

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

**3J02B Desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e
internacionales I CEDECOM**

“SNS cosméticos naturales S. De R.L. de C.V. en Zapopan, Jalisco”

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Cinthia Paulina Vargas Rosales.

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Héctor Iván Lerma Romero.

Lic. En Administración financiera. Edna Giselle Padrón Díaz.

Profesoras 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	3
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 el Proyecto cuyo objetivo general es que la empresa Seasons exporte su gama de productos a la República de Guatemala de una manera formal y eficaz, se presenta principalmente toda la información de la empresa. así como el detalle de los productos que desea exportar.

Se realizó un análisis del mercado mexicano, en el que se muestra información y estadísticas acerca de la industria cosmética, así como su crecimiento. Se realiza una investigación del mercado meta, que es Guatemala, en donde se analizan factores externos mediante un PESTEL, así como el perfil del consumidor, identificación cuantitativa de mercado, el tamaño de la industria, competidores y distribución.

También se da información acerca de la comercialización de los productos, haciendo referencia a aquellas estrategias que tiene la empresa y la propuesta de valor para vender sus productos en Guatemala. De la misma manera se dan

sugerencias de ferias a las que podría asistir la empresa Seasons para darse a conocer internacionalmente.

Se realizó investigación para la importación de envases y tapaderas de plástico debido a las experiencias que ha tenido la empresa, que, al enviar los productos a diferentes destinos, estos llegan a tener derrames.

Se abordaron temas de logística en donde se habla de las necesidades que la empresa necesita para realizar de la manera correcta la logística tanto de la exportación como la importación. Así como cotizaciones de envío para saber el costo que le tomaría a la empresa el enviar los productos desde Guadalajara, Jalisco hasta Guatemala.

De la misma manera, investigamos las Regulaciones Arancelarias y No Arancelarias en origen y destino (importación y exportación), para que la empresa esté enterada de lo que se necesita para poder exportar sus productos.

También mencionamos la importancia de contar con ciertos Certificados que se sugiere que la empresa obtenga para que pueda exportar, ya que estos certificados generan valor en la exportación de los productos y certeza al consumidor de que está comprando productos sanitarios avalados por un organismo autorizado.

Se presenta el contrato compra-venta sugerido para acordar los diferentes términos legales con el cliente y que avale lo negociado con el cliente. De la misma manera se presenta una proyección financiera del mercado de exportación mediante flujos de efectivo, esto para ver si la empresa es viable y puede cubrir sus costos de exportación.

Por último, se presentan las conclusiones de este proyecto y además recomendaciones que nosotros hacemos para que la empresa pueda exportar sus productos de manera legal y eficaz.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Seasons es una empresa con giro de fabricación o comercialización de cosméticos, fundada en el 2012, basado con productos naturales y libres de tóxicos, cuenta con más de 30 diferentes productos para el cuidado de la piel, tanto para hombre como para mujer, de igual manera, tienen productos para pieles jóvenes y maduras. Su objetivo como empresa es para cuidar y realzar la belleza de la piel latina. Actualmente, tiene presencia en tiendas departamentales y en el comercio electrónico, aparte de sus sucursales.

La empresa ya ha tenido presencia en el extranjero, principalmente en Sudamérica, en países como Honduras, Bolivia y la República de Guatemala. Es por eso que existe un mayor interés para exportar a Sudamérica de una manera formal y eficaz.

En cuanto a la organización de la empresa cuentan con cuatro áreas principales: finanzas, operaciones, comercial e innovación. Sus valores van de acorde a los ideales y a como es la empresa, todos los colaboradores los aplican día a día.

1.2 Problemática u oportunidad detectada:

Falta de coordinación en los procedimientos de exportación, desconocimiento en la documentación legal y formalidades para la exportación, de igual manera, poco conocimiento de todas las plataformas en las que la empresa tenía que realizar su registro para cumplir con lo señalado de acuerdo en el sistema aduanero mexicano.

1.3 Objetivo general

Exportar su gama de productos a Guatemala, de una manera formal y eficaz.

1.4 Objetivos específicos

- Cumplir con las regulaciones y restricciones no arancelarias (RRNA's) que tenga la República de Guatemala

- Identificar la capacidad de producción adecuada para cumplir con las órdenes de compra que lleguen a Seasons.
- Contar con la documentación requerida para exportar.
- Tener amplio conocimiento sobre el mercado y competencia de la República de Guatemala.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

Para completar exitosamente el objetivo general, es necesario contar también con objetivos específicos, los cuales permiten conocer a fondo qué es lo que necesita la empresa.

Se identificaron las necesidades que la empresa tenía para lograr cada uno de estos y se partió de ahí para hacer las investigaciones correspondientes.

- Se contactó ante institutos gubernamentales como Secretaria de Economía o el Servicio de Administración Tributaria para identificar la documentación requerida.
- Se realizó una investigación en profundidad sobre el mercado meta, República de Guatemala, para conocer las condiciones en las que se encuentra y conocer también las regulaciones arancelarias y no arancelarias requeridas para su exportación y venta.
- Asimismo, fue necesario el conocer la capacidad de producción de la empresa y de esta manera garantizar una oferta exportable adecuada en caso de llegar nuevas órdenes de compra.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

Para lograr cumplir los objetivos, fue necesario realizar un cronograma de trabajo para cumplir, en tiempo y forma, los diferentes puntos que contiene el proyecto. Mediante el uso del cronograma fue la organización que el equipo tomó para las visitas a la empresa o búsqueda de proveedores de empaque y embalaje, el cual era necesario buscar.

