

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

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



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**PAP 3J02: Programa de Desarrollo para la Comercialización y Ventas  
Nacionales e Internacionales I**

**“Desarrollo para la comercialización y ventas internacionales de La Pêche a  
Francia”**

**PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes:

Lic. en Administración Financiera. Jimena Cejudo Ortiz

Lic. en Comercio y Negocios Globales. María Fernanda González Arias

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Alan Alejandro Martínez Velasco

Profesor PAP:

**Mtra. Montserrat Moncada Navarro**  
**Mtra. Graciela Velasco Gutiérrez**

Tlaquepaque, Jalisco, mayo de 2019

# REPORTE PAP

## ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Desarrollo	5
3. Resultados del trabajo profesional	4
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	4
5. Conclusiones	4
6. Bibliografía	4
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	4
	5

# 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

En este proyecto se tiene como principal objetivo que la empresa La Pêche conozca el escenario de los mercados internacionales y que pueda exportar uno de sus productos estrella al mercado europeo específicamente al mercado francés, en un mediano plazo.

Durante el proyecto se realizó un análisis del mercado en el cual se muestra toda la información acerca de la industria, así como las tendencias que se tendrán y el crecimiento que esta ha tenido. Para la selección del mercado meta se realizó un análisis PESTEL en donde se evaluaron distintos factores, así mismo se realizaron distintas investigaciones sobre la competencia, el consumidor y sus canales de distribución. Al tener esta información se realizaron diferentes estrategias de comercialización para este producto, así como algunas propuestas de plan de marketing y sugerencias de ferias y herramientas promocionales en donde la empresa podría tener participación.

Al igual se abordaron los temas de logística y las regulaciones para este producto. Para la parte de logística se cotizó cuánto costaría hacer el envío del producto desde Jalisco hasta Francia, así como el tiempo que tardaría en realizarse la entrega del producto. En el tema de las regulaciones se realizó una investigación de todas aquellas regulaciones que se deben cumplir tanto a la exportación desde México como a la importación a Francia. Es un tema muy importante en comercio exterior porque nos ayuda a conocer básicamente impuestos y permisos necesarios para el intercambio comercial. En la parte financiera se realizaron 3 flujos de efectivo con sus diferentes escenarios.

Finalmente harán las conclusiones finales de todo el equipo PAP, así como las recomendaciones y sugerencias importantes que la empresa pueda tomar en cuenta para lograr mejorar.

## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La Pêche | Backpacks & Stuff fue fundada en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. El nombre está inspirado en una expresión coloquial del idioma francés: 'J'ai la pêche' (*llé la pesh*); que quiere decir que estamos listos para afrontar todo lo que se ponga en nuestro camino, que estamos plenos mental y físicamente. Nació como un pasatiempo personal al no poder encontrar opciones que satisficiera los gustos y necesidades del propietario. Estos comprenden características como precio, diseño y calidad. Comenzó fabricando productos sobre pedido y personalizados.

Hasta el año 2018 se creó y puso a la venta la primera línea/colección. Actualmente se encuentra operando como persona física con actividad empresarial. La empresa La Pêche está únicamente formada por el director de la empresa Jaime Muñoz, quien actualmente desempeña la mayoría de las actividades que se llevan a cabo para la producción, distribución y ventas.

Para la elaboración de los productos de la empresa se cuentan con 3 puestos claves:

- **Manufactura**
  - ⇒ Compra de materiales
  - ⇒ Proceso de fabricación
- **Ventas**
  - ⇒ Venta en línea
  - ⇒ Ventas a través de la boutique
- **Prospección**
  - ⇒ Manejo de las redes sociales de la empresa.

El sector en el que se encuentra la empresa es el de la industria textil, el cual está conformado por aproximadamente 20,000 empresas que se dedican a esta industria, mismos que producen el 10% del PIB dentro del sector manufacturero. Dentro de toda la industria el 90% de las empresas son PyMEs. México es uno de los países fuertes en cuanto a la exportación de productos de esta industria.

Actualmente dentro de esta industria se encuentran alrededor de 1,437 MyPEs, que se dedican a la fabricación de bolsos de mano, maletas y productos similares. Se pretende aumentar las ventas de su producto estrella además de tener un alcance en el mercado internacional.

