

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones
sustantivas de las empresas**



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

**3F02 Programa de Desarrollo de Competencias para la Gestión en Micro,
Pequeñas y Medianas Empresas**

**“Exportación de cuadros decorativos de ANTAVIA WALL DECOR a Chicago,
Estados Unidos”**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales – Iasmine Nunes Bittencourt

Lic. en Ingeniería Industrial - Karla Alejandra Rentería Rodríguez

Lic. en Comercio y Negocios Globales - Lorena Moreno Sandoval

Profesor PAP: Lic. en Ingeniería Industrial José Manuel Allera Mercadillo

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre de 2016

REPORTE PAP

Tabla de contenido

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen.....	3
1.Introducción	4
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	4
1.3. Antecedentes	4
1.4. Contexto.....	4
1.5. Enunciado Breve del Contenido del Reporte	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico.....	6
2.2. Planeación y Seguimiento del Proyecto	7
3.Resultados del Trabajo Profesional	13
Productos Obtenidos.....	13
Resultados Alcanzados.....	13
Impactos Generados.....	14
4. Reflexiones de los alumnos	16
Lic. en Comercio y Negocios Globales, Iasmine Nunes Bittencourt	16
Lic. en Ingeniería industrial, Karla Alejandra Rentería Rodríguez.....	17
Lic. En Comercio y Negocios Globales, Mariana Lorena Moreno Sandoval	19
5. Conclusiones	22

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

Este proyecto será realizado con la finalidad de detectar oportunidades en mercados internacionales con enfoque en Chicago, desarrollando un plan de mercadotecnia y comercialización y desarrollo de producto para la empresa ANTAVIA, la cual es profesional en diseño y artes plásticas y se especializa en elaborar cuadros decorativos con diseños propios, hechos a mano, acorde a las últimas tendencias de diseño de interiores. Se analizarán áreas de oportunidad en Chicago ya que la empresa cuenta con una posible Joint Venture en el local y busca una apertura al mercado internacional. Este proyecto es la continuación del PAP que se inició en el verano de 2016, y se verá reflejado en el mismo, el desarrollo del Plan de Negocios donde se incluye la parte de logística, legal, financiera, de conclusiones y recomendaciones, así como posibles adaptaciones de producto y búsqueda por áreas de oportunidad en un nuevo mercado.

1.Introducción

1.1. Objetivos

El proyecto tiene como finalidad expandir el mercado de compradores de ANTAVIA internacionalmente, tratando de encontrar áreas de oportunidad para la empresa con el propósito de aumentar sus ventas, supliendo los espacios de ventas bajas en la región para cubrirlas en mercados que el proyecto pueda encontrar para eficientar las ventas y la gama de clientes. Se dará un enfoque a Estados Unidos, como ciudad de referencia Chicago debido a una oportunidad que se presentó a la empresa.

1.2. Justificación

La importancia de este proyecto se basa en el desarrollo y búsqueda de soluciones de un problema real para llegar a mejores oportunidades para la empresa. En las organizaciones, uno de los principales objetivos y metas a llegar, es la conquista de nuevos mercados ya que los mismos conllevan al crecimiento de utilidades. En este proyecto, trataremos de hacer con que ANTAVIA encuentre maneras eficaces de aumentar la comercialización de sus productos llegando a su nuevo mercado meta de manera eficaz y con una planeación y análisis de mercado previa.

1.3. Antecedentes

Antavia es una empresa dedicada al diseño y producción de piezas de arte especializada en el sector profesional del interiorismo. Nace en el seno de una agencia de consultoría de diseño y mercadotecnia, llamada VGRAF, SA de CV, en Marzo del 2007 y se abre al público en Agosto de ese mismo año en la Expo Mueble Internacional; principalmente por la inquietud de ingresar al mundo del retail por parte de uno de los socios. Maneja modelo de venta de cuadros decorativos en mayoreo y medio mayoreo, en base a su catálogo en línea y venta directa a través de visitas a clientes.

En la actualidad la empresa está compuesta por 3 personas; Alejandro, Griselda y Raúl, contratando a los pintores en base a los pedidos, cabe resaltar que a los pintores se les paga por destajo.

Se inició el proyecto en el verano de 2016 dando continuidad al mismo en otoño 2016. El proyecto ha tomado una nueva dirección debido a que se presentó a la empresa una Joint Venture, haciendo así, con que el PAP continúe de una forma más específica y direccionada al nuevo mercado meta.

1.4. Contexto

Empresa mexicana con aproximadamente 9 años en el mercado, situada en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, México. ANTAVIA busca expandir su mercado para suplir con la capacidad instalada y poca demanda en determinadas épocas

del año. Con el paso del proyecto, la empresa ha demostrado un interés en explorar el mercado de Chicago debido a una Joint Venture con una empresa mexicana con base en el país.

1.5. Enunciado Breve del Contenido del Reporte

El proyecto de la empresa ANTAVIA se basa, inicialmente, en especificar funciones de la empresa, aclarar puestos y funciones y ampliar el mercado meta con un enfoque a la internacionalización y definir su producto. A lo largo del desarrollo de este, proponemos presentar soluciones y propuestas para que la empresa pueda llegar a su mercado meta futuro: Chicago. En primer instancia, estaremos especificando y aclarando las principales funciones de la empresa así como de su producto. En la segunda parte y continuidad del proyecto, se tratarán temas específicos al mercado meta, producto, plaza, temas legales y financieros, así como de mercadotecnia. Se dará en esta parte, una mayor profundidad y especificación a la meta a que quiere alcanzar la empresa en términos de apertura y expansión de mercado.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

El proyecto se comenzó a trabajar partiendo de la oportunidad que encontró Antavia para exportar sus productos a la ciudad de Chicago, de acuerdo a lo cual se comenzó a recopilar y revisar información, así como seleccionar herramientas que permitieran desarrollar un plan de exportación adecuado.