Se utilizaron los productos de la empresa para conocer su naturaleza y dimensiones, así como de las cajas para formar el posible bulto de exportación y de esta manera desarrollar todo lo relacionado a la logística. También fue necesario el uso de computadoras para la búsqueda de información del mercado meta y consultas en páginas oficiales mexicanas

En conjunto, el uso de estas herramientas y el conocimiento profesional que el equipo tiene se logró con éxito entregarle a la empresa un adecuado manual para la exportación de sus productos a Guatemala y la posibilidad de buscar proveedores de envases fuera de México, brindándole toda la documentación necesaria para la importación.

A continuación, se presenta el cronograma utilizado a lo largo de las 16 semanas para el cumplimiento de los diferentes objetivos:

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
EMPRESA	Información general	Conciencia Exportadora															
PRODUCTO	Características del producto		Procesos y adecuación a nuevos mercados			Formulación de precios de expo											
MERCADO	Industria		Investigación de mercado		Canales de distribución												
COMERCIALIZACIÓN						Estrategia producto/marca		Plan de marketing									
LOGÍSTICA						Logística para Impo		Logística para Expo		RRA Y RRNA en destino		Certificados					
LEGAL				Proceso documental de expo/impo						Prácticas contractuales							
FINANZAS									Proyección financiera								
CONCLUSIONES												Grupal		Personal			
REPORTE PAP																Entrega	
PRESENTACIÓN																	Final

Ilustración 1: Cronograma (Fuente: elaboración propia)

2.3 Productos y entregables

A la empresa se le entregó un documento con toda la información necesaria para completar el objetivo general.

En el apartado de empresa se presenta:

- La información general de la empresa, sus antecedentes y situación actual

- El diagnóstico empresarial y exportador que se realizó en la plataforma de “Yo Exporto”
- Organigrama de la empresa y descripción de puestos clave.
- Misión, visión y valores
- Sus objetivos generales y específicos.

En el apartado de producto se habla de:

- Las características de sus productos, su descripción técnica y fracción arancelaria de cada uno de ellos.
- Descripción cualitativa de todos sus productos
- El registro de marca
- Capacidad de producción y oferta exportable de la empresa
- Costos de producción de cada producto y precios EXW, CPT, CIP.

En el apartado de mercado se informa acerca de:

- Información acerca de la Industria cosmética, tamaño y tendencias de crecimiento en territorio nacional.
- Se realizó una investigación de mercado PESTEL de los tres países candidatos a exportar.
- Análisis de la competencia directa en Guatemala
- Diferentes canales de distribución de cosméticos en Guatemala y estrategias de distribución

En el apartado de comercialización se presenta:

- La estrategia de producto y de posicionamiento
- Listado de precios de venta de cada uno de los productos
- Políticas y términos de venta de la empresa
- Listado de ferias que nosotros recomendamos para tener mayor presencia en los mercados internacionales.

En el apartado de logística se habla de:

- Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias para la importación de los envases y tapaderas de plástico y exportación de los 33 productos de Seasons.
- Costeo logístico para la importación y exportación
- Uso y formato de precio de exportación con diferentes INCOTERMS.
- Selección del medio de transporte adecuado.
- Cotización de diferentes empresas para el empaque y embalaje.
- Sugerencias de Certificados para la exportación
- Alta en el Padrón de Importadores y en Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior
- Alta del expediente aduanal para la importación y exportación

En el apartado Legal se presenta:

- El contrato de Compra-Venta Internacional
- Formas de Pago con el cliente destinatario de la mercancía

En el apartado de Finanzas se habla de:

- Pronóstico de Ventas del producto y del mercado
- La Proyección Financiera al mercado de exportación mediante flujos de efectivo y análisis sobre el Estado de Resultados de la Empresa

También se presenta un apartado de conclusiones y recomendaciones de nuestra parte hacia la empresa.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

A continuación, se presentarán diferentes conceptos y el marco teórico en los que nos basamos para realizar este proyecto, cada tema contiene una breve explicación de cada uno de ellos en donde todos los participantes del proyecto pusimos en práctica los conocimientos y herramientas obtenidas de estas materias.

- Empresas del Comercio Exterior: Necesaria para entender las características de una empresa que está enfocada en mercados globales y plantear estrategias necesarias para su internacionalización. Principalmente se identificaron elementos y características administrativas y operativas para preparar a la empresa para un proyecto de exportación.
- Clasificación Arancelaria: Es un código numérico asignado para el fácil reconocimiento de las mercancías que se importan y exportan mediante un sistema armonizado con el objetivo de fijar impuestos, obligaciones y derechos. Esta materia nos proporcionó los elementos necesarios para identificar la fracción arancelaria de cada uno de los productos, así como conocer las diferentes Regulaciones y Restricciones Arancelarias y no Arancelarias que aplican para estas fracciones.
- Operación Aduanera: Es todo el proceso operativo y legal que sucede en las aduanas al momento de hacer operaciones del comercio exterior. Esta materia se utilizó para realizar el cálculo de los diferentes impuestos a los que la mercancía está sujeta.
- Logística Internacional: Es necesaria para conocer los conceptos relacionados con toda la cadena de suministro y la forma en que esta nos ayuda a que la mercancía llegue a su destino de manera adecuada. Esta materia nos dio las herramientas para identificar los diferentes tipos de transporte y su documentación, tipos y naturaleza de la carga, envase y embalaje. Realizar el cubicaje para la optimización de flete y tarifas, elección del INCOTERM adecuado y de esta forma asegurar la entrega de pedidos en tiempo y forma.
- Modelos de Exportación y Comercialización: Nos enseña la forma en la que las empresas internacionales llevan a cabo su operación en los bloques de exportación y comercialización ya sea nacional o internacional. Esta materia nos ayudó para conocer los requisitos y documentación necesaria para poner en marcha la exportación en una empresa.
- Mercadotecnia Integral: Nos permite conocer cómo se comportan los oferentes y demandantes dentro de su entorno para que de esta manera

pueda desarrollar ofertas de valor innovadoras para satisfacer las necesidades del segmento de mercado meta. Esta materia nos sirvió para el análisis de mercado meta.