## 1.2 Problemática u oportunidad detectada

La empresa La Pêche ha desarrollado un producto con un diseño práctico y minimalista, que cubre las necesidades de mercados europeos con un poder adquisitivo mayor al que se tiene actualmente en el mercado nacional, por lo que se identificó más que una problemática, una oportunidad de crecimiento del negocio en estos mercados europeos.

### 1.3 Objetivo general

Que La Pêche sea una marca vendida y reconocida en mercados europeos, ya que el producto va más con el estilo de vida y los gustos de estudiantes y oficinistas europeos.

#### 1.4 Objetivos específicos

- Para el año 2020 se incrementarán puntos de venta físicos en los mercados internacionales.
- Para el año 2019 contar con un registro de marca nacional.
- Identificar una plataforma de e-commerce dentro de los siguientes 3 meses.
- Realizar una ficha técnica del producto estrella, así como determinar su fracción arancelaria y con ello determinar las regulaciones arancelarias y no arancelarias a la exportación del producto.
- Realizar una investigación de la industria a nivel nacional.
- Determinar la capacidad de producción y la oferta exportable de la empresa.
- Hacer una investigación de mercado para determinar el más adecuado.
- Determinar precios de exportación para el mercado meta.
- Hacer un pronóstico de ventas y una proyección financiera en el mercado de exportación.
- Hacer la tienda en línea en el idioma inglés.

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

### 2.1 Metodología

- 1) Realización de un diagnóstico empresarial y otro de exportación, este nos permite tener una idea de cómo se encuentra internamente la empresa.
- 2) Determinación de la fracción arancelaria del producto en el cual se trabajó, con la que fue posible conocer la regulaciones arancelarias y no arancelarias en México y Francia.
- 3) Elaboración de las fichas técnicas en español e inglés para dar a conocer cuáles son los componentes del producto, así como el porcentaje que tiene cada uno del producto total.

4) Investigación de mercado, se elaboró un análisis PESTEL para la determinación del país meta. Este análisis consiste en investigar los diferentes elementos que pueden influir sobre el mercado meta.

- Políticas
- Económicas
- Socioculturales
- Tecnológicas
- Ecológicas / medio ambiente
- Legales

5) Análisis de la competencia en el mercado meta, se investigaron en diversas fuentes cuales son las principales marcas que ofrecen el producto, cuáles son sus precios y sus formas de venta en la actualidad.

6) Elaboración de plan de marketing del producto para dicho mercado. Se investigaron ferias en las que la empresa pueda participar para su introducción en el mercado meta, de la misma forma se investigaron y propusieron apoyos económicos que la empresa puede solicitar para que sea posible la participación en dichos eventos de promoción. Adicionalmente, propusimos promover la marca a través de redes sociales en el idioma del mercado meta, así como la contratación de un líder de opinión en el país destino para darle visibilidad a la marca.

7) Evaluación de costos y rutas logísticas. En esta parte del proyecto se realizaron cotizaciones de transporte internacional con diferentes integradores logísticos y empresas de paquetería. Con esto fue posible hacer un comparativo de costos y tiempo de tránsito para tomar la mejor decisión.

8) Alta en el portal VUCEM. Se realizó el registro en Ventanilla Única con la FIEL del empresario, con lo que fue posible realizar los trámites referentes a operaciones de comercio exterior.

9) Elaboración de contratos de compra-venta internacional. Se realizó un contrato detallado, con aquellas cláusulas que el empresario considera trascendentes acordar con el cliente en el extranjero.

10) Análisis financiero de la empresa, se realizaron 3 flujos de efectivos en diferentes escenarios, optimista, realista y pesimista, de los cuales se realizó un pronóstico de cómo podrían ser las ventas en el mercado internacional y las utilidades que se obtendrían.

## 2.2 Cronograma o plan de trabajo

A continuación se detallará la planeación de las actividades a realizar durante el semestre, en las asesorías y con la empresa. Las tareas se repartieron según los conocimientos y habilidades que cada uno del equipo PAP tiene, pero igualmente se trabajó en equipo.

