

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología
PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
ECONOMÍA SOLIDARIA Y TRABAJO DIGNO

Programa Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

**PROYECTO:
3J02 CEDECOM INTERNACIONAL**

**Procesos Industriales Automotrices de México S.A. de C.V. (PIAMSA): Estrategia de
Internacionalización y Expansión Global**

PRESENTAN
Programas Educativos y Estudiantes

Aguirre González María Regina	Licenciatura en Comercio y Negocios Globales
Flores Hernández Paulina Regina	Licenciatura en Comercio y Negocios Globales
Gómez Gutiérrez Andrea Guadalupe	Licenciatura en Comercio y Negocios Globales
Ruesga Sosa Logan	Licenciatura en Comercio y Negocios Globales

PROFESOR PAP:
Mtra. Montserrat Moncada Navarro
Tlaquepaque, Jalisco, 7 de mayo de 2026

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción.....	3
1.1. Objetivos.....	3
1.2. Justificación	4
1.3 Antecedentes.....	5
1.4. Contexto.....	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	9
3. Resultados del trabajo profesional.....	19
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	69
5. Conclusiones.....	82
6. Bibliografía.....	86

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

El presente documento analiza la empresa Procesos Industriales Automotrices de México-PIAMSA describiendo su contexto organizacional capacidades productivas y experiencia en la industria automotriz. Se examinan sus insumos principales destacando el hule y componentes metálicos, así como sus procesos de manufactura y control de calidad. Asimismo, se desarrolla la clasificación arancelaria del producto y la elaboración de fichas técnicas para facilitar su comercialización. El estudio de mercado identifica industrias y más de siete mil clientes potenciales internacionales evidenciando oportunidades de exportación. Se emplean herramientas como análisis de datos comerciales para evaluar competencia y demanda. También se abordan apoyos institucionales y programas que impulsan la internacionalización mediante financiamiento vinculación y promoción comercial. En materia de importaciones se valida el cumplimiento de requisitos como padrones y clasificación de acero, así como la selección estratégica de proveedores internacionales. Los resultados muestran que la empresa posee fortalezas técnicas financieras y operativas, pero presenta áreas de oportunidad en formalización estratégica

y comercio exterior. Se concluye que existe potencial para expandirse a mercados internacionales si se desarrollan planes estructurados se fortalecen capacidades comerciales y se optimiza el uso de recursos disponibles garantizando crecimiento sostenible y competitivo a largo plazo además se enfatiza la importancia de aprovechar la capacidad instalada subutilizada mediante estrategias de diversificación de mercados incremento de ventas y mejora continua de procesos internos fortaleciendo la competitividad organizacional y reduciendo riesgos asociados al entorno global y regulatorio del comercio internacional contemporáneo para asegurar resultados eficientes y sostenibles en el tiempo de manera integral futura.

1. Introducción

1.1. Objetivos

General

Realizar una estrategia durante el periodo de PAP CEDECOM Internacional primavera 2026, mediante un diagnóstico técnico-comercial del hule que utiliza PIAMSA, identificando oportunidades de mercado y sentando las bases para su posicionamiento como proveedor de insumos en mercados internacionales, sin interferir en las negociaciones comerciales directas de la empresa. Asimismo, establecer relaciones estratégicas con cámaras, asociaciones y posibles compradores, con el fin de generar oportunidades reales de negocio e impulsar su crecimiento en el ámbito internacional.

Específicos

Diagnóstico técnico del material (Producto e insumo)

Para la semana del 2 al 6 de marzo, el equipo completará la identificación y clasificación técnica de los tipos de hule (natural, sintético y mezclas) y el análisis integral de las materias primas. Esto incluirá la determinación de las fracciones arancelarias correctas para asegurar el cumplimiento normativo aduanero. Adicionalmente, se revisarán y elaborarán fichas técnicas complementarias y un catálogo técnico de productos que detalle características,

aplicaciones y ventajas competitivas para su evaluación con perspectiva de internacionalización

Identificación de mercados, industrias y compradores potenciales

El equipo de trabajo concluirá la investigación de oportunidades de mercado a más tardar en la semana del 23 al 27 de marzo. Se realizará un análisis de las industrias objetivo con mayor potencial de demanda para los hules de PIAMSA, identificando los requerimientos técnicos, estándares de calidad y certificaciones que buscan dichos compradores. Se utilizarán plataformas especializadas de vinculación comercial para generar un listado preliminar validado de empresas demandantes y mapear sus volúmenes de compra y necesidades específicas.

Vinculación institucional e incentivos para la internacionalización

Para la semana del 13 al 17 de abril, se entregará un análisis estratégico de los apoyos institucionales y recursos económicos disponibles para fortalecer el proceso de exportación. Se integrará un directorio con organismos clave (como SEDECO y cámaras de comercio) y se identificarán las plataformas digitales idóneas para que PIAMSA posicione su perfil empresarial. El resultado final será un documento guía que consolide programas de financiamiento, ferias internacionales y estrategias de vinculación para la toma de decisiones futuras

1.2. Justificación

El desarrollo de este proyecto es social y disciplinariamente relevante debido a su contribución al fortalecimiento de la competitividad industrial y al impulso de la internacionalización de empresas mexicanas. Desde una perspectiva social, promueve la generación de empleo, el aprovechamiento eficiente de recursos productivos y el crecimiento económico al incentivar la participación de la empresa en mercados globales. Asimismo, fomenta la vinculación con instituciones y organismos que apoyan el desarrollo empresarial, lo que favorece la creación de redes de colaboración y transferencia de conocimiento.

En el ámbito disciplinario, el proyecto integra conocimientos de comercio internacional, logística, análisis de mercados, clasificación arancelaria y gestión estratégica, permitiendo aplicar de manera práctica herramientas teóricas en un contexto real. Esto contribuye al desarrollo de competencias profesionales orientadas a la toma de decisiones informadas y a la solución de problemáticas empresariales.

Los beneficios esperados incluyen la identificación de oportunidades comerciales, la optimización de procesos de importación y exportación, el fortalecimiento de la estructura organizacional y la mejora en la planeación estratégica. En conjunto, el proyecto busca sentar las bases para un crecimiento sostenible, competitivo y alineado con las exigencias del entorno global.

1.3 Antecedentes

Procesos Industriales Automotrices de México, S.A. de C.V. (PIAMSA) es una empresa mexicana con 100 % de capital nacional, dedicada a la manufactura y comercialización de componentes de hule y hule-metal para la industria automotriz. Sus orígenes se remontan a 1986, cuando su fundador, el Sr. Hugo Cervantes López, inició operaciones en la fabricación de hules automotrices, desarrollando experiencia técnica y conocimiento del mercado que, con el paso de los años, sentaron las bases para la consolidación del negocio. Posteriormente, en 2003 y con la participación de la siguiente generación familiar, se formaliza la constitución de PIAMSA como una organización estructurada, con una visión de crecimiento sostenido, profesionalización de procesos y enfoque en la calidad.

1.4. Contexto

Actualmente, la empresa cuenta con más de 37 años de experiencia en el desarrollo, fabricación y comercialización de componentes especializados de hule y hule-metal, atendiendo los requerimientos técnicos específicos de sus clientes dentro del sector automotriz.

La organización se distingue por su capacidad de desarrollar productos propios y soluciones personalizadas, apoyándose en capacidades internas de diseño y fabricación de

herramientales, investigación y desarrollo, formulación de compuestos y procesos integrados de manufactura, lo que le permite mantener control sobre la calidad y el desempeño de sus productos. Asimismo, opera bajo estándares de calidad reconocidos por la industria automotriz, fortaleciendo su confiabilidad como proveedor.

En los últimos años, PIAMSA ha realizado inversiones significativas en maquinaria, tecnología e infraestructura productiva con el objetivo de incrementar su competitividad y prepararse para atender proyectos de mayor escala. Sin embargo, a pesar de contar con capacidades técnicas consolidadas, certificaciones, personal calificado y una infraestructura robusta, actualmente la empresa utiliza aproximadamente solo el 5% de su capacidad instalada, lo que representa una subutilización importante de recursos y, al mismo tiempo, una clara oportunidad de crecimiento.

Ante este panorama, la dirección ha identificado la necesidad estratégica de diversificar mercados, ampliar su cartera de clientes y explorar oportunidades más allá del ámbito nacional, incluyendo su incursión en nuevos sectores industriales que demanden componentes de hule y hule-metal, así como su expansión hacia mercados internacionales. Este enfoque busca aprovechar plenamente su capacidad productiva y fortalecer la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Derivado de esta necesidad de crecimiento y expansión, la empresa se vinculó con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), con el propósito de participar en un proyecto de acompañamiento orientado a la internacionalización. Dicho proyecto tiene como finalidad apoyar a PIAMSA en la estructuración de estrategias de acceso a mercados globales, la identificación de oportunidades comerciales en el extranjero y el desarrollo de capacidades que le permitan integrarse a cadenas de suministro internacionales.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Etapas del proyecto

1. Diagnóstico inicial

- Recopilación de información general de la empresa como la razón social y organigrama.
- Evaluación de los antecedentes y situación actual de la empresa
- Análisis de la situación actual y capacidad instalada de PIAMSA.
- Revisión de su misión, visión y valores de PIAMSA
- Diagnóstico de la cadena de suministro y operaciones.
- Identificación de necesidades y objetivos del proyecto.

2. Planeación estratégica del trabajo profesional

- Definición de los objetivos y alcances del PAP.
- Elaboración y estructuración del cronograma de actividades.
- Selección de herramientas de inteligencia comercial y plataformas de macrodatos.
- Aprobación del plan de trabajo por la empresa y la asesora académica.

3. Ejecución del proyecto

- Clasificación arancelaria de materia prima (acero) y producto terminado (bujes).
- Elaboración de fichas técnicas en inglés y español.
- Inteligencia comercial y prospección de clientes (MarketAcces, EEN).
- Redacción de speeches comerciales para el mercado internacional.
- Elaboración de listado de clientes potenciales
- Desarrollo del plan de vinculación institucional (SEDECO, AMCHAM).
- Búsqueda y filtrado de proveedores internacionales (molinos siderúrgicos).
- Estructuración de requisitos para Padrón de Importadores y Padrón Sectorial.

4. Seguimiento y evaluación

- Monitoreo del cronograma y avance semanal de actividades.
- Sesiones de retroalimentación con la profesora del PAP.
- Revisión de avances y aplicación de ajustes con la dirección de la empresa.

- Evaluación técnica de los proveedores y viabilidad de los prospectos.

5. Cierre y presentación de resultados

- Elaboración del documento final del Reporte PAP.
- Integración de entregables comerciales y bases de datos.
- Presentación final de resultados ante PIAMSA e ITESO.
- Redacción de las reflexiones éticas, personales, sociales y profesionales.

Durante la elaboración del presente proyecto, se retomaron conocimientos adquiridos en distintas asignaturas cursadas a lo largo de la formación académica, los cuales resultaron fundamentales para su estructuración y desarrollo.

Consultoría Integral en Negocios Internacionales: En esta asignatura se adquirieron conocimientos fundamentales para la elaboración de fichas técnicas de productos, identificando los elementos que deben integrarlas, como especificaciones, clasificación arancelaria y normativas aplicables. Asimismo, se desarrolló la habilidad de validar la información conforme a las regulaciones vigentes. De igual manera, se aprendió el proceso de inscripción en el Padrón de Importadores General, incluyendo los requisitos y la documentación necesaria, lo cual fue aplicado en el desarrollo del proyecto.

Gestión Empresarial: Esta materia aportó las bases para la estructuración estratégica del proyecto, particularmente en la definición de la misión, visión y valores de la empresa. Se comprendió la importancia de establecer una visión con un horizonte temporal definido, así como una misión clara que refleje el propósito organizacional y valores que guíen la toma de decisiones. Estos elementos permitieron dar coherencia y dirección al proyecto, fortaleciendo su planteamiento empresarial.

Manejo de Información y Datos Numéricos: en esta materia vimos cómo analizar, organizar e interpretar información, lo cual aplicamos directamente en el proyecto al desarrollar el diagnóstico empresarial y exportador, analizar resultados de las herramientas de “Yo Exporto” y estructurar la información en tablas y documentos estratégicos.

Plan de Exportación e Importación: en esta materia aprendimos a estructurar estrategias de internacionalización, lo cual se aplicó en el proyecto al identificar mercados potenciales, desarrollar el análisis de clientes internacionales, proponer estrategias de entrada y también en la estructuración del proyecto de importación de acero.

Marco Legal de los Negocios: en esta materia vimos regulaciones y aspectos jurídicos empresariales, lo cual se reflejó en el proyecto al analizar la razón social de la empresa, entender su estructura legal (S.A. de C.V.) y considerar implicaciones legales en los procesos de comercio exterior.

Clasificación Arancelaria: en esta materia aprendimos a determinar fracciones arancelarias y analizar la LIGIE, lo cual aplicamos específicamente en la clasificación del buje de suspensión (8708.80.12) y del acero a importar (7304.39.99), así como en la identificación de requisitos como el padrón sectorial.

Geografía Económica: Esta materia ayudó a sustentar y dimensionar la elección de los países con los que interactuamos, tanto para exportar como para comprar acero. No solo tomamos en cuenta el tamaño del mercado, sino factores como la situación política, la logística y los tratados de libre comercio, asegurando que la red de comercio fuera segura y rentable para PIAMSA.

Promoción Internacional: Esta materia fue clave para entender cómo posicionar a la empresa y aprovechar los apoyos disponibles. Nos sirvió de base para estructurar el plan de vinculación y el acercamiento con dependencias gubernamentales y cámaras de comercio, como SEDECO y AMCHAM, además de planear estrategias como la participación en exposiciones para dar a conocer a PIAMSA a nivel internacional.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

2.2.1 Descripción del proyecto.

1. Empresa

En este apartado se presenta el trabajo realizado para el análisis integral de la empresa, abarcando desde su información general hasta su nivel de preparación para la internacionalización. A lo largo de esta sección se desarrollaron distintos puntos clave que

permitieron entender su estructura, funcionamiento interno y oportunidades estratégicas, incluyendo antecedentes, organización, filosofía empresarial y objetivos del proyecto.

Primero, se trabajó en la recopilación y organización de la información general de la empresa, donde se identificaron elementos como su giro, experiencia, capacidades productivas, infraestructura y enfoque estratégico. Posteriormente, se desarrolló el apartado de antecedentes y situación actual, en el cual se investigó la evolución de la empresa, su consolidación en el mercado, sus capacidades técnicas y su estado actual, destacando aspectos como el nivel de uso de su capacidad instalada y sus oportunidades de crecimiento.

En cuanto a la razón social, se identificó la denominación legal de la empresa, su representante legal y el tipo de sociedad bajo el cual opera, así como sus implicaciones jurídicas. Después, se analizó el organigrama organizacional, donde se identificaron los distintos niveles jerárquicos, áreas funcionales y la distribución de responsabilidades dentro de la empresa.

Asimismo, se trabajó en la descripción de los puestos clave, analizando funciones y responsabilidades de áreas estratégicas como dirección general, comercialización, mercadotecnia y calidad. A partir de este análisis, también se generaron recomendaciones enfocadas en fortalecer el área de comercio internacional y el uso de herramientas de inteligencia de mercado.

Posteriormente, en el apartado de conciencia exportadora, se aplicaron y analizaron herramientas de diagnóstico empresarial y exportador, con el objetivo de evaluar el nivel de preparación de la empresa en distintas áreas internas y su capacidad para competir en mercados internacionales.

