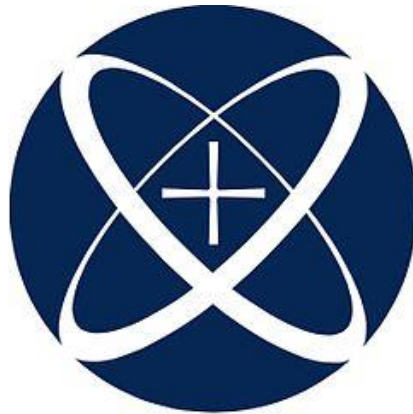


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE



ITESO

**Universidad Jesuita
de Guadalajara**

**Programa de desarrollo de competencias para la gestión en micro y pequeñas
y medianas empresas I
PAP 3F02**

Exportación para Barrsil de México, S.A. de C.V.

Presenta:

Michelle Guggenbuehl Pinilla
Luis Roberto Piña Orozco
Leopoldo Valle Izquierdo

Tlaquepaque, Jalisco

Diciembre 2016.

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
1.1. Objetivos	2
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes del proyecto	3
1.4. Contexto	4
1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	5
2. Desarrollo	5
2.1. Sustento teórico y metodológico.	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	5
3. Resultados del trabajo profesional	7
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	8
5. Conclusiones	13
Bibliografía	14
Anexos (en caso de ser necesarios)	14

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

El Proyecto de Aplicación Profesional realizado durante el periodo otoño 2016 con la colaboración de la empresa Barrsil de México, S.A. de C.V. y el ITESO, se buscó desarrollar una búsqueda de posibles socios comerciales para entablar una alianza estratégica para la exportación de la pata de pollo para el mercado asiático. El objetivo de este proyecto fue apoyar e iniciar la negociación de la posible alianza en China, para lograr la venta de sus productos a nivel internacional.

La metodología empleada fue mediante un plan de trabajo previamente establecido con el apoyo de nuestro asesor y del director comercial de la empresa.

1. Introducción

Esta iniciativa, la de participar dentro de los Proyectos de Aplicación Profesional, tiene la finalidad de implementar un modelo de vinculación Universidad-Alumno-Empresa que permite la incorporación de procesos, capital humano y tecnología para fortalecer a cualquier organización elegida por el propio aspirante para que pueda llegar a tener un impacto en la empresa a escala nacional o internacional.

1.1. Objetivos

Este trabajo principalmente se elaboró para identificar a posibles empresas en el mercado asiático para buscar una alianza estratégica en donde se pueda aplicar el plan de exportación de pata de pollo hecho por estudiantes del Iteso en semestres anteriores del Proyecto de Aplicación Profesional, para la empresa Barrsil de México. Es importante hacer mención que Barrsil es una empresa dedicada a la comercialización del pollo refrigerado y congelado ofreciendo su servicio a distintos establecimientos como carnicerías, hoteles y restaurantes.

El proyecto busca, como antes se hacía mención, desarrollar una posible alianza estratégica, siendo más específicos a Hong Kong, China, en donde el principal objetivo es incrementar las ventas ya que se aprovecharán todas las partes del pollo en canal tanto para mercados nacionales como para mercados internacionales y esto se pretende realizar por medio de contacto, investigación, prospección de clientes e incluso aplicando ciertas técnicas de negociación para poder unir a ambas empresas.

1.2. Justificación

La importancia de este proyecto radica en lo que puede representar para la empresa Barrsil el encontrar un socio comercial y concluir una venta, dando pie a generar mayores ventas, contar con mayor maquinaria para elevar la producción de la cadena en caliente dentro de la suite del Centro de Valor Agregado en Lagos de Moreno e incluso para poder aprovechar nuevas oportunidades dentro del mercado asiático; independientemente que como organización no cuenten con un área de exportación como tal.

La pata de pollo en el mercado asiático, además de considerarla como un aperitivo, denota cierto prestigio dentro de la sociedad hongkonés, es por ello que la base del proyecto fue comprobar la viabilidad de este plan, en donde los beneficios que se esperan a largo plazo serían de formar una cartera de clientes en el mercado oriental gracias a la calidad y la frescura del producto.

1.3 Antecedentes del proyecto

Barrsil de México es una empresa jalisciense ubicadas en Av. Héroe de Nacozari número 2274 en la Colonia 8 de Julio, en donde con casi 21 años de experiencia en

el corte y comercialización de pollo en canal, es un importante proveedor de insumos agroalimentarios para abastecer el mercado nacional.

