

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)

**3J02A Desarrollo para la Comercialización y Ventas Nacionales e
Internacionales I CEDECOM**



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

Desarrollo de capacidades para la exportación o importación (CEDECOM)

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA RANCHO “EL SALVIAL”

PRESENTAN:

Programas educativos y Estudiantes

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Iza Vanessa Ochoa Guerrero

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Sofía Verduzco Rodríguez

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Miguel Ángel Sámano Magaña

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Carlos Alberto Estrada Romero

Profesoras PAP:

Graciela del Carmen Velasco Gutiérrez

Montserrat del Carmen Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, Julio de 2020

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	3
1. Introducción	4
1.1. Objetivos	4
1.1.1 Generales	4
1.1.2 Específicos	4
1.2. Justificación	4
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	6
2. Desarrollo	7
2.1. Sustento teórico y metodológico	7
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	9
2.2.1 Descripción del proyecto	9
2.2.3 Plan de trabajo:	10
2.2.4 Desarrollo de propuesta de mejora	2
3. Resultados del trabajo profesional	6
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	9
4.1 Aprendizajes profesionales	9
4.2 Aprendizajes sociales	11
4.3 Aprendizajes éticos	13
4.4 Aprendizajes en lo personal	15
5. Conclusiones	16
6. Bibliografía	18

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

Para este proyecto se plantea la siguiente situación, una empresa mexicana de origen tapatío: Rancho “El Salvial” empresa dedicada a la producción de Aguacate Hass Mejorado en la ciudad de Mascota, Jalisco y que se encuentra en una etapa de primera generación desea exportar su producto al extranjero. ¿A qué mercado debe vender?, ¿qué país es más adecuado para su venta?, ¿qué regulaciones y restricciones existen?, ¿cómo se debe mandar?

Para realizar este proyecto, primeramente, se elaboraron dos diagnósticos a la empresa para identificar sus áreas de oportunidad tanto internas como externas. Por otro lado, se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la carrera y se realizó una búsqueda en ciertos índices para medir los niveles de globalización para conocer qué tan “abierto” es un país a la compra del producto; cuáles son sus niveles tanto de importaciones como de exportaciones, para saber en qué cantidad y qué es lo que se produce y consume, con la finalidad de encontrar un mercado apropiado. Mediante un análisis PESTEL y una matriz de selección de países donde se evaluaron a Canadá, Países Bajos y Estados Unidos se definió como mercado meta a Estados Unidos. Posteriormente se realizó un análisis a profundidad

del sector en el país destino para conocer el comportamiento del producto, así como la búsqueda de las regulaciones y restricciones que pudiesen impedir la entrada al mercado. Se aborda el tema logístico donde se define el total del primer embarque y se realizan algunas cotizaciones de transporte. Finalmente se presentan algunas conclusiones y recomendaciones para el empresario.

1. Introducción

1.1. Objetivos

1.1.1 Generales

- Identificar oportunidades y darle a la empresa herramientas para poder competir en mercados internacionales.

1.1.2 Específicos

- Identificar el mercado potencial mediante información macroeconómica.
- Conocer las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias para poder entrar al mercado extranjero elegido.
- Realizar la evaluación de costos logísticos.

1.2. Justificación

El proyecto se ha desarrollado con la finalidad de resolver la necesidad del empresario de encontrar el mercado adecuado para poder exportar la futura producción de su fruto mediante un conjunto de acciones que se busca concretar con el esfuerzo del equipo.

1.3 Antecedentes

Rancho “El Salvial” se encuentra ubicado en el municipio de Mascota, uno de los 125 municipios que conforman el estado de Jalisco y pueblo mágico. Se encuentra en el oeste del estado, en la región Occidental. La operación tradicional es ser un rancho Ganadero

Agrícola: Engorda de ganado por pastoreo en praderas y con alimento preparado. Siembra de Maíz y Cebada para consumo propio.

Según el empresario, propietario y administrador del rancho, la explotación tradicional del rancho se ha venido dando por costumbre familiar, desaprovechando las oportunidades de negocio que existen. Las dimensiones y características del rancho NO hacen este tipo de explotación tradicional agropecuaria la mejor de las opciones en la actualidad. La rentabilidad actual del rancho con esta explotación tradicional es marginal, en otras palabras, no es rentable. Por lo que se optó por utilizar la vocación natural del rancho, considerando sus características climatológicas, geográficas, tipo de suelo y agua para desarrollar otro producto.

En el año 2018, la empresa empezó a desarrollar un nuevo modelo de negocios específicamente enfocado en la plantación de **Aguacate Hass Mejorado**. Actualmente cuenta con 3 empleados fijos y en las épocas de plantación, que son dos meses al año, se contratan de manera temporal hasta 8 empleados adicionales. El rancho consta de alrededor de 130 hectáreas con alrededor de 5000 árboles, se planean plantar 3000 más en 2020 y duplicar el siguiente año. Como se mencionaba anteriormente, el rancho se ubica en la zona volcánica de Mascota, Jalisco por lo que el terreno es poroso, la tierra contiene nutrientes especiales y el clima es ideal para la plantación de aguacate.

1.4. Contexto

En los últimos años ha habido una creciente demanda en el consumo global del aguacate, incluso aún más rápido que la producción, abriéndose la posibilidad de incursionar con éxito en mercados de carácter internacional. Siendo México el principal productor en el año 2019 la producción en México fue de 2,373,069 toneladas métricas, además de ser también el principal exportador en el mundo con una participación del mercado del 42.9%. Por otro lado, con un 39.4% de participación en las importaciones mundiales, Estados Unidos es el mayor importador de aguacate en el mundo, tan solo en el año 2019 importó una cantidad de 1,105,375 toneladas. El consumo mundial del aguacate crece casi 3% cada año y cada vez más mercados están abriendo sus fronteras tanto a la importación como la exportación del fruto siendo España, Alemania y Países Bajos los que tienen el mayor crecimiento.

