

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

3J02 Programa de Desarrollo para la Comercialización y Ventas Nacionales e Internacionales I. CEDECOM

“Desarrollo para la comercialización y ventas internacionales de La Casa de las Once Letras a Estados Unidos”

Presentan:

Lic. en Comercio y Negocios Globales Jackeline Dauchy Calderón

Lic. en Comercio y Negocios Globales Alejandra Martínez

Lic. en Administración Financiera Alberto Briseño Núñez

Lic. en Ingeniería Industrial José Raúl Andalón Flores.

Profesor PAP

Mtra. Graciela Velasco Gutiérrez

Mtra. Montserrat Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo del 2019

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO Y CONTEXTO	2
1.2 PROBLEMÁTICA U OPORTUNIDAD DETECTADA.....	3
1.3 OBJETIVO GENERAL	3
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
2 PLANEACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO.	4
2.1 METODOLOGÍA	4
2.2 CRONOGRAMA O PLAN DE TRABAJO	6
2.2 PRODUCTOS Y ENTREGABLES	0
3 DESARROLLO	1
3.1 SUSTENTO TEÓRICO	1
3.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORA Y RESULTADOS.....	6
4 REFLEXIONES DEL ALUMNO O ALUMNOS SOBRE SUS APRENDIZAJES, LAS IMPLICACIONES ÉTICAS Y LOS APORTES SOCIALES DEL PROYECTO.	7
4.1 APRENDIZAJES PROFESIONALES (PERSONAL)	7
4.2 APRENDIZAJES SOCIALES	9
4.3 APRENDIZAJES ÉTICOS	11
4.4 APRENDIZAJES EN LO PERSONAL	12
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	14
5.1 CONCLUSIONES	14
5.2 RECOMENDACIONES	15
5.3 BIBLIOGRAFÍA.....	15
5.4 ANEXOS.....	16

REPORTE PAP

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 en formar profesionalmente a los estudiantes, en el ejercicio de una práctica profesional socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y ejercen sus conocimientos de manera que contribuyan significativamente dentro de un escenario real. Sus aprendizajes, reflexiones, aportes y logros serán documentados en el presente reporte.

RESUMEN

Durante el periodo de primavera 2019 se elaboró el plan de exportación para la empresa La Casa de las Once Letras, la cual se dedica a la elaboración de productos a base de destilados de agave, cuentan con más de 4 marcas. Sus dos productos estrella de licores y cremas con los que trabajamos durante el proyecto son crema natural y licor de guayabilla.

El objetivo de este proyecto es buscar cuál es el mejor mercado en el extranjero que permita el desarrollo comercial para la empresa y el aumento de las ventas. Se elaboró una investigación profunda de manera que la empresa abra sus puertas a diferentes destinos para lograr una capacidad amplia de dar a conocer sus productos.

El trabajo refleja una amplia investigación en el área comercial, administrativa, mercadológica y logística donde se sustentan las recomendaciones sugeridas a La Casa de las Once Letras.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La Casa de las Once Letras es una empresa familiar tapatía fundada en 2015 dedicada a la elaboración y comercialización de licores y cremas a base de destilado de agave, cuentan con 55 empleados directos y actualmente su portafolio está conformado por la marca Dolci

de Licores, y Once Letras como su marca Premium de licores y cremas; además comercializa dos marcas de Tequila, Casa Verde y Sol de Barro.

La Casa de las Once Letras se distingue por ofrecer al mercado alternativas de sabores exóticos en sus licores y cremas; todos elaborados con ingredientes naturales, gracias a dichas prácticas se han hecho acreedores de la certificación Kosher en la industria alimenticia. Cuenta con 7 tiendas boutiques exclusivas de la marca Once Letras y distribuidores oficiales en varios puntos turísticos de la República Mexicana.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

La Casa de las Once Letras más que tener un problema, detectaron la oportunidad de llevar sus productos premium a otros países, ya que de manera recurrente se les ofrecían alianzas comerciales en otros países de Europa y Asia, así como acercamientos comerciales a E.U. y al ser la economía más grande del mundo, se quiso explotar esta oportunidad, además, el mayor porcentaje de sus ventas en el mercado nacional es realizado por turistas extranjeros.

1.3 Objetivo general

Desarrollar los procesos de exportación para la expansión de la empresa a mercados internacionales.

1.4 Objetivos específicos

- € Identificar el mercado meta con las condiciones apropiadas para el producto estrella.
- € Identificación de restricciones y regulaciones arancelarias y no arancelarias.
- € Identificar costos involucrados en la operación exterior.
- € Identificar ferias y eventos internacionales en el país de destino donde se podría promocionar el producto.
- € Establecer los criterios para analizar e identificar oportunidades de mercado a nivel internacional.
- € Identificar requerimientos del país destino para poder importar el producto.
- € Realizar un pronóstico de las ventas del producto de exportación en el mercado meta.