Es importante destacar que esta empresa a nivel regional es una marca posicionada considerada como punto de referencia para sus clientes y proveedores. Para Pilgrim's se encuentran como el séptimo cliente a nivel nacional y para Bachoco en la zona centro occidente del país como el mayor distribuidor con mayor presencia del mercado. Sus aliados: Bachoco el productor más importante a nivel nacional y Pilgrim's a nivel mundial quienes cuentan con rastros TIF y reconocimiento por la trazabilidad y calidad de sus productos. Y ahora con la fusión de Pilgrim's- Tyson se abren nuevas oportunidades comerciales para Barrsil de México.

Actualmente Barrsil se encuentra en un proceso de internacionalización en el cuál está tratando de buscar nuevas oportunidades de mercado para comercializar y distribuir la pata de pollo a Hong Kong, China a pesar de carecer una área de exportación como tal, su funcionamiento organizacional y su capacidad para producir pollo es impresionante.









1.4. Contexto

Para continuar con el proyecto del plan de exportación y búsqueda de una alianza estratégica se tuvo que investigar acerca del mercado asiático para poder elegir a la ciudad de Hong Kong como un punto clave para establecer una relación comercial y tratar de comercializar el producto. Se tomaron en cuenta ciertas variables tanto demográficas como económicas y sociales para entender más a nuestro mercado meta.

En cuanto al análisis demográfico, Hong Kong tiene 7'267,000 millones de personas:

Población masculina: 46.92%

Población femenina: 53.08%

Distribución de la población por edades en %	
Menos de 5 años:	3,3% 
De 5 a 14 años:	8,2% 
De 15 a 24 años:	12,9% 
De 25 a 69 años:	65,9% 
Más de 70 años:	9,6% 
Más de 80 años:	3,7% 

Lo que nos habla de una población que está creciendo a marchas aceleradas, existe población en edad económicamente activa y es un mercado en crecimiento continuo.

Según el Banco Mundial en el 2014 el PIB per Cápita para Hong Kong fue \$55,084.00 dólares, mientras que en México en ese mismo año fue de \$16,950.00 dólares. Esto nos dice que Hong Kong cuenta con un alto nivel de ingresos y es un país que su nivel de desarrollo va en incremento.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

Este documento tiene como finalidad explicar lo que se llevó a cabo desde el inicio, con la planificación de la exportación, del estudio de mercado y de posibles clientes, de las regularizaciones del producto y del desarrollo que fue llevando el proyecto en base a los objetivos planteados. El documento explicará los puntos observados más importantes y las conclusiones obtenidas en base a los resultados obtenidos.

2. Desarrollo

A lo largo del proyecto se llevaron a cabo diferentes actividades, con el fin de permitir la realización de un objetivo en común y para poder poner en marcha este proyecto; la planeación, la organización y los conocimientos adquiridos en la carrera, siempre se tuvieron en mente. A continuación, se detalla el método de trabajo.

2.1. Sustento teórico y metodológico.

Para comprender la problemática abordada es necesario tener en consideración que se realizó un estudio para obtener información sobre el mercado de la pata de pollo en Hong Kong con apoyo principalmente de las herramientas de la web y de bases de datos tales como Trade Wizards, además se buscaron los principales comercializadores de este producto para hacerles saber sobre Barrsil y nuestra intención de establecer una alianza comercial con ellos para la comercialización del producto con sus conocimientos y experiencia de mercado.

En la parte de las cotizaciones se realizó otro estudio sobre qué Incoterm era el mejor, para darnos un indicativo de los costos de exportación desde Lagos de Moreno hasta el puerto de Hong Kong.

Toda la metodología empleada, tanto conceptos como enfoques fueron mediante búsquedas y apoyo de documentos de semestres anteriores sobre la producción y comercialización de pollo.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

- Enunciado del proyecto

El proyecto busca conseguir un socio comercial que invierta en la maquinaria para la preparación de pata de pollo al vacío para su exportación y venta en Hong Kong, la cual se preparará con el sabor y las especificaciones del socio y se empaquetará en bolsas con el diseño que el socio proporcione, únicamente especificando en la parte de atrás que fue elaborado por Barrsil de México.

Se analizaron varias opciones para ver la viabilidad del proyecto y como primera instancia se recurrió al contacto por medio electrónico. El establecimiento de políticas y estrategias a seguir aún no fueron definidas, ya que para conseguir un socio comercial extranjero las reglas del juego pueden cambiar en base a distintos factores.