Actualmente México es el principal proveedor de aguacates adquiridos por Estados Unidos, teniendo una participación de casi el 89%. Uno de los factores clave para ser el exportador favorito de Estados Unidos es la calidad de los estándares en cuanto a sanidad agroalimentaria, esto aunado a las ventajas arancelarias que se tienen por los acuerdos comerciales existentes entre ambos países, como el actual T-MEC. El aumento en el consumo de aguacate en Estados Unidos se debe principalmente a la multiculturalidad del país y la influencia que ha tenido la cultura latinoamericana sobre los habitantes no latinos, por ello, si una empresa produce aguacate, alguno de sus complementos o derivados, Estados Unidos puede convertirse en su principal aliado comercial. Se estima que en el mundo 1 de cada 3 aguacates que son cosechados provienen de México.

La ventaja competitiva de contar con miles de hectáreas de “oro verde” en México, ha representado grandes beneficios para la economía mexicana, principalmente para el estado de Michoacán, que tiene más de 26,000 productores de aguacate y genera más de 380,000 empleos. Ubicándose como el principal productor de México aportando el 96.6% de la cosecha, seguido de Jalisco con tan solo un 4.7%.

Por otro lado, el aguacate es una fruta muy fácil de digerir, un alimento muy saludable y adaptable ya que se puede aprovechar de distintas maneras: guacamole, tostadas, postres, paletas, ensaladas, entre muchas otras. Las tendencias del mercado indican un incremento en la demanda de productos naturales y orgánicos gracias a los nuevos hábitos de consumo, además de que existen nuevas líneas derivadas del producto, nuevas formas de presentación y envasado.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

A continuación se presentan algunas de las materias y conceptos teóricos en los que nos basamos para la realización exitosa del proyecto. En los que, cada uno de los integrantes del equipo, hemos puesto en práctica lo aprendido durante la carrera.

Para iniciar un proyecto dentro una empresa, sobre todo, algo tan importante como lo es una exportación, es debidamente obligatorio realizar una **“investigación de mercado”** para tener un camino más claro. Recopilar y analizar la información del mercado permite al empresario tomar decisiones más claras sustentadas en datos duros. Hablando en temas de exportación, el poder analizar un mercado nuevo para una empresa, es sumamente importante para conocer cómo se mueve y trabaja. No basta con solo ver opciones, es necesario la realización de diagnósticos para poder entender cuáles son las necesidades de esos mercados y cuáles encajan mejor con los objetivos de la empresa. De igual forma, la materia de **“análisis del mercado de consumidores”** nos brinda las herramientas necesarias para poder identificar el perfil del consumidor.

También es vital conocer cómo se rige la **“Ley Aduanera”** esto es importante ya que el derecho aduanero juega un papel fundamental tanto en importaciones como exportaciones, pues son el conjunto de normas que rigen la forma de operar, qué regulaciones se tienen que cumplir para lograr la autorización de acceso a un mercado. Por su lado, la materia de **“clasificación arancelaria”** nos ha brindado las bases para poder

identificar la fracción arancelaria del producto la cual se define con base al Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA), misma que fue elaborada y publicada por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) desde el año 1988 y gracias a ella poder conocer las diferentes regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias.

El hecho de conocer que los productos tienen un régimen arancelario puede facilitar la logística de una manera muy importante para la empresa. Para conocer cuáles eran las restricciones que aplican al fruto a exportar nos basamos en el Acuerdo comercial de Estados Unidos, México y Canadá (**USMCA**), “La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de los Estados Unidos” (CBP, por sus siglas en inglés) ha lanzado un Centro USMCA para que sirva como una ventanilla única de información sobre el USMCA, esta fue de gran ayuda como orientación para nuestro proyecto. Las multas por no cumplir correctamente con las regulaciones arancelarias son muy graves tanto que te pueden incluso embargar las mercancías, es por eso por lo que se recomienda tener una persona capacitada para realizar todas estas actividades, como un **“agente aduanal”**, la persona autorizada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) para realizar el correspondiente despacho de mercancías.

Un punto importante para la realización del proyecto, y en otros similares, son los canales de distribución del producto, tal como se pudo ver en la materia de **“plan de negocio”**, ya que, al investigar cuales son las formas en las que se mueve actualmente o en las que se podría mover el producto, por ejemplo: comercializadoras, convenios o venta directa, etc., se puede evaluar la mejor opción según la capacidad económica y grado de compromiso con la que puede actuar la empresa para responder a sus clientes; así se menciona en el libro de **“Fundamentos de marketing”**, escrito por Diego Monferrer Tirado, nos dice que el canal de distribución es todo el conjunto de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a manos del consumidor final (usuario), por lo que el tener identificado esto es importante, puesto que podría significar un cambio radical en la estrategia de la empresa, ya que, por ejemplo, no es lo mismo tener como cliente a otra empresa que al usuario/consumidor final.

Ahora bien, uno de los puntos de mayor relevancia en las exportaciones es la **“logística internacional”**. Así como aseguran algunos académicos, exclamando que la logística es el continente negro del comercio, por el simple hecho de que mueve todos los procesos de manera correcta para que una exportación tenga éxito. Dentro de las exportaciones se debe de tener en cuenta puntos bastantes específicos como empaque y embalaje, medios de transportes, costos, aduanas, métodos de pago, etc. Ésta materia nos brindó las bases para la realización del cubillaje una herramienta que permite optimizar el flete y distribuirlo de mejor manera para disminuir los costos.

Existen compañías especializadas que se dedican a llevar la logística de las exportaciones, estos son llamados **“transportistas”** y son quienes se encargan de gestionar todos los requerimientos vinculados al transporte de las mercancías. Es importante contar con los servicios de estas agencias para evitar cualquier tipo de problemas que puedan retrasar el embarque de la mercancía, ya que al tener fechas ya establecidas para la entrega del producto con el cliente puede generar malos entendidos y cortar las relaciones comerciales. Un transportista está totalmente capacitado para manejar de manera correcta todos estos aspectos, se puede asegurar el evitar interrupciones en la cadena de suministros.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

2.2.1 Descripción del proyecto

El proyecto tiene por objetivo, presentar de una forma organizada un conjunto de datos e información al problema del empresario, todo esto mediante una previa investigación que le permita al empresario tomar las decisiones correctas y que le generen el mayor beneficio. El proyecto se encuentra conformado por cinco capítulos los cuales contemplan los temas respecto a la industria del fruto, la investigación de mercados, el marco legal y temas logísticos.

