

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de desarrollo



**PAP3J02B PROGRAMA DE DESARROLLO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS
NACIONALES E INTERNACIONALES I**

“Evaluación de mercados internacionales para exportación de tortilla de maíz”

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Administración de Empresas. Pablo Enrique Jaime Bernal

Lic. Comercio y Negocios Globales. Francisco Cerda Martin

Lic. Comercio y Negocios Globales. Hilda Carolina Michel Hernández

Profesor PAP: Graciela del Carmen Velasco Gutiérrez/ Montserrat del Carmen Moncada
Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, Julio de 2019

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	3
1.4. Contexto	4
2. Desarrollo	5
2.1. Sustento teórico y metodológico	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Resultados del trabajo profesional	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	12
6. Bibliografía	19

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 es analizar la posibilidad de exportar la tortilla de maíz a algún país. En base a esto, durante las ocho semanas se llevó a cabo una extensa investigación para conocer el estado actual en que se encuentra la empresa, la industria de la tortilla y el mercado internacional de la misma.

Para dicha investigación se genera una tabla PESTEL en la cuál se analizan diversos factores de los principales países importadores de dicho producto, profundizando en temas políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, legales, entre otros, para poder identificar el mejor escenario para la exportación, siendo en este caso el país seleccionado Canadá.

De forma interna se generó la ficha técnica del producto considerando la fracción arancelaria aplicable.

Una vez definido el país meta, se investigan los distintos y principales canales de distribución para el producto, así como una investigación de la competencia y precios del producto. Se genera un directorio de distribuidores con lo cual la empresa puede hacer un primer encuentro ya que este lista para exportar.

Adicional, se hizo una investigación sobre las restricciones arancelarias y no arancelarias que tiene Canadá hacia Mexico y se comparte con la empresa los

elementos que debe trabajar de forma interna para poder cumplir con dichas restricciones.

Por último, se presentan las conclusiones y recomendaciones que el equipo cree necesario para poder empezar a exportar la empresa.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Generales

Analizar la viabilidad de mercados extranjeros para la exportación de tortilla de maíz.

Específicos

- ☐ Identificar las herramientas necesarias para la exportación futura de la empresa.
- ☐ Identificar costos de exportación.
- ☐ Identificar la normativa para exportar.
- ☐ Identificar el posible mercado meta.
- ☐ Identificar el mejor medio de transporte.

1.2. Justificación

Se realiza este trabajo entre empresa, institución y alumnos con el propósito de que la empresa cuente con mayor información de como esta para que en su momento de la exportación conozca claramente la documentación y procesos requeridos, al igual de las distintas regulaciones deberá cumplir. Se pretende que, con esto, la empresa cuente con una idea clara de su situación actual y los elementos que deberá trabajar para que pueda ser un exportador directo.

1.3 Antecedentes

La empresa ha laborado por más de 10 años, empezó con un negocio que inició su esposo, pero con el tiempo fue involucrándose ella lo cual generó que se concretara como actualmente está. Con la competencia que existe entre las tortillerías, en el año 2009 se acercan ejecutivos de la empresa *GRUMA* a esta empresa, esto les permitió abrir nuevas rutas de reparto, comercializar en distintos OXXOS, así como

darse a conocer a empresas exportadoras. Dando como resultado, que la empresa Tabachines empiece a maquilar tortillas para empresas más grandes las cuales exportan. Al detectar los empresarios que se cuenta con un producto aceptado en otros mercados que pudiera generarles mayores utilidades, es que inician con la búsqueda de información y procesos para poder exportar directamente su producto. De esta forma estarían diversificando su mercado, abasteciendo no solo al mercado local a través de su propia fábrica y la distribución en OXXO, sino posicionándose también con su propia marca en el extranjero.

1.4. Contexto

La tortilla al paso de los años ha crecido su demanda internacional, gracias a la gastronomía mexicana y al que puede ser sustituto de otros alimentos como el pan tradicional y el pan pita (árabe). Se realizó un análisis PESTEL en el cual se plasma un poco del contexto en el cual se desarrolla este proyecto en distintas circunstancias.

POLÍTICO: Según *Foreing Affairs Latinoamérica*. actualmente México cuenta con 46 tratados de libre comercio a nivel mundial. En el 2016 México y Canadá cumplieron 76 años de tener relaciones diplomáticas

ECONÓMICO: En el 2018 México tenía un crecimiento de PIB (producto interno bruto) del 39, 2 en el valor de exportaciones de productos y servicios según datos del banco mundial. El PIB es una medición la cual se trata de valorar en un periodo de tiempo cuál es el valor de los bienes y servicios de un país.

