

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Empleabilidad y Emprendimiento Programa de vinculación con PYMES

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Departamento de Economía, Administración y Mercadología.



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J02 Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales I.

Determinar la viabilidad la exportación de la salsa marca Jachili para Asia.

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Comercio y Negocios Globales Cinthya Barrera Tapia

Lic. Comercio y Negocios Globales Ana Sofía García Alejandre

Lic. Comercio y Negocios Globales Paola Gómez Blanco

Lic. Comercio y Negocios Globales Mario Elihú Ramírez Núñez

Profesor PAP: Ing. Carlos Riggen Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, México.

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	3
1. Introducción	4
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	4
1.3 Antecedentes	5
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Resultados del trabajo profesional	9
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	10
5. Conclusiones	21
6. Bibliografía	26
7. Anexos	31

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

El objetivo de este trabajo fue determinar la viabilidad de exportación para los productos de Jachili a Asia, en relación a los cuatro países seleccionados: Japón, China, Corea del Sur, Singapur para Diciembre de 2018.

El proyecto consistió en realizar la investigación de los posibles países a los que se pudieran exportar los productos de la empresa Jachili. En la primera fase realizamos una selección de mercado a nivel mundial, fuimos descartando zonas geográficas, en relación a los hábitos de consumo principalmente. Después de que se escogió el área a la que se iba a buscar exportar el producto y se hizo una investigación cualitativa y cuantitativa para escoger los 4 países finalistas, en esta investigación se vio el PIB, el PIB per cápita, el valor y volumen de las importaciones de este tipo de productos al país y si se contaba con tratados libre de comercio o algún acuerdo comercial. A partir de este punto se dividieron los países y cada uno se enfocó en buscar la información de él. De cada uno buscamos información general de la población y del país, características de la gente; en cuanto a alimentos investigamos el volumen de importación y exportación, tipos de condimentos, cual es la tendencia de los países en cuanto a salsas, los hábitos de consumo y cuál es la competencia. También se investigaron las mejores rutas y las barreras arancelarias y no arancelarias de los países. Al final se dieron recomendaciones y conclusiones de la viabilidad y posible aceptación, cual fue el país con más posibilidades de éxito y cual el que menos posibilidades vimos como equipo en base a la investigación realizada.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Objetivo general: La empresa busca encontrar la viabilidad de la exportación de Salsa Jachili en Asia para diciembre 2018.

Objetivos específicos:

- Seleccionar cuatro mercados meta.
- Investigar y conocer las principales características de los mercados de Corea de Sur, China, Japón y Singapur.
- Identificar el valor en la compra de las salsas en estos países en específico.
- Identificar a la competencia en estos mercados.

1.2. Justificación

La importancia de este proyecto para la empresa radica en la necesidad de buscar la viabilidad de exportar salsa a Asia, pero actualmente no cuenta con los recursos humanos y económicos para realizar estas actividades y atender a sus clientes actuales al mismo tiempo.

En lo que respecta a los beneficios esperados, la empresa se expandiría (global), aumentarían sus ventas, así como también posicionarían a nivel internacional haciendo presencia en el área de los nuevos mercados para después poder distribuir sus productos a más países.

El desarrollo de este proyecto es importante para el alumno ya que es una forma de aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de distintas áreas en un mismo proyecto, forjando al alumno a presentarse a vivir una experiencia laboral ante unas prácticas profesionales, lo cual hará que este tome con más

seriedad el proyecto, así como también al realizar este PAP te conviertes en una persona más disciplinada.

1.3 Antecedentes

La empresa Jachili nace de la experiencia de mas de 10 años en la comercialización de Chiles secos en todo México. Han sido proveedores de pequeñas, medianas y grandes empresas como, por ejemplo: Tajín, Moles Don Pancho, Frudest, El Bodeguero, “La Costeña”. En el 2018 surge la idea de crear productos con alto valor agregado para el deleite de los consumidores. A corto plazo la empresa está trabajando para lanzar al mercado su primera línea de salsas mexicanas y salsa tipo chamoy. En la actualidad la empresa cuenta con un catálogo de prototipos de cada producto. Además, que está desarrollando un producto a base de chile seco molido en presentación de 20 kg.

La empresa tiene la necesidad de expandirse y exportar a otros mercados, mas especifico al continente asiático, todo esto para llegar a ser más competitivos.

1.4. Contexto

La empresa Jachili, es una compañía mexicana que comercializa Alimentos y bebidas mexicanas, se encuentra ubicada en la Calle Álvaro Obregón #7692, Jalisco, México.

Jachili, elabora salsas mexicanas en polvo y chamoy con tres diferentes presentaciones cada una, además de chiles secos en paquetes de 45 gramos. Los productos se venden en lugares como: supermercados, abarrotes, misceláneas, tiendas especializadas, tiendas de conveniencia, etc. de la zona metropolitana de Guadalajara Jal. Se tiene como objetivo exportar a lugares como EUA y Asia en general.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Durante el desarrollo de este proyecto de aplicación profesional, requerimos aplicar distintas competencias adquiridas a lo largo de nuestra formación profesional. Desde el punto de vista de los saberes relacionados con la carrera, podemos decir que requerimos de utilizar nuestras habilidades de investigación y análisis del mercado y prospección de mercados interesantes para la comercialización de los productos que Jachili ofrece. En cuanto a los saberes de otras áreas podemos decir que requerimos de habilidades de comunicación adquiridas en materias como Comunicación Oral y Escrita y la utilización de distintas fuentes de información y bases de datos, en donde materias como Manejo de Información nos ayudaron a recabar datos.

