

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)



**3F02 PROGRAMA DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS PARA LA GESTIÓN EN
MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS I**

**“SELECCIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE EXPORTACIÓN PARA
INYECTORES AUTOMOTRICES RECONSTRUIDOS”**

Tlaquepaque, Jalisco, 01 de Diciembre de 2016

PRESENTAN

Lic. en Comercio y negocios globales- Lorena Martín del Campo

Lic. en Comercio y negocios globales- Sandra Livier González Velázquez

Lic. en Comercio y negocios globales- Alexa Naveda Atilano

Lic. Ingeniería Industrial - Daniel Martin Alvarez

Profesor PAP: Maestro. Juan Pablo Cedeño Magaña

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	3
1. Introducción.	4
1.1. Objetivos	
1.2. Justificación	
1.3. Antecedentes	
1.4. Contexto	
1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	
2. Desarrollo:	6
2.1. Sustento teórico y metodológico.	
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	
3. Resultados del trabajo profesional.	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	14
5. Conclusiones.	22
6. Bibliografía.	23
7. Anexos.	25

REPORTE PAP

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

Con el propósito de apoyar a la empresa INNYEC a identificar mercados potenciales, se han elaborado estudios con información especializada para la exportación de inyectores reconstruidos de gasolina para uso automotriz a diferentes países.

Este documento ofrece información sobre “inyectores de gasolina de uso automotriz”, en Chile, Colombia, Panamá y Perú; la situación arancelaria, disposiciones generales y las regulaciones no arancelarias en materia de mercado/etiquetado, características del mercado, posibles clientes y direcciones de apoyo en cada uno de los mismos.

La información brinda los elementos necesarios para conocer los requisitos que aplican a la importación de este producto en dichos mercados, dando certidumbre de las posibilidades reales de negocio y evitando posibles complicaciones en los trámites de la aduana.

El trabajo desarrollado inicia con la identificación de necesidades de la empresa y la realización de un diagnóstico empresarial y de potencial exportador, que determinaron las acciones llevadas a cabo y plasmadas en un plan de trabajo para INNYEC

1. Introducción

1.1. Objetivos

Desarrollar una investigación de mercado referente al sector de autopartes en cuatro posibles países importadores de inyectores automotrices reconstruidos. A través del desarrollo de reportes cuantitativos y cualitativos por país, plasmado así en un plan previo de exportación para la empresa mexicana Innyec. En definitiva para dar a conocer a la misma empresa, riesgos e implicaciones de incursionar en el mercado extranjero.

1.2. Justificación

El desarrollo de este proyecto es estratégico para la empresa Innyec, La empresa al no contar con un plan de exportación definido requiere de la identificación de mercados potenciales, ya que se encuentra con un exceso de inventario y visualiza la exportación como una alternativa de ventas. Asimismo, la empresa desconoce su potencial exportador y establece la necesidad de ser diagnosticada para identificar sus áreas de oportunidad.

(Anexo 1 y 2: Resultados de los diagnósticos)

1.3 Antecedentes del proyecto

La empresa mexicana Innyec, localizada en la ciudad de Guadalajara, México. Comenzó ofreciendo servicios de frenos para automóviles en 1979, bajo el nombre de “frenos vidrios”. Dos años más tarde se extendió a un taller de mecánica con el nombre de “Autoservicio Vidrio”. Poco antes de 1986 se especializó en afinaciones automotrices. Y al cabo de dos años posteriores se formalizó como una refaccionaria en inyectores de combustible y carburadores, llamado “Autopartes vidrio”. Para 1990 era un taller de soporte especializado en inyección de combustible. Así, en 1994 ya era un laboratorio de inyectores. Finalmente en 2002 se registró la marca Innyec acompañado de la idea de incursionar en el mercado internacional. Actualmente la empresa se dedica a la venta, reparación de inyectores automotrices de gasolina, con 36 años de operación en el mercado esta empresa cuenta con 26 empleados.