Dentro de la filosofía organizacional, se trabajó con la misión y visión de la empresa, realizando un análisis de su coherencia, enfoque y alineación con sus objetivos de crecimiento. De igual forma, se abordaron los valores organizacionales, donde se aplicó una actividad interna para evaluar el grado de conocimiento y apropiación por parte del personal, permitiendo identificar áreas de oportunidad para fortalecer la cultura empresarial.

Finalmente, en el apartado de objetivos, se definió un objetivo general enfocado en la realización de un diagnóstico técnico-comercial y la identificación de oportunidades de internacionalización. A partir de este, se desarrollaron objetivos específicos organizados en tres líneas principales: el diagnóstico técnico del material, la investigación de mercados y clientes potenciales, y la vinculación con instituciones y programas de apoyo para la exportación.

2. Catálogos de insumos

En este apartado se presenta el trabajo realizado en torno al análisis del insumo principal del producto, abordando sus características técnicas, su clasificación arancelaria y la estructuración de información clave para su comercialización. A través de estos puntos, se buscó comprender a profundidad el material, su uso dentro del proceso productivo y su viabilidad en un contexto de comercio internacional.

En primer lugar, se desarrolló el análisis de las características del insumo, específicamente del hule, donde se identificaron sus propiedades principales, su comportamiento y su función dentro del producto final. Como parte de este análisis, se trabajó en la identificación del tipo de hule, su composición y densidad, determinando sus características técnicas y su desempeño en aplicaciones industriales.

Posteriormente, se analizaron las materias primas e insumos utilizados en el proceso productivo, identificando los materiales complementarios necesarios para la fabricación del producto, así como sus propiedades y funciones dentro del proceso de manufactura. Asimismo, se desarrolló el apartado de aplicaciones industriales del insumo, en el cual se identificaron los sectores y usos principales del producto, especialmente dentro de la industria automotriz y otros sectores relacionados.

En la sección de clasificación arancelaria, se llevó a cabo la determinación de la fracción arancelaria correspondiente al producto, mediante un análisis técnico basado en sus características, función y composición. Esto incluyó la identificación de la partida, subpartida y fracción específica dentro del sistema arancelario.

De igual forma, se desarrolló el análisis técnico para la determinación de la fracción arancelaria, en el cual se justificó la clasificación del producto a partir de criterios técnicos

y normativos. También se trabajó en la relación del insumo con los capítulos y partidas arancelarias, permitiendo ubicarlo correctamente dentro de la estructura del Sistema Armonizado.

Finalmente, en el apartado de fichas técnicas, se elaboró una ficha técnica completa del producto, integrando información clave como especificaciones, materiales, aplicaciones y características técnicas, con el objetivo de facilitar su uso en procesos comerciales y de exportación. Asimismo, se desarrolló un speech de comercialización en español e inglés, enfocado en presentar el producto de manera clara y estratégica ante posibles clientes internacionales.

3. Mercado e Intención Exportadora

En este apartado se presenta el trabajo realizado en el análisis del mercado y la identificación de oportunidades comerciales para el producto, así como la evaluación de su potencial dentro de un contexto internacional. A través de esta sección, se desarrollaron investigaciones enfocadas en las industrias objetivo y en la identificación de clientes potenciales, con el fin de sustentar una posible estrategia de exportación.

En primer lugar, se trabajó en la definición de la industria objetivo, identificando los sectores más relevantes para la comercialización del producto. Como parte de este proceso, se realizó la identificación de industrias potenciales, analizando distintas categorías relacionadas con el sector automotriz, en las cuales el producto puede tener aplicación directa o indirecta.

Asimismo, se desarrolló la información general del sector o industria, donde se analizaron las características principales del mercado, su dinámica, demanda y relevancia dentro del comercio internacional. Esto permitió entender el contexto en el que se desenvuelve el producto y las oportunidades existentes en distintos mercados.

Posteriormente, en el apartado de investigación de clientes potenciales, se llevó a cabo la búsqueda y análisis de empresas que podrían representar oportunidades comerciales. Para ello, se utilizaron herramientas y plataformas especializadas que permitieron identificar empresas activas en la compra y distribución de este tipo de productos.

Como resultado, se desarrolló un listado de posibles clientes, el cual fue organizado de manera estructurada para facilitar su análisis y uso estratégico. Este listado incluye empresas clasificadas por industria, ubicación y tipo de actividad, lo que permite visualizar de manera más clara las oportunidades de vinculación comercial en mercados internacionales.

4. Vinculación Institucional e Incentivos para la Internacionalización

En este apartado se presenta el trabajo realizado en la identificación de apoyos, instituciones y herramientas clave que pueden facilitar el proceso de internacionalización de la empresa. A través de esta sección, se analizaron programas, organismos y plataformas que permiten fortalecer las capacidades de exportación y generar oportunidades de vinculación comercial.

En primer lugar, se desarrolló el mapeo de apoyos e incentivos disponibles, donde se identificaron programas gubernamentales y estrategias de financiamiento orientadas al fortalecimiento productivo y la promoción internacional. Se analizaron sus beneficios, requisitos y posibles aplicaciones para la empresa.

Posteriormente, se trabajó en la identificación de instituciones clave, reconociendo organismos relevantes que pueden apoyar en el proceso de internacionalización, así como su función dentro del ecosistema empresarial y comercial.

Finalmente, en el apartado de plataformas de vinculación y promoción internacional, se analizaron herramientas tecnológicas y redes de contacto que permiten la prospección de clientes, el acceso a información de mercado y la generación de oportunidades comerciales en el extranjero.

5. Validación Proyecto de Importación de Acero

En este apartado se presenta el trabajo realizado para la validación del proyecto de importación de acero, abordando los requisitos necesarios para llevar a cabo operaciones de importación, así como elementos clave para su correcta ejecución. A través de esta sección, se analizaron aspectos fiscales, aduaneros y operativos que permiten asegurar la viabilidad del proceso.

En primer lugar, se trabajó en el análisis del padrón de importadores general, identificando los requisitos necesarios para su inscripción, así como el procedimiento correspondiente. Como parte de este proceso, se desarrolló un manual interno que describe paso a paso la gestión del trámite, con el objetivo de estandarizar el proceso y facilitar su correcta ejecución.

Posteriormente, se analizó el padrón de importadores sectorial, específicamente para el sector siderúrgico, donde se identificaron las fracciones arancelarias aplicables, los requisitos regulatorios y la necesidad de inscripción para poder realizar la importación del material. También se elaboró un manual específico para este proceso, con el fin de asegurar el cumplimiento normativo.

En el apartado de recomendación de patente aduanal, se realizó la selección y propuesta de agentes aduanales, considerando su capacidad operativa, ubicación estratégica y experiencia en el manejo de este tipo de operaciones, con el objetivo de facilitar el proceso logístico y aduanero.

Asimismo, se llevó a cabo la búsqueda de proveedores internacionales, identificando opciones confiables para el abastecimiento del material, evaluando aspectos como calidad, cumplimiento de estándares y capacidad de suministro.

Finalmente, se desarrolló la validación del proyecto de importación de acero, en la cual se establecieron lineamientos y recomendaciones para la correcta gestión de las operaciones. Se incluyó la verificación del estatus de padrones, la administración adecuada de la e.firma y documentación fiscal, así como la importancia de contar con más de un agente aduanal para asegurar continuidad operativa. De igual forma, se definieron criterios para la selección de proveedores confiables y se estableció la necesidad de mantener actualizados los manuales internos como herramienta para estandarizar procesos y facilitar futuras gestiones.

2.2.2 Plan de trabajo

Las actividades fueron organizadas de acuerdo con su importancia, permitiendo establecer una secuencia lógica para el desarrollo del proyecto y el cumplimiento de los objetivos

dentro del periodo establecido. El trabajo se llevó a cabo durante las semanas del curso, distribuyendo las actividades de manera equilibrada entre los integrantes del equipo.

Se realizaron actividades de tipo profesional, técnico y operativo, incluyendo el análisis del catálogo de insumos, la investigación de mercado e intención exportadora, la vinculación institucional y la validación del proyecto de importación. Cada integrante participó activamente en el desarrollo de las tareas, colaborando de manera conjunta cuando fue necesario.

Para la ejecución del proyecto se utilizaron recursos humanos (equipo de trabajo), materiales (fuentes de información y documentos), tecnológicos (equipo de cómputo e internet) y tiempos organizados por semanas, lo que permitió dar seguimiento continuo a los avances.

Durante el desarrollo, se llevaron a cabo reuniones periódicas entre los integrantes del equipo, así como asesorías con el profesor, con el fin de resolver dudas y asegurar el correcto avance del proyecto.

SEMANAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Empresas	Información general, Antecedentes y Objetivos																
Catálogo de insumos					Análisis técnico del hule, clasificación arancelaria y fichas técnicas.												
Mercados e intención exportadora							Análisis de la industria objetivo, identificación de sectores y clientes potenciales.										
Vinculación Institucional e incentivos para la internacionalización										Apoyos, instituciones y plataformas de internacionalización.							
Validación proyecto de importación de acero										Padrones, patente aduanal y proveedores internacionales.							
Conclusiones y Recomendación												Conclusiones y Recomendación					
Rpap													Entrega documento final ITESO				

Matriz 1. Cronograma de actividades. Fuente elaboración propia.

2.2.3 Desarrollo de propuesta de mejora.

1. Empresa

En este apartado se desarrolló el trabajo para construir una visión integral de la empresa que sirviera como base estratégica para todo el proyecto, permitiendo sustentar la toma de decisiones y orientar las acciones hacia objetivos de crecimiento y proyección internacional. Dentro de este bloque, la información general de la empresa se integró para contextualizar su posición actual, su capacidad operativa y su potencial de expansión, brindando un panorama claro sobre los recursos, fortalezas y oportunidades con los que cuenta la organización.

El apartado de antecedentes y situación actual se incluyó para comprender el punto de partida de la empresa, su evolución y el momento estratégico en el que se encuentra, con la finalidad de identificar necesidades prioritarias y áreas con potencial de desarrollo.

La razón social se consideró para dar certeza jurídica, institucional y formal al proyecto, asegurando que toda la propuesta estratégica estuviera alineada con la identidad legal y corporativa de la empresa.

Por su parte, el organigrama y la descripción de puestos clave se integraron para fortalecer la comprensión de la estructura interna, facilitar la identificación de responsables estratégicos y sustentar la alineación organizacional necesaria para futuros procesos de crecimiento e internacionalización.

En cuanto al apartado de conciencia exportadora, este se desarrolló para medir el nivel de preparación de la empresa frente a mercados internacionales, permitiendo valorar su capacidad para expandirse, competir y responder a exigencias externas.

La misión, visión y valores se trabajaron para reforzar la identidad organizacional y asegurar la alineación entre la cultura empresarial y la dirección estratégica del proyecto, especialmente en relación con los objetivos de crecimiento y posicionamiento internacional.

Finalmente, el apartado de objetivos se estructuró para orientar estratégicamente el proyecto, delimitar su propósito general y dar dirección clara a las prioridades de desarrollo, enfocando los esfuerzos en el fortalecimiento técnico, comercial y de vinculación institucional de la empresa.

2. Catálogos de insumos

En este apartado se desarrolló el trabajo para sustentar la competitividad técnica y comercial del producto principal de la empresa, fortaleciendo su posicionamiento dentro de procesos de negociación, prospección comercial e internacionalización.

Dentro de este bloque, las características del insumo se integraron para dar soporte a la validación técnica del producto y reforzar la confianza en su desempeño dentro del sector automotriz, asegurando que la empresa contara con bases sólidas para presentarlo ante clientes y aliados estratégicos.

La identificación del tipo de hule, así como su composición y densidad, se consideró para respaldar la diferenciación técnica del producto y facilitar su evaluación dentro de estándares industriales y comerciales.

Por su parte, las materias primas e insumos utilizados en el proceso productivo se incluyeron para fortalecer la claridad sobre la calidad, confiabilidad y consistencia del producto, lo cual resulta fundamental para su aceptación en mercados potenciales.

Las aplicaciones industriales del insumo se desarrollaron para orientar el producto hacia sectores con mayor potencial de demanda y ampliar sus posibilidades de posicionamiento comercial.

En cuanto a la clasificación arancelaria, su finalidad fue brindar certeza normativa y facilitar futuros procesos relacionados con comercio exterior, exportación y vinculación con clientes internacionales.

El análisis técnico para la determinación de fracciones arancelarias, así como la relación con capítulos y partidas, se integraron para asegurar precisión regulatoria y reducir riesgos administrativos o aduaneros en procesos futuros.

Finalmente, las fichas técnicas y el speech de comercialización se desarrollaron para fortalecer la presentación profesional del producto, mejorar su propuesta de valor y facilitar su posicionamiento ante posibles compradores y socios comerciales.

3. Mercado e intención exportadora

En este apartado se desarrolló el trabajo para orientar estratégicamente la expansión comercial de la empresa hacia mercados con mayor potencial de crecimiento.

La industria objetivo se integró para enfocar los esfuerzos de posicionamiento en sectores alineados con la naturaleza del producto y con mayores oportunidades de demanda.

La identificación de industrias potenciales tuvo como finalidad priorizar espacios de oportunidad comercial y reducir la dispersión en la toma de decisiones estratégicas.

Por su parte, la información general del sector o industria se incorporó para sustentar la viabilidad del producto dentro de contextos de mercado específicos y fortalecer la toma de decisiones con base en tendencias y necesidades sectoriales.

La investigación de clientes potenciales se desarrolló para generar oportunidades reales de prospección comercial y sentar bases para futuras relaciones de negocio.

Asimismo, el listado de posibles clientes se integró para facilitar el acercamiento estratégico a empresas con potencial de compra y fortalecer la proyección internacional de la empresa.

4. Vinculación institucional e incentivos para la internacionalización

En este apartado se desarrolló el trabajo para fortalecer la proyección internacional de la empresa mediante el acceso a recursos estratégicos, apoyos institucionales y redes empresariales.

El mapeo de apoyos e incentivos disponibles se integró para facilitar el acceso a recursos financieros, programas de impulso y mecanismos que reduzcan barreras en el proceso de crecimiento e internacionalización.

La identificación de instituciones clave se realizó para consolidar relaciones estratégicas que favorezcan la vinculación con organismos de apoyo, cámaras empresariales y entidades de desarrollo económico.

Por su parte, las plataformas de vinculación y promoción internacional se incorporaron para ampliar las oportunidades de posicionamiento, networking y acceso a posibles socios o compradores en mercados externos.

En específico, la inclusión de plataformas como redes empresariales internacionales tuvo como finalidad fortalecer la visibilidad de la empresa y generar mayores posibilidades de inserción dentro de cadenas globales de suministro.

5. Validación proyecto de importación de acero

En este apartado se desarrolló el trabajo para asegurar la viabilidad normativa, administrativa y operativa del proceso de importación del acero requerido por la empresa. El padrón de importadores general se integró para habilitar legalmente a la empresa para realizar operaciones de importación, brindando el sustento administrativo necesario para participar en procesos de comercio exterior.

Por su parte, el padrón de importadores sectorial se consideró para permitir específicamente la importación del acero como insumo estratégico, ya que su finalidad es cumplir con el requisito indispensable para que la empresa pueda ingresar este tipo de mercancía al país conforme a la regulación aplicable.

La recomendación de patente aduanal tuvo como finalidad facilitar el cumplimiento de los procesos aduaneros, mientras que la búsqueda de proveedores internacionales se incorporó para fortalecer la continuidad del suministro y asegurar alternativas viables de abastecimiento externo.