SOCIAL: En el 2018 hubo un crecimiento de consumo de tortilla a nivel mundial del 3.7 en promedio anual según un estudio de *Future Market Insights*. Se estima que para el año 2028 tenga un crecimiento aproximado de doce millones y medio de dólares.

TECNOLÓGICO: Empresas dedicadas al giro de venta y comercialización de la tortilla, actualmente están en constante investigación e innovación para tener maquinaria adecuada para la capacidad y producción de tortillas de calidad para el mercado. Actualmente este tipo de empresas cuentan con maquinarias que pueden producir entre 15 a 300 tortillas por minuto con la maquinaria que actualmente ellos utilizan.

ECOLÓGICO: La fabricación de la tortilla genera daños es en el medio ambiente. Una investigación realizada en Monterrey determinó que un kilo de tortillas fabricados genera sesenta y seis por ciento en daños en el medio ambiente,

veintisiete por ciento en daño a la salud de las personas y el resto hacia los recursos naturales. Esto se debe a los gases que emite el efecto invernadero por los fertilizantes y químicos que se utiliza a la hora de la plantación del maíz hasta la fabricación de la tortilla.

LEGAL: Se tiene que estar actualizando constantemente en materias legales a nivel nacional e internacional. Ya que se pueden actualizar normas legales y de calidad, que pudiesen afectar a la hora de exportar y/o importar productos. El *International Chamber of Commerce* (cámara de comercio internacional) están por lanzar para el siguiente año una actualización de términos internacionales de comercio (incoterms), lo cual es útil conocerlo para a la hora de negociar con distintas empresas se utilice el término adecuado y así poder plasmarlo en un documento oficial.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

A lo largo del proyecto se puso en práctica lo que se ha aprendido a lo largo de la carrera, metodología y conceptos que nos fueron de ayuda para entregar el proyecto. Cada uno de los integrantes del equipo aportó sus conocimientos obtenidos de las siguientes materias y herramientas:

Logística internacional: En esta materia profundizo en los diversos tipos de transporte se pueden utilizar para la exportación de mercancía, sus tipos de carga y como obtener un mejor cubicaje con cada una de las características del transporte seleccionado. En base a la teoría de la materia de *logística internacional*, y con referencia al libro de “Transportación Internacional, por Genaro Portales Rodríguez” se analizaron los costos logísticos de transporte, tarifas y cuotas del proceso logístico. Además, se calculó el cubicaje del producto y la ruta, así como también que se cumpla con los requisitos específicos del producto. Este mismo autor muestra detalladamente los diferentes tipos de transporte que se puede utilizar para exportar el producto, así como los distintos formatos que se pudieran requerir a lo largo de la exportación y de los términos sobre lo qué es logística y sus incoterms. Para llevar a cabo este trabajo de investigación, nos apoyamos en esta fuente bibliográfica.

Negociación comercial: Basándonos con la investigación de Geert Hofstede en la cual habla sobre como ver a un país con cuatro dimensiones culturales en la cual su población se comporta (Distancia al poder, Individualismo contra Colectivismo, Masculinidad contra Feminidad y Aversión a la incertidumbre), pudimos como equipo apoyarnos con estos conocimientos para apoyarnos a la hora de selección de nuestro país meta.

Modelos de exportación y comercialización: Esta materia nos ayudó ya que profundiza sobre los bloques económicos, lo cual fue de ayuda para identificar donde pertenece México y donde pertenecían los países que se evaluaron para elegir cual iba a ser nuestro mercado meta. Como definir empresas exportadoras directa e indirectamente, como es que funcionan. Y se enfocó a cómo y dónde acercarnos para buscar distribuidores.

Investigación de mercado: Para definir nuestro objetivo general, así como los objetivos específicos nos basamos con el proceso *SMART*. El cual al crear estos objetivos genera que nos basemos en que sean simples, medibles alcanzables, realistas y que se puedan realizar en el tiempo del proyecto. Esto nos ayudó para ser muy concisos en lo que se podía realizar en el tiempo tan corto que se tenía y así poder entregar un buen proyecto. En esta misma materia se profundizo sobre las “4 P” lo cual nos fue útil para la logística ya que nos enfocamos en la “P” de plaza, para ver donde se está vendiendo el producto en el país que seleccionamos, así como investigar diferentes distribuidores existen en el país, y así crear un directorio de contactos que le puedan ayudar a la empresa en un futuro para un primer acercamiento.