1.4. Contexto

Es de alta importancia para los alumnos como para el director de la empresa Innyec el desarrollo de este proyecto, ya que Innyec forma parte de las siete empresas a nivel mundial que se dedica a la venta, reconstrucción y reparación de inyectores automotrices. La empresa no cuenta con un plan de exportación definido y tampoco una oferta exportable de clientes, se encuentra en una complicación interna que genera la problemática de exceso en el stock de inventario; Por lo que sería beneficioso incursionar en el mercado extranjero para la obtención de ventas internacionales y aliados comerciales que puedan mover el producto por medio de su propio canal de distribución como de igual manera la diversificación de riesgo en ventas.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

Este documento ofrece información sobre el alcance de la investigación de cuatro posibles mercados para la exportación de inyectores automotrices en la región de Centro y Sudamérica, los cuales fueron evaluados mediante datos macroeconómicos y microeconómicos para la evaluación de mercados potenciales para la empresa Innyec . En el proceso de apertura de ventas a nivel internacional. Los principales alcances del documento es ofrecer una investigación de mercado a la empresa Innyec para la exportación de inyectores reconstruidos de uso automotriz, minimizando así los riesgos de la exportación mediante la información que se proporcionará a la empresa y la misma se desarrolla en el presente reporte. Información que contiene restricciones, regulaciones y oportunidades para la exportación del producto.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

En este apartado se mostrará el marco teórico que son los conocimientos y teorías sobre los que se fundamenta el proyecto de PAP, estos son conocimientos tanto en comercio exterior como mercadotecnia internacional. Para la elaboración de este proyecto se utilizará conocimientos de las asignaturas siguientes: Investigación de

mercados; investigación de mercados cualitativos, investigación de mercados cuantitativa, prospección y acercamiento con clientes potenciales.

Los tópicos que se utilizaron fueron los siguientes:

Gráfica de Gantt: La gráfica de GANTT es una herramienta que le permite al usuario modelar la planificación de las tareas necesarias para la realización de un proyecto. Esta herramienta fue inventada por Henry L. Gantt en 1917.

Mercadotecnia internacional: Se realizan investigaciones cuantitativas y cualitativas de mercados para con ello sistematizar la información procedente de éstos con la finalidad de implementar estrategias comerciales para el lanzamiento, distribución y venta de productos y/o servicios. Asimismo, es apto para incentivar el consumo masivo mediante propuestas dentro del marco de la ética, apegadas a las leyes nacionales, de comercio exterior y aduanas.

Comercio exterior y aduanas: Intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.

Investigación de Mercados Cualitativa: La investigación de mercados cualitativa nos permite rescatar de la persona (cliente/ consumidor) su experiencia, su sentir,

su opinión con respecto a lo que se investiga, conocer sobre sus hábitos, costumbres, cultura, maneras de pensar y proceder.

Investigación de Mercados Cuantitativa: Estudios que apuntan a la medición, utilizando para ello técnicas estadísticas con la finalidad de evaluar, predecir y estimar las actitudes y comportamientos de mercado.

Prospección comercial: Búsqueda organizada que utiliza técnicas adecuadas para encontrar a clientes potenciales. La búsqueda de clientes potenciales deberá ser por distintos medios aceptados por la normativa vigente, con la intención de que sean conscientes de la existencia del producto y de que valoren la posibilidad de adquirirlo.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

En este Proyecto de Aplicación Profesional se quiere lograr la elección de un mercado potencial específicamente en la región de Latinoamérica para inyectores de uso automotriz reconstruidos. La estrategia aplicada es prospectar posibles clientes e investigar el parque vehicular por país y validar si existe un mercado viable para la empresa Innyec.

- Metodología

La metodología se basó principalmente en investigaciones de mercado cuantitativas y cualitativas.

En primera instancia se definieron las necesidades de la empresa al para el proceso de exportación, se definió con el director general y asesoría del maestro consultor se definieron en conjunto los cuatro países a los que sería viable la exportación. Posteriormente se hicieron investigaciones cuantitativas por país, investigando así el parque vehicular mediante ayuda de libros, ensayos, revistas o periódicos, bases de datos etc.

Durante la investigación cuantitativa se examinó minuciosamente los datos haciendo uso de la estadística. Se utilizó esta metodología ya que determina la fuerza de relación entre variables.