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
<b>EMPRESA</b>	Información general	Conciencia exportadora															
<b>PRODUCTO</b>		Características del producto	Procesos de adecuación a nuevos mercados		Precios de exportación												
<b>MERCADO</b>		Industria	Investigación de mercado		Canales de distribución												
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>							Estrategia producto	Plan de marketing									
<b>LOGÍSTICA</b>			Regulaciones RRA/RRNA		Selección medio transporte	Diseño de la ruta											
<b>LEGAL</b>																	Prácticas contractuales

<b>FINANZAS</b>		Proyección Financiera
<b>CONCLUSIONES</b>		Grupales Personales
<b>REPORTE PAP</b>		Realización reporte
<b>PRESENTACIÓN</b>		Final

Tabla 1: Cronograma de actividades (fuente: elaboración propia)

- Las actividades que se consideran: Se realizaron distintas visitas de campo a la empresa con la que se trabajó durante la realización del proyecto, igualmente se realizaron investigaciones en distintas fuentes sobre la información que se necesitaba, así mismo se realizaron diferentes cotizaciones de cierta información que se necesitaba tener.
- Recursos necesarios: Los recursos necesarios durante este proyecto fueron varios, principalmente el equipo PAP, el empresario Jaime Muñoz, así como las asesoras del proyecto, la maestra Graciela Velasco y Montserrat Moncada. También fue necesario acudir a ciertas asesorías financieras con el profesor Alfonso Navarro y finalmente se realizó una visita a una empresa de empaques para obtener información sobre cajas de embalaje que era necesaria tener. Al igual se realizó la práctica de cubicaje y acomodo de mochilas, para saber cuál sería el mejor para la mercancía a exportar.
- Fechas previstas: Del 22 de enero del 2019 al 16 de mayo del 2019. Durante este proyecto se tuvieron asesorías los martes y jueves de 4pm a 7pm, así como reuniones con el empresario que se fueron programando conforme se iba avanzando el proyecto. Las fechas de reuniones fueron las siguientes:
  - 24 de enero de 2019
  - 31 de enero de 2019
  - 12 de febrero de 2019
  - 19 de febrero de 2019
  - 14 de marzo de 2019
  - 26 de marzo de 2019, presentación intermedia.
  - 4 de abril de 2019

### 2.3 Productos y entregables

Se entregará un documento a la empresa, el cual contiene todos los puntos del cronograma, en cada uno de los temas se da una breve explicación de lo que tratará dicho tema.

El primer apartado del documento contiene toda la información que tiene que ver con la empresa:

- Conciencia exportadora
- Objetivos generales y específicos

El segundo apartado contiene la información del producto a exportar:

- Ficha técnica y fracción arancelaria del producto
- Capacidad de producción y oferta exportable
- Mercado internacional
- Precios de exportación: Costos y precios ExWorks

El tercer apartado contiene la información con relación al mercado al que se desea exportar:

- Se realizó un PESTEL para analizar a los países a los cuales se podría exportar el producto, a tener esa información se utilizó una matriz de selección.
- Investigación sobre la competencia directa de la empresa, así como sus precios y la distribución de estos.
- Identificación de los diferentes canales de distribución en el país meta.

El cuarto apartado contiene la información acerca de la comercialización del producto:

- Estrategia de posicionamiento

- Plan de marketing
- Alta en portal de MyTrade

El quinto apartado contiene la información relacionada con la logística:

- Selección de medio de transporte
- Empaque y embalaje
- Cubicaje
- Regulaciones arancelarias y no arancelarias
- Alta en el portal VUCEM

El sexto apartado contiene la información relacionada con lo legal:

- Contratos de Compra-Venta Internacional
- Formas de pago

El séptimo apartado contiene la información relacionada con las finanzas de la empresa:

- Pronóstico de ventas del producto y del mercado
- Proyección financiera al mercado de exportación, realizando flujos de efectivo en distintos escenarios.

### 3. Desarrollo

#### 3.1 Sustento teórico

A continuación, se presentarán algunos conceptos o fundamentos teóricos que fueron utilizados a lo largo del proyecto que ayudan a comprender y analizar qué fue lo que se realizó y así poder aplicar lo aprendido durante el transcurso de la licenciatura. Cada uno de los conceptos será explicado de manera breve.

#### **Clase de Gestión Aduanera.**

Todos los importadores y exportadores de México deben hacer un registro en un portal llamado Ventanilla Única (VUCEM), que sirve para realizar todos los trámites relacionados con comercio exterior. Ventanilla Única comenzó a tener registros de

empresas desde el 2011, sin embargo, actualmente, el alta en VUCEM se vuelve un requisito obligatorio si se desea tener operaciones de comercio exterior.