2 Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

Se realizó un diagnóstico empresarial y exportador desde la plataforma de Yo Exporto, con la finalidad de conocer la situación actual de la empresa, donde se muestra su organización empresarial y capacidad para la exportación de productos. Una vez ya identificados los productos estrella, se hizo una matriz de selección del país meta y un PESTEL, para analizar qué país es más viable para exportar de los propuestos por la Casa de las Once Letras.

Después de identificar el país más viable se desarrolló una investigación de mercado de consumidores de licores del país seleccionado, se identificó y comparo con los precios de la competencia, se identificaron los mejores canales de distribución para el producto, y se investigó sobre el valor de mercado y quienes tenían mayor % de ventas y las tendencias de crecimiento en los próximos años.

El siguiente paso fue elaborar un plan de marketing, donde se identificó la propuesta de valor que ofrece La Casa de las Once Letras, su mezcla de marketing y su diferenciador ante la competencia, además de adecuar su plan actual para el mercado de E.U, a través de la creación de la promoción de su producto por medio de redes sociales en el país objetivo, en su respectivo idioma. Se registró en la plataforma MyTrade los licores de La Casa de las Once Letras.

El pronóstico de ventas del producto se hizo a través de la organización del flujo de efectivo del ejercicio de exportación en un modelo de simulación financiera, con sus posibles costos, precios y cantidades de producto, así como las desviaciones de cada uno de los puntos pasados, esto para generar cierta cantidad de ejercicios y darnos un acercamiento a los resultados más probables dentro de tres escenarios, uno realista, donde se aprecia la pérdida máxima y la utilidad máxima, otro escenario pesimista, donde se considera una menor cantidad de ventas y costos más altos, donde se aprecia una pérdida mayor y una utilidad menor que el escenario realista, y finalmente un escenario optimista, donde se consideran las ventas máximas y costos más bajos para mostrar las utilidades mínimas y máximas del ejercicio.

Se elaboró una proyección del mercado de licores en el país meta, así como del estado meta y canal seleccionado, a través de herramientas estadísticas como los promedios simples, ponderados y móviles para poder detectar las tendencias y comportamientos macroeconómicos de dichos mercados. La segunda proyección se realizó para poder entender de manera más clara y acertada las tendencias en el estado donde se planea exportar el producto.

Debido a razones de confidencialidad, la empresa se reservó la información del estado de resultados de los últimos ejercicios, sin embargo, con la información adquirida a través de las entrevistas y juntas con la empresa, se expresó que la empresa cuenta con la liquidez necesaria para poder llevar a cabo el ejercicio de exportación.

Las herramientas elaboradas para el proyecto fueron un compendio de anexos, gráficas, tablas e ilustraciones; todas estas no se mencionan en este reporte porque contienen información sensible de la empresa.

Las reuniones realizadas por el equipo en las instalaciones de La Casa de las Once Letras son descritas en una serie de 9 minutos donde se menciona las fechas de visita, el asunto que se trató y el plan de acción que se formuló en base a los compromisos discutidos durante la visita. Las fechas de las reuniones fueron las siguientes:

1. 24 de enero de 2019.
2. 29 de enero de 2019.
3. 14 de febrero de 2019.
4. 28 de febrero de 2019.
5. 19 de marzo de 2019.
6. 2 de abril de 2019.
7. 4 de abril de 2019.
8. 11 de abril de 2019.
9. 29 de abril de 2019.

Adicional se tenían asesorías de PAP 2 veces a la semana, en donde se presentaban los avances hechos de acuerdo al cronograma y generaban retroalimentación para hacer

correcciones o profundizar más en el tema previsto en el proyecto junto con las actividades del cronograma.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

El proyecto fue diseñado para la empresa La Casa de las Once Letras, fue impulsado a partir de los objetivos generales y específicos.

El cronograma está dividido por entregables semanalmente, se usaron diferentes fuentes de información para poder sustentar las propuestas y bases de datos para el análisis.

- Cronograma:

Ilustración 1 Cronograma (Fuente: elaboración propia)

2.2 Productos y entregables

Como resultado de la investigación realizada a lo largo del proyecto, se le comparte a la empresa un documento que contempla los principales hallazgos de la investigación, misma que no hubiera podido llevarse a cabo sin información interna de la empresa que sirvió para enfocar la estrategia actual hacia el mercado internacional. El documento se divide en varios capítulos y cada uno cuenta con diversos anexos.

A continuación, se presentan los productos generados durante el proyecto y que la empresa no tenía. Estos se encuentran a lo largo de todos los capítulos del documento.

1) Empresa.

- Diagnóstico exportador. (Fuente: “Yo exporto”)
- Diagnóstico Empresarial. (Fuente: “Yo exporto”)

2) Producto.

- Fichas técnicas en inglés.
- Validación fracción arancelaria
- Descripción cualitativa
- Capacidad de producción y oferta exportable
- Tabla de costos de exportación
- Precios ExWorks

3) Mercado.