El enfoque cuantitativo da respuesta a preguntas de investigación y por ende comprobar hipótesis que ya se han establecido en la elección de posibles países a exportar usando conteos estadísticos estableciendo de manera exacta ciertos patrones de comportamiento del mercado de inyectores reconstruidos.

Por otro lado en el enfoque cualitativo permite prestar mayor atención a lo profundo de los resultados por país. Es por eso que se tomó la decisión de obtener información en páginas de E-commerce donde se distribuye el producto como Mercado Libre, Segunda Mano, etc. (por país) en donde se mantuvo contacto con personas que venden inyectores usados.

- Cronograma o plan de trabajo

Fase 1: Evaluación de posibles mercados de exportación.

Fechas programadas: Septiembre (6-17).

- a. Investigar mercados (Chile, Colombia, Panamá, Perú).
- b. ¿Cuál es su % en importaciones (cuantitativo).
- c. ¿Cómo se comporta el mercado (cualitativo).

Fase 2: Investigar posibles clientes por país.

Fechas programadas: Septiembre (18-27).

- a. ¿Cuáles son los posibles importadores?.
- b. Hacer llamadas.

Fase 3: Saber la competencia por país.

Fechas programadas: Septiembre (28-30), Octubre (1-9).

- a. Investigar quien más ofrece los inyectores.
- b. ¿Cuáles son sus precios?.
- c. Hacer una media.

Fase 4: Saber los impuestos, cuestiones legales y políticas.

Fechas programadas: Octubre (10-21).

- a. Investigar tratados, acuerdos comerciales.
- b. Normatividad

Fase 5: Reunir información

Fechas programadas: Octubre (22-31), Noviembre (1-4).

- a. Evaluar resultados
- b. Analizar país

Fase 6: Selección mercados más viables

Fechas programadas: Septiembre (5-8).

- Desarrollo de propuesta de mejora

Fase 1 “Evaluación de posibles mercados de exportación”

En esta primera fase se investigaron las características de mercado en base a datos cualitativos y cuantitativos de Chile, Colombia, Panamá y Perú. Se evaluaron los datos macroeconómicos de cada país como la población, las tres principales industrias y el salario mínimo mensual así como también los datos macroeconómicos del sector automotriz, esto incluye información del parque vehicular, las importaciones de inyectores, precio de los inyectores por país, las ferias e instituciones de apoyo.

Fase 2 “Investigar posibles clientes por país”

En la segunda fase se realizó la investigación de clientes potenciales para la empresa mexicana, mediante la filtración de datos por búsquedas en internet, revistas, plataformas de negocios e incluso recomendaciones personales. Fue que se desarrolló el documento anexo por país de importación con los datos necesarios de clientes en Chile, Colombia, Panamá y Perú.

Fase 3 “Saber la competencia por país”

Durante el desarrollo de esta fase, se utilizó los anexos y estadísticas de la fase anterior, ya que en base a la información obtenida de los posibles clientes por país, se realizó el diagnóstico de la competencia en los países de importación tomando en cuenta Importadores directos, distribuidores mayoristas distribuidores minoristas y vendedores al detal, re exportadores de autopartes y repuestos.

Fase 4 “Saber los impuestos, cuestiones legales y políticas” (Anexo 3: Perfil de mercado para inyectores “reconstruidos” de gasolina de uso automotriz)

Durante esta fase, se realizó una integración de las características que se desarrollaron en las tres fases anteriores, es aquí donde se comenzó con la recopilación de datos para poder crear un perfil de mercado para los inyectores en el país importador, tomando en cuenta medidas legales, de empaque, embalaje y características del mercado. Incluso instituciones de apoyo y ferias comerciales.

Fase 5 “Reunir información”

Durante esta fase, es donde la información para la importación de los inyectores reconstruidos para uso automotriz tomó forma, ya que se pudo desglosar los datos de los cuatro posibles mercados. Y poder nutrir los conocimientos sobre los mercados, durante este proceso se siguió teniendo contacto con los posibles clientes en los países importadores. Durante esta fase se determinaron condiciones específicas para la importación de estos inyectores en los mercados de Perú y Colombia.