En lo que respecta a los saberes puestos a prueba, fueron los modelos de importación y exportación, nuestras habilidades en lo que respecta al análisis de mercado, la recaudación de información y la comprensión de esta, así como también la consultoría de los negocios.

Este proyecto se realizó en equipo, las juntas de equipo se realizaron en Lunes y Miércoles, y las entregas de avances se hicieron los Domingos. La información fue recopilada por parte de la empresa, y de fuentes viables de información como por ejemplo: Jaltrade, Euromonitor, Trademap etc. Primero, se recopiló la información general de la empresa y el producto conjunto el empresario. Se seleccionó en base a investigaciones sobre factores de hábitos de consumo y económicos el continente asiático. Cada integrante del equipo eligió un país a investigar, se buscó información general sobre el país, también, sobre hábitos, costumbres, economía, leyes, la competencia en el país. Después, se hizo un análisis sobre los datos recabados y se seleccionó el país de exportación. Se buscaron las

regulaciones, ruta logística adecuada, recomendaciones de cubicaje, regulaciones no arancelarias del país.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

El proyecto consistió en identificar si era viable la exportación de la salsa y chile molido a Corea de Sur, China, Japón y Singapur para diciembre 2018.

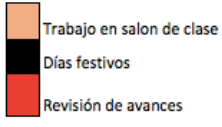
- Plan de trabajo

Los puntos desarrollados en el transcurso del proyecto son los siguientes, los cuales no se pueden especificar por temas de confidencialidad:

- A. Objetivo General
 - a. Objetivos Específicos
- B. Producto
 - a. Definición de productos y fracción arancelaria
- C. Mercado
 - a. Asiático
- D. Investigación mercado cuantitativa y cualitativa
 - a. Corea del Sur
 - b. China
 - c. Japón
 - d. Singapur
- E. Conclusiones y Recomendaciones
- F. Anexos

A continuación, se muestra el ordenamiento en el tiempo de las acciones que se han realizado para el logro de los objetivos diseñados.

OBJETIVO	SEMANA															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	L		M		L		M		L		M		L		M	
Introducción al curso PAP/Asignación de proyecto/ Introducción de la empresa	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase														
Definición de objetivos generales y específicos		Revisión de avances	Trabajo en salon de clase													
Investigación general de la empresa/ identificación de necesidades			Revisión de avances	Trabajo en salon de clase												
Determinar países clave así como necesidaes				Revisión de avances	Trabajo en salon de clase											
Investigación de mercados potenciales/principales países					Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase
Redación de reporte							Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances	Trabajo en salon de clase
Practica de la presentacion														Revisión de avances	Trabajo en salon de clase	Revisión de avances



- Desarrollo de propuesta de mejora

Para el desarrollo de mejora es importante identificar a los posibles mercados importadores, por lo que se realizó una investigación para identificar los países con mayor potencial a desarrollar, basándonos en el interés del empresario para penetrar el mercado asiático, a partir de esa investigación se hizo la selección de los 4 principales países para hacer una investigación más profunda. La selección de ellos se tomó en base a las recomendaciones por parte del empresario, y por medio de criterios que se consideraron importantes según el objetivo del proyecto. Los principales elementos para vender en esos países son tropicalización del producto, elegir un segmento de mercado específico para el producto, fijar un precio de venta competitivo, contar con una estrategia de logística y distribución adecuada. Finalmente, se propuso el país según el tipo de producto y se añadieron recomendaciones, en el caso de la salsa el país elegido fue Singapur y para Chile en polvo Corea del sur, esta decisión fue tomada por medio de una visión global de las características de cada país.

3. Resultados del trabajo profesional

Por motivo de confidencialidad no se podrá proporcionar información específica o datos relevantes de la empresa, sin embargo, se dará a conocer el proceso por medio del cual se realizó este proyecto.

Se dio inicio a este proyecto con la investigación de los productos de la empresa (Salsa tipo chamoy y Chile seco), los cuales tenían interés de comercializar en nuevos mercados, principalmente en los mercados asiáticos. La empresa nos proporcionó Información suficiente para poder identificar la Fracción arancelaria de dichos productos.

A partir del conocimiento de esa información se investigó en la herramienta de Trademap las cifras económicas, así como los principales importadores de estos productos a nivel mundial, se le entregó una lista al representante de la empresa para que definiera cuales cuatro eran los que le interesaban más. Como países de interés se seleccionaron; China, Corea del Sur, Japón y Singapur. De estos países se seleccionados se realizaron investigaciones de mercado, datos culturales del país, los principales países importadores de dichos productos, regulaciones, entre otras cosas.

Se recomendó hacer adecuaciones de producto como el cambio en la formula de una salsa botanera a una salsa para condimentar o pasta de chile, generar un producto según las tendencias del mercado, práctico, de alta calidad y con un etiquetado de color rojo por su relación con la abundancia y picante en las culturas asiatica.

Con apoyo de la información recolectada, se tomó la decisión sobre los países a exportar se eligió a Singapur como el principal país para la exportación de salsa y a Corea del Sur para la exportación de chile en polvo, sin descartar la posibilidad de exportar a otros países del continente asiatico se hizo una lista de países según su relevancia para la exportación.