- Investigación de Mercado: Es la recopilación y el análisis de información que respecta al entorno de la empresa y del mercado, que sirve para tomar decisiones finales en cuanto a mercadotecnia se refiere. Esta materia nos ayudó para realizar la investigación de mercado PESTEL incluyendo los tres países candidatos a la exportación y a realizar una matriz de selección de mercado.
- Análisis del mercado de consumidores: Nos ayuda a conocer el comportamiento del consumidor para poder entender la toma de decisión respecto a la compra y consumo. Esta materia nos sirvió para analizar el perfil del consumidor y así formular estrategias de mercadotecnia.
- Promoción Internacional: Nos brindó los elementos necesarios para la promoción y publicidad de la empresa desde un enfoque internacional desarrollando estrategias para participar en ferias y exposiciones internacionales para poder atraer nuevos clientes y dar a conocer la marca fuera de México.
- Costos: Esta materia es fundamental para conocer la información presentada en los Estados Financieros y utilizar herramientas que facilitan los procesos de planeación, acumulación de costos, control administrativo y toma de decisiones. Con los conocimientos adquiridos en esta materia determinamos los costos de exportación.
- Estrategias de Compras Internacionales: Permitió desarrollar una proveeduría internacional de los envases y tapaderas de plástico a través de costos competitivos.
- Planeación Financiera: Nos enseña a formular escenarios financieros a partir de herramientas de planeación y proyección financiera y a analizar e interpretar si una empresa tiene solvencia, liquidez, apalancamiento y rentabilidad y así mismo tomar decisiones. Esta materia nos ayudó para la parte financiera en la que se hizo una proyección de finanzas en la

comercialización de los productos mediante flujos de efectivos tres diferentes escenarios. Así como a analizar el Estado de Resultados proporcionado por la empresa.

- Consultoría Integral en Negocios Internacionales: Nos enseña a realizar un diagnóstico empresarial para definir qué áreas pueden mejorar para el proceso de exportación. Al realizar las investigaciones necesarias y desarrollar las ideas, se le puede otorgar a la empresa un manual para lograr operaciones de comercio exterior de una manera formal y exitosa.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Para tener un panorama amplio de la empresa, se elaboraron dos diagnósticos que nos proporcionaron fuerzas y debilidades de la misma.

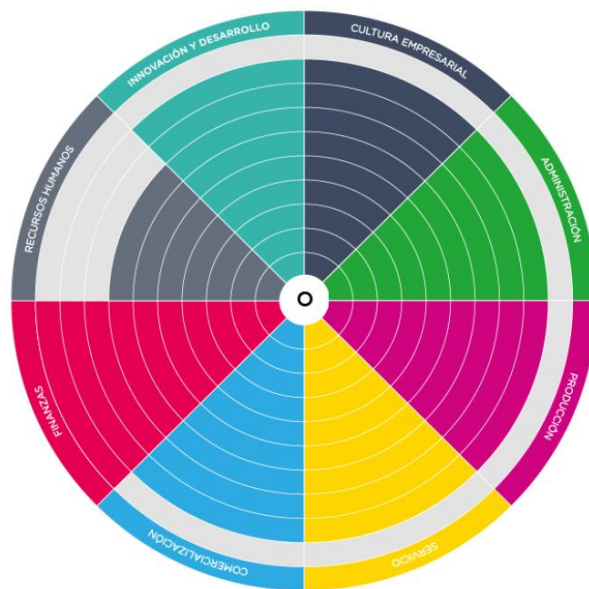


Ilustración 2: Gráfica del diagnóstico empresarial (Fuente: Yo Exporto)

En esta primera gráfica se puede observar que la empresa cuenta con fortalezas que le permiten tener una estabilidad buena para su correcta operación. Sus finanzas obtienen un 100% de eficiencia, por lo que esta área, en conjunto con la empresa pueden trabajar de manera correcta. En tanto que las áreas de: innovación y desarrollo, cultura empresarial, administración, producción, servicio y comercialización tienen un 90% de eficiencia; esto permite saber que se está

trabajando de manera adecuada, sin embargo, todas se pueden llegar a potenciar para tener un mejor rendimiento.

El área por reforzar es recursos humanos, la cual tiene un 70% de eficiencia, se debe prestar atención a esta área que es muy importante dentro de cualquier empresa.

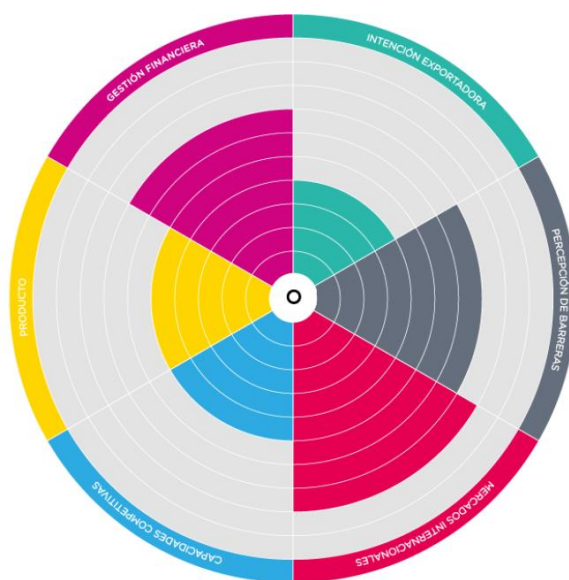


Ilustración 3: Gráfica del diagnóstico exportador (Fuente: Yo Exporto)

Además del diagnóstico empresarial, se realizó otro diagnóstico exportador para conocer la eficiencia que tiene Seasons acorde a ciertos aspectos relacionados con la exportación.

