INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

3J02C Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales I CEDECOM

"PROYECTO BOTANAS JULIMOY"

Presentan

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Comercio y Negocios Globales - Ruth Andrea Uribe Romero

Lic. Comercio y Negocios Globales - Paola Darinka Vázquez Sánchez

Lic. Administración Financiera - Daniel Aquino Rizo

Ing. Industrial - Diego Caballero Enríquez

Profesora PAP

Lic. Montserrat Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jal. mayo de 2021

Índice

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

Se trabajó con la empresa Botanas Julimoy durante el periodo de Primavera 2022 en el PAP de CEDECOM Internacional, con el objetivo de preparar a la empresa para actividades de comercio exterior. Se comenzó realizando un análisis sobre dos tipos de diagnósticos, uno empresarial y otro sobre la conciencia exportadora de la empresa en cuanto temas comercio exterior, con base en estos resultados se realizó una propuesta de plan de trabajo, el cual fue aceptado y aprobado por el empresario, Jafet Perez Rojas, posterior a esto, se procedió con la realización de un cronograma de actividades con sus respectivas fechas previstas de comienzo y fin.

Entre las actividades realizadas podemos encontrar la gestión de fichas técnicas de los productos a exportar, fracción arancelaria del producto, registro de marcas y patentes, selección de país según el análisis de una matriz, certificado de origen, registro en la FDA, tropicalización del producto según el mercado meta y proyección de ventas y proyección financiera.

1. Introducción

1.1 Objetivo General

Como equipo de trabajo, se encuentra que Julimoy es una empresa muy interesante la cual tiene potencial para crecimiento y expansión por sí sola en el mercado actual. Además, su preocupación por la internacionalización abre las puertas para trabajar de la mano con sus representantes para la gestión e implementación de las actividades y preparativos necesarios para la exportación, es por eso que se fijan a las tareas relacionadas con crear un plan estratégico en el que se trabajará a lo largo del semestre, esperando crear valor y satisfacción en las expectativas de Julimoy con su acercamiento al ITESO.

Objetivos Específicos

1. Traducción de las 10 fichas técnicas de los productos potenciales a exportación, mediante la clasificación por grupos de productos en las primeras 4 semanas del proyecto para la correcta determinación de la fracción arancelaria.

2. Definición de las fracciones necesarias para cada grupo de productos identificado entre la semana 5 y 6 del proyecto.

3. Búsqueda en el IMPI de los registros de marca que tiene la empresa y su respectiva vigencia, posteriormente verificar la disponibilidad de los mismos en el USPTO (United States Patent and Trademark Office), antes de la semana 9 para concretar permisos para la empresa.

4. Estudio y análisis de los mercados potenciales mediante una matriz de ventajas y desventajas de los países más relevantes para la comercialización dados los factores priorizados por Julimoy, con antelación a la semana 8 del proyecto.

5. Recopilación de la información y documentación necesaria para la gestión de obtención del certificado de origen mexicano con sus respectivas ventajas competitivas, dentro del periodo correspondiente de la semana 10 a la 14 del proyecto.

6. Recopilación de la información para el registro ante la FDA, así como hacer el plan de registro bianual para la empresa proporcionando los datos necesarios para

la obtención del FFRN (Food Facility Registration Number), con fecha de la semana 13 de cronograma del proyecto.

7. Identificación de los factores para la tropicalización de la etiqueta conforme a los requerimientos del país a exportar el producto, elaborar la propuesta e identificación de datos en la semana 14 del proyecto.

8. Recopilación de la información necesaria para el cálculo de la proyección de ventas en exportación, para validar el volumen con la capacidad instalada en planta, para el periodo correspondiente a la semana 12.

1.2 Justificación

La realización de este proyecto fue sumamente importante para la empresa de Botanas Julimoy, ya que era importante tomar en consideración todos los puntos de las secciones de la empresa, tanto analizar la áreas funcionales de la empresa, el análisis del producto, el estudio del mercado y de la industria, considerar la competencia, la logística y las finanzas, todo esto para conocer el contexto de la empresa y analizar cómo está posicionada.

Todo este estudio del panorama de la empresa ayuda a que la empresa use las herramientas proporcionadas para poder exportar sus productos a Estados Unidos o a otros países, se añade diagnóstico empresarial y exportador, registro de marcas y patentes, identificación y justificación del mercado exportable, regulaciones arancelarias y no arancelarias, registro FDA, los documentos necesarios para exportar, así como otros. Sin este material la empresa no tendría claro el procedimiento paso a paso necesario para comenzar su proceso de exportación, además que ayuda a facilitar y simplificar la información del mismo y logra establecer objetivos claros.

Las recomendaciones y retroalimentaciones proporcionadas son útiles para que la empresa conozca el panorama completo del estatus de la compañía para así poder mejorar las áreas que ya tiene bien establecidas, así como arreglar y ajustar las áreas de oportunidad y mejoras posibles, todo esto para tener una empresa más consolidada que esté lista para el comercio exterior.

El propósito de este proyecto es proporcionar apoyo para que la empresa tenga las herramientas para operar de manera más óptima y tenga el panorama completo de lo necesario para exportar sus productos y venderlos en el mercado exterior, esto hará que la empresa se haga de reconocimiento internacional, crezca sus ventas, obtenga más empleados, se consolide también en el mismo mercado nacional y genere mayor productividad y crecimiento para la misma empresa Julimoy como para México, así todos terminan ganando.

1.3 Antecedentes

El proyecto de Botanas Julimoy ingresa al PAP con pocos conocimientos sobre comercio exterior. La empresa ya cuenta con experiencia en la fabricación, venta y distribución de productos fritos y botanas. Cuenta con distintos productos desarrollados como papas, chicharrones, palomitas, chetos, cacahuates, etc.

A pesar de ser un proyecto que inició en el año 1999 y con experiencia en la venta de productos al mayoreo no contaba con las herramientas necesarias para vender su producto internacionalmente.

Lo más cercano a conciencia exportadora que contaba la empresa era gracias a su participación en distintas ferias internacionales en las que habían conocido clientes potenciales interesados en comprar sus productos y llevarlos a los Estados Unidos de América. Sin embargo, al no contar con un equipo dentro de la empresa que tuviera los conocimientos necesarios sobre comercio exterior ninguna de estas posibles ventas habían sido concretadas.

Gracias a estas ferias se fueron dando cuenta que su producto tenía el potencial para ser vendido internacionalmente por lo que recurrieron al programa PAP CEDECOM internacional (Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales) para desarrollar un plan de trabajo que les ayude a lograr este objetivo y obtener los conocimiento necesarios para lograr exportar sus productos.

1.4 Contexto

Julimoy es una PYME, la cual cuenta con un equipo de 120 empleados en su planta de Ciudad de México. Julimoy es una empresa que se enfoca en las necesidades y

gustos de sus clientes por lo que ha crecido su variedad de productos, hasta tener en disponibilidad 42 variedades, las cuales incluyen papas, chicharrones, palomitas, cacahuates y muchas más. Gracias a este crecimiento, la empresa se ve en la necesidad de buscar la expansión de sus capacidades con una nueva planta con ubicación en Querétaro, para cubrir la creciente demanda regional que tiene hoy en día.

Como gran parte de su plan de expansión, Julimoy está considerando un posicionamiento estratégico en el mercado internacional, el cual es motivado por el crecimiento que se ha dado en los últimos años, también, se suma a nuevos retos participando en sedes y convenciones internacionales despertando curiosidad e intriga en potenciales clientes de otros países, los cuales identifican por lo menos 10 productos estrella para su éxito en exportación.

2. Desarrollo

2.1 Sustento Teórico y metodológico

En este apartado se presentan las actividades realizadas este semestre sustentadas teóricamente con lo aprendido durante la carrera y las herramientas utilizadas para la elaboración de las mismas.

- Antecedentes y Situación Actual de la Empresa
- Razón Social
- Organigrama
- Descripción de puestos clave
- Análisis Diagnóstico Empresarial
- Análisis Diagnóstico Exportador
- Características del Producto
- Descripción Técnica y Fracción Arancelaria
- Descripción Cualitativa
- Registro de marcas y patentes
- Tropicalización de producto de acuerdo al mercado meta
- Capacidad de Producción y Oferta Exportable
- Industria
- Identificación de mercados potenciales

- Selección de mercado meta
- Investigación del mercado meta
- Selección del medio de transporte
- Regulaciones
- Documentos para exportar
- Pronóstico de ventas del producto y del mercado
- Proyección Financiera Mercado de Exportación

Para trabajar en este Proyecto de Aplicación Profesional fue necesario trabajar en equipo complementando los conocimientos que cada uno de los integrantes ha adquirido durante la carrera. En este proyecto se complementaron los conocimientos de la Licenciatura en Comercio y Negocios Globales, Administración Financiera y de la Ingeniería Industrial.

En la materia de **Consultoría integral en los negocios internacionales** aprendimos a trabajar junto con empresarios a desarrollar un proyecto en comercio internacional y a adaptarnos a las necesidades de la empresa.

El conocimiento adquirido en la materia de **Clasificación Arancelaria** nos permite buscar e identificar la clasificación de cada uno de los productos a exportar y posteriormente poder realizar las fichas técnicas de los productos.

Empresas del Comercio Exterior: Esta fue la primera materia de comercio, nos dió noción de lo que era comercio exterior y cómo funcionaban las empresas que lo practicaban, la importancia de estos conocimientos en las empresas te da cierta responsabilidad sobre el trabajo que realizamos.

Análisis de Riesgos en los Negocios Internacionales: Esta materia nos enseñó a realizar diagnósticos empresariales a utilizar herramientas para identificar los riesgos en los negocios internacionales a realizar la matriz de riesgo y diseñar estrategias para minimizar, transferir o eliminar riesgos.

Prácticas Desleales y Barreras No Arancelarias: Esta clase fue de gran ayuda porque te enseñan con mucho detalle cómo utilizar las páginas gratuitas del gobierno, para poder revisar cuáles son las regulaciones y restricciones no arancelarias de los productos a importar.