Según la guía del PMBOK del PMI se trabajó la Administración del tiempo utilizando un Diagrama de Gantt que funcionó como principal herramienta para la realización del proyecto, permitió al equipo comprender el cronograma y realizar una buena gestión del tiempo. Se definieron las actividades y entregables y posteriormente se creó el cronograma del proyecto lo que permitió una buena secuenciación y estimación de la duración de las actividades.

Se utilizó la base de datos Trade Wizard para identificar los controles y documentación necesarios para la exportación del producto a los Estados Unidos. Esta herramienta permitió también realizar un estudio previo del costeo puerta-puerta de los embarques a Chicago, el cual se tomó como referencia para comparar las cotizaciones recibidas por los proveedores de servicios logísticos y paquetería. Asimismo, se utilizó para obtener los controles regulatorios e impuestos de importación y exportación pertinentes para el proyecto.

Para obtener regulaciones arancelarias y no arancelarias del producto para su exportación desde México de acuerdo a su fracción arancelaria se utilizó la herramienta SIICEX-CAAAREM. Así pudo realizarse la búsqueda en el siguiente orden: por sección, capítulo, partida, subpartida, fracción arancelaria o también de manera semántica, esto ayuda a poder ubicar la clasificación arancelaria ordenada conforme al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

2.2. Planeación y Seguimiento del Proyecto

Enunciado del Proyecto

El proyecto busca determinar la viabilidad de posicionar a Antavia en el mercado internacional a través de la exportación de sus productos, enfocándose al mercado estadounidense, específicamente a la ciudad de Chicago, Illinois.

Metodología

La metodología utilizada para el desarrollo de este proyecto se basa en el Programa de Desarrollo de la Gestión en las Funciones Sustantivas de las Empresas utilizando el modelo de Plan de Negocios de Exportación desarrollado para el Proyecto de Aplicación Profesional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Se realizó un análisis del producto para la definición de procesos y adecuación al mercado objetivo. Así también se buscó analizar la industria del interiorismo y sus tendencias de crecimiento en el mercado estadounidense y en particular en la ciudad de Chicago y sus alrededores. Posteriormente se realizó una investigación de mercado identificando el perfil del consumidor y los canales de distribución apropiados para la introducción de los productos de Antavia.

Se diseñó también una estrategia de comercialización incluyendo un plan de marketing y un análisis completo de la cadena de suministro de la empresa. Y por último se incluyó en el proyecto un análisis financiero que sirviera como base para las proyecciones financieras y comerciales de la empresa.

Los puntos antes mencionados se trabajaron de forma semanal a través de reuniones entre los miembros del equipo de trabajo del ITESO así como con juntas programadas con el empresario con el objetivo de recabar información, revisar los avances del proyecto y realizar los ajustes necesarios. Esto permitió que a lo largo del semestre se fueran tomando decisiones sobre el rumbo del proyecto de acuerdo a la información obtenida y resultados presentados cada semana.