Fase 6 “Selección mercado de exportación” **Anexo 4: Resultados y recomendaciones**

Con esta fase se pudo alcanzar la primera conclusión de la investigación de mercado, ya que el tener la posibilidad de estudiar cuatro mercados distintos fueron considerables las condiciones para poder optar solamente por un mercado. Incluso como recomendación general se ofreció la importación a los cuatro países.

3. Resultados del trabajo profesional

El resultado alcanzado durante el proyecto de aplicación profesional “Desarrollo de capacidades de Comercio exterior y negocios globales” fue la selección del país o países a exportar con mayor viabilidad mediante de la investigación de mercado de cuatro países basados en la recomendación del director de Innyec y el sustento de la investigación de los países con mayor potencialidad en Latinoamérica , tomando en cuenta factores como los impactos generados durante esta experiencia fueron el difícil acceso a la información real y precisa, ya que la descripción del producto es “inyectores de gasolina remanufacturados para uso automotriz” dada la circunstancia de la empresa mexicana Innyec y su proceso de remanufactura generó barreras para la búsqueda de información precisa en la industria de autopartes remanufacturadas y poder obtener datos cualitativos y cuantitativos del producto, incluso el que no exista una clasificación arancelaria precisa para los inyectores de gasolina remanufacturados de uso automotriz.

Se buscó dicha información en programas específicos de estadísticas de comercio exterior, en el mercado local de importación y venta de refacciones automotrices e incluso en talleres, laboratorios que tengan como objetivo la afinación , el lavado de inyectores y las instituciones de apoyo a la industria de autopartes.

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

- **Aprendizajes profesionales**

El haber tenido un gran reto desde el principio, al fin de este proyecto. Fue una experiencia tanto para el equipo, como para la empresa. Sentimos una satisfacción al fin, de ganar-ganar. Nos enseñaron tanto durante el proceso, que la experiencia de la práctica real con una empresa que desea exportar fue algo enriquecedor, especialmente para poner en práctica nuestras habilidades como consultores de comercio exterior.

Esta experiencia la aplicaremos en un futuro, muy seguramente en el campo del comercio. Es muy satisfactorio el haber adquirido técnicas que aprendimos de mercado y exportación. Estamos completamente satisfechos por haber cursado el PAP. Ya que se especializa en encontrar los clientes de los mercados ideales para un producto en específico.

- **Aprendizajes sociales**

Al obtener conocimientos más a profundidad de este PAP, en temas de exportación o importación nos atrevemos a decir que después de finalizar la carrera, podremos poner en práctica estos conocimientos. Algunos dentro de la empresa familiar en cierto tiempo.

Nos sentimos muy agradecidos el haber estudiado una carrera tan amplia, retadora y competitiva en estos tiempos. Nos sentimos independientes, fuertes, con ganas de

tomar decisiones y exportar los productos que los mexicanos hacemos con tanto orgullo, sudor y sacrificios. Nos encantaría poder seguir en esta rama de la carrera, para así crear un impacto en la comunidad que nos rodea. Las personas y sobre todo en México, muchas veces no conocen o ignoran, el alcance que podría tener sus productos.

Nos gustaría poder seguir asesorando y empujando a más personas a que exporten para que otras personas en otro lado del mundo conozcan y admiren la calidad y la mano de obra de muchos mexicanos.

Al principio del PAP, nos encontrábamos en una situación de desespero porque no entendíamos cómo íbamos a conseguir que alguien quisiera importar los productos de inyectores. Pero al final investigando y asesorando nos encontramos que los países potenciales se encuentran en el exterior, importando actualmente productos de este ramo. Por lo cual nos dimos a la tarea de aprender lo más posible, de cómo ingresar en ellos. No fue fácil, pero tampoco imposible.

Este PAP beneficio al tipo de cliente: pequeñas empresas las cuales desean exportar. Las cuales a mi parecer, son los que más necesitan de nuestro apoyo en servicios para consultoría. Ya que se ignoran muchas cosas en el proceso, y puede que una mercancía llegue a su abandono por falta de información y comunicación.