- Metodología

Se realizó una investigación de mercado y de posibles clientes en Hong Kong para acercarnos con ellos vía email y lograr un acercamiento inicial, en el cual se les preguntó a quién nos tenían que dirigir, quienes somos y nuestra intención al contactarlos desde México. De los prospectos de los cuales no se obtenía

respuesta, se volvían a contactar con un reminder para buscar nuevamente establecer un contacto con ellos.

En general, durante todo el transcurso del proyecto, se realizó una búsqueda de mercado potenciales con un gusto preferencial en la pata de pollo siempre teniendo en cuenta las diferencias culturales entre oriente y occidente.

- Cronograma o plan de trabajo

A lo largo del proyecto se llevaron a cabo diferentes actividades, con el fin de permitir la realización del proyecto de exportación de la pata de pollo al mercado asiático.

Al inicio del proyecto primeramente se nos presentaron los avances del equipo anterior para continuar con el seguimiento apropiado en base a los objetivos ya establecidos por el director comercial de Barrsil y C.P., Dionisio Barragán Silva. Las primeras semanas (1-3) se asignaron los equipos de colaboración, se revisó el sistema de trabajo que se emplearía y finalmente se agendó cita con Dionisio. Tras la junta con el empresario, se pudo tener una visión más clara del proyecto, junto con los objetivos a concretar.

Posteriormente, de la semana (4-7) se elaboró una presentación para socios potenciales en Hong Kong, se creó un correo institucional para poder usarlo como medio de prospección.

Ahora, a partir de la semana (8-15) se desarrollaron propuestas para contactar a los clientes potenciales, se inició el contacto y se esperó a que alguno de ellos respondiera al correo. Mientras esperábamos respuesta analizamos hábitos de consumo y la competencia directa e incluso cotizamos con diferentes prestadores de servicios para poder darnos una idea global del alcance del proyecto.









si por co

Finalmente, la última semana (16), se presentó ante el director comercial el trabajo realizado en la planta de Lagos de Moreno.

- Desarrollo de propuesta de mejora

Conforme al plan establecido, y siguiendo con el cronograma de actividades, se realizaron unos entregables. Las imágenes insertas, dan fe del trabajo realizado. Únicamente se ponen pantallazos para no comprometer las políticas de confidencialidad de la empresa de Barrsil.

 Anexos	12/5/2016 1:02 PM	File folder	
 Presentación final	11/28/2016 10:21 ...	Presentación de ...	6,161 KB
 Proyecto Barrsil Otoño 2016	11/28/2016 6:27 PM	Documento de Mi...	3,812 KB
 Proyecto Barrsil Otoño 2016	11/28/2016 12:04 ...	PDF File	1,533 KB

 Anexo (I) Cotizaciones	11/27/2016 8:35 PM	Documento de Mi...	251 KB
 Anexo (II) Presentación comercial socios	10/7/2016 2:10 PM	Presentación de ...	14,399 KB
 Anexo (III) Muestra de correos enviados	11/27/2016 8:05 PM	Documento de Mi...	146 KB
 Anexo (IV) Recordatorios	11/27/2016 8:15 PM	Documento de Mi...	243 KB
 Anexo (V) Documentos necesarios para e...	11/27/2016 10:33 ...	Documento de Mi...	66 KB
 Anexo (VI) NOM-144-Semarnat-2004	4/19/2016 12:47 PM	PDF File	178 KB
 Anexo (VII) Confirmation of insurance - s...	3/6/2016 1:51 PM	PDF File	196 KB
 Anexo (VIII) Food and Drugs (Compositio...	4/27/2016 10:15 AM	PDF File	444 KB

3. Resultados del trabajo profesional

Tras 16 semanas de trabajo en este proyecto se lograron varios entregables los cuales empezaron desde la elaboración de una presentación para posibles socios comerciales, la realización de una base de datos de contactos y una investigación de mercados acerca del país elegido.