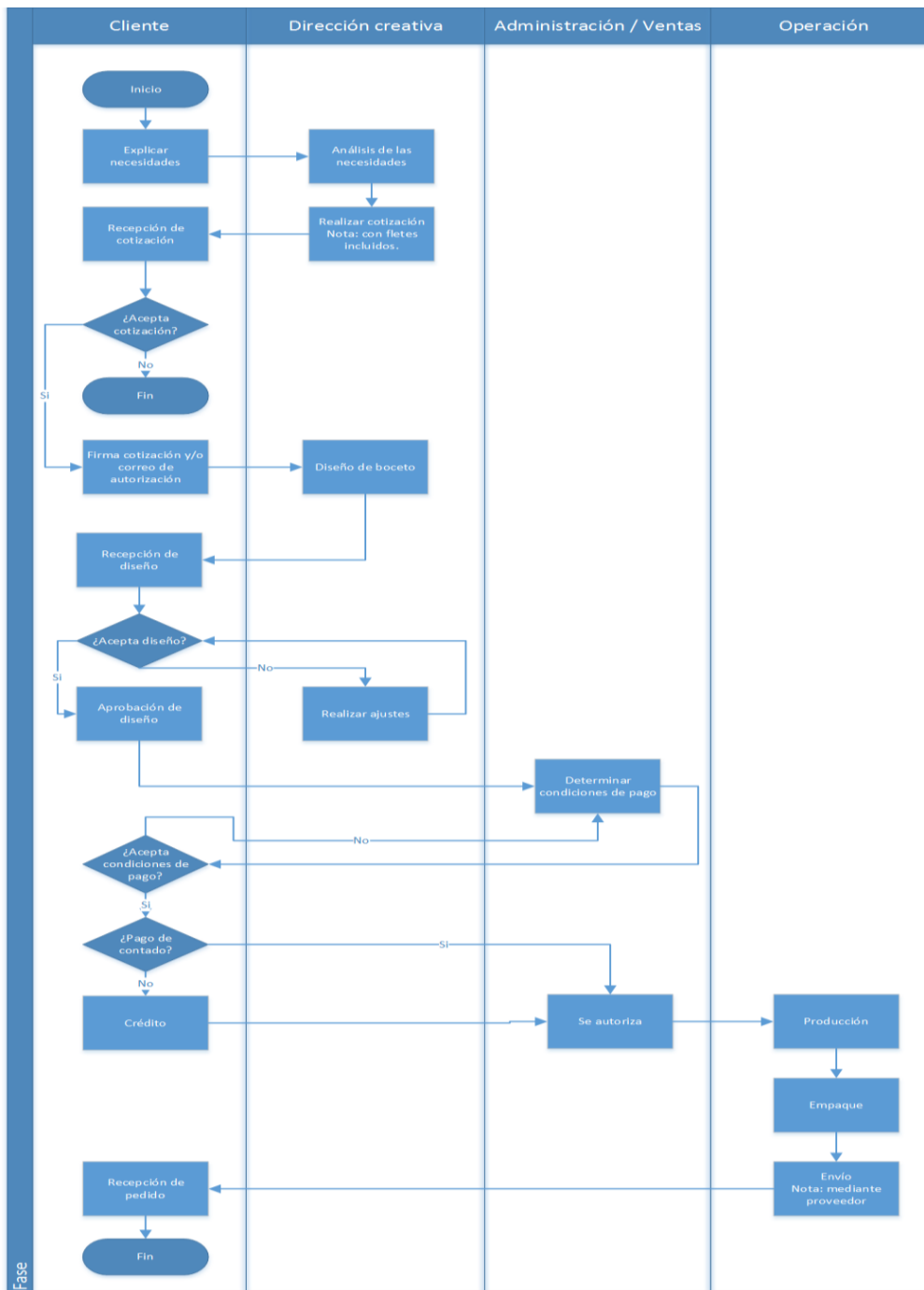
Cronograma o Plan de Trabajo

FECHAS PLANEADAS		Cronograma															
DÍAS DE REALIZACIÓN		Responsable	Porcentaje de	Semanas													
ACTIVIDADES				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
2. PRODUCTO -																	
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados.	Karla																
2.2.1 Diagrama de Flujo.	Karla	100%															
2.2.2 Capacidad de Producción y Oferta Exportable	Karla	90%															
2.2.2.1 Mercado Nacional.	Karla																
3. MERCADO -																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
3.1 Industria.	Iasmine	100%															
3.1.1 Información General del Sector o Industria.	Iasmine	100%															
3.1.1.1 Tamaño.	Iasmine	100%															
3.1.1.2 Tendencias de Crecimiento.	Iasmine	100%															
3.2 Investigación de Mercado.																	
3.2.1 Perfil del Consumidor.	Iasmine	50%															
3.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado.	Iasmine	70%															
3.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias.	Iasmine	70%															
3.2.2.2 Posición en el mercado.	Iasmine	70%															
3.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado.	Karla	90%															
3.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado.	Karla																
3.2.3.2 Competidores:	Karla	90%															
3.2.3.2.1 Listado.	Karla	90%															
3.2.3.2.2 Precios.	Karla	90%															
3.2.3.2.3 Distribución.	Karla	90%															
3.2.3 Selección del Mercado.	Karla	90%															
3.3 Canales de Distribución.	Lorena	100%															
3.3.1 Identificar la cadena de distribución		100%															
3.3.2 Estrategias de Distribución.		100%															
3.3.3 Directorio de contactos		100%															
4. COMERCIALIZACION																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
4.1 Estrategia de producto / marca.	Lorena	100.00%															
4.1.1 Cliente objetivo.		100.00%															
4.1.2 Propuesta de valor / Estrategia de posicionamiento.		100.00%															
4.2 Plan de Marketing.	Iasmine																
4.2.1 Lista de precios.	Iasmine																
4.2.2 Políticas y términos de venta.	Iasmine																
4.2.3 Publicidad.	Iasmine																
4.2.4 Herramientas de venta.	Iasmine																
4.2.5 Ferias y promoción.	Iasmine	90%															
4.3 Plan de Ventas.	Iasmine																
4.3.1 Objetivos de venta:	Iasmine	80%															
4.3.3.1 Producto.	Iasmine	80%															
4.3.3.2 Plaza (pais, región, etc.).	Iasmine	80%															
4.3.3.3 Canal.	Iasmine	100%															
5. LOGISTICA																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
5.1 Selección del Medio del Transporte.	Lorena	100 %															
5.1.1 Identificación del Medio Adecuado.		100%															
5.1.1.1 Tabla comparativa.		100%															
5.1.1.2 Toma de Decisión.		100%															
5.1.2 Diseño de la Ruta.	Lorena	50%															
5.1.2.1 Empaque y Embalaje.																	
5.1.2.2 Cubicaje.																	
5.1.2.3 Selección del Transporte.		100%															
5.1.2.4 Determinación de los Agentes Aduanales.		100%															
5.2 Regulaciones.	Karla	90%															
5.2.1 Arancelarias.	Karla	90%															
5.2.2 No Arancelarias.	Karla	90%															
5.3 Documentación para Exportar.	Lorena	100%															
6. LEGAL																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
6.1 Prácticas Contractuales.	Karla																
6.1.1 Contrato de Compra-Venta Internacional.	Karla	90%															
6.1.2 Contrato de Transporte.	Karla	90%															
Métodos de pago	Karla	90%															
6.1.3 Contrato de Seguro:	Karla																
6.1.3.1 Transporte. (GDL-L.A.)																	
6.1.3.2 Cobranza.																	
6.1.3.3 Daños y perjuicios (Liability).																	
6.2 Arbitraje Internacional.	Lorena	100%															
6.2.1 Listado.																	
6.2.2 Descripción Proceso.																	
7. FINANZAS																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
7.1.1 Pronóstico de ventas del producto y del mercado	Karla	90%															
7.1 Balance.	Karla																
7.1 Proyección Financiera Mercado de Exportación.	Karla																
7.2 Estado de resultados.	Karla																
7.3 Flujo de caja.	Karla																
7.4 Razones financieras.	Karla																
7.5 Tasa Interna de Retorno	Karla																
7.6 Rentabilidad.	Karla																

Desarrollo de Propuesta de Mejora

Producto

Se realizó un análisis del producto para adecuarlo al nuevo mercado a través de la elaboración de un diagrama de flujo.



Mercado

De acuerdo con el informe "Creative Economy 2008" de la Organización de Naciones Unidas (ONU), México es uno de los 20 principales exportadores en el mercado global de productos creativos, alcanzando inclusive el sexto lugar entre los países en desarrollo. México es el único país latinoamericano entre los primeros 20 a nivel mundial.

