lograra cualquier objetivo.

Tras realizar este proyecto, me he propuesto a continuar impulsado la industria mexicana, se necesita competir contra otros países para dar

una mejor calidad de vida a las personas más necesitadas de nuestro país. Solo trabajando en equipo es cuando se logran las cosas.

4.4.3. Vianney Sandoval

Este semestre no pude trabajar debido a la carga de materias que llevaba, pero con este proyecto me di cuenta de que estoy en el rumbo correcto y mis ganas de empezar a trabajar en una empresa relacionada con comercio se hacen más grandes.

Me considero una persona poco creativa pero esto me empuja a pensar en todas las posibilidades de productos para poder exportarlos y me gustaría que en algunos años mi empresa pueda ser reconocida a nivel internacional.

Sé que me hace falta trabajar en varios temas y para eso es importante poner en práctica todo lo que he aprendido. No es lo mismo verlo en un salón de clases a enfrentarse a los verdaderos retos que existen en el país y en el mundo.

Para todo esto, tener un plan de negocios y los objetivos bien establecidos es lo que dará éxito, siempre y cuando uno sea perseverante y actué conforme a los valores éticos que lo rigen.

5. CONCLUSIONES

Durante esta última etapa del proyecto pudimos finalizar los puntos de logística y área legal. Se hicieron varios cambios debido a que nos dimos cuenta que el mercado de Campers es más reducido y cuenta con regulaciones específicas que no permite o no facilita la exportación de todos los productos que van incluidos en el kit como es el caso de los Food trucks, por consiguiente los posibles clientes iban más enfocados a esa área. En cuanto al área de logística pudimos concluir el cubicaje, es decir cuántos materiales enviar acomodándolos de la manera que fuera más eficiente. Ya que la empresa exporta actualmente al mercado estadounidense, se pudieron tomar en cuenta muchos de los aspectos que ya estaban considerados para la exportación como: ruta, agente aduanal y medio de transporte, y fue solo necesario rectificar que fueran las opciones más viables.

Por otro lado, se inició el contacto a clientes en el cual se mandaron correos con una carta de presentación en la cual se busca dar a conocer a la empresa y ponerse a las órdenes del cliente. Desafortunadamente no se contó con ninguna respuesta pero nos fue de ayuda ya que pusimos en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera y es posible que en algún futuro, esas empresas busquen a PYAGSA para comprar producto.

Estar en contacto con el dueño de la empresa, facilitó la obtención de información necesaria y poder confirmar que la manera en que se están haciendo las cosas en la empresa, es la correcta.

6. BIBLIOGRAFÍA



Armstrong, P. K. (2012). *Marketing* (Vol. Decimocuarta Edición). Pearson.

Kotler, P. (15 de April de 2016). *Emprendedores News*. Obtenido de <http://emprendedoresnews.com/tips/marketing/los-10-principios-del-nuevo-marketing-segun-philip-kotler.html>

7. ANEXOS

7.1. Anexo 1

Reguladores usados en campers:

REGULADOR PARA GAS NATURAL						
	CODIGO	MODELO	ETAPA (NORMAS)	CONEXIÓN ENTRADA	CONEXIÓN SALIDA	ORIFICIO (MM)
	13014	2202-815 BAJA PRESION GAS NATURAL	UNICA (NT-077GNM P1)	3/4 NPT (F)	3/4 NPT (F)	3.2
	PRESION ENTRADA	PRESION DE DISEÑO	PRESION SALIDA	PRESION ABERTURA VALVULA	CAUDAL GARANTIZADO	
	0.2-1.0 bar 2.9-14.5 PSIG	4 bar 5.8 PSIG	19 mbar 7.5" wc	40-110 mbar 16-43" wc	5	

Mangueras de gas:

MANGUERAS A GAS METALICAS VALCY- CO			
	10001 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 0.60 cms. 10002 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 1.00 mts. 10003 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 1.50 mts. 10004 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 2.00 mts. 10005 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 3.00 mts. 10006 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 4.00 mts. 10007 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 5.00 mts. 10008 MANGUERA FLEXICO MAXI-GAS 3/8 10.00 mts.	10009 PIGTAIL MANGUERA 1/4 X 50 CMS. 	10010 CINTA TEFLON 1/2 X 260 * (6.60 MTS) 12 PZAS 10011 VALCYCINTA TEFLON 3/4 X 260 * (6.60 MTS) VALCY 10 PZAS 

Conexiones de Gas

CONEXIONES PARA GAS NACOBRE O IUSA			
	2001 ADAPTADOR PIGTAIL	1/4 1/4	
			2002 BARRIL 1/8 2003 BARRIL 3/16 2004 BARRIL 1/4 2005 BARRIL 5/16 2006 BARRIL 3/8 2007 BARRIL 1/2
			
