

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento.



3J02 – Desarrollo de capacidades para la exportación o importación.

Plan de Exportación de la bebida FrutiQueko de la empresa Globa

Distribuciones S.A. de C.V. hacia República Dominicana.

Presentan

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Administración de empresas y emprendimiento – Humberto Sánchez Hernández

Profesor PAP: Silvia Margarita Torres Martínez

Tlaquepaque, Jalisco, noviembre de 2017

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	5
2.1. Sustento teórico y metodológico	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	6
3. Resultados del trabajo profesional	9
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	14
5. Conclusiones	17
6. Bibliografía	17
Anexos (en caso de ser necesarios)	18

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

La importancia de la exportación de un servicio o producto en las empresas ha suscitado el desarrollo de este proyecto, ya que el crecimiento constante y el desarrollo de la competitividad ha evolucionado la forma de operatividad dentro de las compañías. La comercialización internacional es una parte fundamental de la empresa, y como tal debe ser un área bien atendida, por lo que el proyecto comenzó a desarrollar todo el proceso logístico que faltaba en la empresa. Por ello, los objetivos planteados fueron crear el material necesario para la operatividad de la empresa y el manual de exportación. Para el desarrollo del proyecto, se siguió una metodología cualitativa, se trabajó con los colaboradores para la definición de cómo trabajar dentro de la empresa y así formar los documentos descriptivos para el manual de exportación del producto FrutiQueko y procesos de la empresa. Se cumplieron con los objetivos planteados en el inicio, además de tener el material necesario para la operación del procedimiento logístico y las áreas involucradas. Se dejó un material que pretende ser implementado para comenzar con las operaciones de exportación dentro de la empresa **Globa Distribuciones S.A. de C.V.**

1. Introducción

1.1. Objetivos

- Desarrollar de un plan estratégico para la creación de una exportación hacia Republica dominicana del producto FrutiQueko.
- Crear el material necesario para la implementación de la exportación del producto hacia Republica dominicana del producto FrutiQueko.

El proyecto tiene como fin la creación de un proceso súper definido de la logística a desarrollar para exportar el producto FrutiQueko en el mercado de Republica dominicana, este será trabajado en conjunto con **Globa Distribuciones S.A. de C.V.** y una profesora **Silvia Margarita Torres Martínez** junto con mis compañeros Miguel del **ITESO** para la toma de decisiones, asignando tareas y presentando avances semanales para su análisis y retroalimentación de los puntos faltantes y ajustes de los mismos.

1.2. Justificación

El crecimiento de la comercialización a nivel internacional y del sector ha demandado a las pequeñas y medianas empresas a mejorar su extensión de mercado hacia diferentes países. Además de tener las herramientas necesarias tanto internas como externas para lograr los objetivos competitivos que estén en busca de lograr. **Globa Distribuciones S.A. de C.V.**, ha tenido un crecimiento continuo en todas sus operaciones tanto internas como externas, y el comportamiento de la empresa comienza a tener nuevas necesidades de ampliar su mercado.

1.3 Antecedentes

Se ha estado trabajando con la empresa durante un año, y con ello se han incorporado diferentes proyectos que nacieron específicamente de una auditoría realizada por ITESO y los colaboradores del proyecto. Gracias a esta herramienta es que sirve como sustento para determinar las líneas sustanciales de hacia dónde dirigir el proyecto y sus respectivas aplicaciones que tendría durante el tiempo dedicado al mismo, es decir que, se tienen datos tangibles para la toma de decisiones y abarcar las áreas que necesariamente necesitan un cambio o desarrollo para la competitividad y exportación de la empresa.

Grupo **Bélticos S.A. de C.V.** es adquirido por el Ingeniero Zuno en 1991, en ese momento la empresa se dedicaba a la elaboración de Coñac y Brandy, sin embargo, en ese momento se decidió realizar el cambio de línea de productos hacia las bebidas saboreadas.

El nombre de la marca estrella FrutiQueko viene de la referencia de Keiko la ballena, por lo tanto, se adoptó el ícono de la ballena en el logotipo. A partir de 1998, Grupo **Bélticos S.A. de C.V.** Decide iniciar a maquilar productos y envasado para otros clientes además de iniciar el desarrollo de nuevos productos propios.