Industrias Creativas: Principales 10 exportadores entre los países en desarrollo, 2005

Lugar	Exportador	Millones de dólares 2005	Participación (%) 2005	Tasa % de crecimiento 2000-2005
1	China	61,360	18.3	17.6
2	Hong Kong	27,677	8.3	0.8
3	India	8,155	2.4	21.1
4	Turquía	5,081	1.5	18.3
5	Tailandia	4,323	1.3	5.1
6	México	4,271	1.3	0.5
7	Malasia	3,233	1.0	7.8
8	Singapur	3,067	0.9	17.5
9	Corea del Sur	2,942	0.9	2.8
10	Indonesia	2,833	0.8	0.1

Fuente: UNCTAD.

Para México, el diseño constituye el grupo más importante entre los productos creativos, contribuyendo con el 73% de las ventas mexicanas, seguido por la industria editorial (9.8%), la música (5.8%), las artes y las artesanías (5.2%), las artes visuales (4.6%), los nuevos medios de comunicación (1.5%) y los productos audiovisuales (0.3%).

Capacidad de Producción y Oferta Exportable

Los tres procesos que participan en la producción son secuenciales y son:

- Diseño de boceto: Consiste en diseñar un boceto del cuadro de acuerdo a las especificaciones del cliente. El proceso es realizado por dos personas (diseñadora y Alejandro Pegueros.)
- Ajuste y aprobación: Consiste en realizar los ajustes que el cliente solicite y obtener la aprobación de mismo, dicho proceso es realizado por dos personas (diseñadora y Alejandro Pegueros).

- Taller: Es el proceso en el cual se pintan los cuadros, se cuenta con 5 pintores.

Para el cálculo de la capacidad de producción se realizó una estimación de los tiempos de los tres procesos mediante el método PERT, a continuación, se presentan los resultados obtenidos:

Diseño de boceto (D)	O	2
	P	4
	R	3
Estimación PERT		3 horas

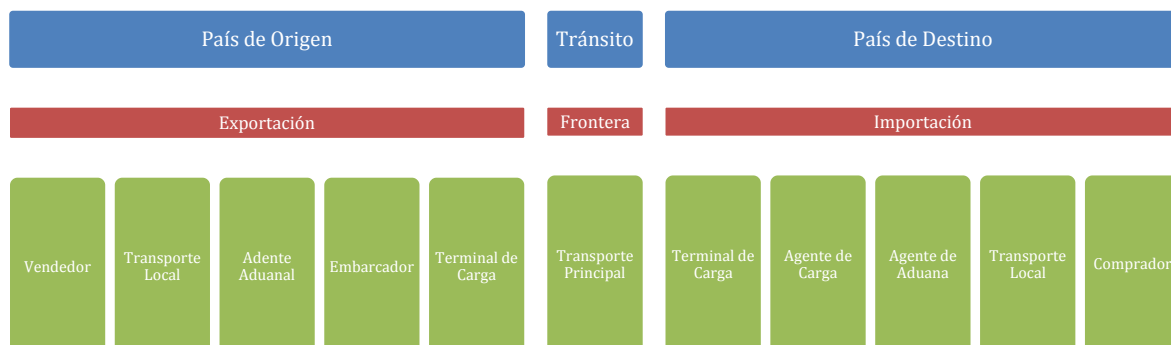
Diseño de boceto (AP)	O	15
	P	40
	R	20
Estimación PERT		22.5 min

Ajuste y aprobación (D)	O	0.5
	P	1.5
	R	1
Estimación PERT		1 hora

Ajuste y aprobación (AP)	O	15
	P	40
	R	20
Estimación PERT		22.5 min

Taller (5)	O	4
	P	12
	R	10
Estimación PERT		9.33 horas

Canales de Distribución y Estrategia



El proceso abarca desde el punto de salida en Guadalajara, la ciudad de origen hasta el punto de entrega en el destino.

Se busca que cada uno de los agentes involucrados ejecuten su función de la mejor manera; el equipo Antavia, los forwarders, las empresas transportistas, el personal en aduanas y el vendedor, por mencionar algunos. El objetivo final es ofrecer una buena experiencia de compra a los clientes, un producto que cumpla sus expectativas y lograr hacerlo llegar a sus manos al menor costo posible.

Comercialización

Antavia se enfocará en ofrecer soluciones a interioristas y arquitectos fungiendo como proveedor de piezas de arte elaboradas a la medida de sus proyectos. En lugar de conseguir cuadros en tiendas, galerías o catálogos, estos profesionales del diseño tendrán la opción de mandar a hacer las pinturas exactamente de acuerdo a sus necesidades y requerimientos. En resumen, Antavia convertirá sus ideas en una realidad.

Estrategia de Posicionamiento

EL punto de partida para su estrategia de posicionamiento será la creación de una nueva página web donde se presente el modelo de negocio antes mencionado: Arte a la Medida.

En esta página se ofrecerá el catálogo virtual de piezas en existencia con imágenes de alta calidad página y existirá un link para realizar compras en línea de cuadros en stock y un cuadro de contacto para proyectos a la medida.

3.Resultados del Trabajo Profesional

Productos Obtenidos

Los productos que se obtuvieron durante el Proyecto de Aplicación Profesional fue un Plan de negocios internacional para la exportación de cuadros de arte por parte de la Empresa Antavia a Chicago, Illinois, Estados Unidos.

Resultados Alcanzados

Se determinó la capacidad de producción de la empresa además se detectaron los suplementos que impactan en el tiempo estándar de los procesos, lo que ayuda a que la empresa tenga detectados las condiciones laborales de los trabajadores. Además, se documentó el proceso que se lleva a cabo a fin de tener una estandarización y por tanto mayor calidad.

Se logró conocer el mercado al que se dirige la empresa en Estados Unidos, mediante la investigación de las tendencias y características del mercado en el cual se busca entrar; esto es de utilidad para la empresa debido a que le ayudo a conocer el tamaño y competidores del sector, lo cual fue determinante para decidir el cliente objetivo al que se estará dirigiendo el cual es “arte bajo pedido”.