En la materia de **Ergonomía y Seguridad Industrial**: se describen detalladamente los pasos y contenidos generales que un instructivo de trabajo, fichas técnicas y documentos relacionados a la producción, por lo que dan la pauta para la gestión de documentos bajo normativas nacionales e internacionales.

Así como en **Investigación de Operaciones**: se ponderan diferentes factores para la correcta selección de transportes, considerando factores como: peso, volumen, costo, y características especiales del producto a transportar.

En **Diseño de sistemas**, aprendimos el primer contacto con empresas, para la correcta recolección de los datos relevantes para el uso de los proyectos tanto académicos como de consultoría, considerando privacidad y compromiso con el uso de la misma.

La materia de **Gestión empresarial** sirve como una introducción muy completa al manejo de las empresas, su formación, como se consolidan y otorga un panorama muy amplio y completo de todos los procesos internos que llevan las empresas, de esta manera fue de gran ayuda para ya estar familiarizados con los componentes de la empresa como la filosofía empresarial, logística, el mercado, la industria, etc. Así se pudo adaptar los conocimientos aprendidos en la práctica.

Matemáticas administrativas fue una materia de suma ayuda para comprender las bases matemáticas básicas para comenzar a emprender un negocio o para estudiar una empresa ya establecida, ahí se ven temas como el punto de equilibrio el cual es el mínimo de unidades que una empresa necesita para lograr que sus utilidades sean cero pero que no tenga pérdidas, entonces genera un buen panorama de lo que se necesita por mínimo para de ahí partir a las utilidades deseadas, también ayuda a comprender los conceptos de oferta y demanda y como se ven reflejados en una compañía.

2.2 Planeación y seguimiento del proyecto

Descripción del proyecto

- **Antecedentes y Situación Actual de la Empresa**

Se recolectó información de la empresa desde su fundación hasta las actividades que se realizan actualmente en su entorno laboral.

- **Razón Social**

Se investigó la razón social de la empresa.

- **Organigrama**

Se realizó una representación gráfica de la estructura actual de la empresa incluyendo todas las áreas con las que se cuenta actualmente y una propuesta de área de exportación.

- **Descripción de puestos clave**

Se realizó una descripción de los puestos claves de la empresa incluyendo las actividades que se deben realizar en cada uno de los puestos. Se incluyó una propuesta de puesto clave en un departamento de exportación.

- **Filosofía Empresarial**

Se recolectó información de la filosofía empresarial tal como su visión, misión y valores. Proponiendo una nueva visión con internacionalización como parte del proyecto.

- **Objetivos**

Se describieron los objetivos generales del proyecto describiendo brevemente los componentes del mismo, por cada tema en específico.

- **Análisis Diagnóstico Empresarial**

Se realizó un diagnóstico empresarial mediante la plataforma *YoExporto* donde se evaluó la situación actual de la empresa en distintas áreas incluyendo: Cultura empresarial, Administración, Producción, Servicio, Comercialización, Finanzas, Recursos Humanos e Innovación y desarrollo.

- **Análisis Diagnóstico Exportador**

Se realizó un diagnóstico exportador mediante la plataforma *YoExporto* donde se evaluó la situación actual de la empresa en distintas áreas incluyendo: Intención exportadora, Percepción de barreras, Mercados internacionales, Capacidades competitivas, Producto y Gestión financiera.

- **Características del Producto**

Se presentan 10 productos elegidos por la empresa para ser exportados. Se desglosan las diferentes características de cada uno de estos.

- **Descripción Técnica y Fracción Arancelaria**

Se realizó una propuesta de formato para las fichas técnicas del producto. Se identifican las fracciones arancelarias para cada uno de los productos y se anexa una traducción de las fichas técnicas al inglés.

- **Descripción Cualitativa**

Se hace una descripción sensorial de los productos a exportar tomando en cuenta características respectivas de cada producto o grupo de ellos. Así como se presentó una carátula de propuesta de ficha técnica para los productos.

- **Registro de marcas y patentes**

Se realiza una búsqueda en bases de datos de la sobre el uso de la marca “Botanas Julimoy”.

- **Tropicalización de producto de acuerdo al mercado meta**

Se investigaron cuáles serían las adaptaciones necesarias para que los productos escogidos por Botanas Julimoy puedan ser exportados al mercado del país elegido.

- **Capacidad de Producción y Oferta Exportable**

Se hizo un análisis de la oferta de producción de acuerdo con la información proporcionada por la empresa, para así calcular la producción estimada necesaria para exportar a Estados Unidos.

- **Industria**

Se realizó una investigación sobre la industria en México tomando en consideración la información general de la industria, el tamaño y sus tendencias de crecimiento.

- **Identificación de mercados potenciales**

Se analizaron los países potenciales para exportar los productos de Botanas Julimoy incluyendo el país de interés de la empresa. Se determinaron 3 países para ser estudiados posteriormente a detalle. Los 3 países fueron Estados Unidos, Canadá y Guatemala.

- **Selección de mercado meta**

Se llevó a cabo mediante una matriz el análisis de los tres países seleccionados teniendo en cuenta los aspectos político-legal, económico, sociocultural, tecnológico, ecológico y otros. Con la ponderación determinada en la matriz se determinó que Estados Unidos sería el mercado a incursionar.

- **Investigación del mercado meta**

Se realizó una investigación sobre el mercado seleccionado analizando el perfil del consumidor, identificación cuantitativa del mercado, tamaño del segmento actual y tendencias. De igual manera se hizo una identificación cualitativa del mercado tomando en cuenta los aspectos generales del mercado, competidores, listado, precios y distribución.

- **Selección del medio de transporte**

Se realizó una investigación sobre los medios de transporte identificando el medio adecuado mediante una tabla comparativa y tomando la decisión del medio de transporte factible.

- **Regulaciones**

Se analizaron las regulaciones arancelarias y restricciones y regulaciones no arancelarias que deben de cumplir cada uno de los productos al momento de exportar. De igual manera se realizó el registro correspondiente ante la FDA.

- **Documentos para exportar**

Se investigaron los documentos necesarios para exportar y se presentó la información sobre el certificado de origen.

- **Pronóstico de ventas del producto y del mercado**

Se calculó un pronóstico de ventas con tres escenarios posibles para tener un estimado de las utilidades que tendría la empresa dentro del mercado del país.

- **Proyección Financiera Mercado de Exportación**

En base a la información proporcionada por la empresa, se calculó un estimado de las ventas en el mercado exterior del volumen a producir en toneladas y los valores en millones de pesos.

Plan de trabajo

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos a desarrollar durante este proyecto se realizó un cronograma con la finalidad de aumentar la eficiencia en tiempos de entrega del proyecto y así obtener avances semanales de trabajo. Se dividieron los temas a trabajar en el plan de internacionalización entre cada integrante del equipo. El periodo de primavera 2020 comenzó el día 17 de enero y terminó el 16 de mayo con un total de 16 semanas disponibles para trabajar en las que además del trabajo realizado se hicieron dos presentaciones al equipo de Botanas Julimoy. El plan de trabajó se dividió como se muestra en la siguiente imagen:

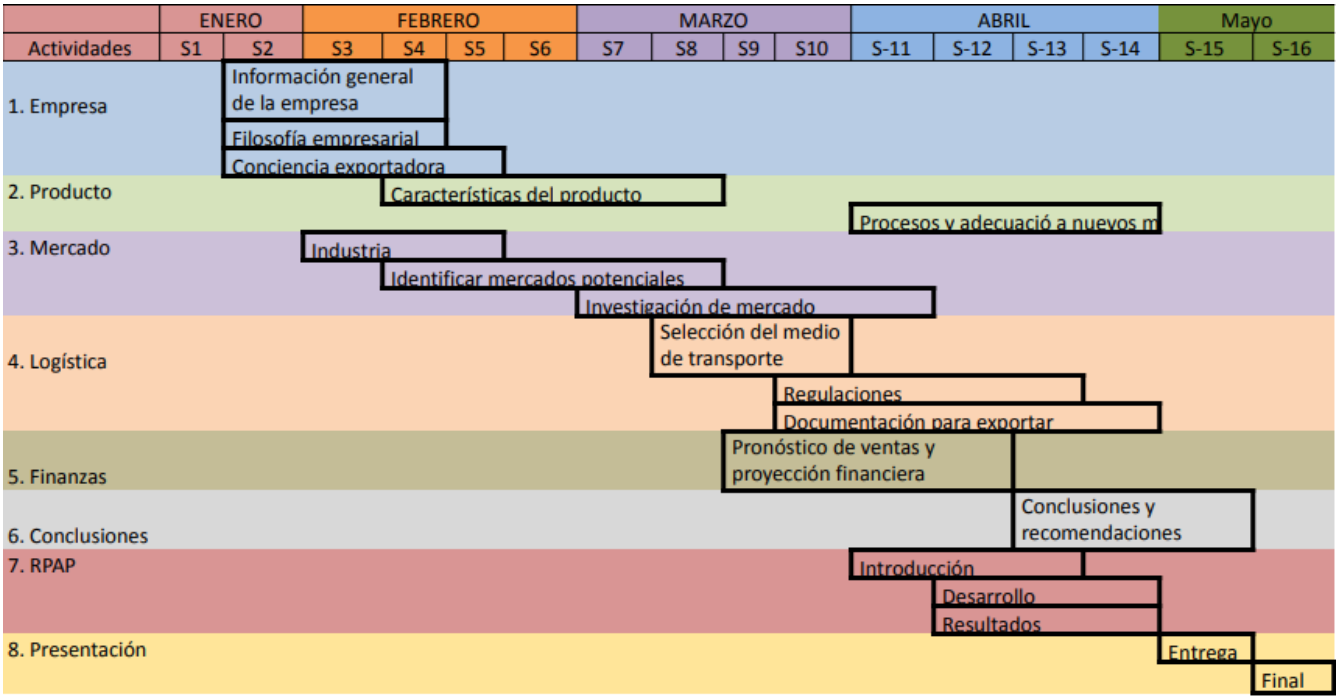


Imagen 1. Cronograma de actividades a realizar para el periodo PAP Primavera 2022.