Las aportaciones a la sociedad fueron el: ayudar a mejorar la calidad de vida de varias personas, en aspectos como: volver a retomar sus exportaciones. , que su empresa sea cada día más reconocida, ayudar en su volumen de ventas, hacer una exportación un trato fácil para ellos. Hacerlos darse cuenta que si inviertes un poco, las ganancias pueden ser mayores. Gracias a esto, la empresa Innyec podrá exportar a partir de las referencias finales que le otorgamos de cada país.

Nos damos cuenta al finalizar este PAP, de la importancia que tiene la carrera en el mundo exterior para muchas empresas. Las cuales desearían tener alguna consulta para sus exportaciones.

- Aprendizajes éticos

Las principales razones por las que se tomó la decisión de iniciar este proyecto, principalmente son para poder colaborar en el desarrollo de una empresa pyme en el comercio internacional, y que cuando esta se presente en el mercado internacional tenga las herramientas y conocimientos necesarios para poder ser competente. Otra de las decisiones fue el poder transmitir los conocimientos específicos de las carreras de todo el grupo conformado para el proyecto a una empresa pyme con deseos de crecimiento a nivel internacional. Las consecuencias en general son positivas ya que se trabajó en equipo con coordinación de la empresa Innyec, la cual tiene expectativas sobre el proyecto a desarrollar , por lo cual se tiene un mayor compromiso con la misma. Otra de las consecuencias personales para el equipo fue el aprender a comunicar tanta información que se obtuvo, el saber utilizar las herramientas correctas para el proyecto y con esto poder construir un proyecto con resultados eficientes para la empresa mexicana.

Este proyecto nos lleva a poder ser capaces de tomar decisiones con empresas que desconocen los procesos en este caso de exportación a Latinoamérica, más sin embargo esto no se limita a un plan de exportación solamente, sino que comienza desde el análisis de la empresa Innyec , donde se identificaron áreas de desarrollo laboral interno. Esta experiencia nos invita a poder identificar detalles y encontrar soluciones o formas de poder llevar a cabo proyectos dentro de una empresa, el saber cómo ejecutarlos y por donde iniciar una búsqueda de información tan precisa y específica como lo fue durante este proceso, para que la información que se brinde a la empresa sea verídica y confiable.

Posterior a esta experiencia durante el proyecto, se pretende ejercer en el ámbito de comercio exterior en el caso de los licenciados en comercio y negocios globales mientras que para el ingeniero industrial, se pretende ejercer dentro de una empresa global, donde lo aprendido pudiera ayudar en los procesos internos de la empresa, o incluso complementar sus búsquedas de informaciones nivel internacional.

Finalmente la idea de ejercer en una empresa para los 4 integrantes fue por las ganas de aprender, ya que todos coincidimos en poder aportar nuestros conocimientos sobre todo en empresas Pyme, aunque estas no tengan actividades de comercio exterior, incluso para motivar a estas. El tener un punto de vista objetivo y con experiencia para poder impulsar la economía del país, a través de las empresas pyme es la principal motivación del equipo en general.

- Aprendizajes en lo personal

Reflexión personal- Lorena Martín del Campo Nozato

Aprendí a desarrollar mis capacidades al máximo nivel para este PAP. Descubrí que cada día es un nuevo reto en el trabajo, con nuevas preguntas y respuestas por descifrar. Que tenía técnicas innatas sin saber de mí, como poder descubrir un mercado ideal para un producto en específico.

Entendí que no todas las personas son amables cuando hablas a diferentes regiones del país. Y que muchas de esas mismas personas no les agrada que las estés buscando, ya que muchas veces lo pueden tomar como pérdida de tiempo.

Pero como yo tenía que conseguir ese contacto, veía que todos podrían tener su lado bueno y humano, por lo que me di la tarea de crear mucha empatía por correo, antes de pedirles el favor. Y comprobé que eso servía. Creo que las cosas se te otorgan por la manera de pedir. Eso es lo más importante que me dejó el PAP para mi vida.