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

- Aprendizajes profesionales

Cinthya Barrera Tapia:

Durante el desarrollo de este Proyecto de Aplicación Profesional se desarrollaron diferentes competencias profesionales. Los aprendizajes genéricos fueron trabajo en equipo, realizar presentaciones, protocolo de negocios, desarrollo de documentos profesionales. Las competencias propias de la profesión fueron identificación e investigación de mercados internacionales, identificar oportunidades, desarrollo de plan logístico, desarrollo de propuestas logísticas y administrativas. Las competencias desarrolladas desde otras disciplinas fueron desarrollo de publicidad, investigación, desarrollo de producto en el área de marketing, investigación de leyes, normas y documentación en área de derecho, planeación y organización de empresas en administración, impuestos y leyes en área de contaduría y fiscal.

Mis aprendizajes más importantes sobre el contexto sociopolítico y económico, comprender las diferencias culturales y sociales de países asiáticos en relación con México, analizar documentación y leyes de estos para la exportación al extranjero, entender los diferentes tipos de gobierno y sus formas de trabajo en cuestión de comercialización. Mis saberes puestos a prueba fueron mis conocimientos sobre desarrollo de un plan logístico, el identificar un mercado potencial, desarrollar un producto en base al mercado, cotizaciones, investigación de leyes y documentación.

Para mi proyecto de vida profesional aprendí como desempeñarme profesionalmente ante un empresario, cual es el protocolo para la comunicación con el y como generar un proyecto de alto valor. También, en cuestiones logísticas reafirme mis conocimientos sobre como y donde investigar leyes, documentación, productos, estudios sobre algún producto o servicio. Además, de como planear la logística integral.

Ana Sofia García Alejandre:

Mi aprendizaje en lo que respecta a lo profesional, fue el ver como realmente se maneja una empresa en la vida real, desde como empezar a desarrollar y comercializar un nuevo producto y hacer que tenga el mismo éxito que los otros de la compañía, así como también como llegar a un lugar nuevo. Otro aprendizaje fue el que no conocimos al dueño de la empresa hasta la mitad del proyecto, y que así será algunas veces que responderás a alguien que no conoces, pero de igual forma tienes que presentar las cosas en forma y hora. El trabajo en equipo es de suma importancia para el ámbito profesional, para poder realizar satisfactoriamente las actividades requeridas, así como también que es importante saber delegar el trabajo, dependiendo de las aptitudes y las habilidades, aprendí sobre todo la importancia de ser un buen líder.

Paola Gómez Blanco

A nivel profesional me pude dar cuenta como todo lo que haces cuenta, y repercute a otras áreas de la empresa, si yo no hago mi parte podría pasar que otros no pudieran hacer la suya, una empresa es un equipo y todos trabajamos para lograr el mismo objetivo, por lo que nos complementamos. El dueño de la empresa nos confió este proyecto siendo una parte muy importante en el trayecto de su proyecto, nos compartió información y estuvo pendiente de lo que requeríamos de su parte, no solo se preocupó por que el saliera beneficiado si no que también en que nosotros aprendieramos. A partir de eso me pude dar cuenta

como cada persona puede aportar diferentes cosas, no todos somos buenos para lo mismo, pero si nos podemos complementar y ayudar, saber escucharnos e identificar nuestras fortalezas, además de impulsar y apoyar a nuestras compañeras para alcanzar la meta en conjunto.

Mario Elihú Ramírez Núñez

En esta experiencia profesional considero que las acciones realizadas en este proyecto son de alto impacto, influye mucho las acciones y decisiones que tomamos durante la investigación en el futuro de la empresa, esto les ayudará a determinar o enfocar de mejor manera el rumbo de la empresa, es muy importante para mí desarrollar estas actividades, ya que me hacen acercarme mucho a lo que es la realidad laboral y empresarial en el mundo real, aprendí mucho a encontrar información relevante y dentro de ella encontrar la información más puntual para la empresa, que realmente es la que los ayuda a crear parámetros y pronósticos de acciones futuras, actualmente el contexto político mundial es muy cambiante, y es algo que tenemos que tener en consideración siempre, ya que nos puede afectar y que es algo que pasa en la realidad, tenemos que tomar en cuenta todos los factores para desarrollar nuestros proyectos, sobre mis saberes y mi experiencia fue más por el lado logístico, ya que por mi experiencia laboral que desempeñaba en un intermediario logístico, pude aportar puntos muy importantes a la hora de determinar rutas, aranceles y restricciones en todos los países, esta información es de gran ayuda, ya que tenemos más información a considerar y nos da un panorama real de lo que es la comercialización internacional.

- Aprendizajes sociales

Cinthya Barrera Tapia:

Una iniciativa social puede desplegarse de cualquier proyecto. Me refiero a que como profesionales debemos de apoyar causas sociales desde nuestros

diferentes ámbitos, y estar dispuestos a transmitir nuestros conocimientos a los demás mexicanos, para poder crecer.

Actualmente, soy capaz de coordinar y organizar un proyecto de manera profesional, dirigir en base sus objetivos, ayudar a mi comunidad aportando mis conocimientos y ayudando a los demás. Dar seguimiento de esto proyecto por medio de comunicación y evaluarlo por medio de observar lo cerca que se llevo a cumplir nuestra meta. Ahora, soy capaz de tomar decisiones con bases fundamentadas y con base a mis aprendizajes.