- **Antecedentes y Situación Actual de la Empresa**

Mediante el contacto con los responsables de apoyar el proyecto por parte de la empresa Julimoy, se realizaron una serie de preguntas clave, así como el uso de la información en la página web de Julimoy.

- **Razón Social**

A partir de la solicitud de servicio PAP cedecom, se tomaron los datos correspondientes para el apartado.

- **Organigrama y Descripción de puestos clave**

Mediante constante comunicación con los responsables de apoyar el proyecto por parte de la empresa, se solicitó un layout o indicador de las áreas y puestos claves, donde con conocimientos de la carrera, se generaron descripciones de puesto adaptándolas a la naturaleza del contexto en que se desarrolla Botanas Julimoy. Por último posicionando el área de gestión de exportación como propuesta para la empresa.

- **Análisis Diagnóstico Empresarial**

Mediante la información proporcionada por los empresarios de la empresa de acuerdo a la entrevista que se les hizo y la plataforma de Yo exporto, se analizó la información obtenida del estado actual de la empresa.

- **Análisis Diagnóstico Exportador**

Se realizó al tener una reunión con los empresarios y hacer una entrevista con preguntas referentes al comercio exterior y posteriormente mediante la plataforma de Yo Exporto y así tener el resultado del diagnóstico.

- **Características del Producto**

Se realizó una solicitud de información de productos mediante fichas técnica, tomando dicha información, se realizó una nueva propuesta de ficha como referencia para la automatización de la captura de características del producto en productos existentes y futuros registros.

- **Descripción Técnica y Fracción Arancelaria**

Validando la información de las fichas técnicas, se determinó la fracción arancelaria, revisando en SNICE.

- **Descripción Cualitativa**

Mediante la adquisición de muestras y análisis de los ingredientes se llegó a conclusiones cualitativas de los productos clasificándolos en una tabla descriptiva**,** considerando factores como sabor, olor, textura, color, etc.

- **Registro de marcas y patentes**

En la base de datos del IMPI y USPTO se buscó si existe registro de marca con el nombre “Botanas Julimoy” o “Julimoy”.

- **Tropicalización de producto de acuerdo al mercado meta**

Tomando en cuenta los requisitos de etiquetado de la FDA junto con los lineamientos de la Norma 051 que rige las regulaciones generales de etiquetado para los productos de venta de alimentos en México, se pone en comparación los dos lineamientos para la tropicalización adecuada del producto.

- **Capacidad de Producción y Oferta Exportable**

Según los datos proporcionados por los empresarios de la empresa Julimoy, de acuerdo a su producción de ventas en el mercado nacional se hizo el pronóstico de la oferta exportable de producción necesaria para exportar a Estados Unidos, considerando posibles cambios en el mercado.

- **Industria**

De acuerdo a datos proporcionados por INEGI y Euromonitor, se estudió el contexto de la industria de botanas y frituras para tener un estimado del comportamiento que ha tenido y hacia dónde va la industria.

- **Identificación de mercados potenciales**

En la plataforma de Trade Wizard se buscaron los países con mayor volumen de importación desde México de las clasificaciones arancelarias de los productos y el valor de la industria.

- **Selección de mercado meta**

Se realizó mediante una matriz para la selección del ranking de países candidatos en determinadas páginas web analizando parámetros externos como políticos-legales, económicos, socioculturales, tecnológico, ecológicos etc. Donde el país con la mayor ponderación sería el mercado meta en este caso E.U.A.

- **Investigación del mercado meta**

Se analizó información del mercado del país seleccionado a exportar los productos. En la plataforma de Euromonitor Passport se buscaron datos como participación de los productos en el mercado, marcas competidoras y productos competidores. Se analizaron los supermercados donde las personas suelen hacer sus compras con mayor frecuencia y supermercados hispanos que venden productos latinoamericanos. De igual manera se analizaron las tendencias de los productos a exportar en el país destino.

- **Selección del medio de transporte**

Se realizó una matriz simple de selección, la cual consideraba costos, tiempo de transporte, gestión por dificultad o complejidad de trámites, seguridad y riesgos de transporte. Donde la naturaleza del producto (Alimentos no refrigerados, con prolongada fecha de caducidad) arrojó el resultado de transporte vía terrestre, fue el de mayo puntaje.

- **Regulaciones**

En la plataforma Trade Wizard se buscaron los productos bajo las clasificaciones arancelarias correspondientes y así determinar las restricciones y regulaciones arancelarias y no arancelarias que deben de cumplir los productos al momento de exportar al país destino.

En la página de la FDA se registró a la empresa haciendo un registro para solicitar el DUNS number, Food Facility Registration Number (FFRN) y creación de cuenta en la página SAM.

- **Documentos para exportar**

Se investigaron los documentos necesarios para exportar tomando en cuenta las restricciones y regulaciones no arancelarias y de acuerdo al Artículo 36 A II de la

Ley Aduanera y se presentó un certificado de origen con las especificaciones para su llenado.

- **Pronóstico de ventas del producto y del mercado**

Contando con la información proporcionada de las ventas del mercado nacional, se calcula un estimado de la prospección considerando posibilidades de un mercado pesimista, media o realista y positivo a la alza, esto tomando en cuenta la periodicidad en que la empresa produce sus productos y las ventas estimadas.

- **Proyección Financiera Mercado de Exportación**

Teniendo en cuenta la información de los datos históricos de la empresa sobre la capacidad de producción y oferta exportable y la prospección de ventas de los productos del mercado meta de exportación, se calcula la proporción correspondiente tomando el total de la producción estimada en México y la que se planea exportar, para ese porcentaje multiplicarlo por las ventas en millones de pesos en México y así calculamos la proyección financiera del mercado de exportación, esto es considerando que los valores pueden cambiar según el comportamiento del comercio y el precio de venta de los distribuidores en EUA.

Desarrollo de la propuesta de mejora

- **Antecedentes y Situación Actual de la Empresa**

Se debía conocer la situación actual de la empresa para comenzar a establecer objetivos a través de sesiones virtuales con los empresarios que se realizarían a lo largo de 16 semanas. De cada reunión tenían una minuta firmada por el

- **Razón Social**

La razón social se obtuvo de la solicitud de servicio para el PAP CEDECOM, además fue corroborada en una de las sesiones con los empresarios. Para contar con identificación entre persona física y moral para efectos de los procesos registros y requerimientos del proyecto,

- **Organigrama**

Se realizó una representación gráfica de la estructura actual de la empresa incluyendo todas las áreas claves con las que se cuenta en la actualidad y agregando una propuesta en el área de exportación.

- **Descripción de puestos clave**

La descripción fue sugerencia teórica de las áreas necesarias y las actividades que debería realizar cada una de ellas para el correcto funcionamiento y gestión del proyecto de exportación y sinergia con todos los departamentos involucrados

- **Análisis Diagnóstico Empresarial**

El análisis diagnóstico empresarial sirvió para tener un contexto general del estatus de la empresa, sus áreas funcionales y así poder tener una idea de las áreas de oportunidad que tiene la empresa para mejorar la eficiencia y productividad de la misma.

- **Análisis Diagnóstico Exportador**

Se realizó el diagnóstico con el fin de identificar fortalezas y debilidades de la empresa en temas de comercio exterior. Así como también para determinar posibles oportunidades que tiene la empresa al momento de exportar. Se dieron también soluciones a las debilidades de la empresa con el objetivo de que la empresa las implemente.

- **Características del Producto**

Área fundamental para el control y gestión de la información de los productos en un archivo contemplativo de datos fundamentales para exportación, almacenaje, embalaje y control de los mismos.

- **Descripción Técnica y Fracción Arancelaria**

La empresa para poder exportar debe contar con su fracción arancelaria para después determinar las restricciones y regulaciones no arancelarias que debe cumplir la mercancía al ingresar al país destino.

- **Descripción Cualitativa**

La descripción cualitativa ayuda a contextualizar a todo aquel que tenga acceso a tal información, por lo que es importante esté completa pero simplificada para facilitar su análisis y considerar su clasificación correcta.

- **Registro de marcas y patentes**

Se buscó el registro de marca en Estados Unidos principalmente para determinar si el uso de la marca “Botanas Julimoy” está disponible para ser registrado y usar la marca en este país. En la base de datos del IMPI para conocer el estado actual del registro de marca.

- **Tropicalización de producto de acuerdo al mercado meta**

Este apartado se realizó para tener en comparación los requisitos de etiquetado y los lineamientos para contar con la nomenclatura y los parámetros que pide tanto la Secretaría de Economía y la Secretaría de Salud en México, como la FDA en Estados Unidos, así para tener la información necesaria para seguir con el proceso de exportación.

- **Capacidad de Producción y Oferta Exportable**

Se calculó la capacidad de producción con la cual la empresa cuenta según semanas, meses y años, para tener un panorama claro de lo que se produce en el mercado nacional actualmente y lo que se exportará al mercado meta.

- **Industria**

El estudio de la industria se realiza con la intención de conocer el sector de los productos que la empresa produce y distribuye, para así mismo comprender la información del sector y el rango del mismo, esto nos da una perspectiva del crecimiento que tiene el mercado y las posibilidades que tiene la empresa para posicionarse adecuadamente en la industria.

- **Identificación de mercados potenciales**

La identificación de mercados potenciales se hizo con la finalidad de poder conocer cuáles de todos los países de interés serían los más viables para exportar los productos. Y así poder enfocarnos en tres de esos países para después escoger uno.

- **Selección de mercado meta**

Se determinó de la selección de tres países candidatos cuál era el más viable para la exportación de los productos Julimoy por medio de una ponderación numérica.