### **Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias.**

Las regulaciones arancelarias tienen que ver con el pago de impuestos tanto a la importación como a la exportación. Mientras que las regulaciones no arancelarias (RRNA) son medidas que regulan o restringen la entrada o salida del país de las mercancías con el fin de alcanzar los objetivos de la política comercial de un país. Entre estas medidas se pueden encontrar permisos previos, cupos, NOM's, cuotas compensatorias, certificaciones, marcado de país de origen, entre otros instrumentos que se consideran adecuados.

### **INCOTERMS.**

Los International Commerce Terms (INCOTERMS) son normas reguladas por la Cámara de Comercio Internacional y sirven para definir las obligaciones del vendedor y del comprador cuando se llevan a cabo operaciones de comercio exterior.

### **Clase de Logística Internacional.**

En esta clase vimos las formas de transportación internacional y la forma de elegir la más conveniente para la situación, vimos cubicaje que es el acomodo óptimo de la clase y vimos hasta la documentación necesaria para las operaciones de comercio exterior. La bibliografía de la clase fue principalmente el libro "Transportación Internacional" del profesor y director de carrera de Comercio y Negocios Globales, Genaro Portales. En este libro se detalla el proceso logístico, la documentación necesaria para el mismo y las diferentes opciones que hay para la transportar mercancía de forma eficiente, lo cual pudimos poner en práctica durante el PAP.

### **Clase de Clasificación Arancelaria.**

En esta materia vimos las bases para clasificar cualquier mercancía y asignarle un código para que pueda ser fácilmente identificada en todas las aduanas del mundo, en este caso no se tenía identificada la fracción arancelaria de las mochilas y se sacó. Esta clase tiene como marco teórico la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación.

### **Clase de Operación Aduanera.**

En la clase de Operación Aduanera aprendimos lo que ocurre en aduanas al momento de hacer una operación de importación o de exportación y los riesgos que existen al momento de hacer esas operaciones y cómo evitarlos. En esta clase tomamos como sustento la Ley Aduanera y el Compendio de Comercio Exterior. En este caso, nos basamos en los art. 36-A fracción II de la Ley Aduanera para determinar los documentos necesarios para realizar la exportación.

### **Clase de Información Financiera**

En esta Clase de información financiera aprendes la estructura de cada uno de los estados financieros que una empresa debe tener, así como su análisis interpretación de resultados, en esta materia aprendimos los siguientes conceptos que fueron elementales durante el proyecto PAP.

#### **Estado de resultados.**

Es un estado financiero indispensable para cualquier tipo de empresa sin importar el tamaño para saber si han sufrido pérdidas o ganancias durante sus actividades económicas. De acuerdo a los autores Scott Besley y Eugene Brigham en el libro de Fundamentos de la Administración financiera define el estado de resultados como *“Estado de pérdidas o ganancias en donde se presentan los resultados de las operaciones de una empresa durante un periodo específico como un trimestre o un año y resume los ingresos generados y los gastos incurridos por la empresa durante el periodo contable.”*<sup>i</sup>

#### **Flujos de efectivo operativos.**

Es un estado financiero básico en las empresas ya que representa las operaciones de una compañía, en el se encuentran las entradas y salidas de efectivo. En el libro de Fundamentos de la Administración Financiera, los autores Scott Besley y Eugene Brigham definen que los flujos de efectivo operativos “*Surgen de las operaciones normales y representan la diferencia entre la recaudación de efectivo y los gastos en efectivo, incluidos los impuestos pagados, relacionados con la fabricación y venta de inventario.*”<sup>ii</sup>

### 3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Primeramente, se realizó un análisis del producto a exportar, desde conocer su composición, determinar una fracción arancelaria, una adecuación del producto para acondicionarlo para la exportación, así como conocer los costos reales con las adecuaciones necesarias y la determinación de una oferta exportable.

Posteriormente, analizamos la industria a nivel nacional e internacional, con lo que fue posible determinar el mercado ideal. Una vez que se determinó el mercado meta, establecimos una estrategia de marca y posicionamiento que fuera coherente con los hábitos de consumo en el país destino.

En lo que tiene que ver con comercio exterior, realizamos un análisis logístico con el fin de conocer la opción de envío e INCOTERM más viable para la empresa, tomando en cuenta las implicaciones de costo y tiempo de tránsito. Adicionalmente, determinamos las regulaciones arancelarias y no arancelarias en México y el país meta, con el fin de conocer impuestos y permisos necesarios para una exportación exitosa.