2.2.3 Plan de trabajo:

Para lograr cumplir con los distintos objetivos del proyecto en tiempo y forma, fue necesario la realización de un cronograma, siendo acompañados de las profesoras supervisoras del PAP y realizando una investigación profunda en diversas fuentes: primarias, secundarias, bases de datos, asesorías con expertos, etc.

En el cronograma se pueden observar los diferentes puntos que se desarrollaron durante el proyecto, se trabajó en la parte de investigación de mercado potencial y sus características, así como en el tema logístico y el área legal para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

A continuación se presenta el cronograma establecido para el periodo de verano 2020 el cual consta de 8 semanas de trabajo:

ACTIVIDADES	% de Avance	MAYO		JUNIO				JULIO		
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	
		L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	
		24 al 30	31 al 06	07 al 13	14 al 20	21 al 27	28 al 04	05 al 11	12 al 18	
1. EMPRESA										
Tiempo Real de la realización del apartado										
1.1 Información General de la Empresa.										
1.1.1 Antecedentes y Situación Actual de la Empresa.										
1.1.2 Razón Social.										
1.2 Conciencia Exportadora.										
1.2.1 Diagnóstico Empresarial										
1.2.2 Diagnóstico Exportador										
2. PRODUCTO										
Tiempo Real de la realización del apartado										
2.1 Características del Producto.										
2.1.1 Descripción Técnica y Fracción Arancelaria.										
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados.										
2.2.1 Capacidad de Producción y Oferta Exportable.										
2.2.2 Mercado Internacional.										
3. SELECCION DEL MERCADO										
Tiempo Real de la realización del apartado										
3.1 Industria.										
3.1.1 Información General del Sector o Industria.										
3.1.1.1 Tamaño.										
3.1.1.2 Tendencias de Crecimiento.										
3.2 Principales exportadores e importadores										
3.3 Elección del mercado										
3.2 Investigación de Mercado(elegido)										
3.2.1 Perfil del Consumidor.										
3.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado.										
3.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias.										
3.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado.										
3.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado.										
3.2.3.2 Competidores:										
3.3.2.2.1 Listado.										
3.3.2.2.2 Precios.										
3.3.2.2.3 Distribución.										
3.3 Canales de Distribución.										
3.3.1 Identificar la cadena de distribución										
3.3.2 Estrategias de Distribución.										
3.3.3 Ferias y promoción										

4. MARCO LEGAL										
Tiempo Real de la realización del apartado										
4.1 Regulaciones										
4.1.1 Arancelarias										
4.1.2 No arancelarias										
4.2 Documentación para Exportar										
5. LOGISTICA										
Tiempo Real de la realización del apartado										
5.1 Selección del Medio del Transporte.										
5.1.1 Identificación del Medio Adecuado.										
5.1.1.1 Tabla comparativa.										
5.1.2 Diseño de la Ruta.										
5.1.2.1 Empaque y Embalaje.										
5.1.2.2 Cubicaje.										
5.1.2.3 Selección del Transporte.										
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES										
Tiempo Real de la realización del apartado										
8.1. Conclusiones										
8.2. Recomendaciones										
9. Reporte PAP										
Resumen										
1. Introducción										
1.1 Objetivos										
1.2 Justificación										
1.3 Antecedentes										
1.4 Contexto										
1.5 Enunciado breve del contenido										
2. Desarrollo										
2.1 Sustento Teórico y metodológico										
2.2 Planeación y seguimiento del proyecto										
2.2.1 Enunciado del proyecto										
2.2.2 Metodología										
2.2.3 Cronograma o plan de trabajo										
2.2.4 Desarrollo de propuesta de mejora										
3. Resultados del trabajo profesional.										
3.1 Productos Obtenidos										
3.2 Resultados alcanzados										
3.3 Impacto generado										
4. Reflexiones del alumno										
5. Conclusiones.										
6. Bibliografía.										
7. Anexos (en caso de ser necesarios).										

Las actividades claves contempladas para realizar el proyecto fueron la investigación del mercado internacional, se tuvo comunicación con distintos proveedores logísticos y agentes aduanales para solicitar cotizaciones de transporte de la mercancía hacia Estados Unidos.

Por otro lado, debido a la actual pandemia generada a raíz del virus Covid - 19, los proyectos PAP se tuvieron que mudar a la modalidad en línea por lo que se tuvieron que realizar algunos ajustes. Las clases y visitas que antes eran presenciales dejaron de serlo, para llevar a cabo las sesiones de asesoría con la profesora y el empresario, así como la colaboración del equipo fueron de vital importancia los recursos tecnológicos para lo cual se utilizaron tres plataformas:

1. ZOOM: Es un programa de videollamadas que nos permitió tener reuniones virtuales con el empresario.
2. MICROSOFT TEAMS: También es una plataforma de comunicación y de trabajo colaborativo en la cual se tuvieron las sesiones de asesoría con las profesoras del PAP.
3. DROPBOX: Herramienta de trabajo colaborativo que permite almacenar documentos en la nube, fue necesario para compartir avances con las asesoras y recibir retroalimentación.

Respecto a la investigación fueron necesarias las consultas a distintas fuentes de información en internet, como boletines, páginas gubernamentales, documentos oficiales como los acuerdos internacionales, llamadas telefónicas con distintos proveedores, así como algunas bases de datos de reconocimiento internacional a las que el ITESO nos da acceso gratuito, tales como:

- Trade Map
- Trade Wizard
- EMIS PRO
- Passport Euromonitor
- Entre muchas otras más.

Como bien se mencionó anteriormente se tuvieron juntas con las asesoras las cuales tuvieron lugar una vez a la semana. Por otro lado, se tuvieron reuniones semanales, llamadas telefónicas y comunicación vía correo electrónico con el empresario para tratar los objetivos, registrar los avances del proyecto y resolver dudas.

Las fechas de las reuniones fueron las siguientes:

- 29 de mayo de 2020: El asunto fue conocer a la empresa y al empresario, su situación actual, su visión y los objetivos con el fin de generar una propuesta de trabajo adecuada a sus objetivos.
- 01 de junio de 2020: Se presentó la propuesta de trabajo al empresario.
- 11 de junio de 2020: Se realizó un diagnóstico empresarial y un diagnóstico exportador para conocer los puntos más eficientes y las áreas de oportunidad de la empresa.
- 20 de junio de 2020: Se comentó acerca de los avances obtenidos hasta el momento y se presentaron los resultados del análisis PESTEL así como de la matriz de selección de países para elegir el mercado meta con el que se trabajaría.
- 14 de julio de 2020: Se realizó la presentación final y se mostraron los resultados del proyecto al empresario.