3. Resultados del trabajo profesional

Razón Social

La razón social con la que la empresa se encuentra registrada actualmente ante las autoridades correspondientes es Procesos Industriales Automotrices de México, S.A. de C.V. (PIAMSA), misma que se encuentra representada legalmente por el Sr. Jorge Humberto Cervantes Ramírez, en su carácter de representante legal. Bajo esta denominación, la empresa realiza sus operaciones y actos jurídicos. Su giro es la manufactura y comercialización de productos de hule y hule-metal para la industria automotriz.

La figura jurídica S.A. de C.V. corresponde a una Sociedad Anónima de Capital Variable, la cual se caracteriza porque los socios no responden con su patrimonio personal por las

obligaciones de la empresa, sino únicamente hasta el monto de sus aportaciones. Asimismo, opera como persona moral y cuenta con la posibilidad de modificar su capital social conforme a las necesidades de la organización.

Organigrama

El organigrama de PIAMSA muestra una estructura organizacional jerárquica, en la que se distinguen los diferentes niveles de gobierno corporativo (Asamblea de Accionistas y Consejo de Administración), la Dirección General y las áreas operativas y de soporte. La distribución por responsables (Finanzas, Comercialización, Logística, Ingeniería, Manufactura, Mantenimiento, Sistema de Gestión de Calidad y Desarrollo Humano) visualiza una adecuada especialización de funciones, lo que favorece la eficiencia operativa, la coordinación interdepartamental y el control de los procesos clave del negocio. Asimismo, la integración de áreas técnicas como ingeniería, calidad, desarrollo de productos.

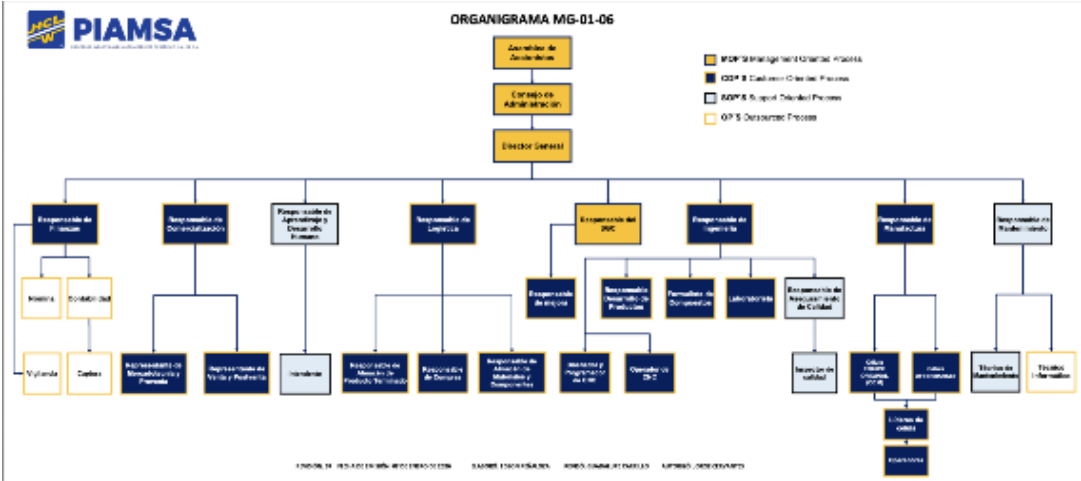


Ilustración 1. Organigrama organizacional de PIAMSA

El organigrama de la empresa se presenta en un anexo independiente al presente documento, en el cual se muestra la estructura organizacional, los niveles jerárquicos y la distribución de las áreas funcionales.

Descripción de Puestos Clave

Después de haber evaluado los anexos proporcionados por la empresa, se realizó un análisis de los puestos clave dentro de la estructura organizacional, con el objetivo de identificar las principales funciones, responsabilidades y su relación con el desarrollo comercial y estratégico de la empresa.

De acuerdo con el organigrama de la organización, la empresa cuenta con diferentes áreas estratégicas, operativas y de soporte que permiten el correcto funcionamiento de sus procesos. Dentro de estos puestos destacan principalmente el Director General, el Responsable de Comercialización, el Representante de Mercadotecnia y Preventa y el Responsable del Sistema de Gestión de Calidad, los cuales cumplen funciones clave dentro de la organización.

- **Director General**

El Director General representa el nivel más alto dentro de la estructura organizacional, siendo responsable de la dirección estratégica de la empresa. Su principal objetivo es impulsar el desempeño de la organización para asegurar su crecimiento, rentabilidad y permanencia en el mercado.

Entre sus principales funciones se encuentran la planeación estratégica, la supervisión de las diferentes áreas de la empresa, la toma de decisiones financieras y operativas, así como la generación de nuevas oportunidades de negocio. Además, es el encargado de coordinar a los responsables de cada proceso y asegurar que las actividades de la empresa se alineen con los objetivos organizacionales.

- **Responsable de Comercialización**

El responsable de Comercialización es el encargado de planear, dirigir y controlar la estrategia comercial de la empresa con el fin de cumplir los objetivos de ventas establecidos. Este puesto desempeña un papel fundamental en la identificación de nuevos nichos de mercado, así como en el desarrollo de oportunidades de negocio para la empresa.

Entre sus funciones principales se encuentran la detección de nuevos mercados, el análisis de oportunidades comerciales, la definición de estrategias de venta y la participación en foros o eventos donde se puedan generar relaciones comerciales. Asimismo, es responsable de mantener contacto constante con los clientes actuales y potenciales, asegurando el desarrollo de nuevos proyectos y la continuidad de las relaciones comerciales.

Este puesto también participa en la elaboración del presupuesto de ventas y en la definición de políticas comerciales, lo que lo convierte en un elemento clave para el crecimiento y posicionamiento de la empresa dentro del mercado.

Asimismo, mantiene relaciones con clientes clave, proveedores y otras instituciones estratégicas, con el fin de fortalecer el posicionamiento de la empresa y asegurar el cumplimiento de los objetivos comerciales y operativos.

- **Representante de Mercadotecnia y Preventa**

El Representante de Mercadotecnia y Preventa tiene como objetivo principal atraer nuevos desarrollos que favorezcan el crecimiento de las ventas de la empresa. Para lograrlo, este puesto se enfoca en la identificación de clientes potenciales y en la detección de nuevos nichos de mercado.

Entre sus funciones destacan la participación en encuentros de negocios, ferias y exposiciones, así como la búsqueda de oportunidades comerciales que permitan el desarrollo de nuevos proyectos. Además, se encarga de dar seguimiento a los clientes potenciales mediante herramientas como CRM y de colaborar con otras áreas de la empresa para cumplir con los requisitos solicitados por los clientes.

Este puesto es fundamental dentro del proceso de prospección comercial, ya que permite identificar nuevas oportunidades de negocio y fortalecer la relación con los clientes.

- **Responsable del Sistema de Gestión de Calidad**

El responsable del Sistema de Gestión de Calidad se encarga de planear, coordinar y mantener el sistema de gestión de calidad de la empresa, asegurando el cumplimiento de normas y estándares aplicables al sector industrial y automotriz.

Entre sus funciones principales se encuentra la implementación y seguimiento de los programas de calidad, la coordinación de auditorías internas, la gestión de acciones correctivas y preventivas, así como la mejora continua de los procesos de la empresa.

Además, este puesto colabora con las diferentes áreas de la organización para asegurar que los procesos se ejecuten conforme a los estándares establecidos y que se mantenga un alto nivel de calidad en los productos y servicios ofrecidos.

- **Recomendación.**

Después de analizar los anexos y la estructura organizacional de la empresa, se observa que existe un área comercial encargada de la prospección de clientes, desarrollo de mercado y gestión de ventas. Sin embargo, dentro de las descripciones de puesto revisadas no se identifica un área o puesto específico enfocado en la comercialización internacional o comercio exterior.

Por lo anterior, se recomienda que la empresa considere fortalecer el área comercial mediante la capacitación del personal existente o la creación de un perfil especializado en comercialización internacional, con el objetivo de desarrollar estrategias de exportación, identificar clientes en mercados internacionales y ampliar las oportunidades de negocio de la empresa más allá del mercado nacional.

De igual manera también se recomienda que el área de comercialización implemente de manera formal herramientas de inteligencia de mercado, como bases de datos comerciales, análisis de tendencias del sector automotriz y estudios de mercado internacionales. Esto permitiría identificar con mayor precisión oportunidades de negocio, nuevos nichos de mercado y posibles clientes estratégicos.

Se desarrollaron anexos independientes al presente documento en los que se detallan las descripciones de los puestos clave de la organización, incluyendo funciones, responsabilidades y su contribución dentro de la estructura estratégica y operativa de la empresa.

Conciencia Exportadora

Con el objetivo de conocer el nivel real de preparación de PIAMSA para iniciar o fortalecer su proceso de internacionalización, se aplicaron dos herramientas clave de la plataforma “Yo Exporto”: el Diagnóstico Empresarial y el Diagnóstico Exportador.

Estas evaluaciones permiten analizar de manera estructurada la situación interna de la empresa, así como su capacidad para competir en mercados internacionales, identificando fortalezas, áreas funcionales y puntos críticos que requieren atención estratégica.

El Diagnóstico Empresarial evalúa áreas como administración, finanzas, producción, comercialización, recursos humanos e innovación, con el propósito de medir el nivel de competitividad interna. Por su parte, el Diagnóstico Exportador analiza elementos directamente vinculados al comercio exterior, como intención exportadora, percepción de barreras, conocimiento de mercados internacionales, capacidades competitivas, producto y gestión financiera orientada a exportación.

Ambos diagnósticos generan resultados cuantitativos y cualitativos que sirven como base para diseñar un plan de mejora enfocado en fortalecer la estructura organizacional y reducir riesgos en un posible proceso de exportación.

A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos por PIAMSA.

Diagnóstico Empresarial

El diagnóstico empresarial proporciona una visión integral del funcionamiento interno de PIAMSA. En términos generales, los resultados muestran que la empresa cuenta con bases

sólidas en áreas operativas clave; sin embargo, existen oportunidades importantes para profesionalizar procesos y fortalecer su estructura estratégica.

Gráfica de resultados

A continuación se presentan los resultados del diagnóstico realizado. En la gráfica se visualiza de manera general la situación de la empresa y de cada una de las áreas analizadas.

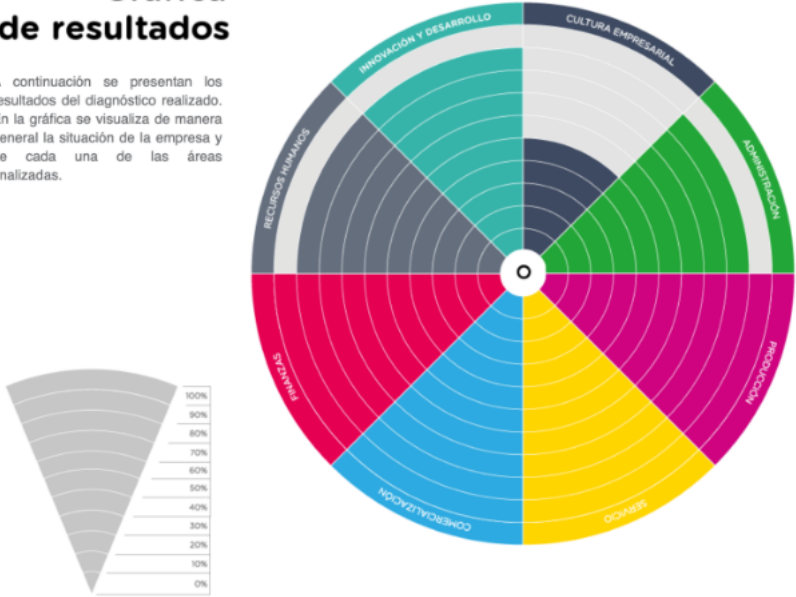


Ilustración 2. Gráfica de Resultado.

Como parte del análisis, se elaboró un anexo independiente que contiene la representación gráfica de los resultados del diagnóstico empresarial, permitiendo visualizar el desempeño de las distintas áreas funcionales de la empresa

Las áreas evaluadas se encuentran principalmente en un rango funcional y eficiente, lo cual indica que la empresa opera correctamente, pero aún puede elevar su nivel competitivo si formaliza ciertos procesos.

Cultura Empresarial



Porcentaje de eficiencia 50%

El área de Cultura Empresarial presenta un nivel funcional. PIAMSA cuenta con experiencia y conocimiento técnico sólido; sin embargo, la filosofía organizacional no se encuentra completamente formalizada ni comunicada a todo el personal.

Área de oportunidad: Formalización y difusión de la filosofía organizacional.

Problemática: La falta de claridad en misión, visión y valores puede generar desalineación entre las decisiones operativas y los objetivos estratégicos.

Solución: Se recomienda actualizar y formalizar la filosofía organizacional, así como comunicarla de manera clara a todos los niveles de la empresa, fortaleciendo la identidad corporativa y el sentido de pertenencia.

Administración



Porcentaje de eficiencia 90%

El área administrativa se encuentra en nivel funcional. Existen procesos definidos, pero no todos están documentados o estandarizados.

Área de oportunidad: Estandarización de procesos y manuales operativos.

Problemática: La falta de procedimientos formales puede generar duplicidad de funciones, retrasos y dependencia excesiva de ciertas personas clave.

Solución: Desarrollar manuales de procedimientos por área, definir responsabilidades claras y establecer indicadores de desempeño que permitan medir eficiencia y resultados.

Producción



Porcentaje de eficiencia 100%

Producción es una de las áreas más sólidas de PIAMSA, considerando su especialización en componentes de hule-metal para el sector automotriz.

Área de oportunidad: Optimización y planeación estratégica de la producción.

Problemática: Aunque el proceso técnico es sólido, la planeación puede depender demasiado de pedidos específicos, lo que limita la capacidad de expansión o estandarización para mercados internacionales.

Solución: Implementar herramientas de programación de producción y análisis de capacidad instalada que permitan proyectar volúmenes orientados a exportación.

Comercialización



Porcentaje de eficiencia 70%

El área comercial presenta un nivel funcional, pero con amplio margen de mejora.

Área de oportunidad: Desarrollo de estrategia comercial estructurada.

Problemática: La empresa depende principalmente de relaciones comerciales ya establecidas y no cuenta con una estrategia de expansión de mercado claramente definida.

Solución: Diseñar un plan de mercadotecnia industrial que incluya análisis de mercado meta, posicionamiento, propuesta de valor internacional y objetivos de crecimiento medibles.

Finanzas



Porcentaje de eficiencia 90%

El área financiera muestra un desempeño sólido, con control adecuado de recursos y costos.

Área de oportunidad: Planeación financiera orientada a internacionalización.

Problemática: No se contemplan de manera específica los costos adicionales que implicaría exportar (certificaciones, logística internacional, seguros, adaptación normativa).

Solución: Desarrollar una proyección financiera que incluya escenarios de exportación y análisis de rentabilidad por mercado objetivo.

Recursos Humanos



Porcentaje de eficiencia 80%

El área de recursos humanos es funcional, con personal técnico especializado.

Área de oportunidad: Capacitación en comercio exterior.

Problemática: No se cuenta con personal especializado en procesos de exportación, lo que podría generar dependencia externa o errores en la toma de decisiones internacionales.

Solución: Capacitar al personal clave en comercio exterior o integrar un perfil especializado en negocios internacionales.

Innovación y Desarrollo



Porcentaje de eficiencia %

PIAMSA cuenta con capacidades técnicas importantes en procesos de vulcanización e integración hule-metal.

Área de oportunidad: Protección y aprovechamiento estratégico de la propiedad industrial.

Problemática: La innovación no siempre se gestiona como ventaja competitiva protegida formalmente.

Solución: Fortalecer el registro de propiedad industrial y desarrollar una estrategia continua de mejora tecnológica.