En general, todo el proyecto se basó en cuatro apartados los cuales son:

- A. Producto: Especificaciones técnicas, descripción cualitativa, características esenciales de la pata de pollo, normatividad tanto para México como para Hong Kong se vieron en esta sección junto con la clasificación arancelaria del producto.
- B. Mercado: Identificación de mercado meta, perfil del consumidor, análisis de la competencia, canales de distribución, prospección de clientes y estrategias de distribución se analizaron a fondo.
- C. Logística: Diseño de ruta, cotizaciones con diferentes prestadores de servicios logísticos, empaques, embalajes y cubicajes a utilizar se revisaron detenidamente.
- D. Comercialización: La tropicalización del producto, los hallazgos de la pata de pollo en el mercado oriental, la propuesta de valor junto con la estrategia de posicionamiento se tomaron en consideración para la futura alianza estratégica con Hong Kong.

Los impactos generados durante la experiencia, independientemente de no haber logrado el objetivo inicial fueron los siguientes:

- 1. Al exponer el proyecto final, al director comercial de Barrsil le quedó más claro lo que se debe y lo que no se debe hacer respecto a la entrada al mercado asiático.
- 2. El panorama general y las implicaciones que conlleva llevar un producto al exterior requiere tanto recursos humanos, técnicos y capital financiero.
- 3. La capacidad de respuesta rápida de los clientes prospectados fue nula por lo que se debe de evaluar nuevas opciones.
- 4. El acercamiento a instituciones gubernamentales como Proméxico, son importantes para lograr un mejor contacto por medio de ferias o misiones comerciales. Por lo que se recomienda contactarlos a la brevedad.

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

- Aprendizajes profesionales

Michelle Guggenbuehl: Comercio Internacional es una carrera muy dinámica ya que necesitas estar en constantes actualizaciones en materia aduanera como en continuas búsquedas para encontrar el mercado más óptimo de tu producto para la exportación y/o comercialización. Vinculando mi carrera con la empresa Barrsil, además que nos topamos con ciertas dificultades, absolutamente todo depende del acercamiento que le quieras dar a las cosas. En este caso el acercamiento que tuvimos de primer inicio al mercado chino no fue el adecuado ya estamos bajo el rol de vendedores e influye bastante para poder concretar una negociación.

Como competencia desarrollada, tanto la capacidad oral como escrita la vas perfeccionando a lo largo del tiempo, e incluso también la capacidad de respuesta rápida para hacer frente al mundo tan cambiante en el que vivimos.

En general, el contexto sociopolítico y económico va muy de la mano de Comercio Internacional ya que no es únicamente el mercado interno/mercado nacional en el cual tenemos nuestro campo de acción. Los mercados internacionales son una realidad, es por ello que, la competencia es masificada y necesitamos crear una estrategia de penetración de mercado mediante un modelo de exportación establecido para poder tener presencia internacional y contar con mayores oportunidades.

Luis Roberto Piña: Al momento de conocer el proyecto y saber los objetivos y puntos clave a realizar consideré que era la oportunidad para aplicar todos los conocimientos teóricos que he adquirido a lo largo de 7 semestres en la carrera. Después de 16 semanas de trabajo se desarrollaron competencias las cuales se podrán aplicar a lo largo de mi vida tanto personal como profesional; una de ellas fue el trabajo en equipo, ya que esta vez tocó formar un equipo diferente, esta vez no era para un trabajo de alguna materia, sino para nuestro proyecto de aplicación profesional y considero que es una de las partes más difíciles, ya que siempre va a haber distintas maneras de realizar o aplicar los conocimientos en algún área, pero este proyecto me enseñó a adquirir aprendizajes nuevos tanto de mis compañeros como de la empresa.

En cuanto a conocimiento profesionales pudimos adquirir de todo un poco: clasificación arancelaria, logística internacional, operación aduanera, geografía económica e investigación de mercados. Todas fueron útiles en cuanto a teoría y ahora que las llevamos a cabo nos dimos cuenta de muchas cosas que antes mencionamos, pero no teníamos mucha idea de que se trataba al momento de aplicar al terreno profesional. El saber un poco de la cultura asiática y en específico de Hong Kong fue interesante y satisfactorio ya que nos abre un panorama

internacional distinto y con amplio crecimiento que expande nuestro horizonte como comerciantes.

Se aprendieron muchas cosas, pero también se aterrizaron otras, que en conjunto pudimos entregar un proyecto satisfactorio en donde estamos seguros que se realizó a conciencia y con un esfuerzo de 4 meses que al final sabremos qué será de gran utilidad para la Barrsil y para nosotros en nuestra formación académica y profesional.