Inteligencia competitiva de negocios: Esta materia fue clave para la investigación de información en internet para el proyecto. Con apoyo de las herramientas de Mediateca: el cual es un sitio de ITESO donde nos ofrecen distintas herramientas que cuenta la universidad, así como la sugerencia de donde buscar información en fuentes confiables. A grandes rasgos esta materia nos ayudó a obtener un conocimiento y saber que recuperar con los datos que se obtengan. El poder ser más críticos a la hora de seleccionar que era importante plasmar en este proyecto.

Clasificación arancelaria: Se clasificó el producto en base a las reglas generales y complementarias de las reglas de clasificación, como también las notas explicativas de dicha LIGIE y referencias de la fracción arancelaria en cuanto regulaciones no arancelarias, como son las NOM en México. Se tuvo un acercamiento con el profesor Ramón Rafael Rodríguez García, para verificar la fracción arancelaria que se había obtenido era en efecto la adecuada. Para sacar la clasificación arancelaria eh información sobre quienes exportaban e importaban

esta fracción, nos apoyamos de la base de datos Trade Wizard. En esta base de datos pudimos observar cuales eran los principales importadores de productos mexicanos para esta fracción, y sobre esto fuimos colaborando para poder determinar qué país pudiese ser el meta.

Consultoría integral de los negocios internacionales: Se analizaron los mercados, las tendencias y los consumidores de tortilla a nivel mundial. Después se analizaron los principales puntos de venta y la competencia para determinar las características del producto en la región, así como los precios y las presentaciones. Nos basamos para sacar esta información en base de datos proporcionados por la biblioteca ITESO como Passport.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

El proyecto brindó información a la empresaria con los hallazgos que se obtuvieron de la investigación. La empresa ya había exportado a distintos países por medio de un tercero, pero al querer hacerlo ya por su cuenta se hizo una investigación profunda para determinar cuál era el país que se cree más conveniente para la exportación, así como determinar costos y logística para el envío de mercancía al país destino.

- Plan de trabajo

A lo largo de las ocho semanas en que se llevó la investigación, se determinaron cuáles de los objetivos propuestos, y se realizaron distintas acciones para el cumplimiento de los objetivos que se plasmaron en el trabajo. El equipo conformado para realizar este proyecto llevó a cabo las siguientes acciones:

- Elaboramos un cronograma con las acciones que se podrían llevar a cabo durante el periodo del proyecto. A continuación, se detallan las acciones

llevada a cabo para cumplir con lo establecido en el cronograma:

Cronograma

FECHAS PLANEADAS DÍAS DE REALIZACIÓN									
ACTIVIDADES	Res pons able	% de Avance	MAYO	JUNIO					JULIO
			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
			L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D
27 al 02				02 al 08	09 al 15	16 al 22	23 al 29	30 al 06	07 al 13
1. EMPRESA - (Primer visita)			x						
Tiempo Real de la realización del apartado									
1.1 Información General de la Empresa			x						
1.1.1 Antecedentes y Situación Actual de la Empresa				x					
1.1.2 Razón Social				x					
1.1.3 Organigrama				x					
1.1.4 Descripción de Puestos Clave				x					
1.2 Conciencia Exportadora				x					
1.2.1 Misión				x					
1.2.2 Visión				x					
1.2.3 Valores				x					
1.2.4 Objetivos				x					
1.2.4.1 Generales				x					
1.2.4.2 Específicos				x					
VISITA A EMPRESA				x					
2. PRODUCTO - Del XX al 0XX del mes XX				x	x				
Tiempo Real de la realización del apartado				x	x				
2.1 Características del Producto				x	x				
2.1.1 Descripción Técnica y Fracción Arancelaria				x	x				
2.1.2 Descripción Cualitativa (para alimentos y bebidas Descripción Sensorial)				x	x				
2.1.3 Registros de Marca y Patentes								x	
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados									
2.2.1 Capacidad de Producción y Oferta Exportable						x			
2.3 Formulación de Precios de Exportación					x				
2.3.1 Costos					x				
2.3.2 Precio Ex Works					x				
3. MERCADO -					x	x	x		
Tiempo Real de la realización del apartado					x	x	x		
3.1 Industria					x	x	x		
3.1.1 Información General del Sector o Industria						x	x		
3.1.1.1 Tamaño						x	x		
3.1.1.2 Tendencias de Crecimiento						x	x		
3.2 Investigación de Mercado						x	x		
3.2.1 Perfil del Consumidor						x	x		
3.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado						x	x		
3.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias						x	x		
3.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado						x	x		
3.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado						x	x		
3.2.3.2 Competidores						x	x		
3.2.3.2.1 Listado						x	x		
3.2.3.2.2 Precios						x	x		
3.2.3.2.3 Distribución						x	x		
3.2.3 Selección del Mercado									
3.3 Canales de Distribución							x		
3.3.1 Identificar la cadena de distribución							x		
3.3.2 Estrategias de Distribución							x		
3.3.3 Directorio de contactos							x		
4. COMERCIALIZACION									
Tiempo Real de la realización del apartado								x	
4.1 Estrategia de producto / marca								x	
4.1.1 Propuesta de valor / Estrategia de posicionamiento									
4.2 Plan de Marketing /My trade								x	
4.2.1 Lista de precios									
4.2.2 Políticas y términos de venta									
4.2.3 Ferias y promoción / Jalisco Competitivo									
5. LOGISTICA									
Tiempo Real de la realización del apartado							x	x	x
5.1 Selección del Medio del Transporte							x	x	x
5.1.1 Identificación del Medio Adecuado							x	x	x
5.1.1.1 Tabla comparativa							x	x	x
5.1.1.2 Toma de Decisión							x	x	x
5.1.2 Diseño de la Ruta							x	x	x
5.1.2.1 Empaque y Embalaje							x	x	x
5.1.2.2 Cubicaje							x	x	x
5.1.2.3 Selección del Transporte							x	x	x
5.1.2.4 Determinación de los Agentes Aduanales							x	x	x
5.2 Regulaciones					x	x			x
5.2.1 Arancelarias					x	x			x
5.2.2 No Arancelarias					x	x			x