Las prácticas sociales aplicadas durante este proyecto fueron el apoyar empresas mexicanas para poder generar un cambio en los emprendedores y por ende la economía de México. Los impactos que pude evidenciar fueron el cambio de mente del empresario al examinar nuestras propuestas de exportación. Las demás evidencias aun no ocurren. Ya que, la exportación aun no se realiza. Desde el planteamiento inicial del proyecto esperábamos el poder elegir un país asiático y teníamos contemplado que esto implicaría un cambio en la producción formula de producto, también, en el empaquetado. Sabíamos que le proporcionaríamos un contacto o algún tipo de cliente para que pudiera iniciar su comercialización.

El proyecto beneficio a un emprendedor que ahora puede desarrollar un producto para su exportación a Asia. En el contexto actual México tiende a comercializar con materias primas. Gracias a este proyecto, el producto del empresario puede ser desarrollado y puede tener valor. Con ello nos beneficiamos todos, una empresa mexicana que desarrolla un producto y se diferencia de la competencia, y la comunidad en general.

Mis servicios profesionales produjeron un bien de cambio en el empresario, también, en el ingreso económico de sus trabajadores, familia y la comunidad.

Mis servicios no ayudaron directamente a grupos que no disponen de recursos para generar bienes sociales. Como ya mencioné, mis servicios profesionales por medio de la exportación y crear relaciones comerciales para México influyen en el crecimiento de la economía de nuestro país.

Los saberes aplicados que hicieron posible la aportación social no pueden ser transferibles a otras situaciones, por que tratan solo de exportaciones e importaciones logística dentro de una empresa. En otros ámbitos no generarían el mismo valor.

El apoyar a empresas mexicanas en su crecimiento siempre será un impacto social que aportará a todos los mexicanos. Se puede dar seguimiento a este proyecto, en el momento que el empresario desarrolle la exportación y su empresa genere empleo conforme vaya creciendo. Ahora tengo una visión diferente, al comienzo del trabajo pensaba que era solo para generar apoyo a la empresa, ahora me doy cuenta de que con ello apoyamos a familias enteras de trabajadores a crecer económicamente.

Ana Sofía García Alejandre:

En mi opinión este proyecto va dirigido más al beneficio de la empresa que al impacto social en sí, sin embargo, mediante este proyecto se espera un incremento en las ventas de la empresa, creando un beneficio para los empleados, y productores. En una ocasión el empresario nos dijo que teníamos que hacer bien el proyecto que estábamos realizando ya que muchas personas dependían de nosotros, sus trabajos y familias literalmente. hay veces que no nos damos cuenta de la importancia de lo que estamos haciendo y de las consecuencias y el impacto que pueden tener nuestras acciones a terceras personas.

Paola Gómez Blanco

Este proyecto es un proyecto que no solo beneficia a la empresa si no que también beneficia a los agricultores con los que trabaja, si la empresa crece les pueden comprar más producto y ayudarles a que tengan una mejor calidad de vida. El objetivo de este proyecto es que la empresa pueda vender un valor agregado para que no la puedan sustituir tan fácil otras empresas, de esta manera ellos están asegurando generar empleo en distintas zonas de México, para personas que muchas veces se ven manipuladas por grandes empresas, la meta sería que fuera un trabajo en conjunto donde los dos ganaran al aumentar las ventas.

Mario Elihú Ramírez Núñez

Como aprendizaje social fueron muchos, al momento que el empresario de ja chili nos visitó en el ITESO y nos comentó que detrás del había muchas familias y agricultores creyendo en nosotros y que un proyecto de tal magnitud como el que estábamos desarrollando sería de gran ayuda trayéndoles a todos beneficios muy importantes, eso me impulsó a dar lo mejor de mí y me siento totalmente satisfecho con haber contribuido con mi granito de arena a esta gran causa, que a pesar de ser una empresa lucrativa, trae demasiado beneficios para las personas, generando empleos, desarrollo y actividad económica de las zonas donde jachili tenga cultivos, espero de gran corazón que se generen empleos dignos y desarrollo social y económico para las familias y trabajadores involucrados en este proyecto. Referente a que tan preparado me siento para dirigir un proyecto de esta magnitud yo solo, me siento totalmente preparado, y sé que con el paso del tiempo iré desarrollando mis habilidades y adquiriendo experiencia para ser mejor y darle un poco más de lo que ya tengo a la sociedad. El impacto generado aún no es visible hasta que se lleve a cabo el proyecto y la empresa lo ponga en acción, sin embargo, estoy seguro que contribuirá de manera positiva en la sociedad involucrada con este proyecto. Mi visión actual del mundo social mejoró, se que ahora ciertas personas que dirigen empresas y proyectos solo son la cara visible

de un amplio equipo detrás de ellos que hacen que todo sea posible y que es una gran responsabilidad llevarlos a cabo, ya que también se hacen reales miles de sueños y metas que todos quieren cumplir, buscando el éxito en cada uno de ellos.

- Aprendizajes éticos

Cinthy Barrera Tapia:

Las decisiones que tomé, primeramente, fue el aceptar trabajar en este proyecto relacionado con salsa, elegir el equipo de trabajo donde estoy, apoyar al empresario y dar mi disposición para entregar un trabajo de valor.

Esta experiencia me lleva a desarrollar y aplicar mis conocimientos en un contexto real en un área de trabajo. Después de la experiencia espero ejercer mi profesión en un área administrativo y con orientación a logística.