Leopoldo Valle: En este proyecto hubo varios aprendizajes profesionales muy interesantes, ya que para realizar el proyecto comenzamos desde la planificación, el estudio de mercado y la comparación de las distintas opciones que teníamos para poder determinar cuál era la mejor opción en base a nuestros costos y necesidades, lo cual me ayudó como aprendizaje para poder darme una idea de cómo se realiza un proyecto de manera profesional en la vida real y de cuáles son los principales aspectos que se deben de considerar para poder lograr el objetivo deseado.

Independiente a que todos los aprendizajes fueron muy interesantes, el que considero principal para mi vida profesional es el que pude aprender en base a nuestra experiencia vendiendo el producto a los prospectos que obtuvimos de internet y de las diferentes bases de datos. Con esta experiencia me di cuenta de la dificultad que tiene el captar un cliente para vender tu producto o servicio y de la importancia que tiene el realizar un approach eficiente para lograr captar la atención de la persona, ya que generalmente en la vida profesional no hay segundas oportunidades y si tu primera oportunidad no es exitosa y no la realizas de la manera adecuada, muy difícilmente se pueda lograr algo en el futuro.

- Aprendizajes sociales

Michelle Guggenbuehl: Esta experiencia, la de formar parte de un ente social y de contribuir de cierta forma a los cambios que la sociedad establece, implica enfrentarse a los desafíos de una organización ya establecida y a su forma operativa, es orientarse a resultados y a objetivos relevantes, los cuales permiten la colaboración entre trabajadores. Es enfrentarse incluso a mentes cerradas, contextos sociales y a formas de pensar diferentes a la tuya.

En sí, mi visión del mundo social que tengo ahora es la misma desde hace un año aproximadamente. Este PAP, a pesar no tener un enfoque social como tal, al saber y al darme cuenta de la magnitud de la producción de pollo en canal dentro de la fábrica, se contemplan factores humanos, como lo es el capital de trabajo y la fuente de ingreso de trabajo que para los trabajadores es vital.

Aterrizando el PAP a mi realidad, al buscar nuevos mercados contribuyen a mejorar la calidad de vida de algunos trabajadores ya que existe posibilidad de nuevas

vacantes. En lo personal, los saberes aplicados que hicieron posible la aportación depende de las capacidades y habilidades propias de cada humano con un enfoque hacia qué tan retador y fructífera puede llegar a ser una experiencia e incluso donde los supuestos de la realidad se pueden ver transformados.

Luis Roberto Piña: Al momento de integrarme al proyecto y ver los objetivos me di cuenta de distintas cosas que pasan a mi alrededor. Me di cuenta, al escuchar los testimonios de Barrsil, que emprender no es difícil y que aun como jóvenes no estamos preparados psicológicamente para lograrlo.

No todo es fácil a la hora de emprender, pero este proyecto me hizo ver que las cosas no se dan de un día para otro, el plantearse objetivos, el llevar un plan de negocios, el establecer fechas y demás detalles hacen que nuestro emprendimiento logre un impacto positivo en los objetivos. Los servicios profesionales que se brindaron a Barrsil no tuvieron un carácter meramente social pero se enfocó mucho en la idea de apoyar a las micro y pequeñas empresas mexicanas y su labor para la industria y economía nacional, su importancia en el ámbito del comercio internacional y cómo es que nos debemos alentar para apoyarnos todos como mexicanos y tratar de sacar adelante nuestras ideas.

Leopoldo Valle: Con este proyecto pude evidenciar las diferentes oportunidades que tenemos como jóvenes y como emprendedores para poder crecer nuestra economía como país con la exportación de productos nacionales de calidad al extranjero, ya que gracias a las herramientas con las que contamos hoy en día, como es el internet, email, skype, entre otros, uno tiene la posibilidad de crecer su negocio y la red de mercado a cualquier parte sin necesidad de estar presente de manera física.

Aunque este proyecto ya contaba con las bases de lo que el empresario buscaba alcanzar con su producto y del objetivo que desea alcanzar, logramos ayudarlo a ver cuáles son los puntos que debe de modificar para lograr el objetivo final de conseguir un socio comercial y de cómo debe de hacer el approach para poder captar la atención de sus prospectos.

En sí, el proyecto no se especificaba en un sector social o económico en específico, pero fue interesante estudiar el ámbito social en Hong Kong al que nos acercamos para saber por dónde debíamos de atacar a ese mercado para tener las mayores posibilidades de éxito. Este ejercicio estoy seguro que lo voy a realizar en mi futuro, ya sea a nivel local, nacional o internacional, para comercializar o comprar algún producto o servicio de la mejor manera.