2.2.4 Desarrollo de propuesta de mejora

El proyecto se desarrolló en 6 etapas distribuidas como capítulos de la siguiente forma:

El capítulo 1 “EMPRESA” contempla la información general de la empresa, datos de contacto, antecedentes, razón de ser, etc. En este apartado se realizaron los dos diagnósticos:

El diagnóstico empresarial arrojó datos sobre la situación actual interna de la empresa.

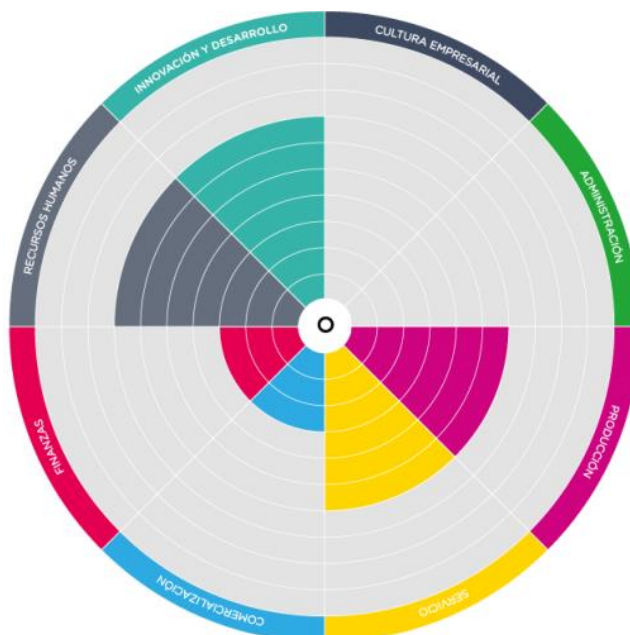


Gráfico 1. "Diagnóstico Empresarial"

Fuente: YO EXPORTO

Por su lado, el diagnóstico exportador muestra en forma general información sobre su conocimiento en cuanto al mercado internacional.

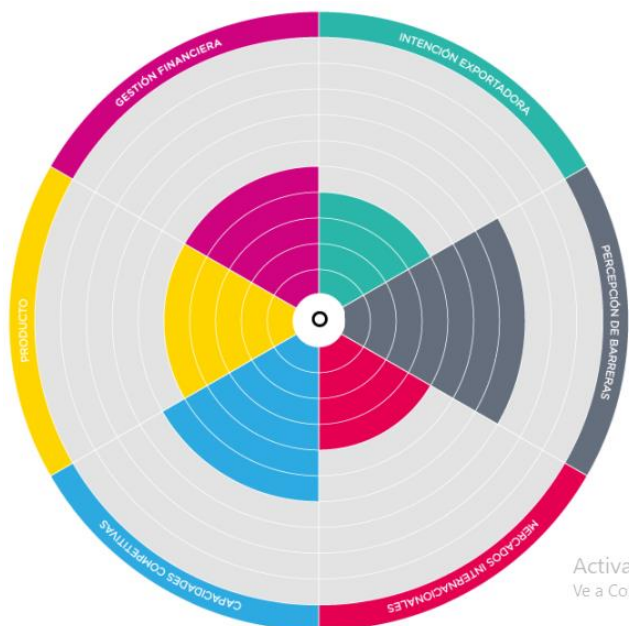


Gráfico 2. "Diagnóstico Exportador"

Fuente: YO EXPORTO

En el capítulo 2 “PRODUCTO”, se habla de las características del producto, se realiza una ficha técnica y se define la capacidad de producción exportable, misma que será utilizada para la realización del primer embarque.

FICHA TÉCNICA AGUACATE HASS	
Nombre comercial del producto:	Aguacate
Variedad:	Hass
Nombre científico:	Persea americana
Aspecto:	Forma de pera de color verde oscuro en el árbol, se torna morado a negro al madurar. La piel es mediana a gruesa, con textura rugosa. La pulpa es de excelente calidad con un rico sabor nuez. Es la Variedad más importante a nivel mundial.
Calibre y peso	32', 36', 40', 48', 60', 70', 80' (estándar americano) (el peso varía con el calibre)
Origen	Mascota, Jalisco
Procedencia	México
Conservación y tiempo de vida	Para aguacates con madurez de consumo la temperatura óptima es de 2-4°C. A pesar que bajo estas condiciones los aguacates se pueden conservar unos 28 días,
Fracción Arancelaria	08.04.40.01
Certificaciones	Actualmente no cuenta con ninguna certificación.

Tabla 1: “Ficha técnica del Aguacate Hass”

Fuente: Elaboración propia con datos de viverosbrokaw.com

El capítulo 3 “SELECCIÓN DE MERCADO” es el más extenso de todos, el capítulo muestra información general de la industria del producto, que en este caso es el aguacate. Aquí se investigaron a los principales productores, exportadores e importadores de aguacate y gracias a estos datos se escogieron tres posibles países destinos a evaluar: Canadá, Países Bajos y Estados Unidos. Para ello se realizó un análisis PESTEL en el cual se analizaron distintos factores tales como: proximidad geográfica, situación financiera de los países, políticas, restricciones, entre otros. Con base en lo anterior se realizó una matriz de selección de países en el que salió con mejor puntuación Estados Unidos. Posteriormente se investigó a profundidad el mercado americano, indagando en las preferencias del

consumidor y el comportamiento del producto, competidores, precios y canales de distribución.