Ana Sofía García Alejandre:

Durante el transcurso de la realización de este proyecto se encontró con distintas situaciones en las que se requirió poner en práctica la ética profesional. Se manejó información confidencial de la empresa, la misma nos confió su datos reservada, con el fin de la realización del proyecto, se pidió que no se hablara dicha información con nadie, mas no se nos obligó a firmar un contrato de confidencialidad, se tomó la decisión de no comentar esta información con nadie más, ya que ética y moralmente no estaba bien, no obstante que es algo que demuestra mi educación y mis valores, las consecuencias que se tuvo en respuesta a nuestra lealtad, fue la confianza del dueño de Jalchili.

Paola Gómez Blanco

Al realizar este proyecto tuvimos que poner en práctica la parte ética, el empresario nos confió y compartió cuales eran sus metas y las ideas que tenía para lograrlas, aprendí que el manejo que tu tengas con los datos e información compartida es la confianza que te está otorgando la persona, que una persona sin concertar te abra sus puertas es una gran responsabilidad. Además de que se nos confió un proyecto en el que la empresa cree y quiere trabajar en base a eso, por lo que trabajar responsablemente y cumplir con nuestras tareas de la mejor manera fue parte fundamental del proyecto.

Mario Elihú Ramírez Núñez

Referente a mis aprendizajes éticos desarrollados en este PAP, considero que fueron refuerzos a lo que nos ha inculcado a lo largo de la carrera, sin embargo ahora pudimos aplicarlos en un ámbito más cercano a la realidad, guardar el secreto del cliente es algo muy importante, ya que se encuentra información muy privilegiada de la cual depende el rumbo de la empresa, por otra parte la investigación desarrollada también tiene que ver mucho el uso de las citas bibliográficas, donde éticamente tenemos que darle el crédito de nuestra información a los autores y fuentes de donde sacamos información para determinar y analizar cada situación que se nos planteó durante el proyecto, esta experiencia me lleva siempre a moverme por la legalidad y la honestidad, para siempre cuidar la línea cliente – empresa o viceversa, en donde se deposita total confianza hacia nosotros y nuestra responsabilidad es cuidarla y preservarla de la mejor manera, así ambas partes saldrán beneficiadas.

- Aprendizajes en lo personal

Cinthy Barrera Tapia:

El PAP me ayudo a comprender que cometo errores y que los demás me pueden apoyar a mejorar, también, aprendí más sobre mí en el área profesional. Me siento más preparada profesionalmente para poder apoyar a alguna empresa dentro de esta área de negocios y logística.

También, este proyecto me ayudo a conocer la sociedad actual en la que viven los comercializadores de especias en donde el comprador se basa en el precio y como el dar valor a tu producto ayuda a crecer. También, me di cuenta del impacto que genera el que una empresa crezca. Gracias al trabajar equipo pude aprender a convivir escuchando, aceptando, o rechazando, pero respetando opiniones ajenas. también, dando mi opinión para generar una visión diferente en mis compañeros.

Para mi proyecto de vida PAP me dejo aprendizajes sobre mi misma, pude notar mis fortalezas y mis debilidades y hoy puedo decir que soy consciente de ellas y que puedo mejorar. también, me ayudo a darme cuenta del gran impacto que puedo generar comunidad desde un proyecto.

Ana Sofia García Alejandre:

En mi opinión en el transcurso de este proyecto lo que respecta a mi aprendizaje personal, fue en gran parte el trabajo en equipo, logre entender que dos cabezas siempre van a pensar mejor que una y que solo podrías llegar, pero junto con alguien más llegas más lejos, y de mejor manera, me di cuenta que cada quien tiene aptitudes para diferentes cosas, la cual si las sabes identificar y trabajar junto con las propias puedes llegar a lograr grandes cosas, aprendí que no todo lo puedo hacer yo sola, sino que necesito de la ayuda de los demás para lograr mis

metas. Lo siguiente no lo aprendí en esta ocasión pero lo comprobé y reforcé; como la pluralidad y diversidad son muy importantes, no solo dentro de una empresa, sino también en la vida, es de vital importancia tener diversidad de culturas, razas y creencias en una empresa, ya que en la vida y en los negocios te vas a topar con gente diferente a ti, gente con una realidad distinta a la propia, entonces si no aceptas esto, te va a generar muchos conflictos y disgustos que te pueden llevar a la ruina, Este proyecto me hizo darme cuenta de la importancia de hacer bien las cosas no solo en un nivel personal, sino también en un grado laboral.

Paola Gómez Blanco

El PAP me permitió conocer cómo se trabaja una empresa que apenas va empezando y quiere lanzar nuevos proyectos a lugares en lo que todavía no incursiona, me dio la oportunidad de tener experiencia y aprendí que tienes que dar lo mejor de ti para lograr el objetivo esperado, que tu equipo no siempre va a trabajar como tú esperas pero que tienes que confiar y apoyarlos. Me di cuenta que el saber trabajar en equipo es indispensable en cualquier lugar no estás solo, y lo que no se te ocurre a ti se le puede ocurrir a alguien más, cada quien tiene una perspectiva y manera de ver la vida diferente. Ser líder es algo que no es fácil tienes que saber escuchar a tu equipo y confiar, involucrar a todos y hacerlos sentir parte de lo que estás haciendo por que no estás solo ni puedes dar órdenes solamente.