			2008 CHECK REGULADOR
	2009 CODO ESTUFA	3/8 1/8	
	2010 CODO ESTUFA	3/8 3/8	
	2011 CODO ESTUFA	3/8 1/2	
	2012 CODO ESTUFA	1/2 1/2	
			2013 CODO TERMINAL 1/4 1/4 2014 CODO TERMINAL 3/8 1/4 2015 CODO TERMINAL 3/8 3/8 2016 CODO TERMINAL 3/8 1/2 2017 CODO TERMINAL 1/2 3/8 2018 CODO TERMINAL 1/2 1/2
			
			2019 NIPLE CAMPANA 1/4 3/8 2020 NIPLE CAMPANA 1/2 1/2
	2021 NIPLE TERMINAL	1/4 1/8	
	2022 NIPLE TERMINAL	1/4 1/4	
	2023 NIPLE TERMINAL	1/4 3/8	
	2024 NIPLE TERMINAL	3/8 1/8	
	2025 NIPLE TERMINAL	1/2 3/8	
	2026 NIPLE TERMINAL	1/2 1/2	
			2027 NIPLE UNION 1/4 1/4 2028 NIPLE UNION 5/16 5/16 2029 NIPLE UNION 1/2 1/2
			
			2030 PIGTAIL NACOBRE 1/4 20"
	2031 PIVOTE ZAMAC	3/8 3/8	
			3001 TAPON HEMBRA 1/4 3002 TAPON HEMBRA 5/16 3003 TAPON HEMBRA 3/8 3004 TAPON HEMBRA 1/2
			
			3005 TAPON MACHO 1/4 3006 TAPON MACHO 5/16 3007 TAPON MACHO 3/8 3008 TAPON MACHO 1/2
	3009 TEE UNION	1/4	
	3010 TEE UNION	5/16	
			3011 TUERCA BARRIL 1/8 3012 TUERCA BARRIL 3/16 3013 TUERCA BARRIL 1/4 3014 TUERCA BARRIL 5/16 3015 TUERCA BARRIL 3/8 3015A TUERCA BARRIL 1/2
			
			3016 TUERCA CONICA 1/4 3017 TUERCA CONICA 5/16 3018 TUERCA CONICA 1/2 3020 TUERCA CONICA LARGA 3/8
	3019 TUERCA CONICA CORTA	3/8	
			3021 TUERCA CONICA REDUCIDA 5/16 1/4 3022 TUERCA CONICA REDUCIDA 3/8 1/4 3023 TUERCA CONICA REDUCIDA 1/2 3/8 3024 TUERCA CONICA REDUCIDA
			
			3025 TUERCA INVERTIDA 1/8 3026 TUERCA INVERTIDA 3/16 3027 TUERCA INVERTIDA 1/4 3028 TUERCA INVERTIDA 5/16 3029 TUERCA INVERTIDA 3/8
	3027A TUERCA INVERTIDA C/ESPIGA	1/4	

7.2. Minutas

a.

Proyectos de Aplicación Profesional

Programa de Desarrollo de la Gestión en las Funciones Sustantivas de las Empresas

Desarrollo de Proyectos de Comercio y Negocios Globales

3C07

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	1	Fecha	02/ Septiembre /2016
Duración programada:	Inicio: 5:00 p.m.	Fin: 6:00 p.m.	Duración: 1 hora
Duración real:	Inicio: 5:00 p.m.	Fin: 6:15 p.m.	Duración: 1:15 hora

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Ángel	PYAGSA	SI
Vianney Sandoval	ITESO	SI
Rodrigo Mendoza	ITESO	SI
Daniela Vazquez	ITESO	SI
José Allera	ITESO	NO