Se observa que el apartado de Mercados Internacionales es el que mejor ponderación tiene con un 80% de eficiencia, lo que indica que se trabaja de manera correcta. Para Gestión Financiera y Percepción de Barreras, se obtuvo un 70% de eficiencia, áreas en las que se tiene que trabajar para potenciar ambas. Es importante aclarar que la empresa está buscando formalizar sus operaciones de comercio exterior, por lo que puede haber áreas que no tengan un porcentaje elevado, tal y como pueden ser Intención Exportadora, Producto, Capacidades Competitivas se encuentran entre un 40% y 50% por lo que es necesario reforzar estas áreas para una mejor operación en cuanto al ámbito de exportación.

De acuerdo a lo planteado en los objetivos del proyecto, se tuvieron que realizar diferentes registros ante instituciones gubernamentales o ante instituciones privadas para constar que la exportación e importación se realizaron de la manera adecuada.

Registro en My Trade:

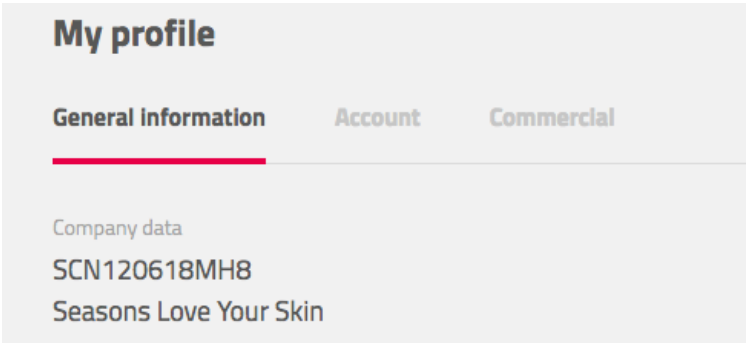


Ilustración 4: Perfil Mytrade (Fuente: Mytrade)

Se realizó este registro en este portal para impulsar las exportaciones de Seasons, promocionando a la empresa y poder exportar sus productos de una manera sencilla.

Alta en Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior:



ACEPTACIÓN

Sus datos para ingresar a la ventanilla única versión móvil y en el caso de personas físicas la versión sin FIEL son:

Usuario: SCN120618MH8

Ilustración 5: Aceptación de VUCEM (Fuente: SAT)

VUCEM te otorga diferentes beneficios, como la simplificación y automatización de algunos procesos, se agiliza la liberación de mercancías, existe una mayor

transparencia en los procesos de comercio exterior, como la eliminación de formatos en papel, ya que todo es digital.

Expediente legal completo:

Se confirmó la aceptación por parte de Multi transportes Internacionales para facilitar las operaciones de exportación, se cumplió además con el requisito de todo un expediente legal.



Ilustración 6: Aceptación MTI (fuente: propia)

Alta expediente aduanal:

Se consiguió la aceptación del agente aduanal de la empresa de mensajería y paquetería DHL, por medio de un encargo conferido; todo esto para facilitar el proceso de la importación de los envases, y además, le otorga a la empresa facilidades para realizar cualquier otra importación.

Encargos Conferidos					
#	RFC Importador	Nombre Importador	Vigencia	Hasta	Estado
1	SCN120618MH8	SNS COSMETICOS NATURALES, S DE RL DE CV	Indefinida		Aceptado por el agente aduanal

Ilustración 7: Encargo Conferido (Fuente: SAT)

Proyección Financiera Mercado de Exportación:

Se realizó un Flujo de Efectivo del proyecto de exportación para proyectar 3 diferentes escenarios:

- Optimista: Se consideró enviar cada mes un 80% del total de la capacidad exportable.
- Realista: Se consideró enviar cada 3 meses un 40% del total de la capacidad exportable.
- Pesimista: Se consideró enviar cada 6 meses un 20% del total de la capacidad exportable.

En el documento que se le entregó a la empresa, viene este Flujo de Efectivo como anexo. Esto se realizó con el fin de que la empresa tenga una idea de que utilidades estaría generando al momento de exportar sus productos, tomando en cuenta únicamente los ingresos por los productos exportados y los gastos por exportar estos productos.

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

- Aprendizajes profesionales

Héctor Iván Lerma Romero:

Durante todo el proyecto han sido diferentes los aprendizajes por los que se atravesó. Tanto lo relacionado directamente con la carrera como en lo profesional, ya que es importante encontrar un equilibrio con ambas. Conocer a fondo la investigación de mercado adecuada para ingresar a un mercado no conocido, pero con interés de compra, fue una de las más importantes, ya que de ahí se parte para realizar todo lo necesario para completar exitosamente una exportación.

Se pudieron identificar con éxito cuáles son las carencias que en el campo profesional existen, algunos de estos fue la atención que se recibe por parte de instituciones gubernamentales, principalmente porque se encuentran englobadas por una burocracia muy marcada, por lo que es importante considerar esto para lograr con éxito futuros proyectos, y además, crecer profesionalmente con posibles barreras que se encuentren durante el desarrollo de la profesión.

Ante el desconocimiento sobre comercio exterior que muchas empresas tienen, siempre es adecuado el poder guiar a quienes desean involucrarse en temas de exportación o importación, por lo que específicamente la operación aduanera, regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelaria, logística y negociación son puestos a prueba para lograr una comunicación correcta con la empresa y lograr el objetivo general al cual está enfocado el proyecto.