Reflexión personal- Sandra Livier González Velázquez:

Este proyecto de investigación aporta a mi persona, la experiencia de estar frente a un empresario de una Pyme, con conocimientos nulos de comercio exterior y saber que este empresario pone la confianza sobre el equipo integrado para el PAP, es una experiencia de responsabilidad y fidelidad hacia la carrera de poder destacar cada semestre y materia para que de una u otra forma sean integradas durante el desarrollo de la investigación.

El proyecto me dio a conocer grandes fuentes de información , las cuales las mayorías no se encuentran en internet, sino con interacción con las personas que se enfrentan día a día con el mercado de este producto. Me aportó el saber escuchar al profesor- asesor, empresario y tener una comunicación con mi equipo de trabajo.

En cuanto reconocer a la sociedad y otros, darse cuenta que se necesita una gran cantidad de personas para poder llegar a la información eficiente, que realmente se necesita la humildad de poder decir no se esto o no puedo con esto. El poder reconocer que la sociedad mexicana incluso influyó de manera indirecta durante el desarrollo del proyecto por ideologías y tradiciones.

Este PAP me ayudó para poder convivir en la pluralidad y diversidad, ya que como mencionaba la principal fuente de información era mi equipo de trabajo, profesor-asesor, empresario y la empresa Innyec, el tener que aportar día a día a este

proyecto. El tener que reconocer la diversidad de conocimientos desde empleados, compañeros y profesores para que en conjunto se pudiera lograr información eficaz que realmente aportará al proyecto.

Aprendí durante este proyecto la importancia de la información dentro del mundo del comercio internacional, los contactos necesarios para poder desarrollar un proyecto y la actitud ante los diferentes desafíos que se tuvieron que enfrentar en algún momento del proyecto por la información limitada o incluso no encontrada. Lo que más recalco es la importancia de la comunicación con el equipo de trabajo, ya que cada quien tuvo un lugar que realmente aportó para que el proyecto pudiera finalizarse.

Reflexión personal- Alexa Naveda Atilano

Siempre he sido de la idea de que antes de hacer un negocio o llevar a cabo una idea se tiene que hacer todo un plan para poderlo llevar a cabo, y este trabajo de investigación de mercados para identificar un país de posible exportación no fue la excepción.

Antes de exportar un producto, e incluso algún tipo de servicio se tienen que tomar en cuenta varios factores, como la viabilidad del proyecto y también la rentabilidad que le deje al empresario, conocer el mercado saber sus características cualitativas y cuantitativas, saber tu competencia y poder generar una ventaja competitiva en donde el cliente potencial te prefiera antes que la competencia.

En el caso de este Proyecto de Aplicación Profesional y la selección de un mercado viable para la exportación de inyectores reconstruidos creo que es primordial hacer un diagnóstico empresarial en el cual se verá si la empresa está lista o no para

internacionalizarse, creo que esto es la base de todo, para así seguir con cuestiones de mercado (cualitativas/cuantitativas) lo que nos dirá si el mercado es viable o no. En lo personal, creo que antes de hacer cualquier cambio empresarial, en este caso exportar, se tiene que hacer un análisis profundo y esto determinará el éxito del producto en otro país.

Por otro lado en este PAP tuve que trabajar mucho en mi organización personal, en mis tiempos, administración de tareas, tuve la oportunidad de desarrollar más mis capacidades de trabajo en equipo y también la apertura a más ideas y herramientas de trabajo de la carrera y el ITESO brindan.

Reflexión personal- Daniel Martin Álvarez

Este proyecto de aplicación profesional me amplió el panorama y me dejó muchas herramientas para saber cómo exportar un producto, ya que yo estoy estudiando ingeniería industrial y no conozco temas de comercio internacional.

Aprendí que lo primordial en una compañía para saber cómo se encuentra actualmente, cuáles son sus áreas de mejora, y que necesita para crecer, lo obtienes haciendo un diagnóstico empresarial, después una investigación de mercado, canales de distribución, el obtener fracciones arancelarias y no arancelarias, regulaciones y normas por cada país, instituciones de apoyo nacionales como internacionales, estadísticas, el aprender a utilizar programas que te ayudan a obtener más información y te facilitan la manera de exportar, como: trade wizard, aladi, trade map, siicex, etc.