Agenda

⊕	Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
	20'	Aclarar dudas acerca del mercado y competidores	Vianney Sandoval	Hablar un poco acerca de la competencia para tener claro donde estamos posicionados en el mercado americano
	15'	Logística de exportación	Rodrigo Mendoza	Conocer la manera de exportar del cliente para poder ofrecer un mejor servicio.
	10'	Comercialización, finanzas	Daniela Vazquez Torres	Ver la cantidad de producto que la empresa puede ofrecer a los clientes, capacidad financiera de la empresa
	15'	Firma de acuerdos y dudas	Alumnos	Firmar acuerdos y ver posible reunión próxima.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
1. Capacidad de producción y capacidad de compra	10,000 quemadores al mes en dos turnos y su capacidad de compra al ser pago anticipado no necesita mucha inversión. El 10% del producto se exporta a PYAGSA USA.
2. Competidores	Alarcón no fabrica, Irma ya no es competencia. La competencia fuerte son los productos de CHINA, ya que vienen de muy buena calidad y a precios muy bajos, además de que están ofreciendo productos variados como los quemadores de acero inoxidable.
3. Logística	Guadalajara-Tijuana-LA, marítimo no es opción ya que es más tardado y tiene que pasar por más maniobras. En cuestión del empaque y del embalaje se envían en cajas no estandarizadas, con diferentes cantidades en cada caja. Esta solo sirve para protección y contención del producto, mas no para identificar o tener un conteo de la mercancía. Estas cajas se paletizan y se envía un promedio de 5 pallets, aunque esto varía dependiendo del pedido. El agente aduanal que Miguel maneja le cobra 400dls por el trámite de exportación e importación, mas no hay fidelidad y si podemos encontrar uno que cobre más barato lo podríamos tomar. Se llama Claudia Carreón y la empresa es JAMCO. Normalmente toma de 8 a 10 días en mover la mercancía de PYAGSA a PYAGSA USA.
4. Clientes	PYAGSA USA es muy bien reconocida por su calidad y los clientes lo saben, se tienen clientes en Dallas, San Antonio, Fresno, San José, se abrió una página de internet donde se pueden realizar ventas a nivel usuario final y puede ganar mas clientes. Se puede expandir en la

⊕ Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
1.	Envío de Información Financiera	Miguel Ángel	22-09-16
2.	Se tiene que crear un contrato de compraventa, ya que no se cuenta con uno y Miguel se quiere formalizar.	Rodrigo Mendoza	10-09-16
3.	Carta de presentación	Rodrigo Mendoza	10-09-16
4.	Registro de Marca de PYAGSA USA	Daniela, Vianney y Rodrigo	30-09-16
5.	Completar el catálogo de lo que vamos a enviar, con fotos tomadas por nosotros	Dany, Rodrigo y Vianney	19-09-16

Observaciones:

Miguel Ángel sale de Viaje el 03-09-16 y regresa en 15 días

29

Próxima Reunión: NO ESPECIFICADA

Elaboró Minuta: Rodrigo Mendoza

b.

Proyectos de Aplicación Profesional

Programa de Desarrollo de la Gestión en las Funciones Sustantivas de las Empresas

Desarrollo de Proyectos de Comercio y Negocios Globales

3C07

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	1	Fecha	07/ Octubre /2016
Duración programada:	Inicio: 6:00 p.m.	Fin: 7:00 p.m.	Duración: 1 hora
Duración real:	Inicio: 6:00 p.m.	Fin: 7:50 p.m.	Duración: 1:50 hora

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Ángel	PYAGSA	SI
Vianney Sandoval	ITESO	SI
Rodrigo Mendoza	ITESO	NO
Daniela Vázquez	ITESO	SI
José Allera	ITESO	SI

Agenda

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
30'	Motor Homas	Vianney Sandoval	Hablar un poco de los productos que son aptos para exportación.
30'	Kits Food trucks y RV's	Daniela Vázquez	Volver a formar los productos que estarán en cada kit dependiendo el mercado.
20'	Cantidad de envío y pericoidad	Daniela Vázquez Torres	Ver la cantidad de producto que la empresa exporta cada cuanto tiempo.
20'	Logística	Daniela Vázquez	Conocer los precios del transporte y empresa con la que se trabaja.
10'	Dudas en general y próxima cita	Alumnos	Acordar la fecha y hora de la siguiente reunión para mostrar avances.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
1. Motor <u>Homes</u>	Se necesitan más requisitos técnicos (normas NSF y ANSI std4) es por eso que el kit cambia para este mercado.
2. Kits Food trucks y RV's	<u>Food trucks</u> : 1 manguera, 1 válvula de aguja, 1 quemador, 1 regulador, 1 <u>esprea</u> <u>RV's</u> : 1 manguera, 1 regulador con <u>esprea</u> (regulador con baja presión)
3. Cantidad de envío y <u>periodicidad</u>	Válvulas 5,000 cada 3 meses en cajas que van 100 piezas puesto en EUA; mangueras 1000 cada 3 meses; quemador H 4,000 cada 3 meses, 500 quemadores por tarima; regulador 2000 cada 3 meses; quemador U 2000 cada 3 meses, 750 quemadores de tarima; quemador flauta 2000 cada 3 meses, 1000 quemadores por tarima.
4. Logística	Consolidado de 1 tarima a 10 tarimas. Peso por 2 tarimas: tonelada y media. 150 <u>dls</u> por cruce de flete con vehículo del agente aduanal, 350 <u>dls</u> del despacho, 3,500 <u>dls</u> con castores consolidado por tarima hasta Tijuana.
5. Financiero	Miguel Ángel nos va a enviar la información financiera.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
1.	Envío de Información Financiera	Miguel Ángel	17-10-16
2.	Pedir tamaño de la caja en la que mandan las <u>espreas</u> .	Miguel Ángel	17-10-16

Observaciones:

Próxima Reunión: Viernes 14 de octubre del 2016
Elaboró Minuta: Vianney Sandoval

C.