Uno de los aprendizajes más importantes para el desarrollo de mi vida profesional es la honestidad y la constancia. El poder tener un negocio o una oficina sin necesidad de evadir impuestos o pasar sobre otros, es posible. Siempre y cuando exista una constancia de parte de los involucrados para poder crecer y lograr lo deseado.

Edna Giselle Padrón Díaz:

Considero que mediante la realización de este proyecto complementé mis conocimientos adquiridos durante la carrera de Administración Financiera con el Comercio Exterior. Pude desarrollar más el trabajo en equipo, la redacción, la investigación, el profesionalismo. Aunque yo no sabía mucho de Comercio Exterior pude aportar con mis compañeros y también aprender mucho de ellos, mis compañeros me ayudaron a entender que era una Fracción Arancelaria y para qué sirve, a buscar las Regulaciones y Restricciones Arancelarias y No Arancelarias (RRA y RRNA) del país origen o destino y la importancia que tiene el estar informado acerca de estas. Aprendí también del área de logística, todos los documentos que

se necesitan, la búsqueda de agentes aduanales, la selección de proveedores de transporte, entre otros.

Para todo negocio en área de ventas, exportaciones o incluso para emprender se necesita hacer una muy buena investigación de mercado al que te quieres dirigir. En el proyecto desarrolle mucho más esta área dándome cuenta de que realmente por aquí se empieza para ver si tu proyecto es viable o no.

Con lo que aprendí en mi carrera de Finanzas pude aportar el apartado de Finanzas de nuestro proyecto, realizado una proyección financiera para la exportación de los productos realizando flujos de efectivo en donde tomaba en cuenta únicamente los gastos para la exportación. En mi carrera también lleve materias de Mercadotecnia y los conocimientos adquiridos en estas me ayudaron para realizar la investigación de Mercado.

De aprendizaje profesional me di cuenta de que necesitas mucha cooperación de la empresa a la que estás dando consultoría ya que definitivamente necesitas mucho de ellos, que te pasen información, que te ayuden a explicarte más a detalle cuestiones de la empresa, etc. En nuestro proyecto tuvimos buen trato de nuestro empresario y además de que, si nos proporcionaban la información que solicitábamos, por lo tanto, esto nos facilitó la realización del proyecto. También aprendí que el trabajo en equipo se tiene que llevar a cabo de la mejor manera, apoyando, enseñando y cooperando para que se puedan lograr resultados óptimos.

Cinthia Paulina Vargas Rosales:

Durante los ocho semestres, he llevado diversas materias que me han ayudado a comprender y a conocer diferentes aspectos del comercio exterior y su importancia. En algunas materias me ha tocado aplicar los conocimientos en un proyecto o un trabajo para una empresa, sin embargo, ninguno se acerca a lo que llegue a aprender en este proyecto.

El empezar a querer exportar o importar algún producto, es esencial para que una empresa sea reconocida internacionalmente, sin embargo, existen muchas implicaciones para llevar este procedimiento de una manera formal y segura.

Lo primordial para poder empezar a exportar, es elaborando un buen diagnóstico de la empresa, conocer sus debilidades y fortalezas, para poder así mejorar antes de querer expandir su mercado. Debe de existir un conocimiento o investigación previa sobre los países que importan más el producto para que sea una exportación más estratégica, que enviando tu producto a un mercado al cual no tienes conocimientos de si consumen en gran cantidad el producto o no.

Lo que más aprendí y me ayudo para mi vida profesional fue el cómo comunicarme con los empresarios, como pedir la información sin llegar a ser exigentes. El tener alguien que nos guiara y enseñara como hacer las cosas, fue de gran ayuda, ya que yo no tenía experiencia o conocimientos sobre la mayoría de cosas a elaborar en el proyecto. Gracias a las maestras pude aprender y aplicar demasiadas cosas de forma práctica. Antes no entendía la importancia de ciertas cosas que son necesarias tanto para importación como exportación, y ahora las entiendo por más pequeñas que sean. La empresa tuvo buena comunicación con nosotros por lo que facilito el poder avanzar de una manera más rápida el proyecto.

- Aprendizajes sociales

Héctor Iván Lerma Romero:

Para mí, fue importante el conocer a la empresa y cómo trabaja, ya que de ahí puedo tener un panorama sobre sus valores y cómo actúan ante la sociedad. Es importante que una empresa como Seasons, tenga tan marcados sus valores y su actuar ante la sociedad y autoridades para que el proyecto pueda seguir adelante.

Contar con la honestidad de Seasons implicó que todos pudiéramos trabajar de una manera ordenada para el alcance de los objetivos y que no hubiera trabas o

problemas al momento de recopilar información y luego plasmarla en el proyecto. Igualmente, representó mucho para mí el conocer que la empresa está basada en un proyecto de emprendimiento escolar y eso me motivó para poder brindarle a la empresa mis ganas de emprender y el espíritu emprendedor. Al final de este proyecto me considero capaz de preparar un proyecto de exportación, en el que se plasmen claramente los objetivos a alcanzar y con una forma de trabajar basada en la constancia y honestidad para que el proyecto pueda fluir de la mejor manera.

Dentro del amplio espectro que una empresa tiene que atravesar, como proveedores y clientes, fue necesario la investigación de proveedores con diferentes ofertas, precio y valores, que vayan de acuerdo con lo que Seasons busca. Sin embargo, ayudó también para darme cuenta que no todos actúan de la misma manera y no todos los proveedores cuentan con lo necesario para sobresalir de entre su competencia, por lo que conocer sus limitantes y las de la empresa permiten tener un panorama más amplio de la situación en México.