A partir de esta época, Grupo **Bélticos S.A. de C.V.** Se divide en dos, dejando la distribución y comercialización en **Globa Distribuciones S.A. de C.V.**, además, por concentrarse en las maquilas se descuidaron los productos originales del grupo y se perdió market share, pero se mantuvo la rentabilidad de la empresa.

1.4. Contexto

Desarrollar el procedimiento de exportación del producto FrutiQueko a República Dominicana.

La empresa actualmente se encuentra sin el conocimiento previo al proceso de exportación y penetración de mercado en República Dominicana Por lo que se piensa dirigir el proyecto a esta parte.

Marco en que se da el proyecto

Actualmente la empresa se encuentra en crecimiento operativo y comercial, y sus necesidades han cambiado en su exportación del producto FrutiQueko y expansión de mercado, por lo que la empresa **Globa Distribuciones S.A. de C.V.** busca exportar su producto FrutiQueko y de la misma manera establecer las actividades con nuevos distribuidores/clientes finales, aportando valor a la empresa.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Manager Project (Administración de proyectos).

El proyecto está basado técnicamente en la metodología de “Administración de Proyectos”; esta técnica busca alcanzar los objetivos planteados de un proyecto en el mejor de los tiempos, conforme a todo lo establecido en el mismo. Hay diferentes etapas en la metodología, tales como la integración del proyecto en su formalidad que es el inicio del mismo, la planeación, en la cual se plantea la forma de trabajar, los medios de comunicación, y los recursos a utilizar, la ejecución, que integra todas las partes de lo planeado para el mismo desarrollo del proyecto y de manera adecuada ejecutar cada una de las actividades planeadas, el monitoreo, que su actividad fundamental reside en corroborar que las acciones que se han estado planteado y ejecutando sigan con su funcionamiento y trabajando para ello, y por último el cierre, una vez que se ha completado todas las actividades de los objetivos previstos se da conclusión o cierre al proyecto que se está realizando.

Bibliografía: Francisco Rivera Martínez; Gisel Hernández Chávez. (2010). Administración de Proyectos. México: Pearson.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto.

Para la planeación y seguimiento del proyecto, se abordó por medio de la asesoría presencial en la Universidad que apoyó a la planeación del mismo con entregables que se anexan al final de este documento para un mayor entendimiento de las actividades realizadas del proyecto.

- Plan de trabajo.

Entregables

- Entregable del reporte PAP.
- Proceso de exportación del producto a Republica dominicana.
- Serán entregados en digital y por medio del contacto de la empresa para un manejo óptimo de la información.
- Criterios para aceptación del producto, servicio o resultado.
- Será evaluada la propuesta según la información y criterios para el procedimiento de exportación por el jefe de proyecto.

Restricciones en el proyecto

- Manejo de la información con discreción.
- No ingresar en áreas no permitidas.
- Tener relación únicamente con el personal designado.

Supuestos

- La empresa proporcionará la información necesaria para el desarrollo del proyecto.
- Acompañamiento del proyecto para tener claridad de ambas partes.

- Desarrollo de propuesta de mejora.