Se realizó una búsqueda de la competencia en el arte bajo pedido y se encontró que los competidores bajo pedido se caracterizan por brindar un trato personalizado al cliente, este canal se caracteriza por la búsqueda de calidad y de obras totalmente personalizadas, ya que el tiempo y costos del producto pasan a segundo plano. Se decidió entrar al mercado con arte bajo pedido debido ya que Antavia cuenta con las características para competir en calidad y personalización de obras.

Se seleccionó al mercado profesional que son las empresas dedicadas al diseño e interiorismo (encargados de diseñar los espacios interiores de las construcciones) y/o despachos de arquitectos (encargados de realizar los estudios, planificar, presentar opciones y determinar el diseño del proyecto).

También se dieron a conocer distintas opciones de logística para que la empresa pueda distribuir su producto en Estados Unidos. Se consideraron dos opciones de flete con destino a la ciudad de Chicago IL:

- LTL (Less than a Truck Load)

La mercancía viaja junto con la de otros embarcadores resultando en un menor costo, pero un tiempo de tránsito mayor. Esta opción es recomendable en envíos no urgentes de varias piezas, las cuales viajarán paletizadas. Sería muy recomendable que Antavia pudiera realizar una planeación de sus proyectos y lograra consolidar embarques semanales con el objetivo de reducir los costos y reducir el tiempo empleado en coordinar envíos individuales.

- FTL (Full Truck Load)

Camión exclusivo para el embarcador con el propósito de expeditar el envío, excelente opción en el caso de embarques de varias piezas que requieren llegar rápidamente a su destino, pero no de manera urgente, considerando también que por el valor de la mercancía no resulta costoso enviar por aire.

Se presentaron las dos opciones considerándose que se podrán vivir los dos escenarios, y dependiendo de las características se podrá seleccionar el más adecuado.

Se determinó la propuesta de valor y el precio de venta, para determinar el precio de venta se consultó los precios que los competidores ofrecen y a partir de allí se estableció un precio que fuera competitivo. También se seleccionó una cadena de distribución multicanal que maximice el alcance en el mercado y reduzca el riesgo de concentrar las ventas en sólo un tipo de cliente. Se ha seleccionado por un lado a las empresas dedicadas al diseño e interiorismo y por otro el consumidor final que busca adquirir un objeto de diseño para la decoración de un espacio

Se presentaron las regulaciones de su producto, las condiciones legales de Estados Unidos y México necesarias para la exportación, así como la documentación requerida, así mismo se presentó un plan de comercialización que incluye un plan de ventas y mercadotecnia para que la empresa lo lleve a cabo en el mercado objetivo.

Finalmente se presentó una proyección de las exportaciones tomando como objetivo un crecimiento del 20% respecto a las ventas nacionales. Se calculó la oferta exportable para poder determinar si son viables los objetivos; la capacidad de producción de la empresa es de 516 cuadros anuales, las ventas de 2016 (incluida una estimación de diciembre) fueron de 361; resultado así una oferta exportable de 155 cuadros anuales.

Finalmente realizó un análisis financiero para conocer la situación actual de la empresa y poder determinar si de acuerdo a su rentabilidad es posible llevar a cabo el plan de exportación.

Impactos Generados

El proyecto permitirá que la empresa realice una evaluación de las distintas opciones que tiene en la exportación de su producto como los son:

- **Producto:** se determinó la capacidad de producción de la empresa, esto le sirve para poder determinar la oferta exportable con la que cuenta que es de 155 cuadros anuales.
- **Mercado:** se realizó una investigación del mercado de Chicago en donde se evaluaron los competidores y características del mercado, lo que ayudó para que Antavia determine que debe entrar al mercado “bajo pedido” ya que son los precios y la calidad con la que le es conveniente competir, se enfocará en los diseñadores de interiores y arquitectos.
- **Comercialización:** Se determinó la estrategia de posicionamiento que realizará Antavia la cual es elaborar cuadros bajo medida exactamente bajo

las necesidades de los clientes ofreciendo un servicio personalizado y totalmente adaptable. Se presentó un plan de publicidad digital, en el cual se le presentan a la empresa opciones de plataformas que puede utilizar como herramientas de venta. Finalmente se realizó un plan de ventas en el cual se presentó el producto, plaza y canal por el que Antavia entrara al mercado.

- Logística: Se presentaron dos opciones de fletes para que dependiendo de la situación se pueda seleccionar el más viable o enviar en paquetería, se presentaron las consideraciones que deben tomarse en cuenta en el empaque y se seleccionó el pallet universal para el cubicaje. Se presentó una lista de contactos de agentes aduanales, se investigaron las regulaciones arancelarias y se enlistaron los documentos necesarios para la exportación.
- Legal: Se expusieron las consideraciones para realizar un contrato de compra-venta internacional y se presentó un machote del mismo. Se determinó que la forma de pago más confiable son las cartas de crédito, así mismo se presentaron las posibles opciones con sus características. Por último, se proporcionó un listado de centros de arbitraje en México.
- Finanzas: Se calcularon los pronósticos de venta a tres años con el objetivo de un crecimiento del 20% anual en las ventas, se realizó un análisis financiero en el cual se concluyó que la empresa cuenta con una rentabilidad del 29% sin embargo se encuentra muy apalancada.

Esto le permitirá a la empresa decidir en base al análisis realizado descrito anteriormente cuáles son las mejores opciones para exportar su producto.