Proyectos de Aplicación Profesional

Programa de Desarrollo de la Gestión en las Funciones Sustantivas de las Empresas

Desarrollo de Proyectos de Comercio y Negocios Globales

3C07

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	1	Fecha	14/ Octubre /2016
Duración programada:	Inicio: 5:30 p.m.	Fin: 6:30 p.m.	Duración: 1 hora
Duración real:	Inicio: 5:40 p.m.	Fin: 7:20 p.m.	Duración: 1:40 hora

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Ángel	PYAGSA	SI
Vianney Sandoval	ITESO	SI
Rodrigo Mendoza	ITESO	NO
Daniela Vázquez	ITESO	SI
José <u>Allera</u>	ITESO	SI

Agenda

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
60'	Presentación avances	Daniela Vázquez y Vianney Sandoval	Presentar el material que se lleva hasta el día de hoy.
40'	<u>Dudas</u> en general	Daniela Vázquez y Vianney Sandoval	Preguntar las dudas que se tenían.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
1. Nuevos kits	<u>Food trucks</u> : 1 manguera, 1 válvula de aguja, 1 quemador, 1 regulador, 1 <u>esprea</u> <u>RVs</u> : 1 manguera, 1 regulador con <u>esprea</u> (regulador con baja presión)
2. <u>Logística</u>	Cubicaje, maneras de enviar las cajas.
3. Carta comercial y contrato de compra-venta	Cambios necesarios para ambas y autorización de carta comercial para empezar a mandar correos.
4. Dudas	Se trataron todos los temas que quedaban pendientes desde la junta pasada y se comenzó a hablar del contacto con los clientes.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
1.	Mandar lista de precios y porcentaje de comisión	Miguel Ángel	24-10-16
2.	Confirmar correo a utilizar y contraseña y servidor	Miguel Ángel	24-10-16
3.	Teléfono a utilizar	Miguel Ángel	24-10-16
4.	Informar al personal de PYAGSA USA de nuestro trabajo	Miguel Ángel	24-10-16
5.	Mandar avances de finanzas	Miguel Ángel	24-10-16

Observaciones:

Seguir en contacto con Miguel Ángel hasta que nos mande la información

Próxima Reunión: No especificado

Elaboró Minuta: Vianney Sandoval

d.

Proyectos de Aplicación Profesional

Programa de Desarrollo de la Gestión en las Funciones Sustantivas de las Empresas

Desarrollo de Proyectos de Comercio y Negocios Globales

3C07

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	1	Fecha	31/ Octubre /2016
Duración programada:	Inicio: 4:30 p.m.	Fin: 5:30 p.m.	Duración: 1 hora
Duración real:	Inicio: 4:45 p.m.	Fin: 5:45 p.m.	Duración: 1 hora

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Ángel	PYAGSA	SI
Vianney Sandoval	ITESO	SI
Rodrigo Mendoza	ITESO	NO
Daniela Vázquez	ITESO	NO
José Allera	ITESO	NO

Agenda

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
60'	Resolución de dudas y entrega de información	Vianney Sandoval	Ver los últimos puntos restantes para poder finalizar el Plan de negocios.

⊕ **Asuntos tratados:**

Asunto	Observaciones / Comentarios
1. Finanzas	Se mencionó que es información confidencial por lo cual no se recibirán datos.
2. Formas de pago	Se explicó como es que pagan los clientes (se les da preferencia a los que tienen más antigüedad).
3. Correo a utilizar	Se dieron los datos de la cuenta de correo para mandar carta comercial.
4. Dudas	Se trataron todos los temas que quedaban pendientes desde la junta pasada.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
1.	Mandar lista de precios y porcentaje de comisión	Miguel Ángel	7-11-16
2.	Teléfono a utilizar	Miguel Ángel	7-11-16

Observaciones:

Seguir en contacto con Miguel Ángel hasta que nos mande la información

Próxima Reunión: No especificado

Elaboró Minuta: Vianney Sandoval