Investigación de mercado

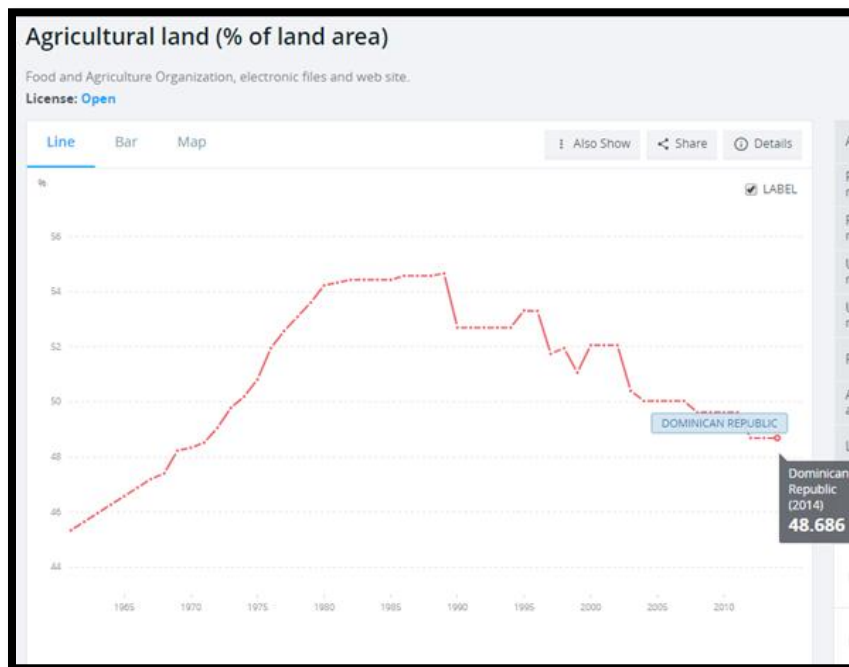
Perfil cualitativo del consumidor seleccionado

Población total: 10, 785,200

Densidad poblacional: 223 por km2 con un 81.6% de población en zonas urbanas.

Media de edad: 26.5 años

Las principales actividades económicas en República Dominicana, tienen que ver con la explotación de materia prima y los servicios. El 48.6% del territorio está dedicado a la agricultura de acuerdo a datos del banco mundial, sin embargo, solo aporta el 4.6% de contribución al PIB, lo que nos indica que, si bien la tasa de empleo está enfocada hacia el sector agrícola o de explotación de materia prima, no es la actividad más rentable del país.



Fuente: Bibliografía 1

Las actividades con mayor contribución al PIB y que han mostrado crecimiento en los últimos 3 años son la hotelería y servicios alimenticios (8.8%), transporte y almacenamiento (8.7%) y la actividad inmobiliaria (8.7%). Un dato de importancia, es que el ingreso per cápita del país ha mantenido un ritmo de crecimiento estable y que se ha duplicado del año 2000 al 2016, lo que nos indica que la población general de República Dominicana tiene un poder adquisitivo similar al de México, ligeramente más bajo. El ingreso promedio de toda la población es de \$532.00 USD mensual, sin embargo, tomemos en cuenta que esto incluye a personas de un NSE A/B y C+. El ingreso promedio de la mayoría de la población es de \$494.00 USD mensuales de acuerdo al último censo económico de República Dominicana. Extensión territorial: 48,315 km² Ciudades importantes: Santo Domingo, Santiago de los Caballeros, La Romana, San Pedro Macorís, Puerto Plata y La Vega. Estas ciudades se encuentran en la costa, lo que hace más fácil el comerciar entre estas porque las carreteras son rectas y no hay montañas que dificulten el camino como en el interior del país.

Lista de Distribuidores más importantes en República Dominicana:

Principales Distribuidores				
Empresa	Página Web	Correo	Teléfonos	Dirección
Distribuidora León Vázquez (DILEVSA)	http://www.dilevsa.com/	info@dilevsa.com	(809) 570-7400, 570-7401	Aut. Durante Km. 5 1/2, Canabacoa, Santiago, Rep. Dominicana
Giro: Empresa dedicada a la distribución de productos de consumo en canal Colmados, Supermercados, Mayoristas, Cafeterías, Farmacias y otros. Visitamos 5,600 puntos de ventas semanalmente.				
Almacenes checo:	http://almacenescheco.com/		(809) 570 7117 - 18 - 19 809 200 2216	Aut. Durante Km. 6, Santiago de los Caballeros, Rep. Dominicana
Giro: Empresa dedicada a la venta al por mayor y detalle de diferentes productos. Dispone de amplios almacenes y una amplia flotilla de transporte para garantizar una mejor distribución a nivel nacional.				
Manuel González Cuesta:	http://mgc.com.do/	repcionmgc@ccn.net.do	(809) 566 2161	Calle Juan Ballenilla, Zona de Herrera, Apartado No. 1241 Santo Domingo, Rep. Dominicana
Giro: Empresa dedicada a la importación y venta de productos alimenticios, bebidas alcohólicas, dulces y artículos del hogar.				
Surtidora Suriel, CxA	http://sury.com.do/	psuriel@sury.com.do	(809) 620-1888	Av. Jacobo Majluta No. 5, casi esq. Ave. Rep de Colombia, Arroyo Hondo II, Sto. Dgo., Rep. Dominicana
Giro: Empresa dedicada a la distribución de bebidas alcohólicas, condimentos, productos de limpieza, cosméticos y productos desechables entre otros.				
Almacenes América	http://www.almacenesamerica.com/		(809) 566-1750, 567-4026	Gustavo Mejía Ricart esquina Abraham Lincoln, Rep. Dominicana
Giro: Venta de bebidas, productos desechables, productos de limpieza y provisiones.				
Álvarez y Sánchez S.A.	http://alvarezysanchez.com.do/	info@alvarezysanchez.com.do	(809) 537-4440	Av. Luperón No. 100 esq. Francisco Prats Ramírez, Los Restauradores San Domingo, Rep., Dominicana
Giro: Distribuidores de productos de abarrote, bebidas, productos de limpieza y para la higiene personal.				

Empresas transportistas y cotizaciones.

Pedimos una cotización a las empresas de Expeditors, Pluscarga y Albatrans, la cotización consistía en saber el precio de un contenedor completo de 40 HQ con incoterm CIF, a lo que consiste desde cargar la mercancía en la fábrica hasta que llegue al puerto de destino Caucedo, en República Mexicana.

Selección de proveedor y costo de producción y transporte.

TABLA DE COMPARACIÓN ENTRE EMPRESAS LOGÍSTICAS 40'HQ				
	PRECIO FLETE	FLETE + PRECIO EXW	PRECIO UNITARIO CIF	PRECIO UNITARIO DDP
COTIZACIÓN EXPEDITORS	\$ 2,315.00	\$ 10,421.90	\$ 0.17	\$ 0.23
COTIZACIÓN PLUSCARGO	\$ 2,970.00	\$ 11,076.90	\$ 0.18	\$ 0.24
COTIZACIÓN DB Schenker	\$ 2,377.00	\$ 10,483.90	\$ 0.17	\$ 0.23
COTIZACIÓN ALBATRANS	\$ 2,000.00	\$ 10,456.90	\$ 0.17	\$ 0.23
Empresa con menor rango por fila	2,000.00	\$ 10,421.90	\$ 0.17	\$ 0.23
Empresa más viable a elegir: EXPEDITORS				

Cálculo de pauta offline

Debido al presupuesto con el que se cuenta, no se hará campaña Offline, sino digital y esfuerzos POP.

Herramientas en punto de venta

- MATERIAL POP (Banner Araña)



3. Resultados del trabajo profesional

Productos

Durante el transcurso del proyecto se pudieron realizar diferentes actividades de las cuales se obtuvieron resultados finales (productos), estos mismos fueron benéficos para la empresa y sus colaboradores.

Se enlistan los productos obtenidos en el proyecto y los contenidos de los mismos:

1. Empresa.

1.1 Información general de la empresa.

1.1.1 Antecedentes y situación actual de la empresa.

1.1.2 Razón social y datos fiscales.

1.1.3 Organigrama actual.

1.1.4 Descripción de puestos claves.

1.2 Conciencia exportadora.

1.2.1 Misión.

1.2.2 Visión.

1.2.3 Valores.

1.2.4 Objetivos.

1.2.4.1 Objetivo general de exportación.

1.2.4.2 Objetivos específicos.

1.3 Capacidad financiera de la empresa.

1.3.1 Disponibilidad de recursos para la exportación.

1.3.1.2 Créditos-Apoyos.

1.2.1.3. Recursos propios.

2. Producto.

2.1 Características del producto.

2.1.1 descripción técnica y fracción arancelaria.