Aprendí a trabajar en equipo y compartir opiniones tanto con mis compañeros como con el profesor, además de cómo comunicarme con el dueño de la empresa, cómo redactar correos para obtener algún posible cliente, cómo contactarte con el cliente para no perderlo y que se muestre interesado.

Fue un gran reto el obtener datos cualitativos y cuantitativos de un producto difícil por la falta de información y de accesibilidad a las estadísticas del mercado ya que en la mayoría de los países investigados está prohibida su importación. Así que tuvimos que buscar herramientas extraordinarias como acceder al mercado e-commerce para poder darnos una idea de como funciona este mercado de los inyectores de gasolina remanufacturados en cada país seleccionado.

Fue de verdad un gran proyecto que día a día con la aportación de mis compañeras y mía se fue forjando y puliendo para llegar al objetivo de lo que ahora es una investigación de mercado en 4 países de Sudamérica, seleccionando el más viable para exportar inyectores de gasolina remanufacturados.

5. Conclusiones

Durante el desarrollo del proyecto , la convivencia durante el semestre con el asesor-profesor y el empresario, se alcanzó a encontrar el énfasis que generalmente se hace en cuanto la relación del valor de la información y las herramientas que se pueden llegar a necesitar para que la información brindada sea verídica y confiable.

Este proyecto de alta importancia en general para todo el equipo ya que el producto perteneciente a la empresa Innyec que en un principio se desarrollaría un plan de exportación para los “inyectores de gasolina remanufacturados” no fue fácil la accesibilidad a la información tanto cuantitativa como cualitativa en el mercado lo cual fue un gran reto, incluso en el nicho de mercado identificado para la empresa. Nos dimos cuenta que los retos surgen día a día, donde las actualizaciones suceden

muy rápido para el comercio exterior. La importancia de estar informado es vital, si te quieres dedicar a búsquedas de mercado, exportar o importar mercancías.

Gracias al PAP en Innyec vimos una oportunidad única de poner en práctica nuestros conocimientos básicos de comercio exterior y de otras materias en general se descubrió que se fue capaz de realizar proyectos profesionales con responsabilidad ante todo, con apoyo en los conocimientos generados a lo largo de los estudios universitarios, utilizando los consejos de asesores y teniendo una buena comunicación con el empresario para captar sus ideas y necesidades se puede llegar a un resultado íntegro.

Por otro lado, se dio cuenta de que si se trabaja con empeño, organización y con ganas de hacer bien las cosas, los proyectos que vengan en un futuro los podremos sacar adelante.

6.-Bibliografía

(Sibille, 2015) Sibille, M. (10 de 08 de 2015). *El Observador*. Recuperado el 5 de 11 de 16, de El Observador: <http://www.elobservador.com.uy/brasil-un-complejo-mercado-que-hace-perder-el-sueno-n257898>

(PROMÉXICO, 2015) PROMEXICO. (11 de Febrero de 2015). *promexico*. Recuperado el 5 de 9 de 2016, de promexico: <http://www.promexico.gob.mx/comercio/mexico-y-sus-tratados-de-libre-comercio-con-otros-paises.html>

(Cachanosky, 2015) Cachanosky, I. (07 de Marzo de 2015). *Panam Post*. Recuperado el 12 de 11 de 2016, de Panam Post: <https://es.panampost.com/ivan-cachanosky/2015/03/10/con-trabas-a-importaciones-ecuador-perjudica-a-los-consumidores/>

Autopartes, S. (2010). *Reporte de monitoreo sectorial*. Obtenido de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/11536/100000084.pdf?sequence1>

Economía, S. d. (2014). *Tratado de libre comercio entre los Estado Unidos Mexicanos y la República de la ciudad de Panamá*. Ciudad de Panamá.