Diagnóstico Exportador

El diagnóstico exportador refleja que PIAMSA tiene bases sólidas para competir internacionalmente; sin embargo, aún requiere estructurar formalmente su estrategia de exportación.

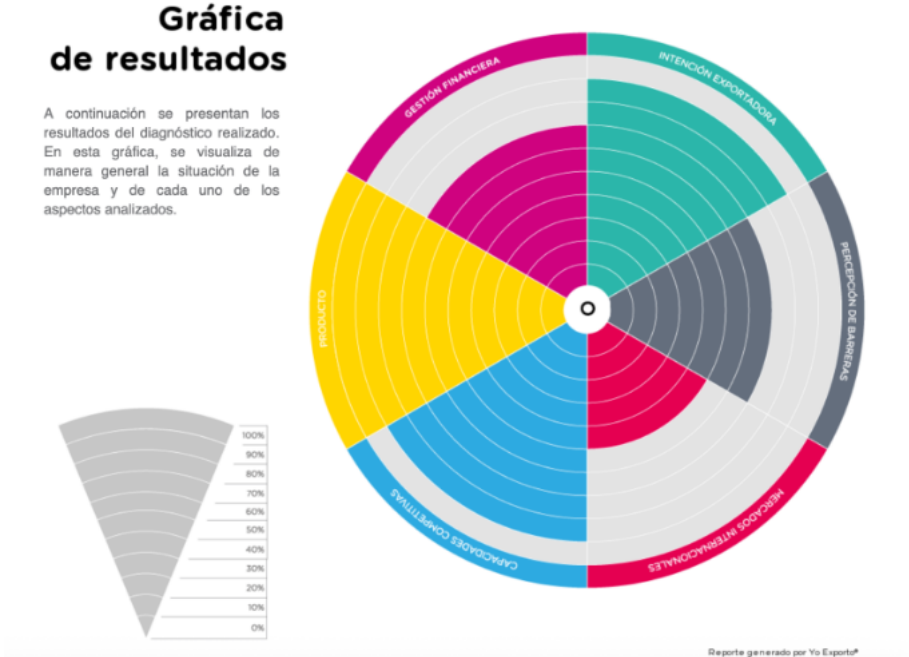


Ilustración 3. Gráfica de Resultado.

Se generó un anexo externo al presente documento en el que se presenta la gráfica de resultados del diagnóstico exportador, facilitando la identificación de fortalezas y áreas de oportunidad en materia de internacionalización.

Intención Exportadora



Porcentaje de eficiencia 90%

La empresa muestra interés en expandirse, pero no cuenta con un plan exportador formal.

Área de oportunidad: Definición de estrategia internacional.

Problemática: La exportación no forma parte de un plan estratégico documentado, sino que se percibe como una posibilidad futura.

Solución: Desarrollar un plan de exportación con metas, mercados objetivo y cronograma definido.

Percepción de Barreras



Porcentaje de eficiencia 70%

Existe conciencia general sobre la complejidad del comercio exterior, pero sin análisis detallado.

Área de oportunidad: Gestión de riesgos internacionales.

Problemática: No se han evaluado formalmente barreras arancelarias, normativas técnicas o requisitos específicos por país.

Solución: Realizar estudios de mercado y análisis arancelario por fracción específica del producto.

Mercados Internacionales



La empresa no tiene definido un mercado meta internacional concreto.

Área de oportunidad: Investigación de mercados.

Problemática: La falta de enfoque puede dispersar esfuerzos y generar inversiones poco estratégicas.

Solución: Identificar mercados con alta demanda de componentes automotrices y tratados comerciales favorables.

Capacidades Competitivas



PIAMSA presenta una ventaja competitiva importante en su especialización técnica.

Área de oportunidad: Apalancamiento internacional.

Problemática: Si no se comunica estratégicamente esta ventaja, puede pasar desapercibida en mercados externos.

Solución: Desarrollar material técnico y comercial enfocado a clientes internacionales.

Producto



El producto cumple con estándares industriales del sector automotriz.

Área de oportunidad: Validación normativa internacional.

Problemática: No se ha confirmado el cumplimiento específico de normativas técnicas de mercados extranjeros.

Solución: Revisar requisitos técnicos y certificaciones necesarias según el país destino.

Gestión Financiera (Exportación)



La empresa cuenta con buena administración financiera, pero sin cálculo específico de costos de exportación.

Área de oportunidad: Costeo integral de exportación.

Problemática: Subestimar costos logísticos, aranceles o seguros puede afectar la rentabilidad.

Solución: Elaborar estructura de costos de exportación por mercado objetivo y simular escenarios de precios internacionales.

Conclusión General

PIAMSA cuenta con bases sólidas en producción, capacidades técnicas y gestión financiera, lo cual representa un punto de partida favorable para un proceso de internacionalización.

Sin embargo, el principal reto no radica en la capacidad productiva, sino en la formalización estratégica: definir mercados, estructurar un plan exportador, profesionalizar el área de comercio exterior y anticipar riesgos normativos y financieros.

Si se fortalecen estas áreas, la empresa no solo podría exportar, sino hacerlo de manera estructurada, rentable y sostenible en el largo plazo.

Misión.

“Suavizar la movilidad automotriz con componentes de articulación elástica de hule inyectado que ofrecen seguridad, confort y durabilidad sustentados en la pasión de nuestro equipo por el compromiso y la mejora continua”.

- **Análisis**

La misión de PIAMSA comunica de manera clara el propósito central de la empresa y el impacto que busca generar en el sector automotriz. En ella se identifican elementos clave como el enfoque en la movilidad automotriz, el tipo de solución que ofrece mediante componentes de hule inyectado, los beneficios para el cliente en términos de seguridad,

confort y durabilidad, así como la relevancia del factor humano al destacar la pasión, el compromiso y la mejora continua del equipo de trabajo.

Estos componentes permiten comprender qué hace la empresa, para quién trabaja y bajo qué principios opera, por lo que se considera una declaración concreta, coherente y alineada con su actividad productiva.

Visión.

“Ser la opción en México de proveeduría en fabricación de componentes antivibración del sector automotriz, sustentado en: tecnología de compuestos, vulcanización por inyección, integración hule-metal, diseño y fabricación de herramientas, troquelado y maquinado de herrajes.”

Análisis

En la literatura de administración estratégica, una visión empresarial no solo describe el estado futuro deseado, sino que también opera como una guía para las decisiones estratégicas de una organización orientada al largo plazo. Según textos académicos de planificación estratégica, una visión efectiva debe representar una proyección futura de la organización en un horizonte temporal razonable, lo cual facilita que la empresa pueda definir metas estratégicas, objetivos y planes para alcanzarlos (Drucker, 1999)[1]. Los trabajos de Peter Drucker, considerado uno de los principales teóricos del management moderno, señalan que la visión debe enfocarse en cómo la empresa se verá en el futuro, no únicamente en el presente, lo que implícitamente remite a un horizonte temporal que permite planificar y evaluar el progreso estratégico con el paso del tiempo.

Este análisis cobra especial relevancia en el contexto de procesos de expansión, como la internacionalización, donde la visión no solo debe expresar el propósito de la empresa en el mercado actual, sino también orientar el rumbo hacia nuevos escenarios y metas por lograr.

Valores.

NUESTROS VALORES EMPRESARIALES



Ilustración 4.

Valores PIAMSA.

Fuente:

Elaboración

propia.

Los valores corporativos

constituyen los principios éticos y de comportamiento que orientan la cultura organizacional de PIAMSA y guían la forma en que los colaboradores toman decisiones, interactúan entre sí y se relacionan con clientes, proveedores y demás grupos de interés. Estos elementos favorecen la coherencia interna, el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa.

Con la finalidad de conocer el grado en que dichos valores no solo se encuentran formalmente establecidos, sino que también son conocidos, comprendidos y aplicados en las actividades diarias, se implementará una actividad diagnóstica dirigida al personal. Esta consistirá en un ejercicio de relación, en el cual los colaboradores deberán vincular cada valor institucional con su definición o comportamiento correspondiente.

Esta dinámica permitirá identificar el nivel de familiaridad del personal con la filosofía organizacional, así como detectar posibles áreas de oportunidad para reforzar la cultura empresarial y fortalecer la alineación interna, especialmente en el contexto del proceso de crecimiento e internacionalización de la empresa.

Se diseñó un documento complementario, presentado en un anexo independiente, que contiene el formato de evaluación interna aplicado al personal para medir el conocimiento de los valores organizacionales.

Análisis de actividad:

Los resultados de la actividad aplicada, consistente en relacionar los valores con sus definiciones, evidenciaron que la totalidad de los colaboradores logró realizar correctamente el ejercicio. Esto demuestra un adecuado conocimiento y comprensión de la filosofía organizacional, así como una clara alineación con los principios que orientan la cultura empresarial.

Asimismo, dentro de la dinámica se incorporaron dos valores adicionales: Compromiso e Innovación. Ambos fueron igualmente vinculados de manera correcta, sin que se identificara que no forman parte del listado formal de la organización. Este aspecto resulta relevante, ya que su integración fue asumida de manera natural por el personal, lo que sugiere que dichos conceptos son percibidos como congruentes con la cultura actual.

En este sentido, se identifica como área de oportunidad considerar, en un futuro, la posible integración formal de estos valores, dado que su aceptación implícita refleja afinidad con la identidad organizacional y podría fortalecer el proceso de crecimiento e internacionalización de la empresa.

Los resultados de la actividad aplicada al personal fueron concentrados en un anexo independiente al presente documento, donde se evidencia el grado de alineación con la cultura organizacional.

[1]Peter F. Drucker, Management Challenges for the 21st Century (New York: HarperBusiness, 1999).

Catálogos de insumos

Características del Insumo (Hule)

El principal insumo utilizado en la fabricación del buje de suspensión es un compuesto elastomérico diseñado para aplicaciones automotrices que requieren capacidad de absorción de vibraciones, resistencia mecánica y estabilidad dimensional. Este material permite reducir las cargas dinámicas generadas durante el funcionamiento del sistema de suspensión, contribuyendo al desempeño y durabilidad del conjunto mecánico.

Durante el proceso productivo el material es sometido a un proceso de vulcanizado por transferencia, el cual consiste en la transformación del elastómero mediante la aplicación controlada de temperatura y presión para generar enlaces cruzados entre las cadenas poliméricas. Dicho proceso se realiza bajo condiciones de presión aproximada de 1800 ± 300 PSI, temperatura de 165 ± 3 °C en las placas de vulcanizado y un tiempo de operación de 6 ± 1 minutos, parámetros que permiten obtener las propiedades físicas y mecánicas requeridas para su aplicación en componentes automotrices.

El resultado es un material con comportamiento elastomérico controlado, capaz de soportar esfuerzos mecánicos repetitivos sin perder su capacidad de amortiguamiento ni su integridad estructural.

- **Identificación del tipo de hule, composición y densidad**

El material empleado corresponde a hule natural clasificado bajo la especificación M4AA 621 A13 B13 F17 Z1, formulación utilizada comúnmente en componentes automotrices que requieren resistencia a la deformación, flexibilidad y capacidad de absorción de vibraciones.

El hule natural es un elastómero cuya estructura química está basada principalmente en poliisopreno, un polímero que presenta alta elasticidad y capacidad de recuperación después de la deformación. Para mejorar su desempeño en aplicaciones industriales, el compuesto incorpora diferentes aditivos que permiten optimizar sus propiedades mecánicas y su estabilidad durante el proceso de vulcanización.

Entre las propiedades físicas relevantes del material destaca su dureza de 65 ± 5 Shore A, valor que proporciona un equilibrio adecuado entre rigidez y flexibilidad para su uso en bujes de suspensión. En cuanto a la densidad, los compuestos de hule natural utilizados en aplicaciones automotrices presentan valores aproximados entre 1.10 y 1.25 g/cm³, dependiendo de la formulación específica y de los refuerzos añadidos al material.

Estas características permiten que el elastómero mantenga un desempeño adecuado bajo condiciones de carga, vibración y fatiga mecánica presentes en los sistemas de suspensión vehicular.

- **Materias primas e insumos utilizados en el proceso productivo**

El proceso productivo del buje de suspensión requiere la utilización de diversas materias primas e insumos que permiten garantizar la correcta manufactura de la pieza y el cumplimiento de las especificaciones técnicas establecidas.

Como material principal se utiliza el compuesto de hule natural, el cual constituye el elemento elastomérico encargado de proporcionar absorción de vibraciones y flexibilidad estructural. Adicionalmente, la pieza incorpora un inserto metálico fabricado en tubo de acero mecánico STKM13C, el cual presenta una resistencia a la tracción de 510 MPa y un límite de cedencia mínimo de 380 MPa, con una elongación mínima del 15 %, propiedades que garantizan su resistencia estructural dentro del sistema de suspensión.

Previo a su integración con el elastómero, el inserto metálico recibe un tratamiento de fosfatizado, proceso que mejora la adherencia entre el metal y el hule durante el vulcanizado, además de proporcionar protección contra la corrosión.

Durante el proceso de moldeo también se emplean insumos auxiliares, entre los que destacan la pasta de apoyo utilizada en el proceso de vulcanizado, agentes des gasificantes que permiten eliminar burbujas o gases atrapados en el material y desmoldantes con base polímero agua, los cuales facilitan la extracción de la pieza del molde sin dañar su superficie.

Finalmente, la calidad del producto terminado se verifica mediante pruebas mecánicas y de control del compuesto, incluyendo ensayos de tensión, elongación y análisis reométrico, garantizando así el cumplimiento de los estándares de calidad establecidos por los sistemas de gestión ISO 9001 e IATF 16949 aplicados en la industria automotriz.

- **Aplicaciones industriales del insumo**

El buje fabricado por PIAMSA funciona como un componente crítico de articulación y aislamiento de vibraciones. Su función principal es soportar cargas dinámicas continuas, absorber impactos mecánicos del camino y reducir la fricción entre estructuras metálicas pesadas sin sufrir deformaciones prematuras.

Por estas características de grado OEM, sus aplicaciones industriales se concentran en los siguientes sectores:

- **Industria Automotriz (Ensambladoras OEM):** Integración directa en las líneas de producción para el ensamblaje de sistemas de suspensión, brazos de control, barras estabilizadoras y amortiguadores de vehículos ligeros.
- **Mercado de Repuesto (Aftermarket Automotriz):** Comercialización como refacción de alta durabilidad para la reparación, mantenimiento y reemplazo de componentes de chasis y suspensiones desgastadas.
- **Fabricación de Vehículos Comerciales y Remolques:** Ensamblaje de ejes y sistemas de suspensión de uso pesado para cajas de tráiler, autobuses y plataformas de carga.
- **Industria de Maquinaria Pesada y Agrícola:** Construcción de articulaciones y sistemas de amortiguación para tractores, excavadoras y vehículos todoterreno que exigen el límite de cedencia (380 Mpa min.) y la resistencia mecánica que ofrece este componente.

Clasificación Arancelaria

La clasificación arancelaria del producto **1798 Rubber Joint Assy (buje de suspensión)** se determinó utilizando la **Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE)**, herramienta que permite identificar la fracción arancelaria correspondiente a las mercancías que se importan o exportan en México.

Con base en las características técnicas del producto y su función dentro del sistema de suspensión de vehículos automotores, se identificó que corresponde a la fracción arancelaria **8708.80.12**, la cual describe específicamente bujes para suspensión dentro de los sistemas de suspensión de vehículos.