- Investigación de mercado PESTEL para selección de país objetivo
- Tabla de competidores en el país objetivo.
- Directorio de distribuidores en el país objetivo.
- Canales de distribución y estrategias de distribución.

4) Comercialización.

- Plan de Marketing Internacional
- Políticas y términos de venta de la empresa.
- Jalisco competitivo y recursos recomendados para la empresa
- Registro de productos estrella en plataforma MyTrade.

5) Logística.

- Costeo logístico para la exportación.
- Tabla de evaluación de cubicaje óptimo.
- Listado de Agentes Aduanales adscritos a la aduana de Nuevo Laredo.
- Alta en ventanilla única de comercio exterior mexicano.
- Registro de FDA.
- Regulaciones a la importación para Estados Unidos.
- Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias para la exportación.

6) Legal.

- Ejemplo contrato de compra-venta Internacional

7) Finanzas

- Pronóstico de ventas del producto dentro del mercado meta y escenarios posibles (pesimista, optimista y realista).
- Proyección financiera del mercado de exportación y tendencias del mercado meta, con información obtenida por Euromonitor.

3 Desarrollo

3.1 Sustento teórico

A continuación, se presentan los procesos que utilizamos para realizar este proyecto, el cual exploramos de manera profesional y al mismo tiempo entendible para los lectores.

Ser capaces de entender la introducción, objetivos generales y específicos de la empresa para que sea enfocada a los mercados extranjeros, así como los procesos y estrategias necesarias para su venta en el mercado internacional. Conocer las principales características administrativas y operativas de la empresa La Casa de las Once Letras para dar a conocer cómo preparar a la empresa para un proyecto de exportación.

Presentar herramientas concretas para la introducción de los licores al mercado extranjero de manera que se compren y se vendan de manera exitosa dentro del mercado internacional.

- Logística Internacional: Utilizamos esta materia para calcular los costos de envío, así como la ruta de transporte para la exportación más económica, para que la empresa tenga una noción de los costos de cada uno que se seleccionó de los medios de transportes, con el cual se hace una comparativa de precios.

Menciona Long, Douglas en su libro *Logística Internacional administración de la cadena de abastecimiento global (2012.)* “La logística es parte del proceso de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla eficiente el almacenamiento de bienes y servicios desde el punto de origen has el de consumo, para así satisfacer las necesidades del cliente” (p.3)

- Empresas Comercio Exterior: Este curso fue muy útil, ya que identificamos que la empresa La Casa de las Once Letras tiene mucho potencial para entrar a mercados internacionales, se realizó una investigación de estrategias que son necesarias para la empresa, de esta manera se logra entrar a nuevos mercados, para que la empresa quede prepara para comenzar un proyecto de exportación.

Como menciona Albert García Trius en *Los cien documentos del comercio exterior (2009)*. “La ggestión de las operaciones de comercio exterior exige elaborar una serie de documentos que acompañan a la expedición de las mercancías y tienen que ser admitidos y validados por todas las partes implicadas”. (p.7)

- Clasificación arancelaria: Es un código numérico armonizado, que identifica de manera internacional los productos, podemos clasificar que tipo de producto es, su descripción y elaboración, para identificar las regulaciones arancelarias y no arancelarias que corresponden para cada producto de esta manera observas los impuestos y RRNA que se deben cumplir.

De acuerdo a la Ley de impuestos generales de importación y exportación, la fracción arancelaria aplicada al producto es 2208.70.02.

- Operación aduanera: Esta materia fue de apoyo para los procesos de impuestos generales de importación y exportación, junto con las leyes de ordenamiento aplicables, donde regulan la entrada al territorio nacional y la salida de mercancías. Es muy importante llevarla a cabo para todas las regulaciones de impuestos que se tienen que realizar para tener una exportación exitosa.

Ley aduanera última reforma publicada DOF 25-06-18. Artículo 35 Ley Aduanera. Se entiende por despacho aduanero el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, deben realizar ante la aduana, las autoridades aduaneras y quienes introducen o extraen mercancías del territorio nacional, ya sea los consignatarios, destinatarios, propietarios, poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes aduanales o agencias aduanales, empleando el sistema electrónico aduanero.

- Modelos de Exportación y Comercialización: Son procedimientos que la empresa debe de cumplir para la exportación, reglas que adoptan las instituciones para instrumentar las responsabilidades que son dadas de alta en el marco legal. Se tienen que cumplir con las regulaciones para que este producto pueda ser exportado a los Estados Unidos.

Ley aduanera última reforma publicada DOF 25-06-18. Artículo 52 Ley Aduanera. Están obligadas al pago de los impuestos al comercio exterior y al cumplimiento de

las regulaciones y restricciones no arancelarias y otras medidas de regulación al comercio exterior, las personas que introduzcan mercancías al territorio nacional o las extraigan del mismo

- Mercadotecnia Internacional: Nos permitió conocer las herramientas de ingreso a mercados internacionales, adaptarse a los sistemas culturales, económicos y legales de cada país. Desarrollar ofertas internacionales para satisfacer las necesidades del cliente, esto nos ayudó para realizar la investigación de nuestro mercado meta.