PARÁMETROS EXTERNOS		PAÍSES CANDIDATOS					
		CALIFICACIÓN OBTENIDA					
DIMENSIÓN	Coefficiente de ponderación	CANADÁ		PAÍSES BAJOS		ESTADOS UNIDOS	
POLÍTICA		Calificación	Resultado	Calificación	Resultado	Calificación	Resultado
Gobierno	3	5	15	5	15	4	12
Relación entre países	3	5	15	4	12	5	15
Tendencias electorales	2	5	10	3	6	3	6
Conflictos	3	3	9	3	9	2	6
Nivel de corrupción	3	5	15	5	15	4	12
ECONÓMICA							
Volumen de importación del PIB	3	4	12	5	15	5	15
Infraestructura logística (conectividad)	2	4	8	4	8	5	10
TLC	3	5	15	5	15	5	15
Inflación	2	4	8	3	6	4	8
Paridad Cambiaria	2	4	8	5	10	5	10
Ingreso per capita	3	5	15	5	15	5	15
SOCIOCULTURAL							
Idioma	2	5	10	2	4	5	10
Aspectos demográficos	2	4	8	2	4	5	10
Mexicanos/Latinos viviendo en el país	3	3	9	2	6	5	15
Estilo de vida	2	5	10	5	10	4	8
Valores y creencias	2	5	10	5	10	4	8
Distancia entre países	3	5	15	2	6	5	15
Tamaño de la población	2	3	6	2	4	5	10
TECNOLÓGICA							
Infraestructura tecnológica	2	4	8	5	10	5	10
Internet	2	5	10	5	10	4	8
ECOLÓGICA							
Política medioambiental	1	5	5	4	4	3	3
Tipo de consumo o actitud	3	4	12	4	12	5	15
Riesgo a desastres naturales	1	3	3	4	4	4	4
LEGAL							
Normatividad	3	5	15	3	9	5	15
Facilidad para hacer negocios	3	5	15	3	9	5	15
Calificación Final			278		240		282

Tabla 2: “Matriz de selección de país”

Fuente: Elaboración propia

El capítulo 4 “MARCO LEGAL” muestra el tema legal regulatorio para que el proyecto pudiera el día de mañana cumplir con lo que se requiere y poder llevar a cabo la exportación. En este capítulo se hará énfasis en lo importante que es conocer las diferentes regulaciones y restricciones arancelarias, como las no arancelarias para tener una exportación con su éxito en su totalidad. Se investigaron requisitos especiales para el

producto que se va a trabajar ya que cada uno tiene sus especificaciones individuales. Se realizó también un listado con los documentos necesarios para exportar, ya que es indispensable conocer para qué sirve cada uno de ellos y así no tener ningún retraso o problema con la logística del producto.

En el capítulo 5 sobre “LOGÍSTICA” se buscó identificar las mejores opciones de rutas y medios de transportes para poder ofrecer un servicio óptimo con precios competitivos. Se realizaron solicitudes de cotización con algunas empresas de servicios de logística y se propone la que es más atractiva sobre la cual está basado el tema de costeo. También se elaboró una tabla de costos en base a incoterms.

Finalmente en el capítulo 6 “CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES” se muestran los resultados del proyecto, se hacen algunos comentarios y se ofrecen algunas recomendaciones al empresario tanto a nivel organizacional como comercial.

3. Resultados del trabajo profesional

Los resultados obtenidos dentro del primer capítulo fueron claros gracias a los diagnósticos realizados con “YO EXPORTO” dentro de los cuales, se obtuvo un diagnóstico empresarial y exportador; los resultados fueron objetivos empezando por los del empresarial, que realmente nos muestran una empresa joven pero con proyectos sumamente importantes. Uno de los puntos más importantes es el hecho de que la empresa opera sin ningún tipo de problema legal o financiero, lo cual le da un camino claro al empresario para enfocar su trabajo en cumplir sus objetivos. El resultado del diagnóstico exportador muestra que la empresa aún no ha hecho una transacción internacional, pero realmente existen áreas de oportunidades para exportar el producto y que la primera negociación foránea pueda tener un gran éxito.

Para que la empresa pueda generar estrategias de comercio interesantes, será de mucha importancia no descuidar ningún tema interno y externo, ya que el exportar es el gran paso para las empresas nacionales y lo mejor es contar con organigramas bien estructurados, buen equipo de trabajo y una buena logística.

El producto es Aguacate Hass Mejorado, su forma es de color verde oscuro en el árbol y se torna un poco morado o negro al madurar. Este cultivo se da normalmente en zonas altas del centro y este de México. La ubicación geográfica de donde proviene el producto es sumamente importante ya que cada región cuenta con características naturales y específicas que permiten un mejor desarrollo del cultivo de aguacate. Es necesario hacer un análisis de todos los aspectos naturales que puedan llegar a influir en un buen desarrollo agrícola del producto, por ejemplo con el tipo de suelo que se necesita, el clima adecuado para el desarrollo del árbol, una zona libre de problemas fitosanitarios, no tener cultivos diferentes cerca de los árboles, estudios de agua para identificar si hay un flujo con los mantos freáticos y un espacio considerable para dejar crecer los árboles de forma adecuada.

La elección del mercado óptimo se basó por medio de comparativas donde se pudo analizar de manera detallada qué país tiene mejor prospecto para el producto. Las estadísticas no mienten, solo confirmaron que Estados Unidos es el importador más grande de aguacate en el mundo. Después de realizar el análisis PESTEL, los resultados abrieron camino para empezar a investigar sobre este país y su historia con el aguacate; también empezar a analizar sobre sus regulaciones y restricciones que tienen para este producto. Actualmente existen restricciones en la exportación de aguacate de Jalisco hacia Estados Unidos, pero la elección fue debido al interés del empresario para trabajar con el país vecino. A pesar de este tipo de percances, la situación muestra una oportunidad en los próximos meses para Jalisco por la necesidad de los alimentos a nivel mundial.

Todo el tema de legalidad en la exportación tiene que llevarse al pie de la letra para que no existe ningún problema con temas regulatorios o de aranceles. Para entender el marco legal de las exportaciones en nuestro país, se tiene que analizar los tratados de libre comercio con los que cuenta México. Existe el T-MEC, tratado que le dio seguimiento al TLCAN, donde entra en vigor que el aguacate de México queda exento de arancel, lo cual es una oportunidad muy favorable para empresarios nuevos que tienen como objetivo sus primeras transacciones internacionales. También tiene que tomarse con importancia todas

las medidas fitosanitarias que pide el país a exportar, donde hacen mucho hincapié en tener estándares de calidad e inocuidad desde producto agrícola hasta producto terminado. Es fundamental tener muy bien estudiados todas estas especificaciones y regulaciones para evitar cualquier tipo de multa o contratiempo con el producto.