2.1.2 Descripción cualitativa.

En el desarrollo del proyecto existió una excelente coordinación de ambas partes involucradas, tanto de la empresa **Globa Distribuciones S.A. de C.V.** como del alumno, además con ello se logró aterrizar los objetivos previstos y que se lograron según lo establecido. En el proyecto se trabajó a través de varios colaboradores con los cuales las tareas se asignaban semanalmente y se registraban los avances logrados y los que requerían de más ajuste, con ello los objetivos se desarrollaron en una pauta de trabajo en equipo, comunicación asertiva y desarrollo personal.

En conjunto, se logró un desarrollo profesional con el proyecto, ya que el mismo logró concretar conocimientos profesionales vistos a lo largo de la carrera y como alumno poder profundizar aún más en cada uno de ellos. Los aprendizajes profesionales se enfocaron al área de exportación, sin embargo, se conecta con todas las áreas operativas de la empresa por que se conocieron todas y su forma de operar dentro de la misma. De manera personal, se mostró un incremento en conocimiento de exportación al desarrollar una organización de tiempos y prioridades, fue una forma de consolidar habilidades personales de trabajo y juicio en las situaciones personales que requerían mayor atención.

Impactos

En este proyecto los impactos obtenidos se enfocaron al ámbito social y económico, como se había planteado en un principio; socialmente se habla de una mejora en la exportación de la empresa y su forma de trabajar con los empleados, ya se tiene fundamentado las líneas estratégicas por las cuales se implementarían las actividades a la empresa **Globa Distribuciones S.A. de C.V.**

Además, los impactos indirectos que se presentan al realizar estas actividades, son con los colaboradores, ya que el disminuir cargas de trabajo y tareas que no son de la naturaleza de la empresa.

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

- Aprendizajes profesionales.

El desarrollo profesional como administrador de empresas y emprendimiento ha sido benéfico en el área de exportación, ya que es una parte fundamental en la gestión de las empresas, debido a que la empresa obtiene su expansión de mercado y alcances como áreas competitivas, desarrollo tecnológico, financiero, social o productivo, hay distintas áreas que puede enriquecer la exportación en una empresa y con ello mejorar la gestión de la misma.

La expansión de mercado y crecimiento de una empresa, se logra siempre mediante una innovación, ya sea mediante un proceso de innovación de un producto o servicio que se encuentra por ser obsoleto o la creación de algo nuevo, con ello se adquiere conocimiento y desarrollo que produce mejores resultados a la empresa.

Además el conocer sobre el mercado de Republica Dominicana para beneficio de la empresa, en este caso **Globa Distribuciones S.A. de C.V.**, otorga una ventaja competitiva sobre la misma, ya que se reconocen áreas de oportunidad y que permiten identificar qué nuevas tecnologías o conocimiento se pueden complementar con el desarrollo de exportación de alguno de sus productos, en otras palabras, la exportación ayuda a focalizar e identificar hacia qué nuevos conocimientos de los distintos destinos que la empresa y personal pueden implementar para ser mayormente competitivos.

- Aprendizajes sociales.

Los impactos sociales que se identificaron en el desarrollo del proyecto son indirectos, ya que se comenzó a desarrollar la exportación de un producto, además con ello mejorar el comportamiento organizacional de la empresa, la comunicación y la motivación de los colaboradores de empresa. Es una innovación social interna ya que permite mejorar los procesos de relación entre cada departamento de manera que disminuye la doble formulación de actividades, con un manual de exportación. Por otro lado, exportación hacia un nuevo mercado y sus relaciones dentro de la empresa, hace que la misma sea una compañía innovadora y que tenga como principales objetivos su compañía para una mejor motivación laboral y desarrollo del mismo, implementando normas de exportación y desarrollo profesional de los colaboradores.

- Aprendizajes éticos

Durante el desarrollo del proyecto, las decisiones que se tomaron en cuenta fue la organización de las actividades que se realizarían, además de las fechas en que se ejecutarían las mismas. El trabajo de exportación es una actividad ética que permite mostrar el trabajo personal y profesional, además del cumplimiento de las actividades acordadas, ya que todo el manejo de la información es un cumplimiento de confidencialidad y ético, porque es información de uso exclusivo de la empresa, y con ello se demuestra el desarrollo de la conciencia ética. Profesionalmente es una forma de ejecutar las competencias profesionales que, en el desarrollo de la profesión, hace constar aún más los conocimientos adquiridos para el buen ejercicio de la misma y con ello desarrollar aún más conocimientos especializados que permite ser mayormente competitivo.