Tárfifa de la LIGIE 2022		
		ANTERIOR INICIO SIGUIENTE
Sección:	XVII	Material de transporte
Capítulo:	87	Vehículos autom6viles, tractores, veloc6pedos y dem6s veh6culos terrestres; sus partes y accesorios
Partida:	8708	Partes y accesorios de veh6culos autom6viles de las partidas 87.01 a 87.05.
SubPartida:	870880	- Sistemas de suspensi6n y sus partes (incluidos los amortiguadores).
Fracci6n:	87088012	Bujes para suspensi6n.
▼ NICO (Dar clic)		
	8708801200	Bujes para suspensi6n.

* N6meros de Identificaci6n Comercial

Ilustraci6n 5. CAAAREM Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importaci6n y de Exportaci6n 2022.

- **An6lisis t6cnico para la determinaci6n de fracciones arancelarias**

El producto 1798 Rubber Joint Assy es un componente automotriz dise~ado para integrarse al sistema de suspensi6n de veh6culos terrestres, cuya funci6n principal es absorber vibraciones y permitir el movimiento controlado entre componentes mec6nicos.

Desde el punto de vista t6cnico, se trata de un buje de suspensi6n fabricado principalmente de caucho (rubber) y componentes met6licos, utilizado para reducir fricci6n y amortiguar impactos dentro del sistema de suspensi6n del veh6culo. Al analizar su funci6n, material y aplicaci6n espec6fica, se determin6 que el producto forma parte de los sistemas de suspensi6n y sus partes, lo que conduce a su clasificaci6n dentro del Cap6tulo 87, correspondiente a veh6culos autom6viles y sus partes.

Posteriormente, al revisar las subdivisiones del cap6tulo, se identific6 que el componente corresponde a partes de sistemas de suspensi6n, lo que lleva a la subpartida 8708.80, donde se incluyen espec6ficamente estos componentes. Por lo que, la fracci6n 8708.80.12 identifica de manera espec6fica a los bujes para suspensi6n, coincidiendo plenamente con la naturaleza del producto.

- **Relación del insumo con capítulos y partidas arancelarias**

La relación del insumo 1798 Rubber Joint Assy (buje de suspensión) con la estructura del Sistema Armonizado y la LIGIE se establece de la siguiente manera:

- *Sección XVII – Material de transporte: Incluye vehículos automotores, sus partes y accesorios, dentro de los cuales se encuentran los componentes del sistema de suspensión.*
- *Capítulo 87 – Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres; sus partes y accesorios: Este capítulo agrupa las partes y accesorios destinados específicamente a vehículos terrestres.*
- *Partida 8708 – Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05: Aquí se clasifican los componentes utilizados en la fabricación o reparación de vehículos automotores.*
- *Subpartida 8708.80 – Sistemas de suspensión y sus partes (incluidos los amortiguadores): Incluye los elementos que forman parte del sistema de suspensión del vehículo.*
- *Fracción arancelaria 8708.80.12 – Bujes para suspensión: Clasificación específica que corresponde al producto analizado, debido a su función estructural dentro del sistema de suspensión.*

De esta forma, la fracción arancelaria 8708.80.12 representa la clasificación adecuada para el producto, ya que describe de manera precisa su función y aplicación dentro del sector automotriz.

Fichas técnicas

La ficha técnica es un documento que reúne y organiza de manera clara y estructurada la información más importante de un producto. En ella se presentan sus características y especificaciones principales, como materiales, composición, medidas, presentación y otros datos relevantes que permiten comprender mejor el producto.

En este caso, la ficha técnica elaborada para la empresa tiene como objetivo presentar de manera profesional y detallada la información de su producto, de modo que pueda utilizarse como apoyo en procesos comerciales, búsqueda de proveedores o posibles negociaciones con clientes y socios comerciales. Asimismo, permite concentrar en un solo documento la información clave del producto, facilitando su consulta, análisis y comunicación con otras empresas.

Como parte del análisis interno de la empresa, se detectó que el producto **buje de hule** (Código: ZF1798) no contaba con una ficha técnica formalmente estructurada.

Por lo anterior, se procedió a desarrollar una ficha técnica completa del producto, integrando información relevante como:

- *Nombre comercial y técnico*
- *Clasificación arancelaria (HS 870880)*
- *Sector y categoría*
- *Materiales y componentes*
- *Especificaciones dimensionales*
- *Tratamientos aplicados*
- *Empaque y logística*
- *Certificaciones de calidad*

La ficha técnica fue elaborada con el objetivo de:

- Estandarizar la información del producto
- Facilitar procesos de exportación
- Apoyar cotizaciones internacionales
- Cumplir con requisitos de clientes y normativas del sector automotriz.

Para el desarrollo del análisis técnico, se consideró un anexo externo al presente documento que contiene el plano del producto, en el cual se especifican sus características dimensionales y estructurales.



PIAMSA
PROCESOR INDUSTRIALES AUTOMOTRICES DE MEXICO S.A. DE C.V.

+52 3336844265
<https://hclpiamsa.com>

C. Agua Marina 2768,
La Palma, 45235
Zapopan, Jal.

FICHA TÉCNICA

de producto



CÓDIGO: ZF1798
NOMBRE COMERCIAL: RUBBER JOINT ASSY.
NOMBRE TÉCNICO: BUJE DE HULE.
SECTOR: AUTOMOTRIZ.
CATEGORÍA: PARTE DEL SISTEMA DE SUSPENSION.
CÓDIGO HS: 870880

Componente de aislamiento elastomérico diseñado para actuar como interfaz entre el ojo del amortiguador y el chasis (o el brazo de control) del vehículo. Su función principal es permitir el movimiento pivotante necesario mientras absorbe vibraciones y ruidos de alta frecuencia.

MATERIALES Y COMPONENTES.

Elastómero

- Hule Natural
- Dureza: 65 ± 5 Shore A

Tubo de acero metálico STKM13C

- Resistencia a la tracción: 510 MPa min.
- Límite de cedencia: 380 MPa min.
- Elongación mínima: 15%.

APLICACIÓN

- Buje de Suspensión.
- Unión entre amortiguador y chasis o brazo de control.
- Vehículos ligeros y comerciales.

ESPECIFICACIONES DIMENSIONALES

Parámetro	Unidad	Valor
Díametro exterior:	mm	38.2 ± 0.5
Díametro interior:	mm	12.1 ± 0.2
Longitud total:	mm	42 - 0.2
Tolerancia lineal:	mm	± 0.5
Tolerancia angular:	Grados	± 3°
Peso unitario:	gr	83.2 gr

TRATAMIENTO DE INSERTO.

- Fosfatado.

EMPAQUE Y LOGÍSTICA

- Caja de cartón con dimensiones de :
400 Largo x 300 Ancho x 160 Alto.
- 200 piezas.
- 17.860 kg x caja.

CERTIFICACIONES DE CALIDAD.

- ISO 9001
- IATF 16949

Ilustración 6. Ficha técnica RUBBER JOINT ASSY 1798.

Se elaboró una ficha técnica del producto en formato PDF, misma que se presenta en un documento complementario independiente al presente informe, en donde se integran sus principales especificaciones y características.

Speech de comercialización.

- **Versión en Español**

Asunto / Hook: Proveeduría directa de bujes de suspensión IATF 16949 desde México.

"Hola [**Nombre del prospecto**],

Soy [**Tu Nombre**], del equipo comercial de PIAMSA, fabricantes especializados en componentes automotrices de hule-metal en México.

Me acerco a ti porque conocemos los altos estándares de [**Nombre de la empresa del prospecto, ej. Tenneco o Ford**] en sus sistemas de amortiguación, y buscamos ser una alternativa sólida en su cadena de suministro.

Actualmente fabricamos bujes de suspensión de grado OEM. Para garantizar la durabilidad ante la fatiga, utilizamos hule natural formulado y tubos de acero mecánico STKM13C con una resistencia a la tracción mínima de 510 Mpa y tratamiento fosfatizado en el inserto. Todo esto respaldado por estrictas pruebas de reometría, tensión y elongación desde nuestra planta.

No sacrificamos calidad por cercanía: nuestras piezas integran hule natural y tubo de acero STKM13C (resistencia a la tracción min. 510 Mpa, inserto fosfatizado). Todo sale de nuestra línea auditada bajo ISO 9001 e IATF 16949, garantizando cero dolores de cabeza en sus líneas de ensamble.

¿Me permites enviarte nuestro catálogo de productos y unas muestras físicas (*Rubber Joint Assy*) para que tu equipo de ingeniería ponga a prueba nuestra calidad técnica?"

- **Versión en inglés**

Subject: IATF 16949 Suspension Bushes direct from Tier-2 Manufacturer (Mexico)

"Hi **[Contact's Name]**,

I'm **[Your Name]** from PIAMSA, a specialized manufacturer of rubber-to-metal automotive components based in Mexico.

I'm reaching out because we understand **[Target Company's Name]**'s strict requirements for reliable suspension systems, and we are well-positioned to support your supply chain.

We manufacture OEM-grade suspension bushes. To ensure maximum durability, we engineer our parts using high-quality natural rubber and STKM13C mechanical steel tubing, featuring a minimum tensile strength of 510 MPa and a phosphated insert treatment. We conduct rigorous in-house testing for tension, elongation, and rheometry.

We deliver zero-compromise quality: natural rubber paired with STKM13C steel tubing (510 MPa min. tensile strength, phosphated insert). More importantly, our facility is fully ISO 9001 and IATF 16949 certified, meaning seamless integration into your production lines with zero risk.

May I send over our product catalog and a physical sample (*Rubber Joint Assy*) so your engineering team can put our quality to the test?"

Mercado e intención exportadora

Industria Objetivo

Para identificar posibles compradores internacionales del buje de suspensión, se analizaron distintas industrias relacionadas con el sector automotriz dentro de la plataforma Market Access. Estas industrias se seleccionaron debido a su relación directa con la fabricación, distribución y comercialización de autopartes.

Como resultado de la búsqueda se identificaron cuatro categorías industriales principales, dentro de las cuales se encuentran empresas que podrían representar oportunidades comerciales para la empresa.

Las categorías identificadas fueron:

- Automóviles, repuestos y accesorios (al por mayor): 2,389 empresas
- Chasis para vehículos de motor: 393 empresas
- Piezas para la dirección y suspensión de vehículos de motor: 1,851 empresas
- Piezas y repuestos para vehículos de motor: 2,737 empresas

Estas industrias representan sectores relevantes dentro de la cadena de suministro automotriz, ya que incluyen fabricantes, distribuidores y comercializadores de componentes para vehículos, lo que aumenta la probabilidad de encontrar empresas interesadas en la adquisición o distribución del buje de suspensión en mercados internacionales.

- **Identificación de industrias potenciales**

A partir del análisis realizado en la plataforma, se identificaron diversas industrias que mantienen relación directa con la comercialización de autopartes y componentes automotrices.

En primer lugar, la categoría “Automóviles, repuestos y accesorios (al por mayor)” agrupa empresas dedicadas principalmente a la distribución y comercialización de autopartes en grandes volúmenes, lo que representa una oportunidad para posicionar el producto a través de distribuidores internacionales.

La categoría “Chasis para vehículos de motor” incluye empresas que participan en la fabricación o integración de componentes estructurales de los vehículos, dentro de los cuales se integran elementos del sistema de suspensión.

Por su parte, la categoría “Piezas para la dirección y suspensión de vehículos de motor” representa uno de los sectores más relevantes para el producto analizado, debido a que las empresas que pertenecen a esta industria trabajan directamente con componentes relacionados con la suspensión automotriz.

Finalmente, la categoría “Piezas y repuestos para vehículos de motor” agrupa empresas dedicadas al mercado de refacciones automotrices, el cual tiene una alta demanda debido a la constante necesidad de mantenimiento y reemplazo de piezas en los vehículos.

- **Información general del sector o industria.**

El sector de autopartes forma parte de la industria automotriz global, una de las industrias más importantes en el comercio internacional debido a su alta demanda y a la complejidad de su cadena de suministro.

Dentro de este sector, los componentes de suspensión representan un elemento fundamental para el funcionamiento, estabilidad y seguridad de los vehículos. Debido a ello, existe una constante demanda de refacciones y componentes relacionados con este sistema tanto en el mercado de equipo original (OEM) como en el mercado de refacciones o aftermarket.

Las empresas dedicadas a la fabricación y distribución de autopartes buscan constantemente nuevos proveedores que cumplan con estándares de calidad, competitividad en costos y capacidad de suministro, lo que representa una oportunidad para empresas interesadas en expandir su presencia hacia mercados internacionales.

- **Investigación de Clientes Potenciales.**

Una vez identificadas las industrias con mayor relación con el producto analizado, se procedió a realizar una investigación de empresas que pudieran representar clientes potenciales para la comercialización del buje de suspensión.

Para ello se utilizó nuevamente la plataforma Market Access, mediante la cual se identificaron empresas dentro de las categorías previamente analizadas. Posteriormente, la información obtenida fue organizada en archivos de Excel con el fin de estructurar un listado de empresas que pudieran representar oportunidades comerciales para la empresa.

La información de empresas potenciales identificadas fue organizada en anexos independientes al presente documento, en los cuales se concentra una base de datos estructurada por categorías industriales.

Listado de posibles clientes.

Market Access.

Como resultado de la investigación de la primera parte de listado de posibles clientes realizada en la plataforma Market Access, se generaron distintos archivos en Excel que contienen el listado de empresas identificadas dentro de cada una de las categorías industriales analizadas. Estos archivos permiten organizar de manera estructurada la información de posibles clientes internacionales que podrían estar interesados en la comercialización del buje de suspensión.

En el archivo correspondiente a la categoría “Automóviles, repuestos y accesorios (al por mayor)” se identificaron 2,389 empresas dedicadas principalmente a la distribución y comercialización de autopartes. Dentro de esta categoría se observa una alta concentración de empresas en países como Rumania, Rusia, Países Bajos, Egipto, Australia y Nueva Zelanda, lo que indica que estos mercados cuentan con una importante actividad en la comercialización mayorista de repuestos automotrices.

Por otra parte, en el archivo de la categoría “Chasis para vehículos de motor” se identificaron 393 empresas relacionadas con la fabricación y desarrollo de componentes estructurales para vehículos. Estas compañías pueden representar clientes potenciales debido a que participan en procesos de integración de diferentes sistemas automotrices, incluyendo componentes relacionados con la suspensión.

En el archivo correspondiente a “Piezas para la dirección y suspensión de vehículos de motor” se registraron 1,851 empresas, pertenecientes a un sector directamente relacionado con el producto analizado. En esta categoría se observa una presencia

importante de empresas en países como Grecia, Italia, Hungría, Portugal y Países Bajos, los cuales destacan por contar con un número considerable de empresas especializadas en la fabricación y comercialización de componentes de suspensión.

Finalmente, en el archivo correspondiente a la categoría “Piezas y repuestos para vehículos de motor” se identificaron 2,737 empresas dedicadas al mercado de refacciones automotrices. En esta industria se observa una fuerte presencia de empresas en Grecia, Italia, Portugal, Polonia y Países Bajos, lo cual refleja la relevancia de estos países dentro del mercado europeo de autopartes.

En total, el análisis permitió identificar **más de 7,000 empresas potenciales** dentro de industrias relacionadas con autopartes, lo que demuestra la amplitud del mercado internacional para este tipo de productos y la existencia de múltiples oportunidades de prospección comercial.

Import Genius.

En el marco de la prueba piloto de exportación, se determinó la necesidad de identificar posibles compradores internacionales para el producto seleccionado: buje de hule. Para ello, se realizó una búsqueda de clientes potenciales utilizando la plataforma Import Genius, la cual permite acceder a registros reales de comercio exterior y analizar operaciones de importación y exportación a nivel internacional.