En cuanto a la logística del proyecto, dentro del capítulo 5 se realizó un cuadro comparativo para visualizar las ventajas y desventajas con las que cuenta cada tipo de medio de transporte, tales como marítimo, aéreo y terrestre; una vez seleccionado el medio de transporte más adecuado para las necesidades del proyecto, se continuó con la selección de empaque, embalaje y pallet o tarima, donde no solo se mostraron los tres tipos sugeridos, sino que también se presentó los proveedores más adecuados de los mismos en base a las necesidades de la empresa.

Por último, se realizó la cotización de un contenedor/caja con diferentes empresas transportistas; una vez se obtuvo las cotizaciones correspondientes, se elaboró una tabla de costos en base a incoterms para elegir la empresa que va más de la mano con los objetivos de la empresa. Esto se realizó con el fin de mostrar al empresario no solo lo que se necesita para exportar, pero el proceso que se debe de seguir y reglas o leyes a considerar para la elección de país o destino.

Finalmente, las recomendaciones y conclusiones que se pueden realizar van de la mano desde protocolos internos de la empresa hasta regulaciones externas de la misma. El hecho de realizar una exportación lleva una serie de procesos muy minuciosos para tener éxito final. El organigrama de la empresa debe tener muy claro el trabajo de cada uno de sus integrantes para que puedan laborar con fluidez y comunicación desde pequeñas cuestiones de papeleo hasta grandes transacciones. Es recomendable contratar expertos o consultores para un análisis meticuloso de cada una de las cláusulas, regulaciones, aranceles y todos estos procesos de logística y legales; para poder ahorrarse situaciones que podrían dificultar el proceso de una exportación. A pesar de que la empresa no cuenta con capacidad extraordinaria de producción, tiene un gran potencial con el número de árboles trabajados, así que el crecimiento de esta misma sigue en proceso de alcanzar un

tamaño óptimo para manejar más exportaciones en un futuro. Es importante recordar que el mejor cliente no es el más grande o conocido en el mercado, si no es aquel que entiende de mejor manera las necesidades de la empresa, ya que se necesitan clientes comprometidos y dedicados a la responsabilidad y honestidad comercial.

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

4.1 Aprendizajes profesionales

IZA VANESSA OCHOA GUERRERO: Considero que las principales competencias que desarrollé durante el proyecto fueron el trabajo en equipo pero sobre todo la organización. Considero que este último es bastante valorado tanto en el ámbito laboral como el personal, ya que una persona capaz de planificar su tiempo y cumplir con lo que se ha pactado es visto de manera muy positiva. Por otro lado, llevar a cabo un plan de exportación conlleva un inmenso análisis, desde la entrevista realizada a la empresa para conocer el cómo está ubicada en el contexto empresarial, su actual desarrollo y desempeño de las actividades que realiza para cumplir su principal objetivo, hasta la investigación del mercado óptimo y el cumplimiento de las regulaciones.

Creo que uno de mis mayores aprendizajes es que no importa que tan perfecto se vea un socio comercial y cuantos miles de beneficios te otorga trabajar con él, porque hay aspectos tan básicos que simplemente arruinan la operación. En este proyecto por ejemplo, encontramos el destino perfecto para la exportación del producto, sin embargo nos encontramos con que existía una limitante la cual tenía una importancia vital: Sólo un estado de la república cuenta con la autorización para poder exportar el producto a ese país y no era en el que la empresa tenía su producción. Esto no quiere decir que su sueño de exportar se acabó, al contrario, esto da la oportunidad de explorar nuevos mercados que incluso pudieran ofrecer mejores oportunidades. Lo importante es ser constantes y trabajar duro para lograr tus objetivos profesionales.

CARLOS ALBERTO ESTRADA ROMERO: En el aspecto profesional obtuve aprendizajes prácticos y desarrollé los teóricos, gracias a que tuve la oportunidad de comunicarme con diferentes agencias aduanales, profesionales de este rubro y más que nada el poder vivir de cerca todo lo que se necesita saber y manejar en el ámbito de los negocios internacionales. Habiendo mencionado esto creo que mis aprendizajes a lo largo de este proyecto en el aspecto profesional fueron muy enriquecedores debido a que pude aplicar mis conocimientos adquiridos a lo largo de mi trayectoria universitaria.

Gracias a este proyecto tuve la oportunidad de emplear conocimientos que adquirí en materias como, clasificación arancelaria, marco legal, análisis de mercados, logística internacional, entre otras; y con estos conocimientos obtener resultados reales, los cuales ayudaron a la empresa con la que se trabajó.

MIGUEL SÁMANO MAGAÑA: Existieron muchos factores importantes que tenemos que enseñarnos a desarrollar para un futuro. Creo que para mí lo más importante fue la capacidad de adaptabilidad después de pasar por todas las situaciones que se han pasado durante este verano. Creo que temas ya reales como esto de la contingencia, te hacen desarrollarte y exigirte más con el compromiso del empresario.

En un algún momento de mi vida profesional creo que tendré que enfrentarme a nuevos mercados o retos y siento que estas oportunidades de trabajar ya con objetivos reales me están preparando para irme dando una idea de cómo es el mundo de los negocios, sin margen de error.

SOFÍA VERDUZCO RODRÍGUEZ: Siendo mi primer proyecto universitario que curso y con la modalidad en línea, creo que algo que aprendí fue que la comunicación, el trabajo en equipo y el organizar tus tiempos es algo muy importante que debemos tomar en cuenta para que los resultados que esperamos sean óptimos y no tengamos obstáculos. Me hubiera gustado cursar este proyecto de manera presencial, siento que de esa manera te adentras más en el tema, pero me di cuenta que a pesar de ello pude poner en práctica muchos de mis conocimientos que he adquirido a lo largo de mi carrera, y es algo base que debemos de

aplicar todos, toda la parte de exportación, de los datos que teníamos que adquirir, la investigación que teníamos que hacer me resultó muy interesante porque son saberes que debemos de tener y saber aplicar para un futuro.