- Se tenía espacio de asesoría de lunes a jueves asesoría con las profesoras, para entregar avances de los trabajos, así como el preguntar dudas que se tenían.
- Hubo tres visitas con la empresaria en su negocio, donde se recolectó información para el trabajo, así como irle presentando los hallazgos que se iban teniendo previo a cada una de las reuniones. Así mismo, se documentó cada una de estas visitas.

1. El primer encuentro con la empresaria fue el 28 de mayo de 2019 en sus instalaciones. En este acercamiento se le dio a conocer contenido

del Proyecto, junto con lo que la empresa quiere obtener del proyecto. Nos habló sobre el proceso de la elaboración del producto y se aclararon dudas que los alumnos tenían acerca de la empresa.

2. La segunda visita también se realizó en las instalaciones el día 03 de junio de 2019. Se habló sobre más datos de la empresa y dudas de la empresa que tenía el equipo. Se realizó el diagnóstico de empresa y diagnóstico exportador.
 3. En la última visita que tuvimos con la empresaria fue el día 01 de julio de 2019. En este encuentro nos reunimos con los dueños de la empresa, su hijo y personal de la tortillería. Hablamos sobre el avance que hasta ese momento teníamos, recolectamos información que nos faltaba, así como resolvimos dudas que se tenía por parte de la empresa.
- Hubo un acercamiento continuo con la empresaria para poder tener la información lo más precisa posible para entregar un mejor documento. En este acercamiento se determinó cual era la capacidad de producción de tortillas, y cuánto de esta se podría destinar a la exportación.
 - Se buscó información, así como un acercamiento a información y herramientas de gobierno, como la Secretaría de Economía y la Dirección General del Comercio Exterior de Jalisco.
 - Internacionalmente, se buscó información en Cámaras de Comercio que existen el exterior, para poder realizar un directorio de contactos para un futuro acercamiento de la empresa con el país elegido.
 - El proyecto se realizó con una investigación extensa en distintas fuentes confiables ya sea instituciones gubernamentales así como información que se obtuvo en la base de datos de ITESO. Entre la base de datos que utilizamos por medio de ITESO están: Euromonitor, Business Source Complete y Trade Wizard, las cuales fueron muy útil para tener una información más confiable a la hora de plasmar lo investigado.
 - Se tuvo un acercamiento con el profesor Ramón Rafael Rodríguez García, para verificar la fracción arancelaria que se había obtenido era en efecto la adecuada.

- Desarrollo de propuesta de mejora

A la empresa se le hizo entrega de un documento donde se explica a detalle cada uno de los temas tratados para tener con éxito el cumplimiento del objetivo general y específicos.