Debido a que el acceso completo a la plataforma requiere una inversión institucional, se gestionó una demostración técnica (demo) con el objetivo de evaluar su utilidad dentro de un escenario real de exportación. Durante esta sesión se llevó a cabo una búsqueda especializada del producto, lo que permitió obtener información relevante sobre empresas que actualmente importan bujes de hule.

A partir de esta búsqueda fue posible identificar prospectos internacionales o “leads”, es decir, empresas que ya participan activamente en la compra de este tipo de producto en el mercado internacional. La plataforma permitió visualizar información clave sobre estos

importadores, como la frecuencia de sus compras, los puertos de destino utilizados y las marcas o proveedores con los que actualmente trabajan.

Además, la herramienta permitió realizar un análisis de la competencia nacional, identificando a las empresas mexicanas que actualmente exportan bujes de hule a mercados internacionales. Este análisis proporcionó información relevante sobre:

- Participación de mercado: identificación de empresas mexicanas que lideran la exportación del producto.
- Rutas comerciales: determinación de las aduanas de salida más utilizadas en México.
- Benchmarking operativo: comparación de volúmenes y regularidad de envíos realizados por otros exportadores.

Esta información permitió comprender mejor el entorno competitivo y detectar oportunidades dentro de los mercados donde ya existe demanda para el producto.

El análisis de inteligencia comercial realizado fue documentado en un anexo externo al presente informe, en el que se incluyen los resultados sobre empresas importadoras, competidores y patrones de comercio internacional.

Vinculación institucional e incentivos para la internacionalización

La internacionalización de las empresas no solo depende de su capacidad productiva o comercial, sino también del acceso a programas de apoyo, asesoría especializada y mecanismos de financiamiento que faciliten su inserción en mercados internacionales. En este sentido, la vinculación con instituciones gubernamentales, organismos de promoción comercial y programas de fomento a las exportaciones representa un elemento clave para fortalecer las capacidades de las empresas y reducir los riesgos asociados al proceso de exportación.

Mapeo de apoyos e incentivos disponibles

SEDECO y AMCHAM

Vinculación institucional e incentivos para la internacionalización

Dado que PIAMSA ya cuenta con las certificaciones de calidad y gestión requeridas por la industria (ISO/IATF), la estrategia descarta la solicitud de apoyos para certificación y se centra exclusivamente en dos ejes rectores: Aumento de Capacidad Instalada y Promoción Comercial Internacional.²

A continuación, se detallan los programas seleccionados de las Reglas de Operación (ROP) 2025:

1. Programa: Impulso Mipymes Jalisco

- **Modalidad Seleccionada:** Apoyo para Equipamiento e Infraestructura Productiva (Sector Industrial/Estratégico).
- **Justificación:** Para satisfacer los volúmenes de demanda de los compradores internacionales identificados, es necesario fortalecer la línea de producción.
- **Aplicación del Recurso:** Adquisición de maquinaria, moldes de inyección o herramental especializado para la manufactura del Rubber Joint Assy.³

2. Programa: Jalisco Exporta Más

- **Modalidad Seleccionada:** Promoción y Posicionamiento Internacional.
- **Justificación:** Validación comercial del producto en destino mediante pruebas físicas y presencia de marca.
- **Aplicación del Recurso:** Subsidio a costos logísticos para el envío de muestras comerciales a prospectos validados en la etapa de investigación de mercado. Y participación en ferias internacionales del sector automotriz (ej. AAPEX, Automechanika) para vinculación B2B directa.⁴

3. Vinculación Sectorial

- **Acción:** Registro y vinculación con el Clúster Automotriz de Jalisco.

- **Objetivo:** Integración a la cadena de proveeduría local de empresas Tier 1 y OEMs, aprovechando la ubicación geográfica estratégica de PIAMSA.⁵

Contacto Inicial con SEDECO Jalisco

Tipo de gestión: Vía telefónica.

Institución Contactada: Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) del Estado de Jalisco.

Área de atención: Asesoría y Apoyos Empresariales.

Asunto: Solicitud de información sobre fechas de apertura, pre-registros y lineamientos para los programas de incentivos estatales 2026, en representación de PIAMSA (sector de manufactura de hule y autopartes).

Resultados y hallazgos de la consulta:

1. Estatus de las Convocatorias: Al momento de la consulta, la dependencia confirmó que las Reglas de Operación y las convocatorias para los programas de apoyo del año en curso aún no han sido publicadas, por lo que no se cuenta con una fecha exacta de arranque.

2. Proyección de Apertura: El área de atención proyecta que la liberación de los **programas** se realizará a finales del **mes de marzo**.

3. Proceso de Registro: Se notificó de manera oficial que **no existen pre-registros**, formularios previos **ni listas de correo anticipadas**. Cualquier trámite, creación de expediente o llenado de solicitudes deberá realizarse estrictamente conforme a las indicaciones de la convocatoria una vez que esta sea pública.

4. Canales de Monitoreo: La dependencia indicó que el anuncio de las fechas oficiales, así como los manuales y pasos a seguir, se **difundirán** a través de sus **canales oficiales** de comunicación, haciendo especial énfasis en las redes sociales de la institución (Facebook de SEDECO oficial) y su portal web.

AMCHAM (Evento Mexico Roadshow)

Coordinación y Organizadores:

El evento es un esfuerzo bilateral coordinado por la American Chamber of Commerce of Mexico (AmCham) en alianza estratégica con el U.S. Commercial Service y el programa SelectUSA (iniciativa oficial del gobierno de Estados Unidos para la atracción de inversión extranjera).

Características y Formato del Evento:

Es un foro de negocios presencial diseñado para facilitar la internacionalización. Su formato de medio día incluye:

- Panel de expertos sobre estrategias de expansión comercial hacia los Estados Unidos.
- Exposición de representaciones de diversos estados de Estados Unidos.
- Sesiones de networking y citas uno a uno (previa agenda) directamente con autoridades de desarrollo económico estatal de EE.UU.

Costo y Requisitos de Acceso:

El evento no tiene costo de inscripción; sin embargo, es de acceso exclusivo para empresas que son socias activas de la AmCham. Requiere pre-registro obligatorio debido a que cuenta con cupo limitado por ciudad.

Perfil de Empresas Participantes:

Orientado a empresas mexicanas con solidez operativa que buscan oportunidades de expansión, establecimiento de operaciones comerciales, o internacionalización hacia el mercado estadounidense. Es ideal para organizaciones que buscan identificar el marco regulatorio e incentivos del "Estado ideal" para aterrizar su inversión comercial o industrial en Estados Unidos.

Recomendación:

Se sugiere contactar directamente a la American Chamber of Commerce (AmCham) para solicitar una cotización formal de su membresía corporativa. Dado que el costo se maneja mediante una cuota fija anual basada en el nivel de facturación de la empresa (no cobran un porcentaje de las ventas), es necesario conocer el monto exacto aplicable a PIAMSA.

Teniendo el costo real sobre la mesa, la dirección podrá evaluar rápidamente si justifica la inversión para acceder a foros exclusivos de internacionalización como el SelectUSA Roadshow, Talent Meet Point, o la Noche de Comités.

Por parte de la SEDECO

APOYO	BENEFICIO	JUSTIFICACION	FECHA TENTATIVA
Impulso Mipymes Jalisco	Adquisición de maquinaria, moldes de inyección o herramental especializado	Satisfacer los volúmenes de demanda internacional fortaleciendo la capacidad de la línea de producción.	Finales de marzo 2026 (Apertura proyectada de convocatoria).
Jalisco Exporta Más	Subsidio logístico para envío de muestras a prospectos validados y participación en ferias automotrices	Validación comercial del producto en el mercado destino mediante pruebas físicas y presencia de marca.	Finales de marzo 2026 (Apertura proyectada de convocatoria).

Tabla 1 - Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la SEDECO.⁶

Recomendación Para Considerar

APOYO	BENEFICIO	JUSTIFICACION	FECHA TENTATIVA
CLÚSTER AUTOMOTRIZ JALISCO	Acceso al directorio de vinculación estratégica para conectar directamente con la industria.	Integración a la cadena de proveeduría local de empresas Tier 1 y OEMs, aprovechando la ubicación geográfica estratégica de PIAMSA	Inmediata / Permanente (El registro y vinculación no dependen de una convocatoria anual).
AMCHAM	Sesiones de <i>networking</i> y citas uno a uno con autoridades de desarrollo económico estatal de EE.UU.	Identificar el marco regulatorio e incentivos del "Estado ideal" para aterrizar inversión comercial en EE.UU.	Siempre disponible, es una membresía

Tabla 2 - Fuente: Elaboración propia, con datos obtenidos en la página de AMCHAM y Clúster Automotriz .⁷

Identificación de instituciones clave

Para fortalecer la estrategia de vinculación internacional de la empresa PIAMSA, se identificaron diversas instituciones y organismos que desempeñan un papel relevante en la generación de oportunidades comerciales, acceso a información estratégica y desarrollo de redes empresariales dentro del sector industrial y automotriz.

Entre las principales instituciones identificadas se encuentra la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), organismo gubernamental encargado de impulsar el crecimiento económico y la competitividad empresarial mediante programas de apoyo, capacitación y

vinculación con mercados nacionales e internacionales. A través de sus iniciativas y alianzas estratégicas, SEDECO facilita el acercamiento entre empresas locales y actores clave del comercio global.

Asimismo, se identificó la colaboración con Pragmatec, plataforma tecnológica que opera en alianza con SEDECO y que tiene como objetivo apoyar a las empresas en la identificación de oportunidades de negocio, inteligencia de mercado y desarrollo de estrategias de internacionalización mediante herramientas digitales y análisis de información comercial.

Otra institución relevante es la American Chamber of Commerce (AMCHAM), organización empresarial que promueve el comercio y la inversión entre México y Estados Unidos, facilitando la creación de redes empresariales, eventos de networking y acceso a información estratégica para empresas que buscan expandir su presencia en mercados internacionales.

En conjunto, estas instituciones conforman un ecosistema de apoyo que permite a la empresa PIAMSA fortalecer su proceso de vinculación empresarial, identificar oportunidades de colaboración y mejorar su posicionamiento dentro de cadenas de suministro internacionales.

Plataformas de vinculación y promoción internacional

En el entorno actual de los negocios, el acceso a información confiable y a conexiones estratégicas es determinante para exportar con éxito. Por ello, para la internacionalización del buje de hule de PIAMSA, resultó fundamental trascender la investigación documental y ejecutar acciones de prospección directa mediante herramientas tecnológicas especializadas.

El propósito de esta sección es dotar a la empresa de canales estructurados que reduzcan la incertidumbre al momento de buscar socios comerciales, analizar a la competencia y validar la demanda en el extranjero.

A continuación, se detalla la evaluación de dos plataformas clave: **Enterprise Europe Network (EEN)**, enfocada en la vinculación institucional y promoción en el mercado europeo; e **Import Genius**, orientada al análisis de macrodatos aduaneros para identificar compradores a nivel global. Ambas herramientas demostraron ser viables para este proyecto, con el potencial de integrarse como activos permanentes en la estrategia de internacionalización de la empresa.

Enterprise Europe Network

En el marco del desarrollo del proyecto Expo enfocado en la internacionalización de un buje de hule para el sector automotriz, se llevó a cabo una fase de prueba piloto con el objetivo de identificar herramientas reales de prospección y vinculación internacional.

Durante la búsqueda de posibles clientes y canales de acceso al mercado europeo, se identificó la plataforma Enterprise Europe Network (EEN) como una alternativa estratégica para generar oportunidades comerciales estructuradas.

Esta identificación no solo respondió a la necesidad puntual de posicionar el buje de hule en mercados internacionales, sino que abrió la posibilidad de utilizar la herramienta como un canal permanente de internacionalización para otros productos de la empresa.

Se estableció contacto con PRAGMATEC, organización privada en México que representa la red Enterprise Europe Network.

A pesar de operar bajo un esquema privado y monetizado, PRAGMATEC, en alianza con SEDECO, ofreció tres servicios sin costo como parte de una etapa inicial de acercamiento estratégico:

1. *Creación del perfil empresarial dentro de la plataforma, esto es para poder tener interacciones y hacer vinculaciones.*
2. *Vinculación a 2–3 fichas publicadas de nuestro interés.*

3. *Publicación de la primera ficha empresarial con vigencia de un año (en inglés y español).*

Esta colaboración permitió evaluar la viabilidad del uso de la red sin generar inversión inicial para la empresa.

Asimismo, se llevó a cabo una reunión en línea con Víctor Sánchez, representante de PRAGMATEC, con el propósito de:

- Exponer las necesidades específicas del proyecto (buje de hule).
- Comprender el funcionamiento operativo de la plataforma.
- Analizar el tipo de oportunidades disponibles.
- Evaluar el alcance real de la vinculación internacional.
- Identificar sectores y mercados potenciales dentro de la Unión Europea.

Durante la sesión se explicó el mecanismo de fichas, su carácter anónimo, el proceso de enlace institucional y la vigencia de las publicaciones.

Acciones Contempladas

1. Creación de Perfil Empresarial

Permite establecer presencia formal en la red y habilitar la interacción con oportunidades internacionales. Para facilitar este proceso, ya se hizo llegar a PIAMSA el formato que debe completarse para la creación del perfil dentro de la plataforma, el cual contiene la información básica requerida para el registro de la empresa. Se elaboró un documento complementario independiente que contiene el formato necesario para la creación del perfil empresarial dentro de la plataforma de vinculación internacional.

2. Respuesta a Fichas Publicadas

Se propuso responder entre dos y tres fichas alineadas al sector automotriz, enviando la liga correspondiente junto con la propuesta de valor del producto. En caso de existir interés por parte de la contraparte, la red se encarga de facilitar el contacto directo entre ambas empresas para continuar con la posible vinculación comercial. Asimismo, se hizo hincapié a PIAMSA en la importancia de explorar la plataforma y revisar las distintas oportunidades disponibles, no únicamente enfocadas en el buje de hule, sino también en otros productos o capacidades que la empresa considere estratégicas. Dado que ellos conocen mejor el alcance de su oferta y sus áreas de oportunidad, se les invitó a aprovechar este servicio que actualmente se ofrece de manera gratuita como parte de la fase inicial de vinculación.

3. Publicación de Ficha del Producto

Se ofreció publicar una ficha del producto en inglés y español con una vigencia de un año dentro de la plataforma. Esta ficha permite presentar la oferta de la empresa de manera estructurada ante socios potenciales o clientes internacionales. Asimismo, se hizo llegar a PIAMSA el formato correspondiente que debe completarse para iniciar el proceso de publicación de la ficha. Se realizó un anexo independiente al presente documento, el cual contiene el formato requerido para su difusión en dicha plataforma.

Servicios Complementarios

Además de los servicios gratuitos iniciales, como se menciona PRAGMATEC es una organización privada que también ofrece servicios adicionales con costo, tales como:

- Activación estratégica de la ficha (“Mover la ficha”).
- Identificación y mapeo de mercados específicos.

- Segmentación por tipo de industria.
- Envío de invitaciones dirigidas.
- Agenda de misiones comerciales y ferias internacionales.
- Asesorías especializadas.

Estos servicios permiten escalar la estrategia de internacionalización de manera más dirigida y estructurada, facilitando la identificación de mercados potenciales, sectores industriales relevantes y oportunidades comerciales específicas. Asimismo, esta información fue presentada a la empresa PIAMSA con el objetivo de que puedan evaluar las distintas opciones disponibles, explorar la plataforma y analizar la viabilidad de contratar alguno de los servicios adicionales ofrecidos, en función de sus necesidades y estrategias de expansión internacional.