Luego de haber identificado los posibles clientes en el extranjero, realizamos un contrato de compra-venta internacional adecuándonos a las necesidades del

empresario, todo esto para destacar y proteger aquellos aspectos importantes para una negociación satisfactoria para ambas partes.

Por último, se realizó un análisis de las proyecciones financieras con el fin de conocer la viabilidad del negocio en el corto, mediano y largo plazo, y con ello tener una idea del comportamiento de las ventas durante cierto periodo de tiempo. Todo esto nos podrá ayudar a conocer si vale la pena la exportación en el mercado meta o si es recomendable analizar otros países.

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

##### Aprendizajes profesionales (personal)

- Jimena Cejudo: Durante el proyecto PAP pude poner más en práctica mis habilidades y conocimientos profesionales que adquirí a lo largo de mi carrera Administración Financiera, sobre todo unirlos con la carrera de Comercio y Negocios Globales, que a pesar que este PAP no tenía tanta relación con mi carrera pude hacer que tuvieran más relación. Además de poner en práctica lo de mi carrera, aprendí muchas cosas que jamás creí que aprendería y que además me gustó mucho.

Además de todo esto desarrollé más competencias, pero sobre todo pude reforzar las competencias que ya había desarrollado antes, como la cooperación y trabajo en equipo, realizar buenas investigaciones en fuentes confiables y sobre todo la redacción correcta que se debe tener en la vida profesional.

No solo tuve que realizar investigaciones de campo sobre la empresa, sino que también se realizaron ciertas investigaciones que me ayudaron a conocer más el contexto actual de los negocios internacionales, así como su contexto sociopolítico y económico, el cual me ayudó a saber que es de suma importancia tener claro esto para realizar negocios en el extranjero.

Para mí el reto más grande del PAP fue la parte de finanzas, ya que la empresa contaba con muy poca información financiera que nos ayudará a saber cómo se encontraba, por lo cual en este apartado puse todos mis conocimientos en práctica en donde se realizaron pronósticos de venta en el extranjero, en sus distintos escenarios.

En lo personal creo que cada cosa aprendida a lo largo de este proyecto me será de gran ayuda en mi vida profesional ya que se trabajó con una empresa real.

- María Fernanda González: Durante la elaboración de este proyecto me pude dar cuenta de la utilidad práctica de todos los conocimientos que adquirí durante la carrera, más específicamente de los que tienen que ver estrictamente con comercio exterior. Pude ver desde una perspectiva más real el proceso de preparar y adecuar un producto, en este caso mochilas, para salir al extranjero y todo lo que esto conlleva.

A lo largo de mi carrera y en distintas materias desarrollé varios planes de exportación para diversos productos, todos con diferentes estrategias y a diferentes mercados. La diferencia que noté en este PAP es que la empresa tenía un verdadero deseo de llevar sus productos a otro mercado y todo lo que se planeó en cuanto al plan de exportación, se está haciendo en verdad y el proceso va avanzando en realidad. Es muy diferente a cuando un proyecto se queda sólo en supuestos.

El PAP fue una experiencia muy enriquecedora donde aprendí cosas que en teoría no se pueden enseñar como el trato con transportistas, trámites de gobierno que son necesarios en la exportación, el trato con empresarios y las distintas formas que existen de resolver un problema, fue de mucha utilidad

contar con un equipo multidisciplinario donde compartimos diferentes puntos de vista y transmitimos enseñanzas.

- Alan Alejandro Martínez: En cuanto a lo profesional, este PAP, me sirvió principalmente para desarrollar más mis habilidades de análisis de viabilidad en mercados internacionales, así como a familiarizarme cada vez más con el proceso y las implicaciones de realizar una exportación. Además, me sirvió para aprender diferentes técnicas de promoción internacional y de análisis financiero, en lo que tiene que ver con disciplinas secundarias al comercio internacional.

Me pareció muy enriquecedor el hecho de tener que analizar el entorno sociopolítico de los países, ya que de esa manera fue más precisa la decisión del mercado de exportación.

Durante este proyecto, puse a prueba mis conocimientos adquiridos durante la carrera, específicamente los que tienen que ver con el marco legal del comercio exterior, logística y análisis de mercados.