- Aprendizajes éticos

Michelle Guggenbuehl: La experiencia vivida me invita a ampliar mi conocimiento en términos de Comercio Internacional en pensar en grande, en pensar en mercados internacionales e incluso también en pensar como local ya que al final del camino, el producto final tiene que llegar a un consumidor en específico. Incluso también lo puedo llegar a replicar cuando decida emprender y formar mi propia empresa en un futuro no tan lejano.

Como futura profesionista, este PAP me hace reflexionar acerca de la realidad laboral y a ser más abierta y tolerante conforme a los distintos puntos de vista que hay. El entender un país con variables tanto políticas, económicas, sociales, tecnológicas, legales y prácticas tanto sociales como éticas, no es una labor nada fácil por lo que no se debe de tomar a ligera un proceso de internacionalización.

Las decisiones que tomé fueron basadas en un proyecto siempre tratando de que existiera una retroalimentación sobre trabajo realizado y con la ayuda de nuestro asesor que nos fue guiando en este proceso de manera colectiva.

Luis Roberto Piña: Después de este proyecto me doy cuenta que tengo muchas ideas no aterrizadas acerca de mi futuro profesional. De los mayores aprendizajes de este PAP fue la invitación a no quedarnos estancados en algún escalón, siempre motivarnos a dar más para lograr cumplir nuestras metas. Me enseñó también que después de la experiencia quiero lograr innovar en algún proyecto y brindarle todo mi apoyo necesario para sacar adelante a cualquier cosa en la cual quisiera emprender. Quiero ejercer mi profesión de la mano de gente con ética y valores, de mano de gente que siempre vea una oportunidad de crecer y que no se quede estancado en cualquier lugar. Quiero trabajar apoyando a mi país y a la gente de México y apoyar la idea de que si uno puede salir adelante todos podemos lograrlo.

Leopoldo Valle: Esta experiencia me invita a trabajar y a crecer con productos mexicanos para lograr mejorar nuestra economía por medio del comercio exterior y dando a conocer nuestros productos de calidad en diferentes países. Estoy seguro que, si abrimos nuestro panorama y nos comenzamos a enfocar nuestros diferentes productos y materias primas mexicanas en otros países aparte de Estados Unidos, podemos mejorar nuestra economía considerablemente. Desgraciadamente, en la actualidad el país no se encuentra en su mejor momento económico, pero eso no es debido a que los productos que ofrecemos no sean de calidad.

Me gustaría ejercer mi profesión pensando siempre en mejorar a mi país y a mi entorno en lo mayor posible.

- Aprendizajes en lo personal

Michelle Guggenbuehl: A grandes rasgos, lo que aprendí del PAP y lo que puedo replicar hacia mi proyecto de vida es que las situaciones y problemáticas que nos

tenemos que enfrentan en el contexto de trabajo demandan respuestas prontas y eficientes, lo cual favorece el desarrollo de competencias. Te ayuda incluso a conocerte mejor ya que a lo mejor no sabías que eras capaz de realizar ese trabajo, como, por ejemplo, al realizar la búsqueda de posibles socios comercial en un país lejano. En general de todo y de todos se puede aprender algo, aunque sea en lo más mínimo. En este proyecto particularmente, además de ser una empresa del ramo agroalimentario y que implica mucha normatividad y legislaciones de por medio, la apertura que tengas hacia las cosas marcará un proyecto definido.

Luis Roberto Piña: Este proyecto aparte de conocimiento en el área profesional me brindó las herramientas necesarias para salir adelante en temas que había visto a lo largo de mi formación académica pero que no había logrado aterrizarlos. Me ayudó a conocer mis habilidades en ciertas áreas del comercio internacional y a encontrar algunas otras que no tenía idea que las manejaba. A comprender el trabajo en equipo y el trabajo profesional, como es que se plantean objetivos y los recursos necesarios para lograrlos. Me percaté que para salir adelante se necesita mucha disciplina y que tenemos que plantearnos distintas metas, que no todas se lograrán pero que poco a poco al menos una debemos alcanzar el éxito.

Leopoldo Valle: El PAP ha sido una muy buena experiencia que me ha ayudado a ver cómo es el mundo profesional y lo que viene ahora que estoy próximo a terminar mi carrera. Me ayudó a ver mis ganas que tengo de salir al mundo real para aplicar mis conocimientos y para aprender en todas las experiencias posibles para lograr los objetivos profesionales que me vaya planteando. Me ayudó a ver que soy una persona capaz y que las ganas no me faltan para salir al mundo y dar lo mejor de mi en lo que sea que termine dedicando mi vida profesional.