Beneficios

A partir de del acercamiento con la plataforma Enterprise Europe Network a través de PRAGMATEC, se identificaron diversos beneficios estratégicos para la empresa. En primer lugar, la posibilidad de acceder a una red internacional consolidada que facilita la identificación de oportunidades comerciales en mercados europeos. Asimismo, el uso de un sistema de intermediación institucional permite reducir riesgos en la prospección internacional, ya que el primer contacto entre empresas se gestiona a través de la red antes de establecer comunicación directa. De igual manera, la publicación de fichas permite posicionar productos de la empresa en una plataforma internacional durante un periodo de hasta doce meses, lo que incrementa la visibilidad ante potenciales socios o clientes. Finalmente, esta herramienta abre la posibilidad de ampliar la estrategia de internacionalización hacia otros productos de la empresa, generando un canal estructurado y continuo de vinculación con mercados internacionales.

Import Genius

En los procesos de internacionalización empresarial, las plataformas de inteligencia comercial representan una herramienta clave para identificar oportunidades de negocio, analizar mercados y establecer vínculos con posibles socios comerciales. En este contexto, Import Genius se posiciona como una plataforma tecnológica especializada en el análisis de datos de comercio exterior, la cual permite acceder a información real sobre operaciones de importación y exportación a nivel global.

Import Genius es una empresa tecnológica privada fundada en 2006 en Arizona, Estados Unidos, dedicada al análisis y sistematización de datos comerciales internacionales. Actualmente cuenta con más de 10,000 clientes corporativos y acceso a registros de comercio exterior provenientes de más de 128 países, lo que permite a las empresas obtener una visión amplia y detallada de las dinámicas del comercio internacional.

La plataforma funciona mediante la recopilación y normalización de registros aduanales provenientes de diferentes países, los cuales son organizados dentro de una base de datos que permite realizar búsquedas específicas por empresa, producto, fracción arancelaria, país o palabras clave. A partir de estos datos, los usuarios pueden analizar transacciones comerciales reales, identificar compradores y proveedores internacionales, monitorear a la competencia y generar reportes estratégicos basados en volúmenes de comercio, valores declarados y rutas logísticas.

Entre las principales funcionalidades que ofrece la plataforma se encuentran:

- Identificación geográfica de compradores y proveedores, permitiendo localizar empresas que participan activamente en el comercio internacional.
- Búsquedas avanzadas por nombre de empresa, fracción arancelaria, palabras clave o país.
- Análisis de mercado, mediante el estudio de volúmenes de comercio, valores en dólares o pesos y cantidades transportadas en kilogramos o TEUs.
- Monitoreo competitivo, lo cual permite analizar las actividades comerciales de competidores, clientes actuales y potenciales.

- Generación de reportes y estadísticas, útiles para la toma de decisiones estratégicas dentro de las empresas.

Con el objetivo de evaluar la utilidad de la plataforma dentro del proyecto, se gestionó una demostración técnica (demo) con representantes de Import Genius. Esta demostración permitió observar de manera práctica el funcionamiento del sistema y validar la efectividad de la base de datos para la identificación de oportunidades comerciales relacionadas con el producto analizado en el proyecto.

Durante la sesión demostrativa se realizaron consultas específicas sobre el producto, lo cual permitió visualizar en tiempo real las transacciones internacionales, empresas importadoras, volúmenes de envío y rutas comerciales utilizadas, confirmando así la utilidad de la plataforma como herramienta de inteligencia de mercado y prospección comercial.

En cuanto a los planes de acceso a la plataforma, Import Genius ofrece distintas opciones de suscripción anual dependiendo del alcance de la información requerida por la empresa. Entre las principales alternativas se encuentran:

- **Plan A: Acceso México – Estados Unidos**
Permite acceder a todas las transacciones fronterizas entre México y Estados Unidos en todos los modos de transporte (marítimo, aéreo y terrestre), incluyendo detalles completos de las operaciones comerciales, tales como precios en MXP/USD bajo formato CIF y valores declarados.
Costo aproximado: USD 4,788 anuales.
- **Plan B: Acceso México – Mundo**
Ofrece acceso a todas las transacciones comerciales entre México y el resto del mundo, incluyendo todos los modos de transporte y detalles completos de las operaciones comerciales, como precios en MXP/USD bajo formato CIF y valores declarados.
Costo aproximado: USD 5,988 anuales.

- **Plan C: Enterprise Global**
Este plan proporciona acceso a la cobertura completa de todas las aduanas internacionales incluidas en la base de datos de Import Genius, permitiendo analizar transacciones comerciales a nivel global sin limitación geográfica.
Costo aproximado: desde USD 12,900 anuales.

Considerando que el sector automotriz opera mediante cadenas de suministro continuas y con un alto flujo de comercio terrestre dentro del marco del T-MEC, se recomienda el uso de una cobertura multimodal (marítima, aérea y terrestre) que permita obtener una visión integral del mercado. Asimismo, en caso de que la empresa busque expandir sus operaciones hacia diversos mercados internacionales, el Plan B (México – Mundo) podría representar una opción estratégica al ofrecer acceso a transacciones comerciales entre México y cualquier país, manteniendo un costo menor en comparación con el plan global.

Se analizó material informativo que se encuentra contenido en un anexo externo al presente documento, el cual permitió comprender el funcionamiento y alcance de la plataforma.

VALIDACIÓN PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE ACERO

Padrón de importadores general

El Padrón de Importadores General es un requisito indispensable para que las empresas puedan realizar operaciones de importación de manera legal en México, ya que es el mecanismo mediante el cual la autoridad fiscal, específicamente el Servicio de Administración Tributaria (SAT), controla y supervisa a los contribuyentes que introducen mercancías al país y en este momento más con el acero. En el caso del proyecto de importación de acero, su inscripción garantiza el cumplimiento de obligaciones fiscales, aduaneras y regulatorias, permitiendo así operar dentro del marco del comercio exterior y evitando sanciones o restricciones en el despacho de mercancías.

Adicionalmente, considerando que el proceso de inscripción implica el manejo de información confidencial de la empresa, se desarrolló un manual interno detallado que

describe de manera paso a paso el procedimiento para llevar a cabo la inscripción en el padrón. Este manual tiene como finalidad proteger datos sensibles, estandarizar el proceso y asegurar que el registro se realice de forma correcta, eficiente y conforme a la normativa vigente, permitiendo a la empresa gestionar el trámite por cuenta propia sin depender de terceros.



Ilustración 7. Manual de inscripción padrón de importadores general. Fuente: Elaboración propia. Se desarrolló un manual interno, presentado en un anexo independiente al presente documento, que describe detalladamente el procedimiento de inscripción al padrón de importadores general.

Padrón de importadores sectorial

El Padrón de Importadores de Sectores Específicos es un requisito establecido por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) para aquellas mercancías consideradas sensibles dentro del comercio exterior, como es el caso de los productos siderúrgicos. Su finalidad es ejercer un mayor control sobre la importación de materiales de hierro y acero, garantizando la legalidad de las operaciones y el cumplimiento de las disposiciones fiscales y aduaneras.

En el presente proyecto, se realizó un análisis técnico de la mercancía a importar, identificando que se trata de aceros SAE 1010, 1018, 1020 y 1026. Estos materiales corresponden a aceros al carbono sin alear, caracterizados por su buena ductilidad, maquinabilidad y resistencia, siendo utilizados comúnmente en aplicaciones mecánicas. En particular, el acero SAE 1026 presenta una mayor resistencia.

Asimismo, a partir de las especificaciones técnicas del producto, como la presencia de diámetro interior y exterior, se determinó que la mercancía se comercializa en forma de tubo mecánico sin costura. Esta característica es fundamental para su clasificación arancelaria, ya que permite ubicar el producto en la fracción 7304.39.99.91, correspondiente a los demás tubos sin costura de acero sin alear con diámetro exterior inferior o igual a 60.3 mm.

Derivado de esta clasificación, se llevó a cabo la revisión del Anexo 10 de las Reglas Generales de Comercio Exterior, en el cual se identifican las fracciones arancelarias sujetas a inscripción en el padrón sectorial. Como resultado, se confirmó que la fracción 7304.39.99 se encuentra incluida dentro del Sector 14: Siderúrgico, el cual comprende productos de hierro y acero clasificados en los capítulos 72 y 73 de la TIGIE. Es importante señalar que la obligación de inscripción en este sector no depende del porcentaje de carbono de los aceros analizados, sino de su clasificación arancelaria y de su naturaleza como producto siderúrgico. Por lo tanto, al tratarse de tubos de acero sin costura, la empresa deberá inscribirse en el Padrón de Importadores de Sectores Específicos, Sector 14, como requisito previo para poder realizar la importación.

En caso de no cumplir con este requisito, la operación no podrá llevarse a cabo, ya que el sistema aduanero rechazará el pedimento, impidiendo la liberación de la mercancía en aduana.

Adicionalmente, en materia arancelaria, la fracción 7304.39.99.91 presenta una tasa general de importación del 15%. En este sentido, sino se cuenta con un tratado de libre comercio aplicable o no se dispone de un certificado de origen válido que acredite el cumplimiento de las reglas de origen, **la importación estará sujeta al pago de este arancel**

bajo el esquema de Nación Más Favorecida (NMF), además del Impuesto al Valor Agregado (IVA) correspondiente, etc. Por el contrario, en caso de que la mercancía califique como originaria conforme a algún tratado comercial suscrito por México, el arancel podría reducirse incluso hasta 0%, siempre que se cumpla con los requisitos establecidos.



Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación 2022

Tarifa de la LIGIE 2022 ANTERIOR INICIO SIGUIENTE

Sección:	XV	Metales comunes y manufacturas de estos metales
Capítulo:	73	Manufacturas de fundición, hierro o acero
Partida:	7304	Tubos y perfiles huecos, sin costura (sin soldadura), de hierro o acero.
		- Los demás, de sección circular, de hierro o acero sin alear:
SubPartida:	730439	-- Los demás.
Fracción:	73043999	Los demás.

Ilustración 8. CAAAREM Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación 2022.

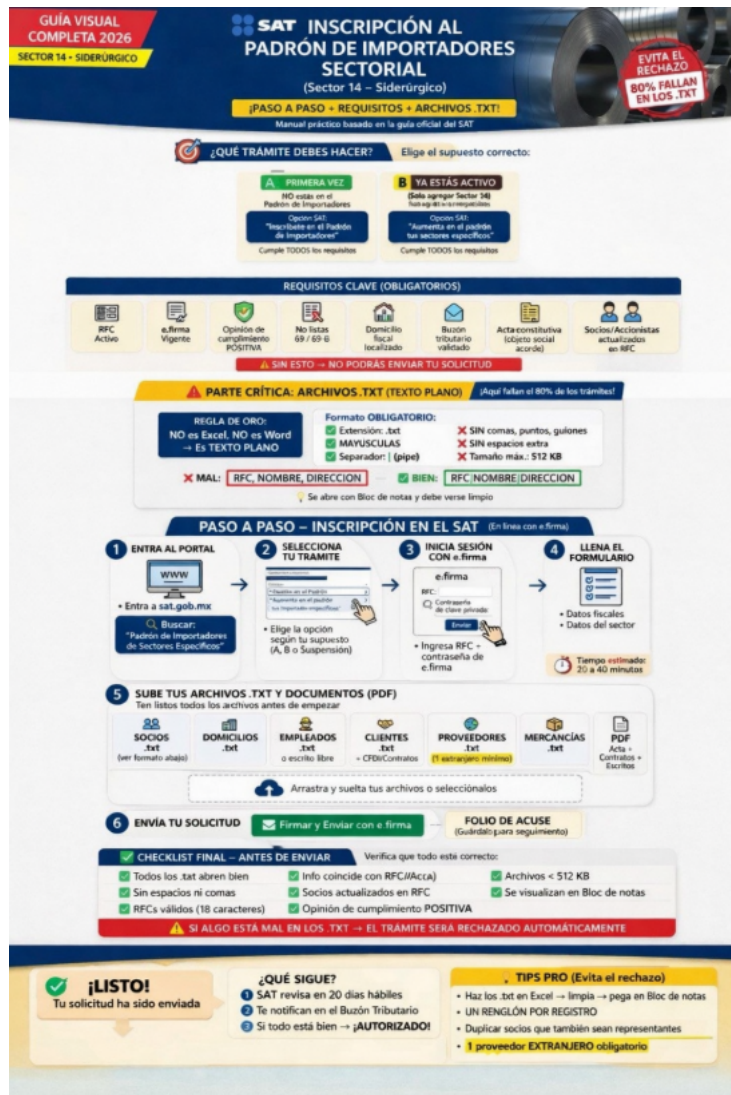


Ilustración 9. Manual de padrón de importadores sectorial, sector 14 siderúrgico. Se elaboró un documento complementario externo al presente informe que detalla el proceso de inscripción al padrón de importadores de sectores específicos.

Como parte del análisis, se consideró una guía informativa emitida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT), la cual se presenta en un anexo independiente al presente documento y describe los requisitos aplicables al sector siderúrgico.

Recomendación de patente aduanal

Se hizo la recomendación de la patente de Rosa Carolina Machado López es agente aduanal con patente 1731, cuya adscripción principal se encuentra en la Aduana de Mazatlán, con

autorización adicional para operar en aduanas estratégicas como Guadalajara, Manzanillo y Guaymas. Este alcance geográfico sugiere una capacidad operativa relevante en el corredor del Pacífico, especialmente en puntos clave para el comercio marítimo y logístico.

De igual forma se recomienda que la empresa cuente con un agente aduanal de confianza adicional al momento de realizar su inscripción al padrón de importadores. Esto permite tener una alternativa operativa en caso de contingencias, como suspensiones de patente, saturación en aduanas o limitaciones logísticas, evitando así retrasos o rechazos en sus operaciones. Contar con más de un agente registrado brinda mayor flexibilidad, continuidad en el despacho de mercancías y una mejor capacidad de respuesta ante cualquier eventualidad.

Búsqueda de proveedores internacionales

La búsqueda de proveedores internacionales es una parte fundamental dentro de la estrategia de abastecimiento de una empresa, especialmente en industrias como la automotriz, donde la calidad del material y su origen son factores críticos. En este caso, al tratarse de acero utilizado en componentes como tubos mecánicos, no solo es importante encontrar proveedores que ofrezcan el producto, sino que también cumplan con estándares técnicos, certificaciones y trazabilidad.

Adicionalmente, esta búsqueda responde a una necesidad específica de la empresa PIAMSA, la cual solicitó identificar nuevas opciones de suministro internacional con el objetivo de reducir costos de adquisición del acero, mejorar sus precios de venta y, en consecuencia, incrementar su competitividad dentro del mercado. Por ello, la selección de proveedores no se limita únicamente a la calidad, sino también a la eficiencia económica que estos pueden ofrecer.

Para llevar a cabo la búsqueda de proveedores, se tomó como base el catálogo de molinos siderúrgicos publicado por la SNICE⁸ (Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior), el cual funciona como una referencia confiable de productores de acero a nivel internacional. Este catálogo permite identificar empresas que ya están reconocidas dentro

del comercio exterior en México, lo que facilita la validación de su cumplimiento normativo y reduce riesgos en el proceso de importación.

Adicionalmente, durante el proceso de selección se consideró un listado de países restringidos, específicamente aquellos pertenecientes al Country Group D, los cuales presentan limitaciones comerciales, regulatorias o sanciones que pueden afectar las operaciones de importación. Por esta razón, se descartaron proveedores ubicados en estos países, con el fin de evitar riesgos como bloqueos comerciales, restricciones legales, retrasos en aduana o complicaciones en el cumplimiento normativo. Esta decisión permitió enfocar la búsqueda en mercados más estables y seguros para la operación.