- Aprendizajes en lo personal.

El proyecto es una forma de actualizar y desarrollar los conocimientos profesionales que se adquirieron a lo largo de la carrera, además, el desarrollo de competencias interpersonales en el programa son aprendizajes que se presentaron en el desarrollo del proyecto para mejorar la comunicación entre las diferentes partes, es decir, entablar acuerdos que permiten que las actividades por realizar sean según lo acordado.

El PAP me permitió profundizar en las fortalezas personales y cómo desarrollarlas aún más e identificar mis debilidades y convertirlas en un área de oportunidad, que permita que estas se disminuyan para poder tener un conocimiento más amplio de mi persona.

Contiguo a esto, el reconocer fortalezas y debilidades personales otorgaron relacionarme con el entorno del proyecto y las personas que estaban relacionadas en el mismo, es por ello que el aprendizaje personal más significativo fue que existen diferentes posturas en una sola sociedad y que estas enriquecen las actividades de la otra, es un complemento y un aprendizaje que permite crecer personalmente y que se obtiene un panorama más amplio para un proyecto de vida con los aportes de los diferentes ideales en la sociedad.

5. Conclusiones

La exportación de un nuevo producto dentro de las empresa **Globa Distribuciones S.A. de C.V.** formó parte esencial para el ejercicio de las misma, es una manera en que la empresa y organización se reflejan, es decir que por medio de ello transmiten filosofías, formas de laborar, y de relacionarse con los colaboradores, y los medios externos de la organización con el fin de mejorar las relaciones empresariales. Además, la innovación que presentan en ellas, con nuevas tecnologías o habilidades para la competitividad. Con ello se extienden los temas de comunicación, toma de decisiones, liderazgo y procesos de estructura de organización, gracias a esto la empresa logra formalizar en sus procesos e identificar nuevos enfoques hacia su administración interna, y la continua innovación. El proyecto proporcionó a la empresa herramientas útiles que permitieron la toma de decisiones y mejorar las áreas de oportunidad en la empresa debido al crecimiento constante que está teniendo. En conclusión, tener una cultura de innovación y desarrollo es una ventaja que como empresa logra tener un mejor posicionamiento cuando se trata de competencia leal, por el hecho de que una empresa con conocimientos fuertes puede competir con mejores herramientas ante el universo de unidades económicas que se encuentran activas en el ámbito.

6. Bibliografía

1. Banco Mundial. (21 de Noviembre del 2017). Gross Net Income, Atlas Method. Banco Mundial. Banco Mundial Recuperado de <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD?locations=DO&view=chart>
2. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana. (21 de Noviembre del 2017). Consulta de proyección poblacional al 2020. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana. Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana Recuperado de <https://www.one.gob.do/Estadisticas/8/proyecciones-de-poblacio>
3. ONU. (01 de Enero del 2010). Tasas de ocupación y desempleo. ONU. ONU Recuperado de <http://portal.onu.org.do/republica-dominicana/datos/empleo/33>
4. Cruce de datos de Nielsen, Facebook & ONU. (30 de Junio del 2017). Usuarios y uso del internet en el caribe. Internet World Stats. Internet World Stats Recuperado de <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>
5. Tactuk , Pablo. (Diciembre del 2009). Distribución Geográfica de Grupos Socioeconómicos

Anexos (en caso de ser necesarios)

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	1		Fecha	17 / Ago / 2017
Duración programada:	Inicio: 6:00 p.m.	Fin: 10:00 p.m.	Duración: 4 horas	
Duración real:	Inicio: 6:10 p.m.	Fin: 9:40 p.m.	Duración: 3:15 horas	