Como menciona el autor José Luis Jerez Riesco en *Marketing Internacional para la expansión de la empresa (2010)*. “La clave del éxito hoy, en el mundo de los negocios, la adaptación y flexibilidad de un ámbito de transformaciones competitivas donde ayuda a internacionalizar la empresa”.

- Investigación de mercados: Nos ayudó para saber consultar fuentes confiables, en dónde identificar la tendencia de crecimiento de los licores dentro del mercado extranjero, donde se presentan los distintos competidores más fuertes en el mercado de la industria de licores dentro de Estados Unidos, en el cual se aprecia el producto más vendido dentro del mercado, como también precios y características de cada uno de los productos que existen en Estados Unidos y a que mercado pertenecen los productos exportados.

Así como comenta Verónica Rosendo Ríos en *Investigación de mercados: Aplicación al marketing estratégico empresarial (2018)*. “La investigación de mercados es una herramienta fundamental para la toma de decisiones estratégicas de marketing de toda empresa”. (p.30)

- Costos para la toma de decisiones: Esta materia nos ayudó a realizar los estados financieros de la empresa, utilizamos herramientas que faciliten la comprensión de los procesos de planeación, control administrativo, acumulación de costos y toma de decisiones para obtener costos exactos y congruentes. Los conocimientos adquiridos en esta materia determinamos los costos de exportación final.

Hace referencia Ricardo Uribe Marín en *Costos para la toma de decisiones edición 1 (2011)*. "El análisis de los costos permite medir el comportamiento de los gastos de una producción o realización de un servicio, posibilitando efectuar comparaciones, aprovechando las capacidades, así como la cuantificación de las medidas de producción"

- Estado de Resultados: El estado de resultados es un documento financiero que nos permite ver el resultado a cierto periodo de tiempo de la situación económica de la empresa, desglosado de manera descendiente, para indicarnos la ganancia o utilidad del periodo.

Según Van Horne en su publicación "*Fundamentos de la Administración Financiera*" (2002) "El estado de resultados es un resumen de los ingresos y egresos de las empresas durante determinado periodo en el tiempo, y esto termina con el ingreso neto" (p. 188).

El estado de resultados, citando a Villanueva de su libro "*Teoría y Prácticas de la Contabilidad*" (2007) "sirve de medida para evaluar el desempeño de la empresa y un indicador de la eficiencia de la administración" (p. 92).

- Simulación Financiera: La simulación financiera es la organización de un flujo de efectivo de un ejercicio, donde se elaboran cierta cantidad de resultados, para darnos una aproximación numérica sobre los escenarios más repetidos, la ganancia mínima o pérdida máxima, así como la utilidad máxima; entre más grande sea la cantidad de experimentos, más acertado será la simulación.

Como menciona Herrera Martínez en su publicación "*Herramienta de simulación financiera para la toma de decisiones en KENTAUR SAS*" (2018) "La simulación financiera busca facilitar la presentación de la información financiera y contable, además de proporcionar ayuda para la toma de decisiones" (p. 4)

- Proyección Financiera: Una proyección financiera es la elaboración de escenarios futuros de mercados, productos, situación financiera, razones económicas, entre otras, para estimar tendencias, riesgos u oportunidades. La proyección financiera

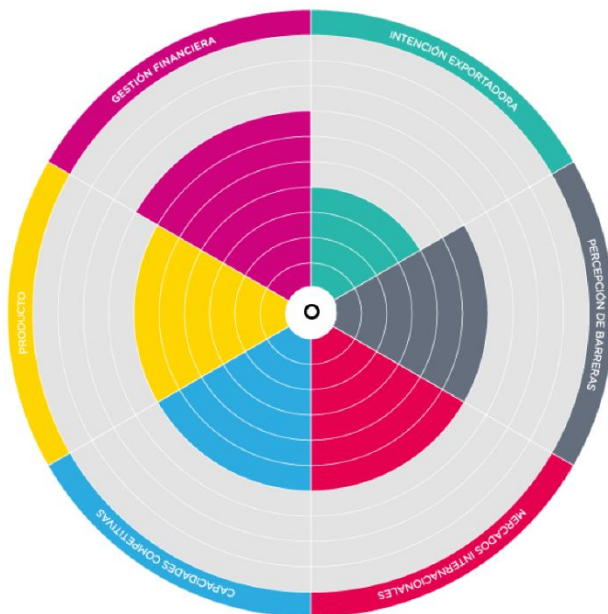
utilizada en este proyecto fue del mercado de bebidas espirituosas en el país y estado meta, esto para detectar las tendencias del mercado y las oportunidades que estas mismas ofrecen.

Para poder hacer una correcta evaluación del sector empresarial, como menciona A. Fornero en su publicación *Fundamentos de análisis financiero (2017)* “Es necesario comprender el perfil competitivo de la empresa, ya que es necesario identificar con claridad la evolución esperada del sector y los elementos de la estrategia de la empresa que deberían acompañar a la misma.” (p. 18).