En el tema 1 (empresa) se plasma:

- Información general de la empresa ha si como su situación actual la cual se obtuvo de la misma empresa.
- Se realizaron dos diagnósticos, empresarial y exportador, en la plataforma de YO EXPORTO para tener una situación actual de la empresa. La cual fuera más fácil determinar como esta.
- Se plantearon cuáles serían el objetivo general y específicos que se trabajaría en el proyecto.

En el tema 2 (producto) se plasma:

- Una ficha técnica con el producto que se desea exportar así como la investigación de su exacta fracción arancelaria.
- Una descripción cualitativa. Ya que es un producto de alimento, la descripción que se realizó fue sensorial.
- Se investigó si el nombre de la empresa se podía registrar, ya que actualmente no lo tienen.
- Se trabajó para determinar cuál es la capacidad de producción con lo que se cuenta para la exportación, así como definir sus costos de producción con precios **Ex Works**.

En el tema 3 (mercado) se plasma:

- Información sobre la industria de alimentos adentrándonos en repostería, en la cual se es clasificada la tortilla.
- Tamaño y tendencias del producto a nivel internacional.
- Se realizó una tabla comparativa sobre países potenciales, para determinar cuál era el más adecuado a nuestro criterio con información que lo sustentara.
- Se investigaron distintos países y quienes eran sus consumidores. En donde se puede conseguir este producto, y cuál es el margen de precios que se maneja en el país seleccionado.
- Cuáles son los distintos canales de distribución que se utilizan en el país seleccionado, Canadá.
- Ya que actualmente no cuentan con un distribuidor en Canadá, se investigó distintas entidades de gobierno, así como distribuidores mexicanos que pudieran ser útil para tener un primer acercamiento. Se realizó un directorio de contactos.

En el tema 4 (comercialización) se plasma:

- En este tema hablamos sobre un plan de marketing. Decidimos que para darse a conocer la empresa se le aconsejo registrarse a la plataforma MY TRADE, la cual es un primer acercamiento de B2B .

En el tema 5 (logística) se plasma:

- Regulaciones y restricciones arancelarias para la exportación de la tortilla a Canadá.
- Costo logístico para la exportación del producto.
- Tipo de transporte seleccionado.
- Cotización de empaque y embalaje.
- Sugerencia de certificaciones que servirán para su empresa. Como certificación fitosanitaria CNP.

Al terminar los temas tratados en el documento, hay un apartado donde se ponen conclusiones y recomendaciones por parte del equipo para la empresa.

3. Resultados del trabajo profesional

Al término del proyecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se realizaron dos diagnósticos (un empresarial y otro exportador) para ver cómo estaba la empresa.
- Ficha técnica adecuada para la exportación del producto deseado.
- Costos de producción por kilo (Precio EXW)
- Mercado meta potencial y sus características cualitativas y cuantitativas.
- Documento de soporte de la clasificación arancelaria basado en las reglas generales de la clasificación.
- Distribuidores del producto en el país destino.
- Principales empresas exportadoras e importadoras del producto por su fracción arancelaria.
- Directorio de contactos para tener acercamiento a los distintos distribuidores y organizaciones de productos mexicanos en Canadá
- Registro de la empresa en MyTrade
- Cubicaje
- Requisitos de las regulaciones no arancelarias para exportar a Canadá
- Requisitos de las regulaciones arancelarias (el pago de impuestos y documentos para tener una preferencia arancelaria a partir del tratado de libre comercio).

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

- Aprendizajes profesionales

Reflexiones Pablo Jaime

Las competencias desarrolladas de la profesión fueron más que nada la investigación profunda, el trabajo en equipo y comunicación efectiva.

Me dí cuenta de varios aspectos que no conocía en el mercado internacional, ya que este PAP está especialmente enfocado a la exportación, aprendí temas nuevos gracias a mis compañeros.

Mis saberes que puse a prueba fue la investigación, el realizar costeo sobre productos y la identificación de información acerca del registro de su marca a la empresa.

Para la vida profesional más que nada aprendí no solo a realizar los procesos, sino a trabajar en equipo que es una de las cosas más importantes.

Reflexiones Francisco Cerda

Las competencias que desarrollé fueron las de comunicación en equipo, la de investigación, edición de texto, análisis de información, entrevista y formulación de cuestionarios. La habilidad de conseguir información clave y/o escasa de cierto tema para el proyecto fue vital para avanzar con las entregas. Uno de mis aprendizajes más grandes en este proyecto fue trabajar con entregables y tiempos determinados, ya que al no ser realizados en tiempo se acumulan para la siguiente entrega y corta la fluidez del trabajo.