Pienso que este tipo de PAP, me sirve bastante para mi vida profesional y laboral, ya que aterricé mis conocimientos teóricos en una empresa real, además de que la interacción en diferentes etapas del proyecto fue con empresas con amplio conocimiento en distintos ámbitos del comercio exterior.

#### Aprendizajes sociales

- Jimena Cejudo: Este PAP me ayudó a darme cuenta de la importancia que tiene el comercio internacional, el abrir mercado en otros países y sobre todo a nuevas culturas, ya que los productos mexicanos pueden tener un gran alcance a nivel internacional, sobre todo el producto con el que se trabajó, ya que este estaba enfocado a un mercado internacional. Además de que con

este tipo de actividades la relación con mercados internacionales mejora, a pesar de que entrar a nuevas culturas es complicado, con este proyecto me di cuenta de que si es posible.

Creo que para poder llevar a cabo proyectos como estos es importante tener una buena relación con la empresa, en este caso la empresa La Pêche fue de gran ayuda ya que siempre se tuvo una buena relación y sobre todo una buena comunicación que nos fue de gran apoyo para poder cumplir con las entregas a tiempo y en forma.

Este proyecto más que ayudar a grupos, se logró ayudar a la empresa porque actualmente es una empresa muy pequeña, la cual todavía no tiene un gran impacto social y ambiental, ya que es una empresa que produce muy pocos productos y por lo mismo no contamina tanto al medio ambiente.

La Pêche es una empresa que está en constante cambio a las tendencias de moda, lo cual ayuda mucho para alcanzar al mercado meta siempre teniendo en cuenta que la innovación en la actualidad es un factor que siempre se debe de tener presente. Además, es una empresa que tiene muy clara su visión y sus valores, siempre los tome en cuenta al momento de realizar sus productos, sobre todo en el aspecto de la calidad del producto.

En lo personal el haber trabajado en un proyecto de comercio internacional me cambió por completo mi perspectiva de cómo era el proceso, me quedo muy satisfecha con el trabajo realizado y sobre todo el poder haber trabajado con una empresa que tiene como meta crecer.

- María Fernanda González: En este PAP se trabajó con una microempresa, La Pêche prácticamente sólo cuenta con un empleado. Me gustó trabajar con una empresa tan pequeña y que está en sus inicios, para que el impacto que se pudiera lograr a través del proyecto se viera reflejado en empresas como esta que son la base de la economía del país.

Cuando una empresa nacional prospera, tiene una repercusión positiva en toda la sociedad y su economía, sobre todo en lo que tiene que ver con la creación de nuevos empleos. Al recomendar al empresario que amplíe su empresa, se quiere procurar que se creen nuevos empleos, que se compren más insumos mexicanos y que la economía del país se vea beneficiada en varios aspectos.

El empresario procura que su empresa tenga responsabilidad social, siempre hizo mucho hincapié en que él siempre quiere pagar lo justo por sus insumos y mano de obra, en que le gusta comprar insumos mexicanos dentro de lo posible y trata de que sus productos tengan en menor impacto posible en el ambiente. Siempre se enfoca en la calidad y en hacer notar, hasta en el extranjero, que el producto es hecho en México y de excelente calidad.

- Alan Alejandro Martínez: Durante el proyecto me enfrenté con algunos retos que requirieron un emprendimiento social, pues en el país de exportación se abren más las opciones de consumo para las personas, lo que genera competencia, que de alguna manera impacta en beneficio de los consumidores. Ahora mismo, con la experiencia obtenida en esta exportación me siento capaz de replicar el proceso con infinidad de productos mexicanos, y de esta manera estaría aportando a la internacionalización de empresas mexicanas y a la oferta de productos mexicanos competitivos en diferentes países del mundo.

Uno de los momentos en los que pude innovar fue a la hora de la promoción del producto en el extranjero, ya que generamos publicidad a muy bajo costo y con un gran impacto en la visibilidad del producto.

Este proyecto fue en beneficio del exportador principalmente, y en un segundo plano, los consumidores en el país de exportación, ya que es un

buen producto a un precio muy competitivo. Además, con una exportación logramos la obtención de divisas internacionales, lo que aporta a la economía nacional también.

Los beneficios sociales que se obtuvieron en este proyecto, son perfectamente replicables en otros proyectos, ya que en otras situaciones también se estaría aportando a la obtención de los objetivos de los exportadores mexicanos y los consumidores en el extranjero. Hay parámetros que nos pueden ayudar a evaluar el impacto social que un proyecto como este genera, como es la viabilidad del negocio para el empresario mexicano y la aceptación que va teniendo el producto por los extranjeros.