- Consultoría Integral de los Negocios Internacionales: Esta materia nos ayudó para desarrollar un diagnóstico empresarial que es “Yo Exporto” para definir qué áreas tienen que mejorar dentro de la empresa para el proceso de exportación. Al realizar el proceso de investigación se le otorga un manual a la empresa para lograr operaciones de comercio exterior de manera exitosa y precisa.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados.

A continuación, se muestra en el gráfico 1, las áreas que se recomiendan mejorar dentro de la empresa, para que funcione de manera adecuada:



Gráfica 1 // Diagnóstico Empresarial // Fuente: Yo Exporto

Se identifican las áreas de oportunidad para que la Casa de las Once Letras pueda comercializar una parte de sus productos en el extranjero:

- Crear un departamento especializado en comercio exterior que les permita descentralizar este proceso de la gerencia general para poder agilizar la toma de decisiones respecto a este tema.
- Implementar en el área de producción indicadores que les permitan medir y evaluar la calidad en su producto y sus costos de producción; esto con la finalidad de que evolucionen de una “fabricación por encargo” a una “producción en masa” que les ayude a reducir sus costos y tiempos y satisfagan la demanda que puede generar el mercado extranjero.

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

4.1 Aprendizajes profesionales (personal)

Jackeline Dauchy Calderón

Como profesional mis conocimientos serán aplicados para mejorar la economía del país, como también crecer la empresa de manera internacional, que con todos mis servicios la empresa logre aplicarlos de manera profesional y exitosa para que comiencen a exportar sus productos a Estas Unidos, ya que se logró el ampliar el panorama a nuevos mercados. Por último, puedo decir que se logró un proyecto con éxito, ya que le empresa tiene lo necesario para empezar a exportar sus productos.

Raúl Andalón

Unos meses antes de llevar este PAP se presentó la oportunidad para comercializar tequila en Rusia, mi papel como intermediario en este proyecto era conseguir una casa tequilera que tuviera la capacidad de producción y el interés de llevar su producto a dicho país.

Finalmente, a pesar de conseguir la casa tequilera y tener una red de clientes armada en dicho país, no pudimos cerrar el trato porque no conocía los procesos y operaciones necesarias para llevar a cabo un proyecto de exportación; de este fracaso se originó mi interés en llevar este PAP ya que me di cuenta que necesitaba adquirir todos los

conocimientos necesarios para no volver a repetir dicho fracaso y poder aprovechar futuras oportunidades.

Ahora poseo conocimientos para calcular precios en algunos INCORTERMS, para calcular el cubicaje, se cómo hacer un PESTEL para seleccionar un mercado y adquirí algunas bases de datos para recopilar información las cuales me han ayudado a tomar decisiones en otros proyectos. Además de que adquirí algunos conocimientos de finanzas que mis compañeros compartieron.

Los conocimientos extras que pude utilizar a pesar que no los requería el proyecto, fueron de las materias de diseño del trabajo e ingeniería de mercado; con el fin de desarrollar herramientas que la empresa necesitaba para poder medir, controlar y mejorar sus procesos en el área de producción, los cuales serán necesarios una vez que su demanda aumente.

Alberto Briseño

La formación de un equipo interdisciplinario me parece una gran idea y oportunidad para complementar mis conocimientos a partir del de los demás integrantes, si se encuentra la sinergia correcta en el equipo de trabajo se pueden obtener buenos y útiles resultados para la empresa, lo cual considero que si se pudo realizar en ciertos momentos.

Siempre es un reto el trabajo en equipo, pero es algo vital en la vida laboral, se deben asumir responsabilidades y se deben cumplir con ellas; es un claro ejemplo de lo que pasa internamente en las empresas, y espero que los miembros del equipo PAP hayan adquirido el mismo aprendizaje que yo.

Alejandra Martinez

Aprendí a investigar sobre temas diversos, algunos son sobre la información que se requiere para poder exportar e importar, en dónde encontrar información sobre investigación de mercados extranjeros. Con este proyecto PAP puedo empezar un proyecto que se me presentó de la exportación de cerveza de aguacate a Japón. Me refiero a este proyecto ya que al saber cómo investigar, cotizaciones, la aplicación etc. te facilita la apertura al exterior. Un punto muy positivo es el haber generado un equipo de distintas carreras ya que existió un apoyo fuerte en cuestiones no necesariamente conocidas por mí

misma. Siento que en la vida siempre nos vamos a enfrentar con empresas un poco cerradas y trabajos en equipo fue interesante la convivencia entre los 4 integrantes por lo mismo, pero siento que fue un éxito ya que logramos sobrellevar esos contratiempos o aspectos en los que la empresa se cerró.