5. Conclusiones

Michelle Guggenbuehl: Como futuros profesionistas es importante conocer cualquier organismo para detectar áreas de oportunidad y áreas de mejora, siempre teniendo una mente abierta al cambio. En el caso de Barrsil, si bien el objetivo principal del Proyecto de Aplicación Profesional es de insertarnos un poco en el mundo laboral, en este caso como ayudante en el área de exportación, pude observar que muchas veces el tener un contacto en el extranjero marca mucho la diferencia en lugar de hacer todo el contacto vía remota.

En general, el asumir un rol de profesionista comprometido en la búsqueda de alternativas para una situación o problemática ayuda a encontrar nuevas oportunidades y nuevas tendencias en el mercado. Incluso, el contar con un asesor con dominio en el campo de estudio, capaz de interactuar, de responder por nosotros y con disponibilidad de ayuda independientemente de la situación, ayuda bastante a no sentirte sola en este proyecto de vinculación alumno- universidad- organización.

En sí, “Aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer y aprender a convivir” es algo indispensable en lo cual tenemos que seguir trabajando ya que nos falta mucho por descubrir, por innovar, por crear y por experimentar. Con eso me quedo de todo el aprendizaje obtenido.

Luis Roberto Piña: El proyecto de aplicación profesional en conjunto con Barrsil fue una experiencia grata en cuanto a aprendizajes. Logre aplicar muchos conocimientos y a trabajar bajo presión cuando era necesario; tal cual la vida profesional. En 16 semanas tuvimos que desarrollar un plan de exportación, el cual tuvo sus altas y sus bajas pero que al final de cuentas se logró. Los objetivos se fueron cambiando, pero el equipo logró salir adelante sin ningún tipo de problema, a pesar de las dificultades en el camino. No le cambiaría nada a este PAP, el acompañamiento fue exitoso y siempre positivo, sin embargo, siento que falta mucho por crecer en la relación empresa-alumno.

La confianza debe ser mutua y siempre mirar los aspectos positivos y los negativos, tratar de cambiarlos. Al momento de brindar un servicio profesional por parte de alumnos ya en los últimos semestres, sabes que están a prueba de errores y se enfrentan con muchas piedras en el camino, es por eso que como empresa siempre debes estar en constantes acuerdos para ir revisando cómo es que va avanzando los objetivos e ir logrando cada paso de la mano. Me encuentro satisfecho de todo lo que Barrsil nos enseñó en cuanto a la experiencia profesional, creo que se pudo haber logrado más en cuanto a relación, pero los tiempos siempre son un buen o mal aliado de cualquier momento. Tenemos mucho que aprender, pero sé que cada vez es menos, y este proyecto me ayudó a que tengo muchas habilidades, ahora solo me falta explotarlas.

Leopoldo Valle: El PAP fue una experiencia muy interesante y muy rica en aprendizajes ya que llega en un momento clave en mi vida, ya que estoy próximo a graduarme y las preguntas de a qué voy a dedicar mi vida profesional y qué es lo que más me apasiona aparecen con mucha frecuencia en mi vida. Esta experiencia me ayudó a darle algo de claridad a las respuestas de esas preguntas y me ayudó para darme una idea real y tangible de lo que viene a continuación en mi vida.

Por otra parte, esta experiencia me sirvió para relacionar muchos de los conocimientos teóricos que había obtenido a lo largo de los casi 5 años que llevo en el Iteso y para darme cuenta de que tanto me gusta mi carrera para aplicarla en mi futuro profesional.

De igual manera, esta experiencia me hizo darme cuenta de lo complicado que es el mundo laboral y de cuanta competencia hay en todos los medios para desempeñarse, por lo que la preparación y el continuar aprendiendo son algo clave para poder alcanzar el éxito que me proponga.

En general me voy muy satisfecho y con muchas ganas de salir al mundo para comenzar a trabajar de manera profesional y aportar lo mejor de mi a todas las oportunidades que se me vayan presentando en mi vida.

Bibliografía

Barrsil de México (2016), recuperado del sitio web www.barrsil.com

CIA Factbook (2015)

Trade Wizard (2016)

Siicex Caaarem (2016)