#### Aprendizajes éticos

- Jimena Cejudo: A lo largo del proyecto hubo algunas dificultades que nos pusieron en situaciones complicadas en donde se tuvieron que tomar decisiones importantes para darle seguimiento al proyecto. Todas las decisiones que se tomaron fueron tomadas de forma en que la empresa fuera beneficiada.

Este tipo de proyectos te ayudan a poner más en práctica la confidencialidad con la empresa, ya que ellos nos compartían información de la empresa importante la cual no se debe compartir y se utilizó de manera correcta. En lo personal creo que el PAP me ayudó a ver que en la vida profesional la ética es un aspecto fundamental que se tiene que cuidar y tomar en cuenta en todo momento.

- María Fernanda González: La experiencia en este PAP me dejó muchos aprendizajes éticos que van de la mano con los valores jesuitas que he reforzado durante mis estudios en el ITESO. La empresa La Pêche es una empresa que trabaja con honestidad y responsabilidad en todo momento, y

el equipo hizo lo mismo para asegurar que el proyecto tuviera efectos positivos en la empresa.

Después de esta experiencia me queda el aprendizaje que el camino correcto es siempre el de la honestidad y el que se alinee con los propios valores, sobre todo en un país como México en el que desgraciadamente abunda la corrupción. Al momento de ejercer mi carrera siempre lo haré guiada por valores, aun en ocasiones en las que sea más fácil hacer lo contrario. De igual forma, lo haré procurando no sólo mi propio bien sino un bien más grande y significativo.

- Alan Alejandro Martínez: Es importante destacar que en proyectos como este, en ocasiones, los conocimientos profesionales por parte de los estudiantes con mayores que los del empresario, por lo que es primordial tomar las mejores decisiones éticas y no mentir a tomar ventaja del empresario. Algunas de las decisiones más destacadas que se tomaron fue el mercado meta y la logística, y todas ellas se tomaron con base en el beneficio económico que obtendría el empresario.

Con la experiencia de este proyecto pude darme cuenta de que nuestras acciones pueden tener un gran impacto en las empresas, por lo que esto me lleva a tomar las mejores decisiones éticas en beneficio del cliente. Este PAP brinda una experiencia muy completa en lo que tiene que ver con comercio internacional, por lo que me siento capaz de ejercer mi profesión dando asesoría a pequeñas empresas mexicanas con nulo conocimiento en comercio, pero con potencial de internacionalización.

### **Aprendizajes en lo personal**

- Jimena Cejudo: Con este PAP aprendí y descubrí muchas cosas de mí que no sabía, entre esas cosas descubrí que me convertí en una persona autodidacta, trabajadora y responsable.

Es difícil al principio adaptarse a un equipo, pero en lo personal, mi equipo PAP me reafirmó que el trabajo en equipo es fácil siempre y cuando todos ayudemos, además que me encantó el equipo con el que trabajé. También al meter este PAP pude poner en práctica todos mis conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de mi carrera que a pesar de que el PAP no esté directamente relacionado a mi carrera lo pude hacer, e incluso aprendí más cosas de lo que creía, lo cual me ayudó a enriquecer mi mente.

Nunca creí que un PAP que tuviera poca relación con mi carrera me iba a enseñar tantas cosas y sobre todo que me iba a encantar. Me quedo con muchas cosas buenas que a la larga sé que también podré poner en práctica.

- María Fernanda González: Este PAP fue una experiencia inmejorable ya que pude poner en práctica todo lo que aprendí en la carrera de una forma más real y tangible. Además de que adquirí nuevos conocimientos y habilidades como de comunicación y liderazgo, así como manejo del tiempo y adaptación a diversas circunstancias.

Nunca me gustó trabajar en equipo porque siempre pasa que alguno trabaja más que los otros o la carga de trabajo no es equitativa. Me sorprendí mucho de que en esta ocasión fue muy fácil el trabajo en equipo, a pesar de ser formado con personas con las que no había trabajado, tuvimos mucha química, complementamos perfectamente nuestros conocimientos y siempre nos ayudamos para procurar que el trabajo fuera lo mejor posible. Descubrí que sí me gusta trabajar en equipo y complementar lo que yo sé con lo que otras personas me pueden aportar.