Se puso a prueba mi habilidad analítica y de síntesis para poder entender de manera general el mercado y negocio de las tortillas a nivel mundial y en específico en Canadá. También fue puesto a prueba mis conocimientos de clasificación arancelaria como de mercadotecnia, investigación de mercados y logística.

Reflexiones Hilda Carolina Michel Hernández:

A lo largo del proyecto hice uso de las herramientas e información que fui aprendiendo a lo largo de la carrera. Pude plasmar mis conocimientos teóricos en un trabajo de investigación en una empresa real.

Mis saberes estuvieron a prueba, ya que por el tipo de carrera que tengo, debes de estar en constante actualización, porque programas, leyes pueden haber cambiado de lo previamente visto en materias. Por lo tanto, distintos organismos que se me enseñaron como PROMÉXICO, ya no existe, así que se tuvo que investigar quien se quedó a cargo con los distintos servicios que esta ofrece.

Lo que puedo decir que aprendí, de materias que creía irrelevante con la carrera, hasta complementarias que tomé, llegan a ser muy útil para tener un mejor resultado en este tipo de investigación.

- Aprendizajes sociales

Reflexiones Pablo Jaime

Los aprendizajes que desarrolle en esta parte fue principalmente a mejorar la comunicación con mi equipo ya que en ocasiones teníamos dificultades en esta parte, pero afortunadamente pudimos resolver este tema.

También un problema que si tuvimos con la empresa fue la comunicación, ya que nos costó mucho trabajo y esfuerzo el obtener información que era necesaria para poder continuar con el proyecto, ya que se necesitaba para cotizaciones, información general de la empresa y otros temas importantes.

Fue un obstáculo a superar la comunicación con la empresa, pero afortunadamente pudimos cumplir con todos los objetivos que nos propusimos en este proyecto.

El trabajar con una empresa sin estructura y organización me hizo reflexionar acerca de cómo es que realmente están la mayoría de las empresas en México, ya que la gran parte del pib y generación de empleos en México se conforma por pymes, y es una pena que las empresas se encuentren en este estado y puedan ofrecer tan poco y sean tan poco competitivas.

Por lo tanto más que nada me hizo aprender a trabajar en equipo y crear conciencia de ayudar a empresas pequeñas a mejorar.

Reflexiones Francisco Cerda

En la manera en que fui aprendiendo de mis compañeros y entendiendo su manera de trabajar, de comunicarse, sus fortalezas y debilidades pude encontrar la forma de trabajar en equipo con ellos. Además trabajar con una empresa pequeña me hizo entender que no todo es como en la teoría y que a veces ciertas actividades, políticas, reglamentos y demás cuestiones que hacen formal a una empresa no siempre están presentes. Soy capaz de realizar un proyecto en la medida que conozco bien el objetivo general de este y los elementos o factores clave para llevarlo a cabo. Un proyecto es la suma de todas las fuerzas, por lo que dedicarse a cada pequeño componente y establecer criterios de evaluación y fechas de entrega para cada uno de ellos son la principal causa de éxito o fracaso de un proyecto. Puedo identificar que en este proyecto la comunicación fue de los principales problemas, puesto que trabajamos suponiendo cosas erróneas que se pudieron haber evitado con una comunicación clara y concisa desde el principio. El proyecto benefició principalmente a la empresa de tortillas y si esta llega a exportar se beneficiará la economía del país y no solo por el caso aislado de la tortillería, sino también por todos los casos y empresarios que motiva ver como una pequeña empresa puede exportar teniendo un buen plan y las medidas regulaciones adecuadas.

Reflexiones Hilda Carolina Michel Hernández:

El haber conocido en el contexto que se encontraba la empresa, y haber conocido un poco más a mis compañeros de trabajo se decidió un plan de trabajo. Cada uno con sus debilidades y fortalezas nos complementamos para poder realizar un trabajo el cual fuera de gran ayuda para dar información relevante y verídica a la empresaria con la finalidad de sobre eso se base para tomar decisiones futuras.

Aunque hubo semanas que nos costó obtener información rápida de la dueña ya que por cuestiones de la empresa se le complicaba, nunca tratamos que eso nos detuviera para ir adelantando en temas que podíamos ir resolviendo.