4.2 Aprendizajes sociales

Jackeline Dauchy Calderón

La empresa La Casa de las Once Letras representa para el mundo, una forma de emprendimiento. Yo como estudiante del ITESO pude observar y aprender cómo se realizó el trabajo de manera exitosa. Gracias a la empresa pudimos trabajar de forma exitosa, ya que nos compartieron mucha documentación personal que esto nos facilitó para realizar un buen proyecto con toda la ayuda de las integrantes de Once letras.

Este proyecto me motivó para ayudar a la empresa con todos mis conocimientos que adquirí durante mi carrera, donde en este proyecto los apliqué de manera correcta y honesta con mi ayuda para que la empresa tenga un proyecto de exportación exitoso.

Algo que es muy importante que la sociedad valore todo el desempeño de las personas para que de esta manera las empresas crezcan y puedan exportar cada día más y más, ya que es un apoyo de la sociedad para que empresas pequeñas lleguen a ser una de las empresas más importantes de México y del mundo.

Raúl Andalón

Socialmente sigo creyendo que un proyecto de exportación contribuye al reparto de riquezas dentro del país porque están moviendo los engranes de la economía al introducir un flujo monetario proveniente de otro país. Además de que tengo entendido que las pymes son las que producen la mayor parte del PIB de México.

Lo ideal sería haber diseñado de manera alterna un proyecto de desarrollo de personal para ir preparando a la empresa y a sus empleados para el incremento de futuras operaciones originado por el incremento de la demanda y que estos últimos accedieran a un sistema de remuneración y bonificaciones.

Alberto Briseño:

El aporte social que he fortalecido y desarrollado a través de este proyecto de aplicación es el apoyo que se le pudo dar a esta mediana empresa, los resultados del proyecto tendrán un impacto esperado sobre la empresa, el aumento en el volumen de ventas de la empresa implica que crecerán sus fuentes de ingresos y consecuentemente, el tamaño de la misma, esto podría tener un impacto social al requerir crear departamentos y puestos que antes no existían internamente, lo que significa que se generarán nuevos empleos.

Otro impacto que considero tendrá el proyecto, es la absorción de ingresos dentro del país, ya que aquí se encuentran las oficinas y plantas que producen este producto de importación. Este proyecto beneficiará al sector de las pequeñas y medianas empresas. Consecuentemente, esperamos que este proyecto pueda orientar y darle las bases a la empresa para poder exportar sus productos a otros mercados, como el europeo o asiático.

Alejandra Martínez

Siento que al estar trabajado con una empresa real pude ver la circunstancias que verdaderamente pasan las PYME's. Siento que todo el equipo aportó ideas buenas, sin embargo, por no conocer el 100% de las circunstancias en los que la empresa se rodea, me di cuenta de la importancia de tener los objetivos claros y precisos ya que es fácil divagar y querer hacer más cosas de lo que se supone que se llevaría a cabo. Esto no es malo, sino que llegaría a quitar tiempo de los objetivos establecidos y pactados con el cliente. Siento que este tipo de iniciativa es bueno siempre y cuando se pueda cumplir en el tiempo acordado para no quedar mal con el proyecto. Siento que al apoyar en las bases a una empresa chica que se quiere introducir al comercio exterior es un apoyo grande ya que la mayoría suele empezar al revés. Primero ofertan el producto o alguien se interesa y puede ser que se comprometan y hasta el final y cuando están viendo como exportar y el financiamiento que requiere. Al hacerles un proyecto desde el 1er paso, sería más fácil ver que requieren para poder ofertar su producto de manera concreta.

En cuanto al impacto social, si actualmente cuentan con 55 empleados, ellos seguirán teniendo trabajo por las ventas nacionales. Además, se aumentará otra línea a la producción y así sucesivamente conforme vaya creciendo la empresa. Esto lleva de la mano a que requiere alrededor de 8 operarios más por línea y 2 en áreas de apoyo (aproximado).

La riqueza de su empresa va más allá de impactar al país, va a impactar de manera positiva a las familias que van a tener ingresos superiores al pago mínimo en México. Además, al tener un crecimiento en la empresa, cada vez se van a requerir más puestos y oportunidades de crecimiento.

4.3 Aprendizajes éticos

Jackeline Dauchy Calderón

Durante el proyecto se tomaron decisiones muy importantes, tanto individuales como en equipo, creo que debemos de saber qué relación podemos utilizar las decisiones que llegaron a surgir. El trabajar con La Casa de las Once Letras me ayudó a darme cuenta de que las cosas no son tan simples como parece y se necesita de mucha investigación y un buen análisis para tomar una decisión correcta para cambiar el entorno de una empresa.

Ya que como experiencia me llevo que mucha de la información que nos compartió la empresa me di cuenta de su totalidad confianza, por eso debemos ser éticos para guardar correctamente el tipo de información que las personas pueden brindarte, ya que son documentos muy delicados que tenemos que cuidar y utilizar dicha información cuidadosamente para realizar cualquier tipo de proyecto en la empresa que se requiera ayuda para un proyecto de exportación.