- **Investigación del mercado meta**

La investigación de mercado fue realizada con el objetivo de brindar un panorama general como el valor de los productos en el mercado, tendencias de consumo actuales y a futuro, supermercados populares e hispanos y así permitir que la empresa tome las decisiones que considere necesarias o investigar más sobre los temas de su interés.

- **Selección del medio de transporte**

Sin obviar la o las alternativas más viables es importante considerar los factores en la matriz de selección, ya que puede ser de alta importancia si los factores del

entorno cambian, el tiempo de entrega, la situación nacional de seguridad o el aumento/disminución de costos de combustibles y gestión aduanera.

- **Regulaciones**

Se analizaron las regulaciones arancelarias y no arancelarias con el objetivo de brindar a la empresa la información relevante sobre sus productos y así evitar el envío incorrecto de la mercancía. De igual manera evitar la devolución o retención de la mercancía o posibles penalizaciones a la empresa.

El registro en la FDA, cuenta SAM, número DUNS y FFRN se realizaron pues son pasos indispensables para que la empresa pueda exportar sus productos a los Estados Unidos. También para facilitar a la empresa de hacer este proceso.

- **Documentos para exportar**

Conocer con detalle todos los documentos para exportar que van a tener que elaborar, procesar y presentar para poder empezar a exportar.

- **Pronóstico de ventas del producto y del mercado**

El pronóstico de ventas del producto y del mercado es de gran utilidad para contar un panorama a futuro de lo que puede ocurrir y de esta manera calcular posibles cambios que se requieran hacer, además que contar con un estimado de los ingresos que la empresa recibirá a futuro para reducir imprevistos y lograr mayor estabilidad.

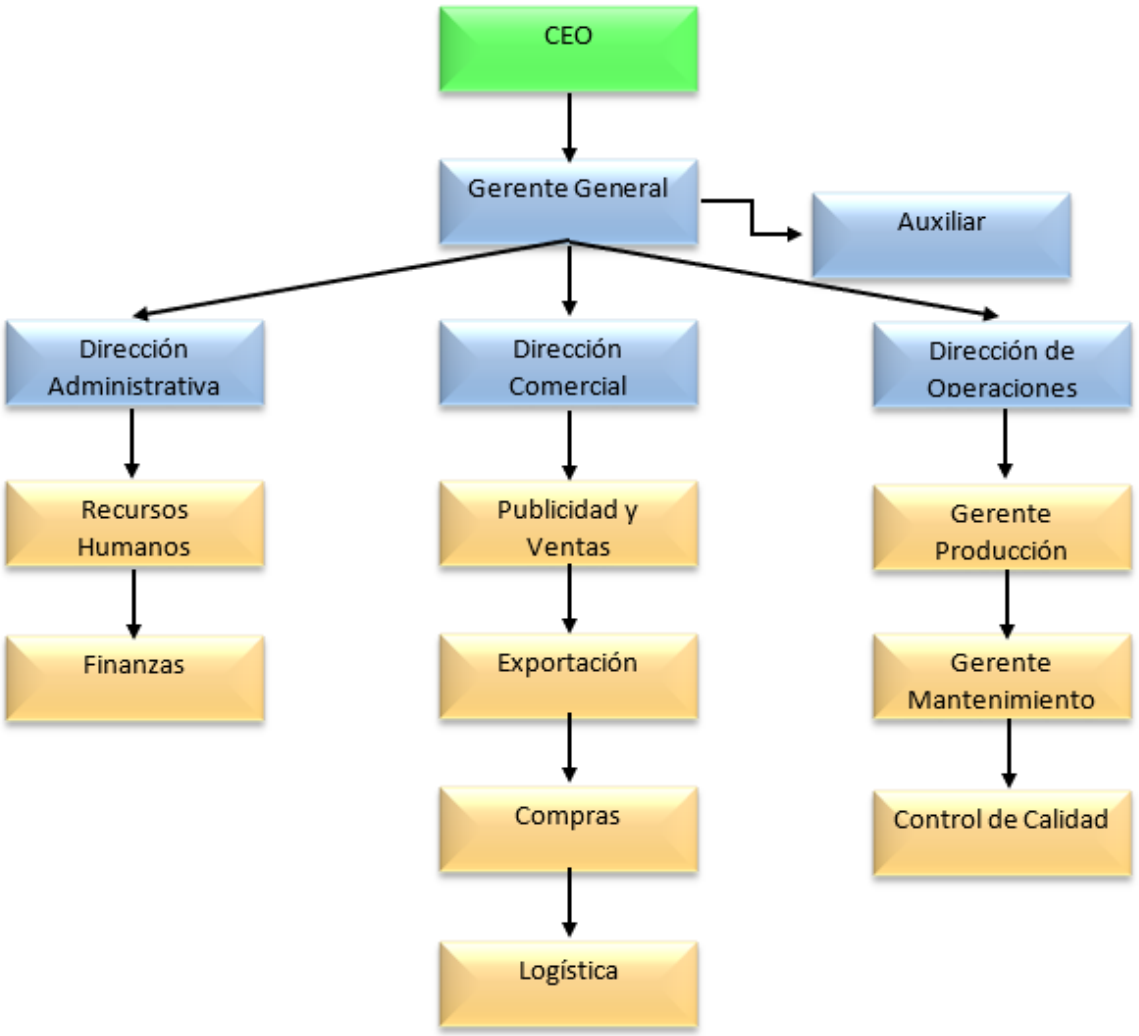
- **Proyección Financiera Mercado de Exportación**

En el caso de la proyección financiera del mercado de exportación, sirve para calcular el desenvolvimiento de la empresa en un futuro deseado, en este caso nos servirá para tener conocimiento de las toneladas que se van a exportar y las ventas estimadas en Estados Unidos.

3. Resultados del trabajo profesional

- **Organigrama**

Se presenta el LayOut al cual se consideró como resultado del trabajo en conjunto con la empresa y las disciplinas involucradas por el equipo PAP.



- **Descripción de puestos clave**

Departamento de Compras: Realizar estudios de mercado para encontrar a los mejores proveedores para la adquisición de productos y servicios, al mejor costo beneficio posible. Hacer las compras necesarias para cada departamento, dado que su abastecimiento no interfiera con la planeación y actividades de cada uno de ellos.

Publicidad y Ventas: Crear las estrategias que vayan de la mano con el producto y los valores de la empresa para su correcta comercialización, mientras se genera una buena gestión de las relaciones con clientes. También encargados del servicio al cliente para su satisfacción y enfoque de las demás áreas.

Logística: Planificación y la gestión del flujo de materiales de la manera más eficaz entre nuestros proveedores y nuestros clientes finales, así como cotizaciones de las mejores opciones para el traslado del producto.

Recursos Humanos: Organizar, planificar y administrar las distintas tareas y acciones relacionadas con el personal. Encargados de adquirir y desarrollar talento en cada individuo, posicionándose estratégicamente en la empresa para el aprovechamiento de sus habilidades y conocimientos.

Finanzas: Estructurar de forma conveniente los planes financieros en dirección a los objetivos de la empresa, así como hacer los pagos correspondientes al personal y proveedores en curso a los servicios y productos prestados. Gestión de problemáticas financieras mediante análisis continúo de datos.

Producción: Encargado de la elaboración de los productos gestionando tiempos, costos y seguridad. Trabajando conforme a objetivos o planes estratégicos para la utilización de recursos como energía, materiales, y mano de obra. Trabajando de una manera eficiente.

Mantenimiento: Brindar todos los servicios que requiere una empresa en cuanto a mantenimiento preventivo y correctivo. Crear planes de auditoría y calcular capacidades de la maquinaria, así como de las herramientas utilizadas día a día en el área de producción y almacenamiento.

Calidad: Verificar y auditar el cumplimiento del producto conforme a las políticas establecidas por la empresa para asegurar la satisfacción del cliente. Planear mediante control estadístico la calidad de cada producto, así como gestionando los planes de mejora y las soluciones para la reducción de costos por desperdicios.

Gerencia General:

- Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa
- Organizar los recursos de la entidad.
- Definir a dónde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas.

- Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización.
- Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externos para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado.
- Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera.
- Hacer de líder de los diversos equipos.

- **Análisis Diagnóstico Empresarial**

A continuación se presenta la gráfica con los resultados obtenidos del diagnóstico empresarial de Yo Exporto, con las áreas funcionales de la empresa y su desempeño.