4.2 Aprendizajes sociales

IZA VANESSA OCHOA GUERRERO: A través de las actividades realizadas en el PAP nos convertimos en asesores buscando aplicar los conocimientos previamente adquiridos durante el trayecto en nuestra carrera. A diferencia de los proyectos realizados en clase que pueden o no ser aplicados en la vida real, el PAP va dirigido a una empresa cien por ciento real, es una experiencia totalmente profesional. Pude conocer la inquietud y problemática a la que se enfrenta nuestro cliente, desarrollé nuevas habilidades y al mismo tiempo le brindaré a la empresa las herramientas necesarias para que tome las decisiones correctas y que le generen el mayor beneficio posible para poder exportar la futura producción de aguacate. Y me sentiré bastante agradecida si esta empresa logra dar ese paso y dar empleo a más personas porque será entonces que sabré que mi granito de arena ha contribuido al desarrollo de este país. Definitivamente me siento muy capaz de elaborar un proyecto de este tipo, creo que cuento con los conocimientos necesarios y soy una persona dispuesta a aprender cada vez más de las personas que me rodean.

Realmente espero que las recomendaciones y sugerencias que le hemos brindado al empresario le sirvan y los aplique. En todo momento el empresario mostró interés y respeto por nuestro trabajo, tomó en cuenta cada uno de nuestros comentarios y nosotros los de él, hubo algunas diferencias pero siempre se encontró la forma de resolverlas buscando el mejor beneficio para el empresario. Lo importante aquí es ser humildes y saber escuchar.

CARLOS ALBERTO ESTRADA ROMERO: En un aspecto social pienso que este proyecto me impulsó a ver la agricultura más de cerca y poder que el campo es un lugar en donde gente que no tiene oportunidades para crear una vida profesional puede obtener un trabajo no solo honesto pero que ayuda a las personas al producir alimentos o derivados. Gracias a

este proyecto pude aprender que la creación de empresas y su desarrollo, no solo ayuda al consumidor final, pero a las personas que se encuentran de por medio.

También otro punto importante que me gustaría tocar sería el de las “prácticas honestas”, con esto me refiero a la manera en la que se trabaja con personas y la forma en la que se hacen negocios; esto debido a que existe esta idea acerca de que tienes que lastimar, o “fregarte” al otro, para tu poder exceder o obtener una ganancia monetaria, cuando no tiene porqué ser así en lo absoluto, se obtiene un mayor beneficio como empresa cuando se busca ayudar, no solo a los empleados y las personas con las que se trabaja, sino también a la sociedad.

MIGUEL SÁMANO MAGAÑA: Creo que todo de alguna manera tenemos que ser creativos en algún aspecto. En lo personal, mi creatividad en lado artístico no me es una virtud, pero creo que he descubierto que me gusta encontrar alternativas reales y prácticas para la resolución de problemas laborales. Este tipo de trabajos, me están dando la oportunidad de conocerme un poco más a fondo y que es lo que realmente me está dando este gusto por mi carrera y por lo que me encuentro trabajando.

Vale la pena esforzarte en impulsar un negocios que tiene futuro para nuestro país, porque estás aportando ese granito de arena que puede hacer diferencia en nuestra gran o pequeña sociedad. Sobre todo en temas agrícolas; realmente estoy interesado en apoyar en lo que pueda, todo tipo de proyectos que puedan desarrollar de manera positiva, el gran potencial que tiene nuestro país para llegar hacer transacciones internacionales y demostrar que México también cuenta con buenos estándares y medidas para ser empresas de calidad.

SOFÍA VERDUZCO RODRÍGUEZ: Me siento mucho más preparada que al inicio, ya que no tenía idea de muchas cosas y me surgían demasiadas dudas sobre algunos aspectos del proyecto, y a pesar de que fue un tema del sector agrícola me pareció bastante interesante,

en donde pudimos sacarle mucho provecho. Creo que en el tema de la creatividad no soy muy buena, pero si considero que tengo un espíritu emprendedor y tengo facilidad para dirigir proyectos.

Al inicio no sabía qué impactos eran esperados sobre el proyecto, pero conforme fuimos avanzando y trabajando en lo que debíamos de hacer semana con semana, me ayudó mucho a comprender cada uno de ellos. El hecho de que nos tocara una empresa dedicada al aguacate fue un gran reto porque son más especificaciones y más detalles que no se pueden dejar pasar, y que debemos de tomar en cuenta para que el trabajo sea limpio y correcto.

4.3 Aprendizajes éticos

IZA VANESSA OCHOA GUERRERO: Durante este proyecto trabajamos como consultores de una empresa, lo cual representan una gran responsabilidad. Se consultor conlleva a grandes rasgos ayudar al cliente en un área del que carece conocimiento pero en el cual uno se especializa o por lo menos está dispuesto a investigar lo suficiente para ofrecer soluciones. Nuestro papel aquí fue diagnosticar, establecer metas y ofrecer soluciones. Aquí es importante ser coherente para poder transmitir nuestro conocimiento y tratar de generar la confianza de las personas, aquí es importante la confidencialidad y el establecer los límites, hay que saber qué es lo que podemos hacer y hasta dónde podemos llegar, y ser transparentes en todo momento sin defraudar la confianza del cliente, lo cual no es nada ético.

Parte de lo que más me gusta de mi carrera, es que es una profesión con mucho campo de trabajo ya que todo en la vida es comercio. Personalmente me gustaría ejercer mi profesión en pequeñas y medianas empresas ya que cuentan con un número reducido de personas y puedes aprender de una manera más profunda el funcionamiento de las empresas ya que te ves involucrado en todos los procesos. Ir de la mano con la empresa ayudándole a crecer y ver los cambios que va experimentando es un sentido bastante gratificante para mí.

CARLOS ALBERTO ESTRADA ROMERO: Personalmente creo que el aprendizaje más importante que tuve en este aspecto es acerca de la importancia de los valores cuando se trabaja en equipo y se tiene un objetivo en conjunto. Algunos de estos valores fueron, responsabilidad, honestidad y respeto; estos valores éticos creo yo me serán de mucho provecho no solo en mi vida profesional, pero en mi vida personal también.

Habiendo mencionado esto también quiero mencionar que gracias a este proyecto pude entender la importancia que tienen nuestros actos en el día a día y como es que nuestras decisiones o acciones pueden afectar a otras personas, es por lo que nosotros como profesionistas es nuestra responsabilidad ver por el bien común de los demás.

MIGUEL SÁMANO MAGAÑA: Entre más sincero seas, menos problemas vas a cargar en tu vida laboral. El hecho de trabajar recto y hacer las cosas bien puede hacer la gran diferencia de entender las necesidades de las personas. Cuando empiezas a trabajar con honestidad y a tomar un camino honrado, es difícil que tengas consecuencias negativas en un futuro. Creo que algo que me gustó de este empresario es que fue claro desde un principio, nos dijo lo que quería para su empresa y de esta manera nos facilita más el trabajo como consultores.