4. Reflexiones de los alumnos

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Iasmine Nunes Bittencourt

Aprendizajes Profesionales

En continuación al PAP de verano, este PAP me ha ayudado a abrir mi panorama profesional acerca de las dificultades y barreras enfrentadas por las empresas en el ámbito laboral y necesidad de las mismas en abrir y ampliar su gama de clientes. A partir de esta experiencia me di cuenta de cómo el Comercio Internacional ha estado ayudando a las compañías a alcanzar nuevos mercados alrededor del mundo y, como consecuencia, expandir tanto ideas como nuevas opciones de servicios y productos. La competitividad y busca por nuevas opciones de consumo son una realidad que está en constante crecimiento. A partir de este proyecto, me di cuenta de la importancia de la innovación para las empresas ya que esta va de la mano de la rentabilidad: punto clave para el éxito de cualquier organización. Profesionalmente, me siento mucho más capaz y preparada, con una visión más crítica acerca de los problemas enfrentados por empresas y la búsqueda por soluciones a las mismas. Este fue un proyecto en donde logré juntar conocimientos obtenidos en todo mi trayecto universitario a una experiencia real.

Aprendizajes Sociales

Los Proyectos de Aplicación Profesional fomentan una aportación social por parte de los estudiantes debido a que se trabaja en proyectos reales para ayudar a pequeñas empresas a solucionar problemas y sacar su negocio adelante. Trabajar en desarrollar un plan de exportación para una empresa real me ha sido de extrema importancia ya que, por primera vez, estuve trabajando en mi área de estudio y en pro de una necesidad de expansión de mercados para mejores ingresos y éxito de la empresa.

Me siento mucho más capaz y preparada para ejercer mi vida laboral ya que estuve presente en la búsqueda de soluciones eficientes y reales para llevar a cabo un plan de exportación. Siento que fue fundamental para mi cierre de carrera haber podido tener mi primera experiencia laboral en mi área de estudio. El trabajo que realicé ayudó estrechamente a la empresa ANTAVIA pudiendo ser considerado como un trabajo social debido a que no se obtuvieron fines lucrativos y se les fue ofrecida una muy buena ayuda para la elaboración de su proyecto. Creo que este PAP tendrá un impacto económico en el país ya que impulsa a pequeñas y micro empresas a sacar adelante sus proyectos y mejorar sus ingresos logrando un posicionamiento tanto en el mercado nacional cuanto internacional. Mis supuestos sobre la realidad cambian en el sentido de que pude confirmar con una experiencia real que todas las empresas enfrentan dificultades. Creo que en realidad pude comprobar hipótesis acerca del mundo laboral y de cómo funcionan la mezcla de las necesidades entre empresa y cliente.

Aprendizajes Éticos

Las principales decisiones tomadas en este proyecto tuvieron que ver con el buen manejo de la información obtenida y elaboración de herramientas que pudieran facilitar en contacto de ANTAVIA con su nuevo mercado meta. En relación a mi grupo de trabajo, tuve una buena experiencia ya que el respeto estuvo siempre presente entre los que estuvimos desarrollando el Plan de Negocios. Me fue de mucha importancia poder enfrentar diferentes puntos de vista y entenderlos. Creo que salgo de este proyecto con una mejor postura acerca del trabajo en equipo, la importancia del mismo y de cómo debe ser efectuada. Aprendí que ceder es un punto muy importante cuando se trabaja con otras personas, así como entender sus obstáculos y tratar de ayudar para la solución de los mismos.

Aprendizajes en lo Personal

Este PAP me ha ayudado a crecer como profesionista y como persona. Pude ver cómo trabajan empresas mexicanas y cuáles son sus principales fallas a la hora de gestionar y coordinar un negocio. Me di cuenta que existen características muy peculiares en cómo se administran las pequeñas y microempresas y lo tomo como ejemplo para mi vida personal ya que tengo el sueño de poder emprender. He logrado desarrollar una visión más crítica acerca de cómo solucionar problemas y de los principales causantes de los mismos. Este PAP me ayudó también a reconocer la diferencia entre las personas, pero, principalmente, en lo enriquecedor que se puede transformar un equipo formado por personas con diversos puntos de vistas y experiencias.

Lic. en Ingeniería industrial, Karla Alejandra Rentería Rodríguez

Aprendizajes profesionales

Durante el Proyecto de Aplicación Profesional las competencias que desarrolle referente a la carrera fue la documentación de procesos mediante diagramas y el cálculo de capacidad de producción, para esto se requirió el cálculo de tiempos estándar y la adición de suplementos. La implementación de dichos conocimientos conllevó el análisis y evaluación de distintas situaciones debido a que la empresa Antavia cuenta con consideraciones particulares (tiempos y productos variables) por lo que fue necesario que contar con la habilidad de adaptación a distintos escenarios, así como la capacidad de toma de decisiones lógicas.

El proyecto me ayudó a obtener conocimientos en el campo del Comercio Internacional ya que requirió que realizara investigación de mercado, gestión de logística, regulaciones legales (México-EUA) y las implicaciones financieras que conllevan la exportación de productos. Considero fue de gran utilidad el realizar dichas actividades debido a que puede entender y conocer lo que conlleva la exportación de un producto, pude darme cuenta de la importancia de estar

innovando día a día para mantener una ventaja competitiva que te pueda permitir competir en distintos mercados.

Uno de los aprendizajes más importantes que obtuve fue el comprender como se realiza una asesoría en una empresa, ya que este proyecto me permitió aplicar mis conocimientos profesionales en una situación real, esto me sirvió para desarrollar la adaptabilidad en un ambiente laboral, enfrentando nuevos retos y personas. Me di cuenta que es necesaria la comunicación continua entre el empresario y el asesor, debido a que a través del dialogo se aclaran los objetivos y por tanto se obtienen los resultados esperados.

Otras de las competencias que desarrolle fue la gestión del tiempo, resolución de conflictos, organización, y responsabilidad. A lo largo del proyecto hubo ocasiones en que se me presentaron situaciones en donde no tenía los conocimientos suficientes, pero gracias a la ayuda del asesor y compañeros de equipo pude obtener nuevas competencias, así como la implementación de las mismas; debido a esto considero el proyecto fue muy enriquecedor.