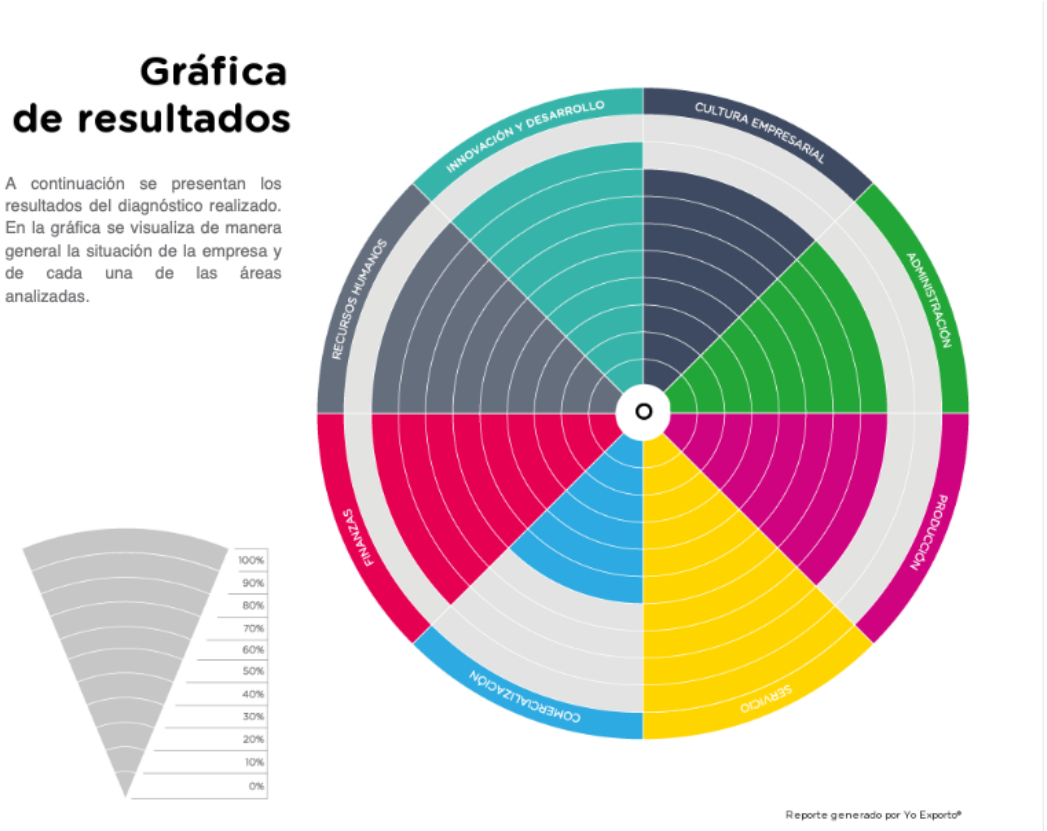


Imagen 2. Gráfica de resultados - Diagnostico Empresarial Yo Exporto

- **Análisis Diagnóstico Exportador**

Aquí, se presenta la gráfica resultante del diagnóstico exportador de Yo Exporto, dadas todas las áreas de la empresa mencionadas anteriormente.

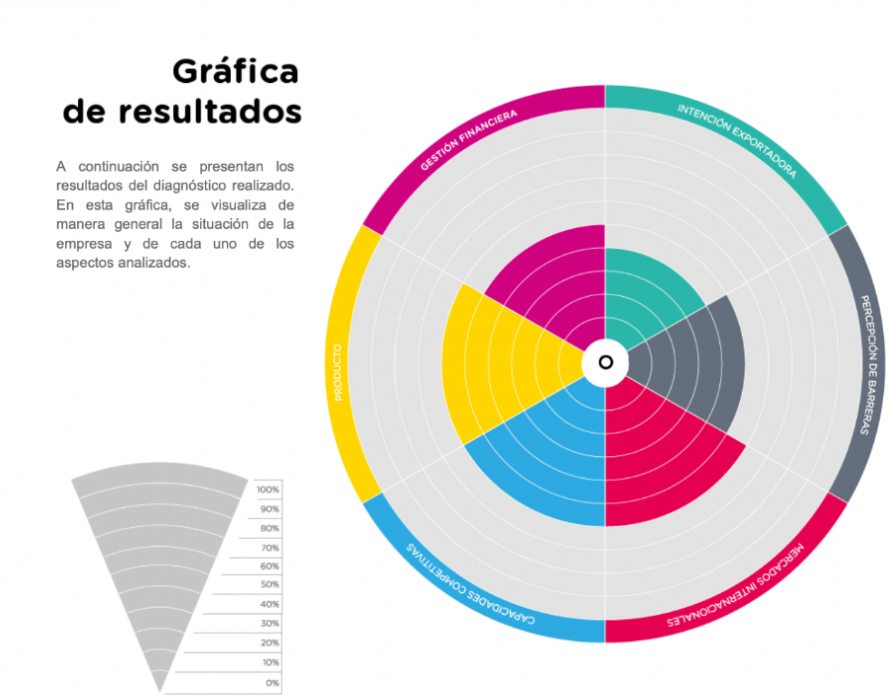


Imagen 3. Gráfica de resultados- Diagnóstico Empresarial Yo Exporto.

- **Descripción Técnica y Fracción Arancelaria**

Producto	**Descripción**	**Fracción Arancelaria**
Chicharrón	CHICHARRÓN ARTESANAL CON CHILE DE 80 g Frituras de harina ricas en condimentos como sal, ácido cítrico y mezcla de chile piquín, con textura crujiente.	**1905.90.99**
Frituras	PAPITAS CON SAL 100 g Crujientes papas fritas al natural con simple sal para condimentar y realzar las notas de aceite vegetal y papa natural.	**2005.20.01**

Palomitas	PALOMITAS DE MAIZ CON SAL 63 g Palomitas de maíz crujientes y saladas en complemento con el sabor puro de maíz.	**2008.99.99**

Tabla 1. Elaboración propia.

- **Descripción Cualitativa**

LOGOTIPO DE LA EMPRESA	NOMBRE DEL PRODUCTO Y GRAMAJE	NO. DE PÁGINA
		VERSIÓN:
		FECHA DE EMISIÓN:
	FRACCIÓN ARANCELARIA: NICO:	

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
IMAGEN
CARACTERÍSTICAS

CARACTERÍSTICAS SENSORIALES	
OLOR	
SABOR	
APARIENCIA	

Botanas Julimoy, S.A de C.V
Calle Ignacio Allende No.16 Colonia Santa María Aztahuacan
C.P 09570, Iztapalapa, Ciudad de México
Tel: (55) 56944437

LOGOTIPO DE LA EMPRESA	NOMBRE DEL PRODUCTO Y GRAMAJE	NO. DE PÁGINA
		VERSIÓN:
		FECHA DE EMISIÓN:
	FRACCIÓN ARANCELARIA: NICO:	

Información Nutrimental	

PRESENTACIÓN	

LEYENDA PRECAUTORIA

CONDICIONES DE ANAQUEL Y ALMACENAMIENTO	

Botanas Julimoy, S.A de C.V
Calle Ignacio Allende No.16 Colonia Santa María Aztahuacan
C.P 09570, Iztapalapa, Ciudad de México
Tel: (55) 56944437

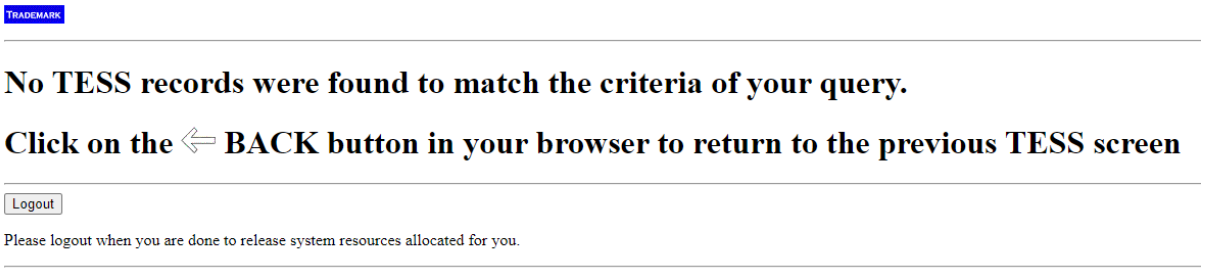
- **Registro de marcas y patentes**

Se encontró que en México Botanas Julimoy cuenta con dos registros de marca ante el IMPI con el número de expediente 639237 y 649438 y las clases de marca 29 y 30 respectivamente.

Ver expediente		
Número de expediente	639237	649438
Número de registro	824239	832101
Fecha de presentación	27/01/2004 03:41:58 PM	29/03/2004 03:59:08 PM
Fecha de inicio de uso		
Fecha de concesión	27/02/2004	22/04/2004
Fecha de vigencia	27/01/2024	29/03/2024
Fecha de publicación de la solicitud		
Denominación	BOTANAS JULIMOY	BOTANAS JULIMOY
Descripción de la marca		
Tipo de solicitud	REGISTRO DE MARCA	REGISTRO DE MARCA
Tipo de marca		
Elementos sobre los cuales no se solicita protección		
Número de registro internacional		
Traducción		
Transliteración		

Imagen 4. Captura del registro de marca

La búsqueda en la base de datos de la Oficina de Patentes y Marcas comerciales de los Estados Unidos (United States Patent and Trademark Office, USPTO) con el Sistema de búsqueda electrónica de marcas (Trademark Electronic Search Systems, TESS) arrojó que no se cuenta con un registro con “Botanas Julimoy” o “Julimoy” por lo que no hay restricciones en el uso de Botanas Julimoy o Julimoy en Estados Unidos de América.


TRADEMARK

No TESS records were found to match the criteria of your query.

Click on the ⇦ BACK button in your browser to return to the previous TESS screen

Logout

Please logout when you are done to release system resources allocated for you.

Imagen 5. Captura resultados búsqueda de marca

- **Tropicalización de producto de acuerdo al mercado meta**

Se consultó la norma 051 para contar con la información comercial y sanitaria requerida del etiquetado de alimentos de fabricación nacional, para así contar con los requisitos que pide la Secretaría de Economía y Secretaría de Salud. Así como en el caso de Estados Unidos, se consultó los lineamientos y requisitos que debe contar el etiquetado de los productos para que la FDA lo apruebe. En seguida se muestran los parámetros de ambos para contar con la información necesaria para tener el etiquetado correcto.

Información nutrimental	Por 100 g o 100 ml, o por porción o por envase
Contenido energético kJ (kcal)	_____ kJ (kcal)
Proteínas	_____ g
Grasas (lípidos)	_____ g, de las cuales _____ g de grasa saturada
Carbohidratos (hidratos de carbono)	_____ g, de los cuales _____ g de azúcares.
Fibra dietética	_____ g
Sodio	_____ mg
Información adicional	_____ mg, µg o % de IDR

Tabla 2. Captura de Diario Oficial de la Federación. Presentación de la información nutrimental

Imagen 6. Captura de Diario Oficial de la Federación. Sistema de etiquetado frontal

Imagen 7. Captura de FDA.gob

- **Capacidad de Producción y Oferta Exportable**

Se calculó la capacidad de producción y oferta exportable según los datos proporcionados por los empresarios, con la cantidad aproximada en toneladas que la empresa produce, su periodicidad y el escenario posible que resultara en el mercado exterior, manteniendo el mismo nivel de producción para el mercado nacional y solo aumentando lo necesario para exportar.