SOFÍA VERDUZCO RODRÍGUEZ: Creo que aparte de que cada uno de nosotros debe de tomar una responsabilidad es necesario tomar en cuenta las ideas, opiniones de las demás personas para que el trabajo en equipo resulte positivo. Este proyecto me ayudó a ver que con lo trabajado anteriormente hay bastante opciones que puedo ejercer en mi profesión después de esta experiencia.

Toda esta experiencia me ayudó a ver que en todo proyecto debemos de esforzarnos y hacer las cosas que nos toca hacer en su momento y hora, de eso depende que los resultados sean los esperados.

4.4 Aprendizajes en lo personal

IZA VANESSA OCHOA GUERRERO: El PAP me ayudó a reforzar bastante todo lo aprendido durante mi carrera al poder aplicar mis conocimientos a una empresa real. Y también me ayudó a reafirmar mis conocimientos sobre el cultivo del aguacate ya que es un tema del cual puedo decir que conozco bastante ya que desde muy pequeña me he visto involucrada en este tipo de agricultura puesto que mi familia siempre se ha dedicado a ello.

Por otro lado, para mí, el trabajo en equipo es muy importante y lo valoro mucho, ya que cada uno de los integrantes siempre tiene algo que aportar y que es útil; es vital saber escuchar aunque no se esté de acuerdo y dialogar dejando a un lado los problemas; todo lo anterior nos ayudó a sacar con éxito este proyecto tratando de generar los mayores beneficios al empresario.

Fue un proyecto bastante amplio para realizar en un periodo bastante corto, pero me alegra decir que los resultados fueron buenos aunque si se hubiera realizado en un semestre los resultados serían aún mejor. Este proyecto me ha enseñado la importancia del compromiso más que lo que podría aprender en un aula y es que en el mundo real esto es bien valorado, quizá cuando estamos en clases no nos preocupa tanto si entregamos las tareas o no porque podemos recurrir las materias, pero en el mundo real no realizar una tarea bien puede repercutir hasta en el quiebre de una empresa. Por ello la importancia de ser responsables, comprometidos y transparentes; saber pedir ayuda cuando se necesite y si no podemos hacer algo y no estamos dispuestos a correr el riesgo es mejor decirlo temprano.

CARLOS ALBERTO ESTRADA ROMERO: Por último, en el aspecto personal, aprendí acerca de la importancia que tiene creer en ti mismo, ya que debido a los retos e inconvenientes que nos ha tocado vivir a todos este año, me fue más difícil creer que podía hacer lo que me proponía, pero con esfuerzo, dedicación y la ayuda de mis compañeros, pude cumplir mis cometidos y con esto a creer en mí.

MIGUEL SÁMANO MAGAÑA: Entre más te exigas, más te conoces. Puedes detectar que te falla y tus habilidades y creo no hay mejor para tener éxito que saber tu fortalezas y debilidades. Necesitamos darnos cuenta que vivimos en un mundo actualizado y tenemos que mejorar para podernos adaptar a nuestras necesidades y a las de los demás.

SOFÍA VERDUZCO RODRÍGUEZ: Este proyecto me ayudó a darme cuenta de que es necesario organizar tus tiempos para que todo se haga en hora y de forma adecuada, se debe de tener un orden, y comprometerte a realizar lo que toca para que no haya malos resultados. Creo que nunca está de más dar un poco más de lo que nos toca o de lo que debemos de hacer. En la vida profesional habrás más obstáculos. más presión y debemos saber lidiar con ellos.

5. Conclusiones

Fueron dos meses llenos de mucho trabajo pero finalmente el proyecto cumplió con los objetivos que se plantearon y se tuvieron resultados muy buenos. La empresa tiene claras sus metas y tiene mucho por delante pero para ello es necesario afianzar algunos aspectos. En cuanto a la filosofía empresarial aún hay áreas de oportunidad y elementos a trabajar, la empresa no cuenta con documentos elaborados sobre la filosofía corporativa (misión y visión) que le digan al equipo hacia donde quieren ir, y por ende el equipo puede desviarse del objetivo real. Hablando sobre la dirección estratégica la empresa tiene definidos algunos objetivos, se tiene claridad de la razón de ser, pero no se tiene identificado un análisis FODA, su competencia y la propuesta de valor hacia los clientes pero, por otro lado, no cuentan con un modelo de negocio bien definido y tampoco cuentan con un estudio de mercado que le permitan identificar más a fondo las ventajas y/o desventajas ante sus competidores.

Cabe destacar que cuando no se planifica, existe riesgo de volverse ineficaces y existe un riesgo de perderlo todo, la empresa debe tomarse el tiempo de planificar todo lo anterior

de lo contrario puede perder oportunidades que se le presenten, dejar de cumplir metas o ni siquiera alcanzarlas y al final se encontrará en una posición de desventaja competitiva.

Por lo que consideramos que, si la empresa quiere seguir participando en la siguiente etapa del PAP otoño 2020 debería de comenzar por estos aspectos.

6. Bibliografía

- Super Bowl 2020: El aguacate supera exportaciones | DSV. (2020). Recuperado 2 Julio 2020, de <https://www.mx.dsv.com/About-DSV/News/2020/02/record-exportacion-aguacate-mexico-super-bowl-2020>
- Boletín Mensual de Producción de Aguacate. (2020). Recuperado 13 Junio 2020, de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/539271/Avance producci n d e Aguacate Enero 2020.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/539271/Avance_produccion_d_e_Aguacate_Enero_2020.pdf)
- Aguilera, R. (2020). La fiebre del aguacate en Estados Unidos no baja. Recuperado 23 junio 2020, de https://elpais.com/sociedad/2019/09/22/actualidad/1569108142_157138.html
- GLOBAL AVOCADO MARKET. (2020). Recuperado 2 Julio 2020, de <https://www.emis.com/es>
- Acuerdo Estados Unidos - México - Canadá (USMCA). (2020). Recuperado 2 Julio 2020, de <https://www.cbp.gov/trade/priority-issues/trade-agreements/free-trade-agreements/USMCA>