Raúl Andalón

Al ser este un PAP del Departamento de Economía, Administración y Mercadología todas las decisiones que evalué fueron hechas bajo el supuesto: que es menos costoso para la empresa y que genera valor y que no; por lo que no reflexioné hasta ahora si habrá terceros que sean afectados bajo esta lógica, ya que hasta ahora pienso que ayudar a que una empresa exporte sus productos contribuirá a que entren más riquezas al país por lo que veo más beneficios económicos que daños.

Alberto Briseño Núñez:

Las decisiones tomadas en este PAP fueron para apoyar y ayudar a la empresa, se tomaron las decisiones de manera personal y grupal pensando siempre en generar un beneficio para la empresa, desde la selección del país meta, así como los entregables y contenido entregado. Nunca se actuó pensando en irnos hacia las opciones fáciles, sino las que

podieran generar más valor a la empresa. Esta experiencia escolar y profesional me lleva a llevar esta misma idea, en actuar en pro de las empresas, para aplicarlo en todos los aspectos de mi vida profesional, ya que siempre se deben de tomar en consideración lo que es mejor para la empresa, que el beneficio personal.

Alejandra Martinez

Al principio pensé que la apertura comercial internacional de este producto fue muy conservadora ya que escogimos a Estados Unidos como el mercado meta vs. Japón o Alemania, ya que la mayoría de las empresas mexicanas ya exportan a E.U. y sentía que era mejor irnos por otro lado. Sin embargo, después vi el panorama más amplio. Me di cuenta de que si se puede vender a E.U., el cual es de los países con más regulaciones; podría ser más fácil después que la empresa exportara a Europa, Japón, Panamá, etc. Esto me ayudó en lo personal a no ver únicamente la ambición y escoger el país más exótico donde se vaya a consumir, sino el lugar más factible para empezar y de ahí ir construyendo las bases para poder lograr expandirse de la manera más efectiva en base a estrategias bien elaboradas.

4.4 Aprendizajes en lo personal

Jackeline Dauchy Calderón

En el PAP se realizaron procesos y estrategias en los que pude aplicar todos mis aprendizajes que he adquirido durante licenciatura de comercio y negocios globales. Me ayudó a reconocer los conocimientos y habilidades, ya que aprendí mucho acerca de cómo se necesita mucha investigación para saber todos los requerimientos para exportar un producto, en lo personal me ayudó mucho este proyecto porque acabo de abrir una empresa importadora y exportadora que todos los conocimientos íntegros que adquirí me sirvieron de mucha ayuda para poder aplicarlo en mi vida profesional.

La verdad estuvo muy complicada trabajar en equipo, siento que faltó mucha integridad entre los participantes, ya que fue desgastante estar al pendiente de que cada uno trabajara de manera exitosa, faltó más comunicación entre todos los integrantes, pero al fin de cuentas pudimos llevar a cabo el proyecto de forma exitosa. Yo como Jackeline Dauchy Calderón puse mucho de mi parte para que se llevara un proyecto efectivo para la empresa La Casa de las Once Letras, como también el apoyo de mis maestras que estuvieron junto conmigo en el proceso del proyecto profesional.

Raúl Andalón

Mi mayor aprendizaje personal es darme cuenta de que me faltan habilidades colaborativas y aptitudes para trabajar en equipo, porque no sé pedir ayuda y solo me enfoco en terminar mis tareas asignadas o en hacer las tareas las cuales me considero capaz de hacer. Ahora estoy más interesado en desarrollar habilidades de comunicación y como desarrollar equipos de poder en base a esta previa experiencia.

Alberto Briseño Núñez

Las actividades realizadas en este proyecto de aplicación profesional fueron diversas, muchas diferentes a lo visto a lo largo de la carrera, pero por esto mismo siento que me ayudaron a complementar mi aprendizaje escolar. El poder ver todas las capacidades que se necesitan desarrollar para poder exportar un producto fue algo muy interesante y retador, debido a los diversos procesos, normativas, regulaciones y costos que se deben considerar para poder llevar un producto a un país extranjero.

La formación de un equipo interdisciplinario me parece una gran idea y oportunidad para complementar mis conocimientos a partir del de los demás integrantes, si se encuentra la sinergia correcta en el equipo de trabajo se pueden obtener buenos y útiles resultados para la empresa, lo cual considero que si se pudo realizar en ciertos momentos.

El poder haber realizado el proyecto del desarrollo de las capacidades de exportación en la empresa La Casa de las Once Letras fue una gran oportunidad de poder aplicar los muy variados conocimientos del equipo PAP en sus diferentes áreas de especialidad, así como un gran reto y aprendizaje, ya que, al ser ya una empresa bien establecida, sus procesos ya están formalizados y las gerencias conocen sus roles y metas, y esperamos que el apoyo y resultados que entreguemos les sean útiles. Nos encontramos con algunos contratiempos de manera interna como la información del estado de resultados, pero siempre se respetó la posición de la empresa y se trabajó con lo platicado en las entrevistas, en los documentos que nos compartían y el conocimiento del personal de Once Letras con quien se pudo trabajar.