Una vez que concluya el estudio de mi carrera, puedo conocer a fondo qué es lo que nuestra sociedad necesita, tanto en lo económico o comercial, como en lo social para poder mejorar la calidad de vida de los que nos rodean, ya que es importante que todos podamos tener las mismas oportunidades de sobresalir. Así como la importancia de valorar el trabajo de cada uno de los colaboradores en una empresa o en organizaciones gubernamentales, porque eso es lo que va a permitir que las empresas sigan exportando e importando y brindando beneficios al país.

Edna Giselle Padrón Díaz:

Con este proyecto yo me di cuenta de lo importante que es que una empresa se abra a mercados internacionales, ya que el abrirse a mercados internacionales es un beneficio doble tanto para la empresa como para los clientes en el mercado internacional. Para la empresa es muy bueno ya que se da a conocer en diferentes países y genera más utilidades, para los clientes en mercado internacional el

beneficio es de qué pueden gozar de estos productos sin necesidad de viajar para conseguirlos.

Lo que creo que nos ayudó más en este proyecto fue la disponibilidad de la empresa en darnos toda la información que necesitábamos y a parte la confianza que nos dieron para realizar este proyecto desde el momento en que nos empezaron a dar información. El que la empresa estuviera dispuesta a ayudarnos nos benefició a mi equipo y a mí ya que pudimos realizar el proyecto en tiempo y forma.

Después de realizar este proyecto me siento con la capacidad de realizar otro solo que con ayuda de una persona de comercio exterior porque todavía no me considero experta y creo que me falta aprender más acerca de esto, pero definitivamente con este proyecto pude adquirir muchos conocimientos de los que no tenía ni idea.

Creo que hoy en día es de suma importancia que las empresas contribuyan con el medio ambiente mediante la fabricación de sus productos como Seasons que sus productos son veganos, no probados en animales, etc. Debido a como está el mundo ahorita y toda la contaminación que existe, definitivamente una empresa que ayuda al medio ambiente le da un plus a su producto o marca. Realizando este proyecto me doy cuenta que México de verdad exporta muchos productos al extranjero más de los que yo me imaginaba.

Cinthia Paulina Vargas Rosales:

Hoy en día todas las empresas deben de ver por el medio ambiente, deben de evitar contaminar lo más que puedan, de igual manera deben de ser socialmente responsables. Desde un inicio que Seasons me llamó la atención debido a que sus productos son libres de tóxicos innecesarios y no son probados en animales, entre otras cosas que cuidan tanto al medio ambiente, como a la piel lo mejor posible.

El conocer todos los aspectos de la empresa y cómo funcionan, cambió mi perspectiva, ya que nunca había estado trabajando para una empresa, pero de forma externa, así que pude ver algunas fallas o fortalezas que a lo mejor ellos no veían o contemplaban. Por lo que me siento capaz de hacer un proyecto de este tamaño sin necesitar tanta ayuda, como en esta ocasión, sin embargo, siempre es bueno contar con asesoría de parte de alguien que sea experta en el tema.

Me consta y pude notar como la empresa si tomaba en cuenta nuestras opiniones para el mejor de su empresa, tanto en administración como en mercadotecnia, por mencionar algunas áreas, es por eso que me quedo más satisfecha por el trabajo en equipo que hicimos.

Los proveedores nacionales a mi punto de vista tienen que mejorar el precio, y la calidad de los productos, para que consuman y aporten al mercado y economía nacional, en lugar de buscar proveedores extranjeros para un producto que se vende nacionalmente.

Mientras más proyectos e investigaciones que hago, me doy cuenta que México de verdad tiene potencial para ser reconocido mundialmente, más de lo que es ahora. Tiene demasiados productos para exportar, y que otros países los necesitan o sería algo “innovador” para ellos, solo se necesita hacer una buena investigación de mercado para ver que producto y que país son compatibles y potenciales para un buen resultado.

- Aprendizajes éticos

Héctor Iván Lerma Romero:

Durante el desarrollo del proyecto, hubo diferentes situaciones que requirieron de la toma de decisiones tanto grupal como individualmente. Sin embargo, al estar en una comunicación constante con el empresario y debido al enfoque que cada uno de los individuos del equipo tomó, se tuvieron que tomar decisiones importantes que en muchas ocasiones no eran las que el empresario estuvo de acuerdo.

Por ejemplo, la toma de decisión sobre cuál sería el bulto ideal mediante el cubicaje tuvo que tomarse en cuenta diferentes situaciones como: la naturaleza de la carga, su seguridad, empaques y embalajes, en el que no todos los productos pudieron caber dentro del bulto.

Es importante tener conciencia sobre cómo se está trabajando y qué es lo que podría tener de consecuencias las decisiones que, por el momento, están sobre el documento solamente; pero que pueden tener consecuencias si estas se plasman en la realidad, por lo que el trabajo realizado en todos los puntos requirió de la presentación de diferentes alternativas y la elección de las mejores para la empresa.

Después del término de este proyecto, puedo asumir que estoy preparado para emprender una empresa que sea exportadora, ya que la forma de trabajar de Seasons y con el conocimiento que he adquirido a través de los años durante mi carrera, me puedo dar cuenta que es posible trabajar y crecer como empresa mexicana e ir teniendo presencia en diferentes partes del mundo, obteniendo un beneficio personal como social y económico para México.

Edna Giselle Padrón Díaz:

Definitivamente hubo discrepancias entre el empresario y nosotros ya que ellos querían que hiciéramos cosas que no podíamos hacer, creo que esto es normal con cualquier empresa ya que no todos pensamos igual. Pero en situaciones como estas tuvimos que tomar decisiones tanto de manera grupal como individual para que pudiéramos llegar a un acuerdo con el empresario cuidando la buena relación y respeto.