Me dio la oportunidad de empezar un proyecto totalmente nuevo y desconocido para una empresa, que las personas se pueden llegar a sentir vulnerables, somos una sociedad en la que nos podemos llegar a sentir en con miedo a lo desconocido y hay que entender como darles su seguridad darles bases para que crean en lo que les estás presentando y que no fue algo que te inventaste por hacer las cosas rápido y por entregar.

En mi opinión la vida nos va presentando oportunidades, aunque puedan no llamarte la atención te dan herramientas que en otros lados no puedes aprender. Cada persona tiene un proyecto de vida diferente y si tomas lo que se te va presentando puedes sumar más herramientas para lograr tu objetivo. Trabajar en una empresa que no tiene las cosas bien organizadas ni sabe bien como quiere llegar a lo que quiere, pero sabe a dónde quiere llegar, fue una muy buena experiencia y puede desarrollar conocimientos que sé que me van a servir para mi proyecto de vida, el investigar mercados internacionales para poder llevar productos mexicanos ya conociendo a clientes potenciales.

Mario Elihú Ramírez Núñez

Durante este Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), logre conocerme a mí mismo más a fondo, referente a como trabajar en una investigación formal, donde mi responsabilidad cuenta bastante en un proyecto, yo sé que son trabajos en equipo pero es fundamental que cada quien cumpla con sus respectivas partes, y esto me ha impulsado a aprender de todos, saber ser tolerante y ser abierto a críticas y observaciones, todo con el fin de mejorar y entregar un producto de calidad, me dio un panorama más amplio de lo que se vive en la realidad allá afuera de la universidad, donde sabemos que es totalmente diferente a la vida estudiantil y que es de mucha ayuda para nosotros, ya que nos acerca a la realidad y así poder ir dándonos cuenta de lo que se nos viene en un futuro e irnos preparando día a día para afrontar la realidad a la que nos estaremos enfrentando. En mi proyecto de vida esto me ayudó a aprender que hay muchas salidas, tenemos muchas áreas que podemos explotar y no nos tenemos que cerrar de la mente cuando los momentos se tornen difíciles, salimos preparados para el mundo, y recordar que siempre tenemos que regresar una parte de lo que se nos ha dado, tenemos que hacer el bien para los demás y para nosotros para así salir a delante juntos como país y beneficiarnos todos por igual, ahora con esta visión más clara me siento preparado y satisfecho para salir y demostrarle al mundo que todo se puede con esfuerzo y dedicación y que tenemos que sufrir para merecer, así que a delante.

5. Conclusiones

A raíz de la investigación realizada para fines de este proyecto se concluyó que la exportación de Salsa chamoy al mercado asiático no es viable ya que no se tiene la costumbre de consumir “botanas y alimentos entre comidas” las cuales comúnmente se acompañan con la salsa de chamoy. Este tipo de salsas no se consumen debido a que es del tipo ácido y en estos países acostumbran más a acompañar sus alimentos con salsas agrídulces/ picantes y aderezos como la mayonesa como se presentó a largo del documento.

En general en el continente asiático las salsas suelen contener chile pimiento y en diferentes versiones con ingredientes con ajo, vinagre, limón, por lo cual se recomienda desarrollar una fórmula adaptada a las características de los consumidores.

A diferencia de la anterior, el Chile en polvo se encontró es más viable ya que este alimento se consume como condimento a la hora de cocinar para sazonar los alimentos. Su forma de preparación es sencilla el chile en polvo en Asia suele contener chile pimiento molido, y en algunos casos con condimentos.

- Recomendaciones
 - Países de exportación

A continuación, se presentarán las propuestas de países asiáticos para la exportación de Salsa de chile y de Chile en polvo, considerando el número 1 como el de mayor relevancia.

Salsa de chile:

1. Singapur

Consideramos que Singapur es la mejor opción para exportar la salsa picante, ya que es un país en el que el consumo del producto va en aumento y dentro de las tendencias se muestra un crecimiento en su popularidad. Dentro de la competencia encontramos marcas reconocidas mundialmente, por lo que una marca mexicana podría ser bien recibida. Utilizan el producto como sazonador para alimentos y utilizan el picante (ají/pimiento) en sus platos tradicionales. De impuesto es el 7%, Singapur es un país que facilita la importación, por lo que los trámites son transparentes y rápidos.

2. Japón

Japón se recomienda producir y distribuir una salsa picante, ya que el mercado japonés utiliza salsas de este tipo, la cual se puede acompañar con alimentos y la salsa chamoy que se utiliza más en productos consumidos entre comidas (botanas) algo que los mexicanos a diferencia de los japoneses estamos muy acostumbrados, se encuentra ubicado en el 2do lugar ya que las restricciones e impuestos son bajos, se tiene un tratado con el país y no hay demasiada competencia.

3. China

En el caso de China, se recomienda la creación de algunos tipos de salsa o especias para condimentar alimentos durante su preparación, ya que el consumidor chino, generalmente utiliza este tipo de productos para cocinar y no para su consumo recreativo, como es el caso de los mexicanos con las botanas, por otro lado China se encuentra en el lugar número 3 de este orden por 2

motivos, los cuales son en 1er lugar, que es un mercado gigantesco con miles de opciones para poder atacarlo, sin embargo existen 2 puntos en contra, al ser un mercado tan grande, no tenemos la capacidad tanto de atacarlo como poder entrar en el “top of mind” de cada cliente, y en segundo lugar es el tamaño de la competencia y las restricciones comerciales de China al ser una economía socialista, las altas barreras arancelarias y no arancelarias que tiene este país, pueden ser de gran obstáculo para incursionar en el gigante asiático.