Lo que se trató de hacer con este trabajo, es que ya con la información obtenida y las recomendaciones por parte de mi equipo, la empresa empiece a implementarla,

y esto en un futuro le pueda generar valor agregado el cual pueda resultar con mayores ganancias para en un futuro hasta poder generar empleos. Lo que puedo decir que la empresa me dejó en el ámbito social, es qué está tratando de tener. El impacto que me dejó al realizar este proyecto, es qué no necesariamente tienes que ser una empresa grande para generar un buen ingreso. Puedes ser pequeña, el cual puede generar empleos y derrama económica en el estado y país en el que esté residiendo.

- Aprendizajes éticos

Reflexiones Pablo Jaime

En este proyecto se tomaron varias decisiones, todas estas las hice de manera ética y de acuerdo a lo solicitado por la empresaria, investigamos en fuentes confiables, se realizó la investigación y trabajo con ética.

Los puntos que hicimos para la empresaria se realizaron de la mejor manera y de acuerdo a lo solicitado, todo esto nos ayuda a fortalecernos como personas éticas y de compromiso a la sociedad.

Después de esta experiencia, aplicare lo aprendido en mi mismo primeramente y después en la sociedad.

Reflexiones Francisco Cerda

En este proyecto hice el compromiso con la Empresaria de tener resultados y recomendaciones puntuales y significativas. Además se manejó mucha información confidencial que en todo momento se protegió y se le hizo un uso debido.

La experiencia vivida me invita a dar más en el trabajo y siempre dar la cara ante la situación, sin tener excusas de porque los entregables no fueron completados en tiempo y forma.

Después de esta experiencia PAP entiendo que mi profesión es el fruto de nuestro esfuerzo y trabajo y por lo tanto la ejercerá de acuerdo a mis valores. Todo el fruto de mi esfuerzo es para la sociedad que se beneficia del trabajo que le ofrezco.

Reflexiones Hilda Carolina Michel Hernández:

Al comienzo del proyecto, se generó un acuerdo en el cual nos comprometimos a no hacer mal uso de la información confidencial que la empresa nos proporcionará a lo largo del proyecto. Esto desde luego más qué papel, uno como persona debe de saber que si se nos acercan a pedir ayuda, ya sea índole profesional o personal, debes de saber qué es información confidencial, el cual no se puede hacer mal uso, que no sea para lo que se da.

Hubo en lo que cabe, una buena comunicación con la empresa, fue muy accesible en proporcionarnos lo que le pedíamos.

Por mi carrera, puede llegar a ver momentos donde la ética será cuestionada en ver si hacer lo correcto o no. Pero teniendo los ideales que es lo éticamente correcto, sabré hacer lo correcto.

- Aprendizajes en lo personal

Reflexiones Pablo Jaime

En este PAP aprendí que una parte muy importante de la vida es el trabajo efectivo en equipo y la buena comunicación entre cada integrante de un equipo o comunidad.

Nuestra sociedad cada vez se está haciendo más individualista, y es algo que tenemos que frenar y crear ese ambiente de trabajo en equipo, el ayudarnos entre todos para crecer profesionalmente y personalmente es algo que debemos fomentar.

Este proyecto me enseñó que hay muchas empresas que son la base de la economía de nuestro país, y realmente están muy mal estructuradas y en pésimas condiciones como organización, me hizo darme cuenta que se puede ayudar a estas empresas con este tipo de proyectos por parte de las universidades y es la mejor forma de ayudarlas y hacerlas estructurarse y crecer tanto como empresa, y de manera individual a los dueños o encargados del proyecto.

Reflexión Francisco Cerda

El PAP me sirvió para conocer mi lado humano y laboral al aplicarme en un proyecto real con una empresa y descubriendo las necesidades y problemas de esta. Fue necesario que yo saliera de mi zona de confort e investigara y trabajara fuera del ITESO ya sea con visitas a la empresa, investigación en bases de datos, consultas y llamadas a organismos en México e incluso comunicación vía correo electrónico con agencias de otros países. Este PAP me ayudó también a entender cómo es la vida de una pequeña empresa y todos los miembros que la conforman, como también la de los investigadores y compañeros que participamos en el proyecto

Reflexiones Hilda Carolina Michel Hernández:

Lo que me dejó el proyecto PAP, es como llega a ser una investigación laboral. Como te toca trabajar con personas que tienen otras fortalezas y/o debilidades diferente a ti, pero eso no es un impedimento para hacer un buen equipo.

Es una manera donde pones en práctica todo lo aprendido a lo largo de la carrera, donde lo ves teórico, pero en el proyecto es plasmarlo e irlo trabajando. Al igual, de no solo es lo aprendido en clase, siempre hay conocimientos nuevos que se fueron plasmando en el trayecto del proyecto.