Nacional		Exportable	
Producción aproximada en toneladas	Periodicidad	Producción aproximada para exportar en toneladas	Periodicidad
60	Semanal	10	Semanal
80	Semanal	30	Semanal
100	Semanal	50	Semanal
240	Mensual	40	Mensual
320	Mensual	120	Mensual
400	Mensual	200	Mensual
2880	Anual	480	Anual
3840	Anual	1440	Anual
4800	Anual	2400	Anual

Tabla 3. Elaboración propia. Capacidad de producción y Oferta exportable

- **Industria**

Se investigó sobre los datos actuales de la industria y la proyección de las tendencias de crecimiento para tener un contexto del mercado actual del mercado y el tamaño del mismo.

- **Identificación de mercados potenciales**

Se determinaron los países Estados Unidos de América, Canadá y Guatemala.

- **Selección de mercado meta**

De los tres países finalistas a investigar y analizar en la matriz: Estados Unidos, Canadá y Guatemala. Estados Unidos fue el país ganador con el mayor puntaje de 259 puntos.

PARÁMETROS EXTERNOS	
PAIS	CALIFICACIÓN FINAL
E.U.A	**259**
CANADA	230
GUATEMALA	194

Tabla 4 . Resultados de la matriz de selección.

- **Selección del medio de transporte**

Dada la naturaleza del producto la opción más viable resulta ser el terrestre para fines prácticos ya que los costos por volumen pueden ser más favorables por este medio, así como no representa un riesgo mayor de seguridad. Pudiendo consultar los factores de la tabla para cualquier medio si las condiciones cambian en algún punto de la situación empresarial.

	Transportes			
	Aéreo	Terrestre	Marítimo	Ferroviario
Características	Utilizado para transportar las mercancías en largas distancias con rapidez, siendo productos perecederos, o de alto valor.	Utilizado para transportar las mercancías entre cortas y medias distancias, siendo productos perecederos, o de valor intermedio a alto.	Permite la versatilidad de los productos a transportar (líquido, gaseoso o sólido). En altos volúmenes. Sin enfocarse en algún rango de precios	Utilizado para transportar grandes volúmenes para un destino fijo y a larga distancia, especialmente de productos básicos y materias primas.
Costo	Alto	Medio	Bajo (a mayor volumen)	Bajo (a mayor volumen)
Tiempo	Mínimo	Medio	Alto	Alto

Afectaciones	Costo es significativo para cualquier volumen. Requiere logística adicional.	Riesgos de Seguridad.	Poca flexibilidad y altos tiempos de espera. Requiere logística adicional y un mayor nivel de gestión en trámites e impuestos.	Flexibilidad de destinos reducida. Requiere logística adicional y corre riesgos de seguridad.
Ventajas	Entregas en el menor plazo posible. Máxima seguridad.	Accesibilidad de contratación, menor gestión de documentos y permisos. Permite acceso a cualquier locación específica. Menor dificultad de planeación y menor cálculo y trámites logísticos	Reduce riesgos por robo. No restricciones de peso o volumen	Reduce el riesgo por accidentes o afectaciones viales

- **Regulaciones**

Regulaciones arancelarias

Para la exportación: No se debe pagar arancel.

Para la importación en Estados Unidos de América:

Fracción arancelaria	Arancel
1905.90.99	4.5%
2008.99.99	6%

2005.20.01	6.4%

Tabla 5. Elaboración propia con datos de Trade Wizard[1]

*Posible evitar pagar gracias al tratado de libre comercio con este país llamado T-Mec

No arancelarias

➢ **Para exportar de México**

Para ninguna de las 3 clasificaciones arancelarias (19059099, 20089999, 20052001) se debe de cumplir con alguna restricción o regulación no arancelaria.

➢ **Para importar a los Estados Unidos de América**

Es necesario:

Clasificación arancelaria	**APHIS**	**AMS**	**FDA**
19059099	X	X	X
20089999		X	X
20052001		X	X

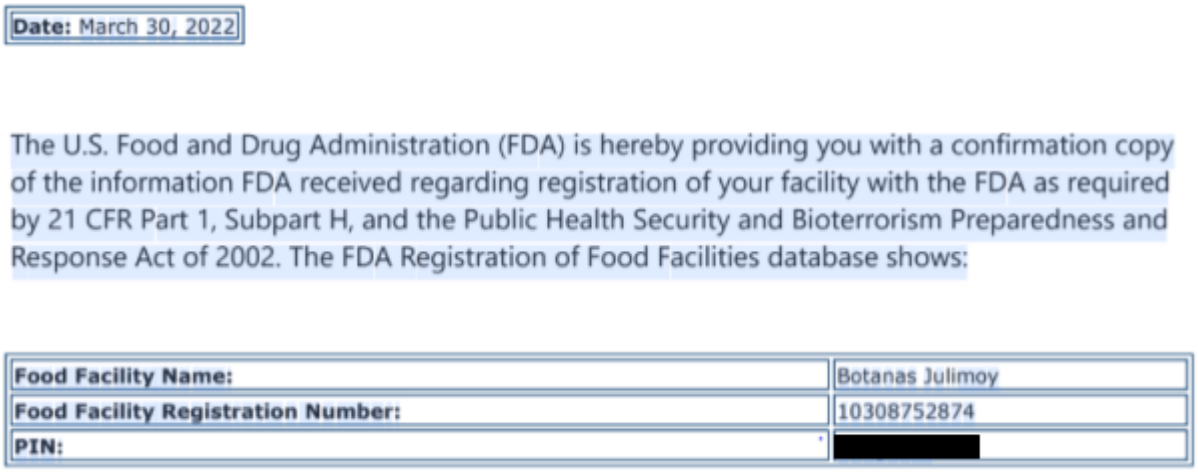
Tabla 6. Elaboración propia con datos de Trade Wizard[2]

- APHIS (Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal): Notificación al departamento de Agricultura de EE.UU. APHIS es el encargado de proteger los recursos animales y plantas de Estados Unidos a través de la defensa de los recursos contra enfermedades y plagas invasivas exóticas. Y el control y gestión de plagas agrícolas y enfermedades existentes en los Estados Unidos.
- AMS (Servicio de Comercialización Agrícola): Notificación previa. El AMS hace cumplir ciertas leyes federales, como la Ley de Productos Agrícolas Perecederos y la Ley Federal de Semillas .

[1] Datos Trade Wizard 2022
[2] Datos de Trade Wizard

- FDA: Se requiere una declaración previa al Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE. UU., Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). La FDA es responsable de: proteger la salud pública asegurando la seguridad, eficacia, calidad y protección de los medicamentos, vacunas y otros productos biológicos y dispositivos médicos para uso humano y veterinario.

Registro FDA



Date: March 30, 2022

The U.S. Food and Drug Administration (FDA) is hereby providing you with a confirmation copy of the information FDA received regarding registration of your facility with the FDA as required by 21 CFR Part 1, Subpart H, and the Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002. The FDA Registration of Food Facilities database shows:

Food Facility Name:	Botanas Julimoy
Food Facility Registration Number:	10308752874
PIN:	[redacted]

Imagen 8. Captura correo confirmación registro FDA y FFRN

- **Documentos para exportar**

De acuerdo con el Artículo 36 A II de la Ley Aduanera se requiere la siguiente documentación para exportar los artículos de la empresa Julimoy al país objetivo Estados Unidos.

a) El número de identificación comercial (NICO) que se agrega a la fracción arancelaria.

b) Se debe registrar la clave del INCOTERM (Términos Internacionales de Comercio) aplicable a la factura conforme al Apéndice 14 del Anexo 22 de las Reglas Generales de Comercio Exterior vigentes.

- Documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias a la exportación, que se hubieran expedido de acuerdo con la Ley de Comercio Exteriorio

- Certificado de origen (Irá llenado y firmado por el exportador) ya que existe el TMEC entre México y Estados Unidos.

- **Pronóstico de ventas del producto y del mercado**

Se calculó la prospección de ventas en base a la producción del volumen que la empresa Julimoy tiene actualmente, con un estimado de variación del mercado y la periodicidad.

Nivel de Prospección	Periodicidad	Producción aproximada en toneladas
Prospección baja	Semanal	60
Prospección media	Semanal	80
Prospección alta	Semanal	100
Prospección baja	Mensual	240
Prospección media	Mensual	320
Prospección alta	Mensual	400
Prospección baja	Anual	2880
Prospección media	Anual	3840
Prospección alta	Anual	4800

Tabla 7. Elaboración propia. Capacidad de producción y Oferta exportable

- **Proyección Financiera Mercado de Exportación**

Para la proyección financiera del mercado de exportación, nos basamos en los números calculados del pronóstico de ventas del producto y del mercado, con el mismo orden de prospección y periodicidad, a partir de esos número se sacó la proporción respecto a la producción estimada para exportar en toneladas y de ahí sacamos las ventas en millones de pesos del mercado de exportación.

Nivel de Prospección Mercado de Exportación	Periodicidad	Producción aproximada en toneladas
Prospección baja	Semanal	10
Prospección media	Semanal	30
Prospección alta	Semanal	50
Prospección baja	Mensual	40
Prospección media	Mensual	120
Prospección alta	Mensual	200
Prospección baja	Anual	480
Prospección media	Anual	1440
Prospección alta	Anual	2400

Tabla 8. Elaboración propia. Capacidad de producción y Oferta exportable

4. Reflexiones del alumno

Aprendizajes profesionales

Ruth Andrea Uribe Romero: En todos los semestres de la carrera en algún momento cualquier estudiante se hace la pregunta "¿Realmente estoy aprendiendo?", una pregunta que aunque pases tus materias con 100 no te quedas segura de tu aprendizaje. Este proyecto sin duda me ha hecho contestarme a la fuerza dicha pregunta, ya que día con día el PAP me exige recordar todas las clases y materias tomadas, de temas generales a temas particulares, de proyectos finales a tareas de investigación. Quedó satisfecha de saber que mi tiempo y dinero estudiando la carrera de Comercio han sido aprovechados de la mejor forma que pude. Me di cuenta que sé más cosas de las que creía y que puedo resolver tareas con más grado de responsabilidad que una tarea de escuela.