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Guadarrama	ITESO A.C.	OK
José Pablo Rodríguez	ITESO A.C.	OK
Humberto Sánchez	ITESO A.C.	Ok
Juan Carlos Arévalo	Belticos.	Ok
Silvia Torres	ITESO A.C.	Ok

Agenda:

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
50'	Contexto PAP, modo de evaluación y documentación propuesta.	Silvia Torres	Entender el proceso a seguir para llevar el control PAP y sus respectivos entregables.
60'	Introducción y objetivos específicos del proyecto Fruti Queko.	Carlos Arévalo	Dar a conocer los objetivos específicos de la empresa y lo esperado por los alumnos PAP.
75'	Introducción y objetivos del proyecto Natural Good Shape.	Carlos Arévalo	Dar a conocer los objetivos específicos de la empresa y lo esperado por los alumnos PAP.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
1. Evaluación PAP.	Silvia Torres, nos dio una explicación de la evolución del PAP, las fechas importantes de los entregables importantes y documentación a utilizar para llevar control. Realizando minutas semanalmente, firma del seguro ITESO A.C. y entregables finales.
2. Situación de la empresa para el proyecto Fruti Queko.	El proyecto está sin empezar, arrancando de cero con la intención de posicionar su producto estrella en República Dominicana.
3. Situación de la empresa para el proyecto Natural Good Shape.	El proyecto está sin empezar, arrancando de cero con la intención de posicionar su producto estrella en Panamá.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
1.	Visita a la empresa Belticos.	Juan Carlos	22-08-2017

Próxima Reunión: **Martes 22/Agosto /2017**

Elaboró Minuta: **Humberto Sánchez Hernández.**

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	5	Fecha	31 / Agosto /2017
Duración programada:	Inicio: 9:00a.m.	Fin: 10:30 a.m.	Duración: 1 hora y 30 minutos
Duración real:	Inicio: 9:20a.m.	Fin: 10:30am	Duración: 1 hora y 10 minutos

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Guadarrama	ITESO A.C.	OK
José Pablo Rodríguez	ITESO A.C.	OK
Humberto Sánchez	ITESO A.C.	Ok
Juan Carlos Arévalo	Belticos.	Ok
Andrea Anguiano	ITESO A.C.	Ok

Agenda:

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
30'	Presentación de estudio de mercado.	Todos	Dar a conocer el consumo principal de República Dominicana en cuanto a bebidas y las principales competencias directas.
30'	Retroalimentación	Juan Carlos Arévalo	Ser más específicos en cuanto a la competencia directa y la presentación más definida de los productos directos.
10'	Alternativas para abarcar mercado	Todos	Dar a conocer las ventajas de comenzar también con Costa Rica debido a su alto potencial en el consumo de bebidas procesadas.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
4. Materiales pendientes.	Se revisó la minuta anterior para revisar qué materiales estaban pendientes de envío.
5. Presentación específica.	Se nos dio una retroalimentación para una mejor presentación de estudio de mercado más directa.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
2.	Porcentajes de utilidad bruta.	Juan Carlos	05-09-2017
3.	Revisión de precios y contenido de productos en específico.	Alumnos ITESO	05-09-2017
4.	Presentación del estudio de mercado más a detalle.	Alumnos ITESO	05-09-2017

Próxima Reunión: **Martes 05 /Septiembre /2017**
 Elaboró Minuta: **Humberto Sánchez Hernández.**

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	10	Fecha	03 / Octubre / 2017
Duración programada:	Inicio: 10:00a.m.	Fin: 11:00 a.m.	Duración: 1 hora y 00 minutos
Duración real:	Inicio: 10:10 a.m.	Fin: 11:20 am	Duración: 1 hora y 10 minutos

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Guadarrama	ITESO A.C.	OK
José Pablo Rodríguez	ITESO A.C.	OK
Humberto Sánchez	ITESO A.C.	Ok
Patricia Zuno	Belticos.	Ok
Andrea Anguiano	ITESO A.C.	Ok

Agenda:

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
30'	Mostrar cotización con república dominicana. - Propuesta inicial. - Bajo el icotem CIF. - Manzanillo a causedo. - Despacho aduanal. - Agente aduanal.	Expeditors – International – GDL.	Presentación en general de la empresa dedicada a la logística internacional, su cotización y demás servicios en cuales nos pueden ayudar.
30'	Retroalimentación	Patricia Zuno	Expectativas de la cotización, saber qué decisión toma la empresa en cuanto a la cotización demostrada.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
6. Materiales pendientes.	Se revisó la minuta anterior para revisar qué materiales estaban pendientes de envío.
7. Presentación específica.	Hablamos ya de República Dominicana y que es lo que necesitamos para iniciar la exportación y como buscar distribuidores o clientes y buscar nuevos métodos a tratar.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
5.	Informe de distribuidores con los encargados de la logística.	Andrea Anguiano	11-10-2017
6.	Costos sobre procesos en días.	Humberto Sánchez	11-10-2017
7.	Verificar las clasificaciones arancelarias.	Miguel Guadarrama	11-10-2017
8.	Cita con el distribuidor en centro américa.	Juan Pablo Rodríguez	11-10-2017
9.	Verificar las toneladas.	Andrea Anguiano	11-10-2017

Próxima Reunión: **Martes 11 / Octubre / 2017. 10:00am**

Elaboró Minuta: **Humberto Sánchez Hernández**

Minuta: Reunión de Trabajo

Minuta #	8	Fecha	19 / Septiembre /2017
Duración programada:	Inicio: 10:00a.m.	Fin: 11:00 a.m.	Duración: 1 hora y 00 minutos
Duración real:	Inicio: 10:10 a.m.	Fin: 11:20 am	Duración: 1 hora y 10 minutos

Convocados	Organización	Asistencia
Miguel Guadarrama	ITESO A.C.	OK
José Pablo Rodríguez	ITESO A.C.	OK
Humberto Sánchez	ITESO A.C.	Ok
Juan Carlos Arévalo	Belticos.	Ok
Andrea Anguiano	ITESO A.C.	Ok

Agenda:

Tiempo	Tema	Expositor	Objetivo
30'	Presentación de estudio de mercado.	Todos	Rectificar las últimas correcciones de la investigación de mercados y aclarar que el mercado más viable es RD.
30'	Retroalimentación	Juan Carlos Arévalo	Investigar un competidor en especial, convertir unas cifras en pesos y aclarar más la información.
10'	Iniciar búsqueda de logística	Todos	Aclarar cuáles serían los mejores métodos y rutas para iniciar a buscar una cotización de logística y buscar restricciones en el país y como buscar los distribuidores y ferias internacionales.

Asuntos tratados:

Asunto	Observaciones / Comentarios
8. Materiales pendientes.	Se revisó la minuta anterior para revisar qué materiales estaban pendientes de envío.
9. Presentación específica.	Hablamos ya de República Dominicana y que es lo que necesitamos para iniciar la exportación y como buscar distribuidores o clientes y buscar nuevos métodos a tratar.

Plan de Acción

No.	Conclusiones y compromisos	Responsables	Fecha Compromiso
10.	Confirmación de la fracción arancelaria ya establecida.	Juan Carlos	26-09-2017
11.	Enviar correos a distribuidores.	Juan Carlos	26-09-2017
12.	Redacción del correo para los distribuidores.	Juan Carlos	26-09-2017
13.	Revisar el cubicaje real.	Juan Carlos	26-09-2017
14.	Cotizar 20 y 40 contenedores.	Andrea Anguiano	26-09-2017
15.	Ferias internacionales en PROMEXICO, SAGARPA, GALTRATE.	Humberto Sánchez	26-09-2017
16.	Costos logísticos.	Andrea Anguiano	26-09-2017
17.	Mentalidad del consumidor por productos exportables.	Miguel	26-09-2017
18.	Enviar correos a supermercados e distribuidores.	Humberto Sánchez	26-09-2017
19.	Redacción de correo y enviar correos a colmados.	Humberto Sánchez	26-09-2017

Próxima Reunión: **Martes 26 /Septiembre /2017. 10:00am**

Elaboró Minuta: **Humberto Sánchez Hernández**