Lo que me llevo de experiencia es que tengo que ser ética con cualquier empresa, cuidando mucho la información proporcionada, utilizándola correctamente y siendo discreta con esta ya que entiendo el valor que tiene y lo importante que es la confianza brindada del empresario hacia ti.

Cinthia Paulina Vargas Rosales:

Es indispensable contar con diferentes opiniones para poder tomar una decisión adecuada, sin embargo, en este proyecto, hubo ocasiones en las que todos en alguna ocasión tuvimos que tomar decisiones individualmente, de igual manera, hubo veces en las que la empresa no estaba de acuerdo con nosotros, o quería que lo hiciéramos de la manera que ellos querían, pero no se podía, nosotros somos los que sabemos más del tema de comercio exterior que ellos, aunque si se tomaban en cuenta sus opiniones.

Después de este proyecto soy capaz de realizar algo en específico, pero buscando diferentes alternativas, para tener un contexto más amplio y ver opciones de la mejor opción. Me siento segura en lo que puedo llegar a hacer, antes no hacía muchas cosas con temor a equivocarme, y es normal, pero estoy preparada, salgo con mayores herramientas y conocimientos, puesto que, si alguien llega a pedirme que le ayude a un trabajo o proyecto parecido, me siento apta para hacerlo sin problemas. De igual manera, adquiriré conocimientos no solo de las maestras y de fuentes de información secundarias, sino de mis compañeros.

- Aprendizajes en lo personal

Héctor Iván Lerma Romero:

A lo largo de la realización de este PAP me permitió reforzar muchos aprendizajes que había obtenido durante las materias de mi carrera y poner en práctica otros que me ayuden a relacionarme con las personas involucradas en el ámbito empresarial y comercial. También me permitió conocer mis habilidades y cuáles son las que necesito reforzar en un futuro, ya que, es importante conocer esto para que nadie pueda aprovecharse o actuar de mala fe.

Al trabajar en equipo se puede aprender a conocer a otras personas que incluso no estudian la misma carrera y eso enriquece aún más el proyecto porque permite tener panoramas más amplios o incluso diferentes a los que pudiera tener, en este caso,

la carrera de Comercio y Negocios Globales. Esto nos favorece a los integrantes del equipo y le da a la empresa una certeza más grande sobre las decisiones que vaya a tomar respecto a las diferentes recomendaciones que se hicieron.

Una vez que esté en el ámbito laboral, para mí va a ser muy importante el conocer las necesidades del cliente y todo lo relacionado con lo empresarial, sin embargo, es también importante lo que me rodea y cómo puedo ayudar o apoyar a las personas relacionadas conmigo. Además, de todo lo que puedo aprender de ellos y que puedan ayudar a hacer un bien dentro de mi comunidad y la sociedad mexicana.

Edna Giselle Padrón Díaz:

El PAP me ayudó a reafirmar los conocimientos que eh adquirido durante mi carrera y a aplicarlos, aunque mi carrera no tenga mucho que ver con el Comercio Exterior he llevado materias en las que pude tomar las herramientas aprendidas para desarrollar alguno de los temas del proyecto y poder entender.

El trabajo en equipo para mí fue de mucha importancia y me ayudó a valorar a las personas que te colaboran ya que durante este proyecto cada uno de nosotros nos ayudamos y nunca tuvimos problemas de coordinación lo cual fue algo muy padre ya que pudimos realizar el proyecto de la manera más óptima y eficaz.

Para mi proyecto de vida aprendí durante el PAP a cómo tratar a los empresarios de la manera más respetuosa y adecuada para que haya buena relación, a como pedir la información y sobre todo a tener paciencia tanto con tu cliente como con los proveedores que esté considerando.

Cinthia Paulina Vargas Rosales:

Jamás pensé que en un proyecto fuera a aglomerar todos los conocimientos adquiridos durante todos mis semestres, abarqué todas las materias vistas en mi carrera, en el sustento teórico se pueden ver alguna de las materias que nos sirvieron para el PAP. En este PAP hice cosas que en mi vida había hecho, por lo

que me siento satisfecha con el trabajo a entregar a los empresarios, me percate de cosas que no sabía que podía hacer, pero de alguna manera lo pude llevar a cabo sin esfuerzo.

Agradezco a mis compañeros de equipo, por llevar una buena comunicación y así pudimos elaborar el proyecto de una manera más ordenada y sin problemas.

Durante este semestre contacte a personas de diferentes giros empresariales, de cada uno de ellos me llevo un conocimiento nuevo, todas las personas involucradas en este proyecto fueron muy amables y cordiales. Es importante en un trabajo en equipo contar con diferentes carreras, ya que tienes diferentes perspectivas sobre cómo llevar a cabo un objetivo, y es de mayor beneficio para la empresa. Siempre se aprende algo nuevo de algo o de alguien.

5. Conclusiones y recomendaciones

Finalmente, con lo realizado durante las semanas de trabajo es cuando se obtiene un resultado sobre los avances y lo que se cumplió conforme se fue desarrollando el proyecto. Cabe resaltar que es importante recordar la situación inicial en la que la empresa estaba y cómo fue cambiando o cuáles serán los pasos a seguir para que la empresa logre los objetivos que, en conjunto, se hicieron.

Al inicio del proyecto, fue de suma importancia conocer cómo se encontraba Seasons para poder realizar un proyecto adecuado para la exportación de su producto; por lo que es importante mencionar que la empresa cuenta con una salud muy favorable para poder trabajar en conjunto. La situación legal de la empresa es siempre importante para poder actuar ante las instituciones gubernamentales y que estas faciliten los procesos una vez que la empresa cuente con todo lo requerido, como lo fue en el caso de la Secretaria de Economía y el Servicio de Administración Tributaria.