4. Corea Del Sur

En Corea, aunque hay una gran cantidad de importaciones de salsa picante, la competencia es grande, ya que, los competidores abarcan gran cantidad del mercado y el consumo de salsas como vimos anteriormente va en declive. Los consumidores tienen tendencia a comer en restaurantes y las recetas de los productos son tradicionales. Para poder posicionarse en este país con el producto de salsa picante para alimentos o platillos, se tendría que exportar como un producto importado con valor y de alta calidad, ser aliado de la competencia, o vender a restaurantes/ cadenas de alimentos. También, se recomendaría que el producto fuera una salsa de cocina, ya que su consumo va en aumento lo cual puede ser una oportunidad en el mercado coreano.

Chile en polvo:

1. Corea

Se eligió Corea como el país recomendado para la exportación de chile seco. Esto fue por el gran consumo del producto en el país. Los coreanos están estrechamente relacionados con este tipo de chile, lo consumen diariamente en sus platillos típicos. Como vimos en las tablas anteriores el consumo de especias se mantiene constante en el mercado coreano, por lo que es un producto que tiene popularidad. A pesar de la competencia alta, el producto se puede posicionar

como un producto saludable, importado de calidad y adaptarse a las necesidades del mercado. El producto según la competencia se vende en bolsas 500 gr o como condimentos en pequeños contenedores, por lo que se recomienda que se venda en este tipo de versión.

2. China

Referente a la posición número 2 de este listado, podemos encontrar a China como un mercado potencial a atacar, a pesar del régimen político que lo gobierna y los altos impuestos, encontramos que el gigante asiático es un mercado muy interesante de atacar, ya que sus cifras de consumo anuales son muy significativas y atractivas, sin embargo a pesar de la competencia tan dura, se puede entrar de diferentes maneras, pudiera ser mediante un tipo de pasta de chiles, condimento o ya sea por si solo el chile molido o quebrado. También tomar en cuenta que las alianzas comerciales son muy importantes, se puede entrar al mercado chino a través de empresas chinas, ya que para los extranjeros es muy difícil establecerse en este país, por ello se recomienda tomar en consideración, ya sea con una comercializadora o una maquiladora que haga nuestros productos.

3. Japón

Japón se encuentra en el lugar número 3 ya que no es tan consumido el chile seco, pero por lo mismo puede ser una gran oportunidad para penetrar al mercado japonés debido a que es muy difícil encontrar este chile en polvo en el país y ellos condimentan y sazonan sus productos y la competencia es casi inexistente, así como también en lo que respecta a las restricciones e impuestos es bajo por lo que la oportunidad de venta es buena es este país.

4. Singapur

En cuanto a chile en polvo el consumo en el país es muy bajo, y aunque podría llegar a ser un buen mercado, en la actualidad no cuentan con tantas opciones y las marcas son principalmente locales.

- Recomendaciones de producto

En base a la investigación realizada se recomienda producir una salsa picante o algún tipo de salsa para condimentar, de cocina o pasta que tenga como fin el condimentar alimentos en lugar de salsa para botanas.

Empaque y etiquetado, como mencionamos anteriormente el empaque debe de contener el idioma del país al que va dirigido. También, recomendamos un empaque practico, los asiáticos son personas con un ritmo de vida rápido, y entre mayor practicidad mejor. Otro punto, es el color del empaque, el cual generalmente si es relacionado con picante, el color rojo, significa abundancia y se infiere que es creado con chiles naturales.

6. Bibliografía

Japón:

Japan: Introduction. (s.f.). Recuperado 24 octubre, 2018, de <https://globaledge.msu.edu/countries/japan>

[Ministerio de comercio exterior y turismo de Perú]. (s.f.). Recuperado 24 octubre, 2018, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/06_03.html

[provee indicadores de desempeño de las exportaciones, de la demanda internacional, sobre alternativas de mercados y sobre el rol de países como competidores.]. (s.f.). Recuperado de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

[líder mundial en investigación de mercado estratégica independiente.]. (s.f.). Recuperado 24 octubre, 2018, de <https://www.euromonitor.com>

("16 ingredientes básicos para la comida Japonesa", s.f.-b) ...

"16 ingredientes básicos para la comida Japonesa" (s.f.-b) <https://japonismo.com/blog/16-ingredientes-basicos-comida-japonesa>

Corea:

Corea del sur. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de http://impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id_=65_106

impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id_=65_106

South Korea: Government. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <https://globaledge.msu.edu/countries/south-korea/government>

Corea del Sur - Perfil - 2017. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de https://www.indexmundi.com/es/corea_del_sur/

Culture Crossing. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=29

About Korean food. (2008, 1 julio). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <https://www.sbs.com.au/food/article/2008/07/01/about-korean-food>

Gochujang Korean Hot Sauce from Chung Jung One. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <http://www.gochujangsauce.com/>

Bibimjang, Spicy Noodle Sauce | Sempio. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <http://en.sempio.com/product/sauce/view/641>

Oi Muchim. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <https://www.google.com.mx/search?q=Oi+Muchim>

Original Red Sauce - TABASCO® Brand. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <https://www.tabasco.com/product/original-red-sauce/>