Aprendizajes Sociales

Este proyecto está enfocado en la ayuda de micro, pequeñas y medianas empresas para la exportación de sus productos, se realizó un plan de exportación para la empresa Antavia. Considero dicho proyecto ayudará a la empresa a posicionarse en un nuevo mercado y por tanto le generará un impacto económico positivo.

Este proyecto beneficia a las empresas mexicanas pues les da la asesoría necesaria para conocer las implicaciones que una exportación conlleva, así como un plan que les servirá para cumplir sus objetivos.

Debido al PAP obtuve habilidades para gestionar y administrar un proyecto, siguiendo un objetivo y evaluando los impactos generados. Pude darme cuenta que en un proyecto lo primero que debes tener es un objetivo cuantificable y un análisis de la realidad de la empresa, después realizar una evaluación de los impactos que tendrás en tu entorno (ambiental y social), y en base a esto encontrar la solución cuidando el bienestar social.

Este proyecto requirió que colaborará con distintas personas, esto me ayudo a conocer distintas perspectivas y sobre todo a respetar las distintas personalidades y conocimientos de los demás; gracias a este proyecto aprendí a sacar provecho de las habilidades y pensamiento de los demás ya que estos te ayudan a innovar en la consecución de los objetivos desde caminos que no habías pensado o no conocías.

Aprendizajes Éticos

Las principales decisiones que tome durante el proyecto fue la determinación de factores claves para el análisis financiero, de producción y logística, dichas decisiones las tome en conjunto con el personal de la empresa en base a una

evaluación de los objetivos que se buscaban alcanzar. Las decisiones tomadas requirieron de una investigación en distintas fuentes de información, así como un análisis de la misma.

La experiencia vivida me invita a innovar en proyectos laborales y personales, me empuja a buscar distintas soluciones mediante el emprendimiento. Al vivir esta experiencia me di cuenta de la importancia de los valores personales ya que estos dictan las pautas con las que ejercemos nuestra profesión; y nos impulsan a cuidar el bienestar social, empresarial, y personal; debido a que las malas prácticas pueden impactar de manera negativa a nuestro entorno. Habré de ejercer mi profesión para mí y para la sociedad; debido a que las decisiones que tomo dependen de mí y afectan mi entorno.

Aprendizajes Personales

El proyecto me ayudó a conocer mis habilidades como las son: el cumplimiento de objetivo en tiempo y forma, la evaluación de distintas soluciones, la resolución de problemáticas, la capacidad de adaptarme a distintas soluciones y el trabajo en base a objetivos. Me ayudó a conocer distintas formas de pensar desde otras áreas laborales como lo son el diseño y el comercio; esto me dio la oportunidad de enriquecer mis conocimientos y a tener la capacidad de evaluar distintas situaciones desde distintas áreas de estudio. Me di cuenta que se requiere la colaboración de todo el equipo para poder garantizar el éxito de un proyecto ya que todos impactan directamente en los resultados del proyecto.

El PAP me sirvió para darme cuenta del enfoque que deseo darle a mi vida laboral, ya que esta experiencia me hizo conocer todos los factores que implica un modelo de negocios; pude percatarme que deseo direccionar mi vida profesional hacia el área financiera, que busco en el futuro emprender un negocio propio.

Lic. En Comercio y Negocios Globales, Mariana Lorena Moreno Sandoval

Aprendizajes Profesionales

Darle continuación a este proyecto PAP comenzado en verano me permitió aplicar mi experiencia profesional en una empresa con un giro con el cual jamás había tenido el gusto de trabajar. Exploré la naturaleza de su negocio y logré entender dos aspectos que personalmente fueron muy interesantes. En primer lugar, el trabajar para una compañía dentro de la industria creativa abrió mi panorama a formas completamente nuevas de trabajar y administrar un negocio. Antavia es una compañía dirigida y conformada por artistas quienes desarrollan sus actividades diarias de forma más empírica y fluida; desde mi perspectiva, las actividades en Antavia se dan de forma más orgánica que en cualquier compañía en la que hubiera trabajado.

En segundo lugar, desde el inicio de mi carrera profesional me he sentido mucho más atraída por las pequeñas y medianas empresas, su modelo de negocios y la operación día a día me resulta mucho más interesante que el trabajar en una gran empresa siendo tan sólo una pequeña parte del sistema. Desde el comienzo del proyecto me he ido sintiendo más convencida de que el producto de Antavia es muy bueno y que el servicio que han prestado a sus clientes a través de todos estos años es lo que precisamente les ha funcionado para mantenerse en el mercado. Reafirme el potencial que veo en la compañía y me intriga la manera en que podrían crecer mejorando algunos aspectos de su operación sin con esto sacrificar su esencia.

Por otro lado, me parece que profesionalmente el aprendizaje más importante que obtuve con la realización de este proyecto fue el vivir lo que realmente significa dar asesoría integral a una empresa. Tengo experiencia en lo que es la consultoría financiera y empresarial desde la parte administrativa, por lo que vivir este proceso de frente me dio la oportunidad de tener un acercamiento diferente y me terminó de convencer de que es el rumbo que le quiero dar a mi carrera.

Aprendizajes sociales

Los conocimientos que me llevo en el aspecto social van de la mano con lo que ya mencionaba en el punto anterior. Mi interés profesional ha estado enfocado principalmente en pequeñas y mediana empresas mexicanas y en el potencial que éstas pueden alcanzar cuando cuentan con las herramientas y la información necesaria.

En el último año he tenido la oportunidad de trabajar para una empresa americana de reciente fundación donde he podido participar en la gestión de procesos y el establecimiento de políticas, si pudiera explicarlo de alguna manera diría que esta compañía está dando el salto entre ser una empresa mediana y pasar a ser una compañía grande.