Una vez definido el marco legal, es necesario empezar a estudiar los posibles mercados meta, que en este caso estaban conformados por: Estados Unidos, Guatemala y China. Se realizó un análisis adecuado para conocer diferentes

factores de este país que pueden influir en la elección final, tales como situación política, económica y cultural, entre otros. En la primera posición, y por la importancia del país, se encuentra Estados Unidos; en la segunda posición esta Guatemala y por el interés de compra que existe actualmente, fue esta la elección final.

Por tanto, se empieza a realizar una investigación de mercado únicamente enfocada en el mercado meta para poder conocer diferentes situaciones que ayuden o que pudieran afectar a Seasons para una venta exitosa en ese país. Fue importante saber sobre la competencia y los diferentes precios que tienen, de esta manera la empresa puede llegar a competir de una manera leal y empezar a ganar mercado guatemalteco. Una vez obtenida esta información, se trabajó y recomendó sobre un posible plan de marketing que Seasons puede seguir para el posicionamiento de la marca, el cual abarca desde asistir a ferias internacionales, promoción en redes sociales, publicidad en espectaculares y el obtener embajadores de la marca en Guatemala.

El mercado de los cosméticos actualmente se encuentra en crecimiento, y Centroamérica no es la excepción, ya que cada vez más entran en venta más marcas que ofrecen productos innovadores. Los productos de Seasons cuentan con un valor agregado muy importante que les da a los consumidores la certeza de que están consumiendo un producto hecho a mano, 100% mexicana y que además es vegano y “cruelty free”. La importancia de que la empresa siempre tenga en mente todo eso le puede proporcionar una ventaja sobre la competencia.

En cuanto a la logística, se decidió que el transporte adecuado sería el terrestre (carretero) partiendo desde Guadalajara, Jalisco hasta Ciudad Hidalgo, Chiapas; dejando a consideración si la carga es puesta después de la aduana en país destino. Se realizó también un cubicaje adecuado de la mercancía para poder armar un bulto adecuado para su exportación y que además, tuviera un mezcla de productos para poder llevar una amplia variedad de estos a Guatemala y al consumidor. En cuanto a lo relacionado con el cubicaje, se realizaron diferentes combinaciones con diferentes medidas de cajas, las cuales pueden ser utilizadas en cualquier momento

por Seasons para el acomodo de sus productos y el armado de bultos para la exportación; también se recomendaron esos acomodados para que el producto no se derrame y no se dañe, además de poner un empaque para todos los productos para la protección de estos al llevarse a cabo maniobras. Finalmente, es importante contar con un embalaje adecuado que proteja al bulto, el cual podría llevar fleje y emplaye; con esto se podría reducir el riesgo de que los productos lleguen dañados o con derrames, ahorrando a Seasons posibles costos generados por esta situación.

Para que los costos sean adecuados, se realizó una cotización con tres diferentes transportistas que realizarían la ruta y la elección adecuada fue la proporcionada por Multi transportes Internacionales (MTI). Se realizó una cotización por 1 bulto por un precio de \$396.89 USD y una cotización por 2 bultos con un precio de \$510.38 USD, la recomendación ideal sería el envío de 2 bultos con un peso de 35.14 kg cada uno.

Se realizó una investigación para conocer si los productos contaban con alguna regulación y restricción arancelaria y no arancelaria, pero se encontró que está exenta de alguna de estas.

Debido a que Seasons buscaba una proveeduría de dos envases, se realizó la correspondiente búsqueda de estos, teniendo como resultados los encontrados en la aplicación móvil de AliExpress, en el que se contactó con varios proveedores que producían las medidas de los envases requeridos (250 ML y 150 ML), teniendo como resultado que la mercancía será enviada a través de la empresa de mensajería DHL, por ser la mejor opción en cuanto a la logística.

De la misma manera, se integró un expediente que contiene lo necesario para poder realizar importaciones, dentro de este expediente se puede encontrar el alta en el padrón de importadores al igual que un alta con el agente aduanal de DHL, para futuras operaciones de importación que Seasons pudiera realizar.

Para que las operaciones de comercio exterior se realicen de la manera adecuada y que, además tenga un fundamento legal con el comprador en Guatemala se

realizó en conjunto con la empresa, un contrato de Compra-Venta Internacional para garantizar ciertas cláusulas en caso de algún incumplimiento o por algún otro impedimento que no permitiera el desarrollo de la compra-venta para Seasons y sus clientes.

Finalmente, dentro del análisis financiero que se realizó para conocer la situación de la empresa relacionada con este tema, se pudo constatar que Seasons es una empresa que tiene rentabilidad y además puede cubrir los gastos de exportación.

Bibliografía

- .. (.). Concepto de investigación de mercados. 4 de Abril de 2019 , de CEF Sitio web: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- .. (2019). ¿Qué es la clasificación arancelaria?. 4 de Abril de 2019, de one core Sitio web: <https://blog.onecore.mx/que-es-clasificacion-arancelaria>
- Castro, A. M., & Antonio, M. C. (2014). Planeación financiera. 4 de Abril de 2019, Retrieved from <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=SdvhBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Planeaci%C3%B3n+Financiera&ots=bue7IWcVJ6&sig=P1UZ3wG9E96TcHaMqYzni1B1W8M#v=onepage&q=Planeaci%C3%B3n%20Financiera&f=false>
Traducido al español
- Zikmund, W. G., & Babin, B. J. (2007). Exploring marketing research. Australia: Thomson/South-Western. doi: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45648745/libro_Investigacion-de-Mercados.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1556894029&Signature=BtbQ7FgkHKYndIYPoypXR4qQ7ns%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DINVESTIGACION+DE+MERCADOS.pdf