El proyecto me ayuda para mi proyecto de vida, que no solamente es decir lo que quiero realizar, si no plasmarlo y sobre eso ir trabajando. Puede que lo que al principio pensabas qué era lo que iba a pasar, pero mientras pasa el tiempo, cambiaran los objetivos.

5. Conclusión

Al finalizar el proyecto, podemos decir como equipo que se completaron con éxito los objetivos que se plantearon al principio del proyecto. Esto se pudo realizar ya que los integrantes del equipo pusimos en práctica lo visto en el transcurso nuestras carreras, no solo aprendimos temas académicos, nos tocó enfrentar temas de la vida real por medio de la empresa, ya que al principio tuvimos una comunicación efectiva, pero hubo momentos que por diferentes motivos la empresa no nos proporcionaba la información solicitada lo cual era indispensable para seguir avanzando.

Esto nos dificultó el proceso y ocasionó algo de presión sobre nosotros, en algo que no estaba en nuestro alcance solucionarlo, pero estábamos comprometidos con la empresa a realizar nuestro mejor esfuerzo y la mejor entrega de nuestra parte.

Sin embargo, pudimos realizar y cumplir con los objetivos acordados, primeramente, se realizó la investigación y se recabó toda la información sobre el producto y la empresa en general, desde su estructura como empresa, información general, capacidad de producción, sus registros de marcas, sus costos y ficha técnica de su producto a exportar.

Se identificó con base a nuestra investigación, el mejor mercado y país para exportar el producto que seleccionamos. Se hizo una matriz de selección con toda la información recabada de países de interés. Los puntos para evaluar fueron políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos, etc. Los resultados nos arrojaron que el país que contaba con las características más favorable fue Canadá.

Después de realizar la recolección de información general de la empresa, se realizó una investigación extensa sobre la industria de este producto, el tamaño de la industria, las tendencias de crecimiento. Se realizó una investigación de mercado que abarcaba; perfil del consumidor, identificación cuantitativa y cualitativa del mercado, tamaño del segmento, competidores, precios, distribución, canales, etc.

Al seleccionar el país de interés gracias a la matriz, el siguiente paso fue investigar todos los requisitos que pide cumplir Canadá para lograr exportar un producto con la fracción arancelaria que le corresponde.

Por último, pasamos a la logística, que se hizo desde el cubicaje hasta la cotización de los fletes existentes en el cual se plasmó los diferentes costos para los distintos tipo de transporte.

Para concluir, como equipo logramos cumplir con los objetivos propuestos a la empresa, y se logró realizarlo de la mejor manera, estamos satisfechos con el trabajo entregado a la empresa e institución.

En este PAP aprendimos cosas nuevas y a poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a través de la carrera, nos gustó mucho el PAP ya que mezcla el conocimiento teórico con lo práctico, y es la mejor forma de aprender.

Estamos satisfechos con el PAP y empresa, dimos nuestro tiempo y esfuerzo a ello y esperamos que se aprecie y lleve a cabo la exportación de la empresa.

6. Bibliografía

Lanzamiento y Capacitación en Incoterms®2020. (n.d.). Retrieved July 9, 2019, from <https://www.iccmex.mx/eventos/calendario-icc-mexico/lanzamiento-y-capacitacion-en-incoterms-2020>

Jesús, P. R. (2012). *Transportación internacional*. México, D.F.: Editorial Trillas.

Plataforma Digital Para Impulsar Las Exportaciones de Jalisco. (n.d.). Retrieved July 04, 2019, from <https://www.mytrade.mx/>

Bases de datos. (n.d.). Retrieved July 04, 2019, from https://biblio.iteso.mx/bases_datos

Sitio de Secretaría de Economía. (n.d.). Retrieved July 05, 2019, from <https://www.gob.mx/se/>

Government of Canada, Canadian Food Inspection Agency. (2019, July 01). Welcome to the Canadian Food Inspection Agency. Retrieved July 08, 2019, from <http://www.inspection.gc.ca/eng/1297964599443/1297965645317>

P. (2018). La Industria de Alimentos Procesados en México Febrero 2018. Retrieved July 11, 2019, from <http://www.promexico.gob.mx/documentos/sectores/presentacion-alimentos-procesados.pdf>

M. (2012). *GLOBAL BREAD AND ROLLS*[PDF]. MARKET LINE.