Dicen que el peor enemigo de un emprendedor es un buen salario y trabajar en el proyecto de Antavia me hizo consciente de la forma en que he ido poco a poco quitando de mi vista mis objetivos de emprendimiento y recordar también que mi verdadero interés siempre ha estado en apoyar a las pymes mexicanas ya que son el principal motor de nuestra economía.

La relación entre las ideas anteriores se da en el sentido de que Antavia me conectó nuevamente con mi lado emprendedor y me ayudó a meditar si en 5 años voy a sentirme satisfecha de haber puesto todo mi esfuerzo y conocimientos en generar ganancias para una compañía extranjera. Me motivó muchísimo a buscar nuevamente la forma de desarrollarme profesionalmente en lo que es la consultoría empresarial y poder ayudar así a los emprendedores mexicanos a concretar sus proyectos de forma correcta y alcanzar así la competitividad necesaria para los mercados internacionales. Siempre he creído en el talento mexicano y he intentado promoverlo y defenderlo, Antavia me demostró que estoy

en lo correcto y deja con un mar de ideas a las que les iré dando forma en el corto y mediano plazo.

Aprendizaje Ético

Estoy convencida que todos tenemos algo que aportar a nuestro entorno y creo que es mucho más fácil que esto se logre cuando las personas tienen una formación íntegra en valores que les permita ver la importancia de apegarse a códigos éticos y a manejarse con buenas prácticas. Como emprendedora quiero seguir incluyendo en todos mis proyectos el valor social como una condición indispensable para mi participación.

Ese es el aprendizaje más importante en el aspecto ético que me llevo del proyecto Antavia, entendiendo como valor social no sólo las causas tales como el apoyo a los grupos vulnerados o al medio ambiente, sino a todos las buenas ideas que permitan que generen empleos de calidad y permitan que los recursos se queden en las manos de los mexicanos. Fomentar la buena práctica de que cada quien desempeñe la actividad que mejor se le da; que el artista sea artista, que el administrador administre y que no por ser uno u otro se limite la posibilidad de desarrollar un proyecto de forma exitosa. Proveer las herramientas necesarias para que todos los involucrados desempeñen sus actividades de forma exitosa.

Aprendizaje Personal

Como Lorena Moreno me llevo de este proyecto para mi persona la experiencia de haber trabajado con un grupo tan variado de personas, con personalidades, experiencia, objetivos y visiones tan diferentes. Considero que ese fue el reto más importante que enfrenté este semestre y aunque no todas las situaciones las manejé de manera exitosa, realmente saqué algo bueno de cada una de ellas.

Aprendí que las circunstancias personales son muy independientes de las obligaciones y esto en un futuro sé con certeza que me convertirá en una líder mucho más empática. También aprendí que no existen formas de trabajar ni ideas malas, tan sólo diferentes y que el lograr armar un equipo de trabajo integral es clave para que un proyecto se dé de forma correcta. Otro aprendizaje que también fue muy importante para mí fue el poder comprender el esfuerzo y dedicación que un emprendedor pone a su idea y la manera en que todos los días se entrega para que ese proyecto siga avanzando.

El ITESO me ha dado una gran formación humana y estoy decidida a no dejar perder ese enfoque en mi desarrollo profesional y personal a lo largo de los años. Espero en un futuro a corto plazo tener la oportunidad de seguir trabajando en proyectos de este tipo y lograr ver a Antavia convertida en un referente de comercio de arte y decoración.

5. Conclusiones

Durante el Proyecto de Aplicación profesional se logró determinar la capacidad de producción de la empresa factor de vital importancia para conocer la oferta exportable de la empresa; esto ayudo a Antavia para tener un mayor control del proceso que se lleva a cabo, así como de las condiciones laborales de los trabajadores.

Se logró determinar el mercado meta y conocer las tendencias, tamaño, competidores y características del mismo; un punto importante fue determinar la manera en que Antavia entrará al mercado en Chicago, que es “bajo pedido”. Esto se logró gracias a una evaluación de los posibles competidores de Antavia en Chicago, se evaluaron los competidores de cuadros en serie, pero se determinó que no era posible competir con ellos debido a que tiene precios y tiempos de entrega muy bajos, y al evaluar a los competidores bajo pedido se decretó que era la forma ideal de entrar al mercado debido a que Antavia cuenta con la capacidad de ofrecer ese grado de personalización además que es un mercado atractivo para competir en precios.

Se pudieron evaluar las distintas opciones de distribución que se tiene y decidirse por las más conveniente para la empresa, se estableció el plan de venta y publicidad que la empresa debe llevar acabo. Se investigaron las regulaciones legales que deben cumplirse y se realizó un análisis financiero de la empresa el cual permitió conocer el estado actual de Antavia.

Los objetivos de ventas que se determinaron fueron de una venta de un 20% adicional a su promedio anual en el primer año en el mercado exterior, para conocer la viabilidad de dicho objetivo se analizó la capacidad de producción, la oferta exportable y las ventas nacionales.

El proyecto da a Antavia un plan de comercialización para que sus productos lleguen a Chicago de la manera más eficiente y eficaz, conquistado el mercado en Chicago, Illinois, Estados Unidos.

Antavia debe evaluar el plan de negocios presentado para poder tomar una decisión sobre si se llevará a cabo el plan de exportación propuesto.

Bibliografía

Documentos para Exportar: <http://lci.com.mx/tradewizards/educativo.aspx>

Arbitraje Internacional: [http://www.academia.edu/10132447/El Arbitraje en México](http://www.academia.edu/10132447/El_Arbitraje_en_México)

(Fuente: Tarifa de ley de impuestos generales de importación y exportación

<http://www.siicex-caaarem.org.mx/>)

Trade Map (www.trademap.org)

UNCTAD, (2010). *Informe Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo.*

http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

Fuente:

<http://www.forbes.com.mx/capital-creativo-la-otra-palanca-del-crecimiento/#gs.sqo3AiA>

<http://exhibitatneocon.com/neocon-chicago/>