Me queda claro que la teoría no lo es todo en el mundo laboral, incluso solo es el punto de partida para poder desempeñarte en ese entorno. Cambias de perspectiva al momento de hablar con empresas y empresarios reales, donde no buscas una calificación aprobatoria sino resultados favorables para la empresa. Sin lugar a duda la experiencia profesional que me brindó el proyecto me ayudara en un futuro con posibles trabajos y si es posible con la misma empresa del PAP.

Darinka Vázquez: En este PAP pude poner en práctica los conocimientos que he adquirido a lo largo de la carrera. La materia de consultoría en los negocios internacionales y análisis de riesgos fueron de mucha ayuda para trabajar este semestre sobre todo en las herramientas que se pueden usar para obtener información. Este es el segundo PAP que curso de CEDECOM internacional por lo que los conocimientos que adquirí en el PAP anterior sirvieron mucho para trabajar de una manera más fluida. Aun así, como la empresa con la que trabajé este semestre es muy distinta a la anterior, puede adquirir nuevos conocimientos mucho más complejos que sé me serán de utilidad en mi carrera profesional. Me llevo de aprendizaje que cada empresa tiene necesidades distintas y que debo saber adaptar mis conocimientos para obtener los conocimientos adecuados para la empresa.

Daniel Aquino: La realización de este proyecto me ayudó a darme cuenta todo lo que me hace falta por aprender en mi vida profesional, cuento con la teoría pero hace falta práctica, pero trabajar con la empresa Julimoy me ha ayudado a conocer el proceso que se debe de llevar para que una empresa pueda exportar sus productos al mercado exterior y esto implica muchas cosas técnicas y de conocer el mercado que me van a servir mucho para la vida.

Diego Caballero: Como aprendizajes profesionales tomó en consideración la aplicación de los conocimientos impartidos en mi carrera de selección, ingeniería industrial, la cual fue aplicable para este proyecto consultoría para la internalización de una PyME establecida en la ciudad de México. Por lo que satisfactoriamente fui capaz de gestionar información empresarial y generar propuestas de mejora con un objetivo tanto personal como en equipo con múltiples enfoques impartidos por mis compañeros y miembros de equipo. Los cuales fueron logrados mediante organización y comunicación asertiva para la delegación de actividades relacionadas a cada disciplina y área de enfoque.

Es por eso que siendo participe de este proyecto, considero que el principal aprendizaje obtenido va relacionado con el trabajo en equipo que puede traducirse a un buen nivel de sinergia entre diferentes áreas empresariales las cuales son cruciales para el correcto funcionamiento de la empresa. Gracias a esta reflexión, tomó en cuenta que los conocimientos profesionales son cruciales para cumplir las

responsabilidades de cualquier puesto laboral al que pueda aplicar y trabajar en un futuro cercano siempre y cuando existan planes de trabajo efectivos y con objetivos relevantes a la visión, misión y valores personales y empresariales.

Aprendizajes sociales

Ruth Andrea Uribe Romero: Durante el proceso de elaboración de este proyecto me percate de los beneficios sociales que traería consigo, principalmente que permite un crecimiento a la industria y en conjunto con la creación de una nueva planta que generará mayor cantidad de empleos en Querétaro y abre la posibilidad de un mayor crecimiento a futuro, posteriormente el finalmente poder exportar los productos al extranjero y la visualización internacional que tendría la industria fuera de México.

Considero que todas las decisiones tomadas por la empresa deben de cumplir con cierta responsabilidad social no solo hacia los colaboradores de la empresa, si no al mercado y por ende al cliente final de los productos, concientizando del trabajo realizado detrás del producto final.

En el transcurso de la realización del proyecto me percate de mis capacidades para dirigir y darle un buen seguimiento al proyecto, claramente al tener un buen contacto con la empresa y todo enfocado en los objetivos principales, para contar con el conocimiento e información necesaria para la toma de las mejores decisiones en colaboración con los empresarios.

Mis servicios profesionales por medio del PAP contribuirán a futuro para mejorar la economía del país en cierto rango, se espera el incremento de ventas y con él la mayor cantidad de empleos, aumentar las ganancias económicas, ampliar el mercado de nacional a internacional y ser ejemplo para demás empresas en crecimiento; para mí ya son un claro ejemplo de perseverancia y compromiso con la misma empresa, colaboradores y el país en general.

Darinka Vázquez: Considero que este semestre pude desplegar mi espíritu emprendedor al tomar un papel de consultor en actividades de comercio exterior. Este PAP, la materia de consultoría y uno de mis trabajos pasados en actividades de comercio me permitieron obtener una idea general sobre cómo llevar un proyecto.

Considero que si tengo la capacidad de preparar y dirigir un proyecto aunque quizá tenga que pedir ayuda para realizar algunas actividades nuevas. En el mercado americano hay muchas opciones de productos iguales o similares a los de Botanas Julimoy y considero que este proyecto ayuda socialmente a empezar a posicionar productos mexicanos en el extranjero lo que en un futuro puede ayudar a otros grupos de personas o empresarios con menos capacidad económica a ser reconocidos y tomados en cuenta como empresas mexicanas a entrar en el mercado internacional.

Daniel Aquino: Este proyecto me ha servido para llevar una relación de trabajo sana y profesional con los empresarios de la empresa Julimoy tanto como con mis compañeros del equipo. Además comprendí las ventajas que tiene salir del mercado nacional y emprender en el internacional, esto genera muchas oportunidades para miles de personas que dependen del trabajo, además que aumenta la eficiencia y genera mayores utilidades para las empresas.

Diego Caballero: Como participante y futuro de una PyME familiar, puedo identificar aprendizajes importantes en el desarrollo, automatización y apoyo de este sector pilar de la economía en muchos países. Como consultor directo en el trabajo realizado personalmente, encontré adversidades y similitudes entre Botanas Julimoy y la empresa de mi familia, en las que pude actuar y aprender sobre la marcha. Así como, relacionar y considerar la internacionalización de los productos de mi familia. Y también entender el contexto en el que nos desarrollamos como profesionistas, en lo personal he trabajado en empresas trasnacionales de gran renombre, así como en pequeñas empresas locales y esa amalgama de experiencia combinado con el PAP, fueron de gran ayuda para encontrar áreas de oportunidad en ambas magnitudes empresariales por lo que agradezco esta oportunidad de consultar en un proyecto que en primera instancia parecía estar fuera de mis aplicaciones y conocimientos de vocación profesional

Aprendizajes éticos

Ruth Andrea Uribe Romero: La realización de este proyecto me permitió principalmente el conocer el detrás de una empresa nacional ya establecida y las posibilidades de crecimiento con las que contaban, lo necesario para su crecimiento y el poder ser partícipe de colaborar con ellos, el poder contribuir con necesidades

que quizás no conocían, investigar que podría verdaderamente beneficiar a la empresa y aplicar mis conocimientos para un verdadero crecimiento.

Esta experiencia me invita a no ponernos limitantes e investigar, estudiar, crecer en conocimiento, vinculado con la toma de conciencia de lo que estamos realizando y de qué manera perjudica o beneficia a otros, ver por el bien general, de la sociedad, colaboradores, el planeta y no únicamente enfocarse en lo económico.

Darinka Vázquez: Esta empresa no tenía ningún conocimiento sobre comercio exterior ya sea de trámites, requisitos, procesos etc. Esto para mí generó una disposición a ayudar en todo aspecto a investigar lo que se necesita y compartir la información con los empresarios de manera responsable. Éticamente tuve la responsabilidad de compartir información verídica pues al no tener los empresarios conocimiento alguno lo que yo compartiera ellos lo tomarían en cuenta e igual podría ser información no verídica o incompleta.

Daniel Aquino: Aprendí lo importante que es contar con la información necesaria de la empresa para poder partir de ahí y calcular las proyecciones financieras, pero claro que se debe mantener esa información privada y se le debe de hacer el uso adecuado, ya que es información confidencial de la empresa y se debe de respetar.

Diego Caballero: Desde el inicio del proyecto firmamos una responsiva de protección de datos y confidencialidad, lo que realmente pone sobre la mesa la ética y responsabilidad intrínseca del profesionalismo que debe existir en cada proyecto de consultoría. Gracias a esta reflexión, aprecio la conclusión a la que llegué mediante el apoyo que pudimos brindar a una empresa que confía en los conocimientos y ética que representa ITESO. Lo cual incrementa mi sentido de pertenencia a la institución y me invita a seguir impartiendo mi trabajo bajo los valores y ética impartida en mi carrera.

Aprendizajes en lo personal

Ruth Andrea Uribe Romero: Me permitió demostrarme de lo que soy capaz de los aprendizajes que he adquirido a lo largo de la carrera y ponerlos en práctica en este PAP, poner en práctica mis habilidades para trabajar en equipo, recordar de muchas de las materias que he llevado y que verdaderamente aprendí, me alegro de los

resultados obtenidos espero sean de gran ayuda para la empresa Botanas Julimoy y en un futuro cuando visite el extranjero encontrar estos productos.

Darinka Vázquez: En lo personal me llevo de aprendizaje el tomar la iniciativa de tomar actividades que no he hecho anteriormente. Aunque en un principio estaba indecisa a tomar actividades distintas a las que realice el semestre anterior pues desconocía completamente cómo realizar dichas actividades, tenía la certeza de que si no lo hacía no aprendería nada nuevo en este proyecto. Definitivamente valió la pena pues aunque fueron procesos que no eran sencillos y me surgieron muchas dudas para poder terminar las tareas logré obtener nuevos conocimientos y más confianza en mí misma en que tengo la capacidad de lograr lo que me proponga aunque sea un terreno desconocido para mí.