Alejandra Martínez

En primero, este es mi primer PAP y a mí se me hizo pesado por cuestiones personales pero la realidad es que las asesoras han dado un apoyo excepcional en cuanto a la motivación. Me di cuenta de que soy una persona entre diplomática y autócrata. Con esto me refiero a que soy una persona en la que nomás en ciertas ocasiones me gusta o requiero la opinión de los demás y en otros momentos prefiero no tenerlo. Sin embargo, al trabajar en de manera tan cercana, debo de ser más abierta a las posibilidades y sus conocimientos. En el PAP junto con la empresa, me di cuenta de que, aunque las personas digan que quieren algo, no necesariamente significa que están listos para escuchar la realidad de su negocio.

5 Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

En conclusión, el proyecto que realizamos durante todo este ciclo de primavera 2019, cimienta las bases para que La Casa de las Once Letras pueda exportar sus productos estrella en un futuro cercano

En base al diagnóstico dado por la plataforma “Yo Exporto”; el cual muestra las áreas con baja eficiencia, se hicieron las recomendaciones mencionadas más adelante.

La Casa de las Once Letras cuenta con una amplia gama de productos que son aceptados en el mercado de consumidores de bebidas alcohólicas, tienen una alta oportunidad de internacionalizar sus dos productos estrella ya que fueron los que seleccionamos para realizar este proyecto, tienen toda la información precisa para realizar una exportación internacional con efectividad y tienen un gran alcance para su mercado, ya que el extranjero le gusta probar nuevas bebidas exóticas.

Al ser Estados Unidos uno de nuestros vecinos y al ser uno de los mayores importadores de bebidas alcohólicas, es el mejor escenario para iniciar operaciones de exportación ya que los riesgos son más bajos en caso de no tener éxito.

Es muy importante que la empresa cuente con los registros en diversas plataformas del gobierno tanto de México como de Estados Unidos para poder llevar a cabo una exportación

de manera exitosa. Por tal motivo se dio de alta en VUCEM, FDA y actualmente está en proceso el registro en el padrón de exportadores. Una vez hecho dicho registro se podrá concluir el alta con el agente aduanal seleccionado por La Casa de las Once Letras.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda crear un departamento dentro de la empresa especializado a finanzas, para no centralizar responsabilidades y actividades en la alta gerencia.
- Se recomienda realizar inversión en programas de comunicación interna como WebEx y Skype Empresarial. WebEx es una herramienta que permite realizar llamadas de conferencia de manera en línea, esto ayudaría a la empresa a reducir tiempos en la toma de decisiones y convocar juntas sin tener que estar de manera física en las instalaciones de Once Letras; Skype Empresarial es una herramienta que al igual que WebEx, permite tener comunicación de manera remota, ya sea a través de chat en línea, en donde se puede crear un directorio entero del personal que tenga una cuenta en el servidor. Ambas herramientas pueden ser sincronizadas con los perfiles de Outlook Empresarial.
- Tener presencia en las expos (ver tabla ferias y expos en E.U) para promocionar la venta y degustación de los licores estrella que produce la empresa, para tener una buena referencia acerca de la empresa.
- Aplicar a la convocatoria de Jalisco competitivo a la brevedad ya que cierra el 9 de mayo.
- Se recomienda que se puedan delegar algunas actividades de la alta gerencia para agilizar procesos y tiempos.

5.3 Bibliografía

- Van Horne, J.C. (2002). Fundamentos de la Administración Financiera. (11 ed.). México: Pearson Education.
- Méndez Villanueva, A (2007). Teoría y Prácticas de la Contabilidad 3. (2 ed.). México: Porrúa.
- Herrera Martínez, H & Pineda Suárez, G.J (2018). Herramienta de simulación financiera para la toma de decisiones en KENTAUR SAS. (1 ed.). Colombia: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

- A. Fornero, R. (2017). Fundamentos de análisis financiero. (1 ed.). Argentina: Universidad Nacional de Cuyo.
- Según Albert García Trius (2009).100 documentos del comercio exterior. (1 ed.). Madrid, España. Editorial Global Marketing Strategies.
- Fiscales ISEF (2019) Compendio disposiciones sobre comercio exterior.
- Long Douglas (2008). Logística Internacional (1 ed.) México: Limusa.
- José Luis Jerez Riesco (2010). Marketing Internacional. (1 ed.) Madrid.
- Verónica Rosendo Ríos (2018) Investigación de Mercados (1 ed.) Madrid.
- Ricardo Uribe Marín (2011) Costos para la toma de decisiones (1 ed.) Mc Graw Hill: Colombia.
- Ley aduanera, última reforma publicada DOF 25-06-18.Artículo 35.
- Ley aduanera, última reforma publicada DOF 25-06-18. Artículo 52.
- Ley de impuestos generales de importación y exportación, última reforma publicada 25-03-2019.

5.4 Anexos

En este documento no se comparte la información de los anexos por temas de confidencialidad y porque mencionan temas sensibles de la empresa.