Panamá, M. d. (Octubre de 2016). *Arancel de importación de la República de Panamá*. Obtenidode <https://www.ana.gob.pa/images/PDF/arancel/leyes/Arancel-Nacional-noviembre-2012.pdf>

Tech, G. (Octubre de 2016). *Logistics Innovation & Research Center*. Obtenido de Panama City, Panama: http://logistics.gatech.pa/es/trade/agreements/map_agreements

Tuerca, P. (Octubre de 2016). *Información motorbit*. Obtenido de <https://info.motorbit.com/pa/marcas-modelos/>

Referencia: Asociación Automotriz del Perú, 2015 Asociación Automotriz del Perú. (14 de enero de 2015). *RPP*. Recuperado el 12 de marzo de 2016, de economía Perú: <http://rpp.pe/economia/economia/cuales-fueron-las-marcas-de-autos-mas-vendidas-en-peru-el-2015-noticia-929783>

PROMÉXICO, 2015 PROMEXICO. (11 de 2 de 2015). *promexico*. Recuperado el 5 de 9 de 2016, de proméxico: <http://www.promexico.gob.mx/comercio/mexico-y-sus-tratados-de-libre-comercio-con-otros-paises.html>

ARAPER, 2014. ARAPER. (24 de octubre de 2014). *Mundo Tuerca*. Recuperado el 18 de Marzo de 2016, de Mundotuerca: <http://mundotuerca.com.pe/webmt3/mundo-tuerca-estadísticas-araper-de-autos-setiembre-2014/>

ALADI, 2015 ALADI. (2015). *sicoex*. Recuperado el 8 de septiembre de 2016, de SICOEX: http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/comercio_exterior_item_arancelario_resultado.seam?anio=2016&ti poComercio=l&retorno=tree&item=8409993000&cid=47914&paisInfCod=589&actionMethod=jsf%2Fcomercio_exterior_item_arancelario_arbol.xhtml%3AcomercioExteri

ALADI, 2016 ALADI. (9 de 03 de 2016). *ALADI*. Recuperado el 10 de 10 de 2016, de ALADI: http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/comercio_exterior_item_arancelario_resultado.seam?retorno=com

[ercioPorItem&anio=2016&tipoComercio=E&item=&paisInfCod=493&glosa=Balancines%2C+barras+de+balancines%2C+punter%C3%ADas++++++%0A%28buzos%29%2C+v%C3%A1l](#)

(Noviembre de 2016). Obtenido de Directorio Nacional Autopartista: <http://directorionacionalautopartista.co/>

Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia . (Noviembre de 2016). Obtenido de Mincomercio Industria y Turismo : <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=11963>

Importaciones Colombia . (Noviembre de 2016). Obtenido de Mincomercio Industria y Turismo : <http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones.php?id=16268&dPrint=1>

Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia . (Noviembre de 2016). Obtenido de Sistema de Información sobre Comercio Exterior: http://www.sice.oas.org/Trade/go3/text_s.asp#a3-09

Reglamento técnico para etiquetado de productos en circunstancias especiales. (Noviembre de 2016). Obtenido de Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA : http://www.sic.gov.co/recursos_user/reglamentos_tecnicos/reglamento_tecnico_especiales.pdf

El sector de autopartes en Colombia 2014-2015. (Noviembre de 2016). Obtenido de Estudios Sectoriales Aktiva: http://aktiva.com.co/app/webroot/blog/Estudios%20sectoriales/2015/sector%20autopartes_febrero_2015.pdf

Referencias preferidas por los colombianos a la hora de buscar vehículo. (Noviembre de 2016). Obtenido de Revista marketing to marketing : <http://m2m.com.co/tag/tucarro-com>

Sector Automotor Colombia Diciembre 2015 . (Noviembre de 2016). Obtenido de ANDEMOS : <http://www.andemos.org/wp-content/uploads/2016/08/Informe-Vehiculos-2015-12.pdf>

-Research, B. (Octubre de 2016). *Situación Automotriz "Panamá 2013"*. Obtenido de Análisis Económico : https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/migrados/ESAPA_1302_SitAutomotrizPanama_tcm346-386615.pdf

7.-Anexos

- Anexo 1: Resultados del diagnóstico empresarial
- Anexo 2: Resultados del diagnóstico de potencial exportador
- Anexo 3: Perfil de mercado para inyectores “reconstruidos” de gasolina de uso automotriz (Panamá, Chile, Perú y Colombia).
- Anexo 4: Presentación resultados y recomendaciones