El PAP me enseñó a siempre estar abierta a escuchar y aprender de los otros, aunque yo tenga la respuesta que necesito, nunca está de más complementarla y conocer lo que otras personas con distintas vivencias y

conocimientos me puedan aportar, de esta forma se logra algo aún mejor y más enriquecedor para todos.

- Alan Alejandro Martínez: Con este PAP, aprendí de mí que en ocasiones debo ser más tolerante con la obtención de información, pues la mayoría de veces tarda en encontrarse para que sea confiable. Pude darme cuenta de que hace falta más educación de los empresarios en temas de comercio, pues existe la creatividad, innovación y emprendimiento, sin embargo, serían aún más competitivas si se enfocan en esta área.

Este PAP requiere la colaboración de muchas personas para que sea posible, lo que me dejó de aprendizaje que es necesario comprender las necesidades de los otros para trabajar de una manera más efectiva y armónica. Realmente creo que el PAP abonó mucho a mi proyecto de vida, ya que me amplió el panorama acerca de lo que podría estar poniendo ya en práctica, y con ello, sacar provecho en todos los sentidos, en lo profesional, lo social y lo laboral.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

Observamos que los productos de “La Pêche” son muy funcionales, estéticos y modernos. Además, tienen un mercado bastante amplio tanto en el mercado nacional como el internacional, sin embargo, es necesario profesionalizar más los procesos de producción y venta.

También, concluimos que los países europeos son los más adecuados para el producto a exportar, y que, por la naturaleza del producto, su calidad y funcionalidad es bastante viable la incursión en el mercado francés y el resto de Europa.

Es muy importante entrar a Francia con el canal de distribución adecuado, pues nos dimos cuenta de que los hábitos de compra en Francia pueden variar mucho en comparación con el consumidor nacional.

En cuanto a lo logístico, es deseable aumentar la oferta exportable, ya que el costo mínimo del flete tanto aéreo como marítimo sigue siendo aún muy alto en comparación con el valor total de la mercancía.

La empresa tiene muy poca información que nos indique cómo se encuentra financieramente hablando, por lo que no se pudo hacer un análisis financiero más profundo que nos indique que tan rentable podría ser el negocio.

### **Recomendaciones**

Luego de haber realizado el análisis de exportación de “La Pêche”, nos dimos cuenta de que la capacidad de producción es muy limitada, por lo que si se desea vender en el mercado nacional y en el extranjero es muy importante que se trabaje en ello. Recomendamos ampliamente hacer un contrato con una empresa maquiladora para asegurar una capacidad de producción base, ya que actualmente es muy ambigua y limitada, y cuando se trabaja en comercio internacional es muy importante tener un volumen amplio, ya que existen costos logísticos que encarecen mucho los productos, por lo que es necesaria una oferta amplia para que el negocio sea viable.

### **Bibliografía**

- Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. (n.d.). Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación. Retrieved April 30, 2019, from <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIGIE.pdf>
- Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. (n.d.). Tarifa de la Ley de Impuestos Generales de Importación y Exportación. Retrieved April 30, 2019, from

<http://www.siicex.gob.mx/portalsiicex/SICETECA/Decretos/Arancel/Tigie/tigie.htm>

- Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. (n.d.). Ley Aduanera. Retrieved April 30, 2019, from [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12\\_241218.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_241218.pdf)
- Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. (2018). Compendio de Disposiciones Sobre Comercio Exterior. ISEF.
- Legiscomex. (n.d.). Regulaciones y Restricciones No Arancelarias de México. Retrieved April 30, 2019, from <https://www.legiscomex.com/Documentos/regulaciones-restricciones-no-arancelarias-mexico-rrna>
- Pardo, C. A. (n.d.). Los Incoterms. Retrieved May 7, 2019
- Portales, G. (2001). Transportación Internacional. Trillas.
- Santander Trade. (n.d.). Incoterms 2010. Retrieved April 30, 2019, from <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>
- Scott Besley y Eugene Brighman. (2015). Fundamentos de la Administración Financiera. México: Cengage Learning Editores.

---

<sup>i</sup> Scott Besley y Eugene Brighman. (2015). Fundamentos de la Administración Financiera. México: Cengage Learning Editores.

<sup>ii</sup> Scott Besley y Eugene Brighman. (2015). Fundamentos de la Administración Financiera. México: Cengage Learning Editores.