Daniel Aquino: Este proyecto me ha ayudado mucho a comprender todo el proceso que es exportar, que abarca desde conocer a la empresa al principio su filosofía empresarial, conocer el producto, contar con las fichas técnicas, conocer el mercado y la industria, contar con las regulaciones arancelarias y no arancelarias y las finanzas, todos estos procesos son necesarios para hacer el siguiente paso de expansión y entrar al mercado exterior. Todos estos conocimientos me servirán de gran manera en mi vida profesional y me inspiró a poder en algún momento vender productos en otro país.

Diego Caballero: Personalmente y englobando las reflexiones pasadas, aprendo a trabajar en equipo en un mayor nivel de responsabilidad e importancia real en comparación a los demás proyectos realizados a lo largo de mi carrera. También, aprendo que estudiando, recordando y retomando temas que parecían olvidadas en mi carrera soy capaz de desarrollarlos de manera efectiva gracias al nivel de práctica profesional que he tenido en estos últimos dos años y el nivel de responsabilidad educativo que se me impartió en la carrera, es por eso que me siento satisfecho con los resultados obtenidos y espero sean de gran ayuda para la empresa, así como lo seguiré aplicando en mi vida y entorno laboral.

5. Conclusiones

Como primer apartado del documento se recopila la información general de la empresa así como el número de sus colaboradores y propuestas en ámbitos de

visión con internalización y el departamento de gestión de logística para el control de la implementación del proyecto en curso. Así como también, la descripción de los departamentos involucrados en la sinergia empresarial y la completa redacción de los objetivos del proyecto, con la finalidad de crear expectativas y el conocimiento del documento en su totalidad.

En el apartado de “Producto” se concluye con la elaboración de nuevas fichas técnicas también se encuentran traducidas al inglés donde se detallan las características físicas y técnicas del producto, se cuenta con una fracción arancelaria, información que será de mucha utilidad para determinar las regulaciones arancelarias, no arancelarias y documentación a la hora de su salida de México a otras partes del mundo. Además se redacta una descripción sensorial para reconocer el producto por sus características de sabor, textura y olor textualmente.

Se concluye que no existe registrado en la Oficina de Patentes y Marcas comerciales de los Estados Unidos (United States Patent and Trademark Office, USPTO) alguna empresa que use las palabras “Botanas Julimoy” o “Julimoy” por lo que no hay restricciones del uso de estas palabras para registrarse en la USPTO.

De acuerdo con la selección de “Mercado” se puede concluir que el país con más potencial y viabilidad para exportar los productos de los tres seleccionados (Estados Unidos, Canadá y Guatemala) es Estados Unidos. Esto en base a los parámetros analizados en la matriz de selección de país: criterios económicos, socioculturales, tecnológicos y ecológicos. Estados Unidos obtuvo la mayor puntuación para ser seleccionado, cabe mencionar que este mercado es ideal para Botanas Julimoy, pues ya se ha tenido contacto con potenciales clientes de ese país que fueron encontrados gracias a la asistencia a Ferias Internacionales.

Se tratan temas relacionados con la industria en la que Botanas Julimoy como se encuentra este sector en el país meta en este caso E.U.A se estudió a su posible competencia en la que se realizó una tabla de estos competidores directos junto con los precios y los medios de distribución donde se comercializan.

La industria de botanas y frituras está en crecimiento, no se ha visto afectada por la pandemia y a pesar de tener gran competencia con grandes empresas, son pocos

los que ofrecen productos más naturales y con menos procesamiento como los que ofrece Julimoy.

En el apartado de finanzas se puede concluir que hay un buen pronóstico para el siguiente año, las ventas se estiman que suban y la empresa tiene buen nivel de producción de ventas en el país y por lo tanto empezará de manera correcta en el mercado exterior.

Se concluye de manera concisa que en la matriz de selección de transporte, deberá inicialmente utilizar el transporte terrestre para la agilización de gestión y logística de la internacionalización del producto, siempre con planeación previa a la demanda, costos y periodos en el año calendario.

6. Bibliografía

Anthony Guevara. TOP 10 HISPANIC SUPERMARKETS IN THE U.S. marzo 24, 2022 Sitio web: https://abasto.com/en/advice/hispanic-supermarkets/

Bloomberg News (2020) Aumenta consumo de botanas como Fritos y Cheetos durante la pandemia. marzo 24, 2022. Sitio web: https://www.dallasnews.com/espanol/al-dia/estados-unidos/2020/07/13/aumenta-consumo-de-botanas-como-fritos-y-cheetos-durante-a-pandemia/

Búsqueda Fonética IMPI. (2022) Sitio web: https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi;jsessionid=7c2e9b24ec1bd284376f5883b2bc

Conoce las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias (2022) Sitio web: https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/conocelasrayrnasm.html

DOF. (2009). NORMA Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados-Información comercial y sanitaria.. abril 4, 2022, de Diario Oficial de la Federación Sitio web: https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/4010/seeco11_C/seeco11_C.htm#:~:text=comercial%20y%20sanitaria-,NORMA%20Oficial%20Mexicana%20NOM%2D051%2DSCFI%2FSSA1%2D2010,%2D%20Secretar%C3%ADa%20de%20Econom%C3%ADa.

FDA Basics Your FDA Compliance Partner. (2021). US FDA Labeling Requirements For Food. abril 4, 2022, de FDA Basics Sitio web: https://www.fdabasics.com/our-faq/what-are-the-fda-labeling-requirements-for-food/?gclid=CjwKCAjwuYWSBhByEiwAKd_n_neM1AW7OVRMzZo6EKhi0ApCZDGp2x4y1m7TEKoEfWKBTQKeeIAwYhoCDGkQAvD_BwE

Fernanda Lesmes. (2021). LA IMPORTANCIA DE LAS PROYECCIONES FINANCIERAS PARA TU EMPRESA. abril 7, 2022, de FOGAPLAR Sitio web: https://www.fogaplar.com.ar/prensa/la-importancia-de-las-proyecciones-financieras-para-tu-empresa#:~:text=Una%20proyecci%C3%B3n%20financiera%20es%20un,utilidades%20o%20p%C3%A9rdidas%20del%20proyecto.

Food industry (2021). Who are the top 10 Grocers in the United States?. Marzo 24, 2022 Sitio web: https://www.foodindustry.com/articles/top-10-grocers-in-the-united-states-2019/

Fracción Arancelaria. Secretaría de economía, 2020. https://www.gob.mx/se/

Inegi. (2009). Botanas, un negocio que va en crecimiento. febrero 22, 2022, de legiscomex Sitio web: https://www.legiscomex.com/Documentos/botanas-mexico-virginia-perez-actualizacion#:~:text=En%20forma%20consolidada%2C%20hab%C3%ADa%203.761,apenas%20130%20empresas%20formalmente%20establecidas.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2018, SCIAN México 2018- Clasificación Industrial Internacional Uniforme Rev. 4, CIIU Rev. 4. febrero 15, 2021, de INEGI Sitio web: https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/scian/tablaxiv.pdf

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2003). Anuario Estadístico de Comercio Exterior de México. febrero 15, 2021, de INEGI Sitio web: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/importa_dolar/2002_abr_dic/702825000363.pdf

Josh Howarth (2022).5 Huge Snacking Trends (2022). marzo 24, 2022. Sitio web: https://explodingtopics.com/blog/snacking-trends

Lilián Robayo. (2019). Industria mexicana de alimentos empacados sigue tendencia de crecimiento sostenido. febrero 15, 2022, de mundo PMMI Sitio web: https://www.mundopmmi.com/procesamiento/empaque/article/14037061/euromonitor-international-inc-industria-mexicana-de-alimentos-empacados-sigue-tendencia-de-crecimiento-sostenido#:~:text=De%20acuerdo%20con%20proyecciones%20de,que%20representa%20una%20tasa%20de

Mark Lozano. (2017). tendencias claves que impulsan el mercado estadounidense de botanas. febrero 22, 2022, de tna Soluciones de procesado y envasado de alimentos Sitio web: https://www.tnasolutions.es/news-media/tna-blog/tendencias-claves-que-impulsan-el-mercado-estadounidense-de-botanas/

Número DUNS. Recuperado marzo 2022. Sitio web: https://www.cialdnb.com/es/numero-d-u-n-s/

PCA (2021). Tracking 2021 Consumer Snack Trends. marzo 24, 2022. Sitio web: https://www.packagingcorp.com/snack-food-trends-2021

Precios y distribución de los productos obtenidos de los sitios web: https://www.ralphs.com/ https://www.target.com/ https://www.northgatemarket.com/ https://www.amazon.com/ https://walmart.com

Procuraduría federal del consumidor •www.profeco.gob.mx/analisisdepapas.

Qué regula la FDA (2021) Recuperado marzo 2022. Sitio web: https://www.fda.gov/about-fda/respuestas-preguntas-frecuentes-sobre-la-fda/que-regula-la-fda

Santiago Roldán. (2016). Bebidas y frituras son líderes en snacks, un mercado que factura US$7.500 millones. febrero 22, 2022, de la república Sitio web: https://www.larepublica.co/empresas/bebidas-y-frituras-son-lideres-en-snacks-un-mercado-que-factura-us7500-millones-2359556

TESS Trademark Electronic Search System. Basic Word Mark Search (2022) Sitio web: https://tmsearch.uspto.gov/bin/gate.exe?f=searchss&state=4809:av0ux5.1.1

Virginia A. Pérez Souza. (-). Botanas, un negocio que va en crecimiento. febrero 15, 2022, de legiscomex Sitio web: https://www.legiscomex.com/Documentos/botanas-mexico-virginia-perez-actualizacion

YouGovAmerica. The Most Popular Grocery Stores (Q4 2021) Sitio web: https://today.yougov.com/ratings/consumer/popularity/grocery-stores/all