[HUY FONG] SRIRACHA HOT CHILI SAUCE. (s.f.). Recuperado 24 octubre, 2018, de <https://www.hanyangmart.com/collections/hot-paste-miso/products/sriracha-hot-chili-sauce-1lb>

Ottogi. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de http://www.ottogi.co.kr/eng/product/product_view.asp?page=1

Hanyangmart. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <https://www.hanyangmart.com/collections/hot-paste-miso/products/sriracha-hot-chili-sauce-1lb>

Red pepper powder < Spices < Seasoning food < Products || Taekyung Nongsan. (s.f.). Recuperado 16 noviembre, 2018, de <http://www.itaekyung.com/eng/prod/flav/spice/spice01Tab.do>

Singapur:

Centralamericadata.com. (2014). El mercado de alimentos en Singapur - CentralAmericaData: Central America Data. [online] Disponible en: https://www.centralamericadata.com/es/article/home/El_mercado_de_alimentos_en_Singapur [16 Oct 2018].

Cold Storage. (2018). [online] Disponible en: <https://coldstorage.com.sg> [28 Oct 2018].

Customs.gov.sg. (n.d.). Import Procedures. [online] Disponible en: <https://www.customs.gov.sg/businesses/importing-goods/import-procedures> [17 Oct 2018].

Díaz, C. (2015). ¿Comer fuera o en casa? Supermercados en Singapur. [online] Aterrizando en Singapur. Disponible en: <https://aterrizandoensingapur.wordpress.com/2015/01/13/supermercados-en-singapur/> [7 Oct 2018].

Eumedia.es. (n.d.). [online] Disponible en: <http://www.eumedia.es/portales/files/documentos/AgroalimSingapur.pdf> [13 Oct. 2018].

Fairprice.com.sg. (2018). chili sauce - Online Grocery Shopping | FairPrice Singapore. [online] Disponible en: <https://www.fairprice.com.sg/searchterm/chili%20sauce> [28 Oct 2018].

Giant Online. (n.d.). Giant Online | Giant. [online] Disponible en: <https://giantonline.com.sg/search?q=chili+sauce> [28 Oct. 2018].

Guide.culturecrossing.net. (2018). Culture Crossing. [online] Disponible en: http://guide.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=22&CID=182 [4 Oct 2018].

Impulsoexterior. (n.d.). [online] Disponible en: http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id_=64_39 [11 Oct 2018].

Insights, G. (n.d.). Singapore: Introduction. [online] Globaledge.msu.edu. disponible en: <https://globaledge.msu.edu/countries/singapore> [23 Oct. 2018].

Mustafa.com.sg. (n.d.). ::Mustafa Online::. [online] Disponible en: <http://www.mustafa.com.sg/Index.aspx> [28 Oct 2018].

Promexico. (n.d.). Singapur. [online] Disponible en: <http://www.promexico.mx/es/mx/tpg-singapur> [10 Oct. 2018].

Siicex.gob.pe. (n.d.). [online] Disponible en: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/1045391428rad7D0BB.pdf> [17 Oct 2018].

Tui. (2018). Gastronomía en Singapur. [online] Disponible en: <https://esp.tui.com/destinos/singapur/gastronomia-en-singapur> [29 Sep. 2018].

Turismo.org. (n.d.). Gastronomía de Singapur - Turismo.org. [online] Disponible en: <https://turismo.org/gastronomia-de-singapur/> [7 Oct 2018].

China

Liu, E. L. I. D. A. (2018). Desayuno en China, que comen los chinos en el desayuno, varios tipos comida de desayuno chino. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <https://www.viaje-a-china.com/guia-de-viaje-china/desayuno-chino.htm>

Viajeroscallejeros.com. (2018). Gastronomía en China. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <https://www.viaje-a-china.com/guia-de-viaje-china/desayuno-chino.htm>

Mer Bonilla, M. B. (2017, 21 octubre). La comida china de verdad que sí se come en China. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <https://cocinillas.lespanol.com/2017/01/la-comida-china-verdad-se-come-china/>

CAAAREM. (s.f.). Ley de Impuestos General de Importación y Exportación [Conjunto de datos]. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <http://www.sicex-caaarem.org.mx>

Indexmundi. (s.f.). Index Mundi - China Background [Conjunto de datos]. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <https://www.indexmundi.com/china/background.html>

Indexmundi. (s.f.-b). China Population - Demographics [Conjunto de datos]. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <https://www.indexmundi.com/china/population.html>

Indexmundi. (s.f.-d). China Age structure - Age Structure [Conjunto de datos]. Recuperado 21 noviembre, 2018, de https://www.indexmundi.com/china/age_structure.html

Indexmundi. (s.f.-e). China Languages - Languages [Conjunto de datos]. Recuperado 21 noviembre, 2018, de <https://www.indexmundi.com/china/languages.html>

7. Anexos

Anexo 01- Sección 2-2(Japón)

Anexo 02-Acuerdo económico México y Japón

Anexo 03-G1

Anexo 04-China

Anexo 05-Consumidor Corea

Anexo 06-Corea del sur

Anexo 07-Hong Kong, China

Anexo 08-Indonesia

Anexo 09-Japan

Anexo 10-Leading across cultures-Japan

Anexo 11-Malaysia

Anexo 12-Prochile Corea Gustos

Anexo 13-Singapore

Anexo 14-South_Korea

Anexo 15-Taiwan

Anexo 16-Tabla comparativa de países

Anexo 17-Tabla importación y exportación de Corea, Singapur, Japón y china