A partir de estas consideraciones, se elaboró un listado de proveedores internacionales (incluido en el anexo), en donde se integran empresas líderes de Europa y Sudamérica con amplia experiencia en la producción de acero. Entre ellas se encuentran compañías como Thyssenkrupp Steel Europe, Salzgitter, Voestalpine, SSAB, ArcelorMittal y Tata Steel en Europa, así como Usiminas, Gerdau, CSN y Ternium Argentina en Sudamérica.

Se integró un listado de proveedores internacionales en un anexo externo al presente documento.

La selección de estos proveedores responde a un enfoque estratégico enfocado en calidad, cumplimiento y reducción de costos. En primer lugar, se priorizaron los molinos siderúrgicos, que son las empresas que producen el acero desde su origen (fundición), en lugar de intermediarios o distribuidores. Comprar directamente a estos molinos no es solo una compra, sino una alianza estratégica, ya que en la industria automotriz —donde PIAMSA opera bajo normas como IATF 16949— el origen del material es fundamental.

Una de las principales ventajas es la trazabilidad y certificación, ya que los molinos emiten el Mill Test Certificate (MTC) original, el cual garantiza que el acero cumple con las propiedades mecánicas requeridas (como resistencia y límite de cedencia). Sin este documento, existe un alto riesgo de rechazo en la producción por parte de los clientes. Además, al eliminar intermediarios, se pueden obtener mejores precios por volumen,

mayor control en los tiempos de entrega y prioridad en producción, lo cual impacta directamente en la reducción de costos para PIAMSA y mejora su competitividad.

Asimismo, los clientes del sector automotriz (OEMs y Tier 1) requieren conocer el origen del acero, por lo que trabajar con molinos reconocidos facilita la homologación de calidad. Desde el punto de vista de comercio exterior, elegir proveedores adecuados también permite agilizar procesos aduaneros, evitar cuotas compensatorias (anti-dumping) y aprovechar beneficios como los del T-MEC. En cambio, comprar a proveedores no reconocidos o de países restringidos puede generar retrasos importantes en aduana.

Finalmente, se consideraron regiones como Europa y Sudamérica para equilibrar alta calidad, costos competitivos y ventajas logísticas, asegurando así una estrategia de abastecimiento más eficiente y segura para PIAMSA.

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

- Aprendizajes profesionales

Aguirre González María Regina:

Conforme pasaba el PAP pude desarrollar y fortalecer diversas competencias tanto a nivel profesional como personal. Entre las competencias genéricas, destaco la capacidad de análisis, la organización de la información y la comunicación efectiva, ya que constantemente fue necesario interpretar datos, estructurarlos de manera clara y transmitirlos de forma comprensible dentro del equipo y hacia la empresa.

En cuanto a las competencias propias de mi formación, reforcé habilidades relacionadas con la investigación, el análisis de información comercial y la comprensión de procesos vinculados al comercio exterior. Más allá de solo obtener información, aprendí a cuestionarla, filtrarla y utilizarla de manera estratégica para la toma de decisiones.

Este proyecto también implicó un enfoque interdisciplinario, ya que no solo se requirieron conocimientos técnicos, sino también habilidades sociales y de adaptación. Aprendí a

trabajar con diferentes formas de pensar, a entender la dinámica de una empresa y a ajustarme a un entorno más real y menos estructurado que el académico.

Uno de los aprendizajes más importantes fue comprender que, en el contexto real, las decisiones no siempre se toman con base en lo ideal, sino considerando factores como recursos, tiempos y necesidades específicas. Esto me permitió tener una visión más realista del ejercicio profesional.

Durante el proceso, se pusieron a prueba tanto mis conocimientos técnicos como aspectos personales, especialmente la paciencia, la tolerancia y la capacidad de adaptación. Finalmente, esta experiencia me ayudó a tener mayor claridad sobre mi proyecto de vida profesional, identificando mis fortalezas y las áreas en las que aún puedo seguir creciendo, con el objetivo de ejercer mi profesión de manera más consciente y preparada.

Flores Hernández Paulina Regina:

Este PAP fue de las primeras veces en las que realmente sentí que todo lo que he aprendido en la carrera sí tiene un uso real. Muchas cosas que veía en materias como manejo de información o modelo de negocios dejaron de ser solo teoría, porque aquí sí tuve que analizarlas, organizarlas y usarlas para tomar decisiones. También todo lo de plan de exportación hizo mucho sentido, sobre todo al momento de pensar en mercados, clientes potenciales y estrategias para que la empresa pudiera crecer hacia lo internacional.

Algo que me llevé mucho fue entender que en la vida profesional no todo es claro ni perfecto. Muchas veces tienes información incompleta y aun así tienes que sacar conclusiones, proponer ideas y confiar en tu análisis. Eso me ayudó a desarrollar más criterio y seguridad en lo que hago. También me gustó mucho ver cómo todo se conecta: finanzas, logística, estrategia, comercialización... nada funciona por separado. Entendí que el comercio internacional es totalmente integral y que necesitas ver el panorama completo para realmente aportar valor.

Además, conocer más a fondo el sector automotriz y ver cómo opera una empresa real me ayudó a aterrizar muchas cosas. Me hizo darme cuenta de los retos reales que existen y de

lo importante que es tener una estrategia bien pensada. Al final, este PAP me dejó más claro hacia dónde quiero ir profesionalmente, y me confirmó que sí me interesa estar en el mundo del comercio exterior, pero desde un enfoque más estratégico y analítico.

Gómez Gutiérrez Andrea Guadalupe:

Durante el desarrollo del proyecto con PIAMSA, reforcé diversas competencias profesionales tanto generales como profesionales. Entre las principales, creo que principalmente desarrollé habilidades de análisis y comunicación, pensamiento estratégico y toma de decisiones, al realizar diagnósticos empresariales y proponer estrategias de internacionalización.

En cuanto a mi formación en Comercio y Negocios Globales, reforcé conocimientos en investigación de mercados, clasificación arancelaria y prospección de clientes internacionales, lo que me ayudó mucho a entender de manera más práctica el proceso de exportación y lo que se necesita siempre para empezar un proyecto ya formal. Asimismo, el proyecto tuvo como habilidades externas a el comercio que de igual forma son bastante importantes, ya que integré conocimientos de áreas como administración, procesos productivos e ingeniería, lo cual fue clave para comprender tanto el producto como su comercialización.

Uno de los aprendizajes más importantes fue entender cómo el contexto económico, regulatorio y comercial influye en la toma de decisiones empresariales, especialmente en el comercio exterior. También puse a prueba habilidades como el trabajo en equipo, la organización y la comunicación profesional, que fueron esenciales para cumplir con los objetivos del proyecto. Además, quiero resaltar sobre todo la comunicación ya que tuve realmente poner a prueba mi manera de comunicarme y no con mi equipo sino con el empresario además la paciencia sin duda alguna.

Creo que sin duda alguna esta experiencia fortaleció mi interés por desarrollarme en el área de comercio internacional, al brindarme un acercamiento real al entorno empresarial y a los retos de la internacionalización.

Ruesga Sosa Logan:

Durante este proyecto, mi mayor reto fue mantener la paciencia, la formalidad y saber resolver conflictos. Trabajar con un director que constantemente cambiaba las cosas me obligó a adecuar mi comunicación y no perder el enfoque para entregar exactamente lo que el negocio necesitaba. Además, desde otras disciplinas, apliqué el análisis de mercado para evaluar nichos de exportación y me metí de lleno en la optimización de costos internacionales buscando proveedores directos para ser más competitivos.

El entorno también me dio un buen golpe de realidad: ver las manifestaciones y paros de agricultores me recordó cómo los problemas sociales encarecen y pegan directo en la cadena logística. También entendí que, con la Inteligencia Artificial avanzando tan rápido, nuestra verdadera ventaja como profesionistas es la intuición, el sentido humano y el razonamiento para hacer negocios. Para respaldar eso, puse a prueba saberes muy duros: normativa aduanera para padrones sectoriales, inteligencia comercial usando macrodatos, gestión de proveeduría filtrando molinos siderúrgicos, y traducción de especificaciones industriales a ventas.

Al final, este PAP fue clave para mi proyecto de vida porque me ayudó a desarrollar el músculo comercial que necesito para abrir fronteras. Analizar a la competencia y mapear rutas internacionales es exactamente la metodología que voy a aplicar para exportar mis propios productos, como el aguacate, a mercados de alta exigencia. Me ayudó a dar el salto de tener una visión operativa a una totalmente directiva, dándome la estructura y la claridad mental para liderar y escalar mis negocios en cualquier mercado que decida atacar.

- Aprendizajes sociales

Aguirre González María Regina:

A lo largo del proyecto, como equipo realmente pudimos aportar algo más que solo un trabajo académico, ya que lo que desarrollamos tenía un uso real dentro de la empresa. Al inicio no era tan claro el impacto que podíamos generar, pero conforme avanzamos entendí

que incluso pequeñas mejoras en la organización, en la forma de analizar información o en la toma de decisiones pueden influir en cómo funciona una empresa en su día a día.

Creo que una de las aportaciones más importantes fue justamente ayudar a estructurar mejor la información y a proponer ideas que pueden servir como base para decisiones futuras. Tal vez no todos los cambios se ven de inmediato, pero sí se logra dejar herramientas y propuestas que pueden generar mejoras con el tiempo. También se notó un cambio en la apertura de la empresa, ya que poco a poco hubo más disposición para escuchar nuestras ideas, lo cual habla de un impacto, aunque sea gradual.

En lo personal, esta experiencia me hizo darme cuenta de que sí soy capaz de participar en proyectos reales y adaptarme a lo que se necesita, aunque no todo salga como uno lo planea. También entendí que innovar no siempre significa hacer algo completamente nuevo, sino mejorar lo que ya existe de una manera más práctica y útil.

El principal beneficio se dio dentro de la empresa, pero también en nosotros como equipo, porque todo lo que aprendimos lo podemos aplicar en otros contextos. Creo que, si la empresa decide dar seguimiento a lo que se propuso, el impacto puede crecer aún más con el tiempo.

Después de vivir esto, cambió un poco mi forma de ver las cosas, porque entendí que el trabajo profesional no es perfecto ni ideal como en teoría, pero aun así tiene mucho valor cuando realmente aporta algo, aunque sea poco, al entorno en el que se aplica.

Flores Hernández Paulina Regina:

Antes de este PAP, no dimensionaba tanto cómo un proyecto empresarial puede tener impacto más allá de la empresa. Aquí entendí que lo que hicimos no solo se queda en un documento, sino que puede influir en decisiones que generen crecimiento, empleo y movimiento económico. Me hizo mucho sentido ver que apoyar a una empresa a estructurarse mejor o a buscar nuevos mercados también es una forma de aportar a la sociedad. No es un impacto inmediato ni visible siempre, pero sí es real.

También aprendí a pensar los proyectos con más intención: no solo hacerlos porque “hay que entregarlos”, sino preguntarme para qué sirven, a quién benefician y qué tan útiles pueden ser en la práctica. Eso cambió bastante mi forma de trabajar. Algo importante fue darme cuenta de que muchas veces el valor está en dejar bases bien hechas. Tal vez no ves resultados en el momento, pero sí estás construyendo algo que puede crecer después.

Este PAP también me hizo ver que como profesionalista sí puedo tener un impacto, aunque sea desde mi área. No todo tiene que ser algo social directo; también desde lo económico y empresarial se puede contribuir al desarrollo.

Gómez Gutiérrez Andrea Guadalupe:

Sin duda alguna creo que pude aportar a la empresa proponiendo ideas para que pudiera tener un buen proyecto de internacionalización. Esto no solo ayuda a la empresa, sino también a que haya más oportunidades de trabajo y movimiento económico.

Ahora me siento más capaz de organizar un proyecto, darle seguimiento y tomar decisiones pensando no solo en lo económico, sino también en el impacto que puede tener en la sociedad. Aprendí a ver si una idea realmente se puede aplicar en la vida real no solo porque uno quiera hacer las cosas, o porque crees que puedes hacerlo, porque no es como que solo tengas mal un proyecto sino ya son hechos reales que afecta a una empresa y no solo eso sino su comunidad.

También propusimos usar herramientas digitales y plataformas para buscar clientes en otros países, lo cual es una forma diferente y más actual de hacer negocios. El impacto más claro fue dejar bases para que la empresa pueda exportar en el futuro, aunque muchos resultados todavía no se ven porque dependen de que la empresa implemente las estrategias. Aun así, se espera que esto ayude a que la empresa crezca y genere más exportaciones y flujo económico.

El proyecto beneficia principalmente a la empresa y a sus trabajadores, pero también puede impactar en la economía local. Además, lo que aprendí se puede aplicar en otras empresas

y no solo que nos limitemos a un producto o empresa del mismo sector sino cualquier empresa.

La verdad este proyecto me hizo darme cuenta de que lo que hacen las empresas sí afecta a la sociedad, y ahora tengo una visión más clara de eso, además que no es solo un juego o sacar una calificación ya que tiene efectos más allá de solo reprobar una materia sino como dije antes ya son empresas y problemas reales de por medio.

Ruesga Sosa Logan:

Este proyecto transformó mi visión empresarial y me demostró que, con inteligencia de mercado y rigor técnico, tenemos todo el potencial para competir globalmente. Puse a prueba mi dominio de la normativa aduanera al estructurar altas en padrones sectoriales y clasificar aranceles. Para mí, esto no se queda en lo académico; es una ventaja operativa que me da la capacidad de tomar decisiones más estratégicas y llevar la logística de mi propia operación de transporte a un nivel mucho más competitivo.

Además, desarrollé un músculo analítico muy fuerte gracias a la inteligencia comercial. Aprender a exprimir plataformas de macrodatos para auditar a la competencia y prospectar miles de clientes globales es exactamente la metodología que necesito para abrir fronteras. Entender cómo navegar este nivel de exigencia comercial es la base perfecta para ejecutar mis planes de exportación agroindustrial hacia mercados complejos en Asia o Medio Oriente.

Aunque no evidencié el cierre de ventas internacionales finales, logré el impacto esperado: sentar las bases operativas para la reducción de costos y el aumento de la competitividad. Mi trabajo no solo impulsa la economía del país al fomentar la exportación, sino que beneficia directamente la estabilidad laboral de la empresa.

- Aprendizajes éticos

Aguirre González María Regina:

Una de las principales decisiones que tomé fue involucrarme de manera más activa en el análisis y la organización de la información, ya que identifiqué que era un área en la que podía aportar más valor. Decidí hacerlo no solo por cumplir, sino porque realmente quería entender lo que estábamos haciendo y no quedarme con lo superficial. Esto tuvo como consecuencia un mayor compromiso de mi parte, pero también me ayudó a desarrollar más seguridad en mis capacidades.

Otra decisión importante fue aprender a adaptarme a la forma de trabajo de la empresa y de las personas con las que colaboramos, incluso cuando no coincidía del todo con mi manera de hacer las cosas. Esto no siempre fue fácil, pero entendí que en un entorno real no todo se hace como uno quiere. Como resultado, pude mejorar mi forma de comunicarme, ser más paciente y encontrar la manera de trabajar mejor en equipo.

La experiencia vivida me invita a tomar mi profesión con mayor seriedad y conciencia, entendiendo que lo que hago puede tener un impacto real. Me lleva a querer seguir preparándome, pero también a confiar más en lo que sé hacer y en lo que puedo aportar en un entorno profesional.

Después de esta experiencia, me veo ejerciendo mi profesión de una manera más consciente, no solo enfocada en cumplir objetivos, sino en generar valor y hacer bien las cosas. Me gustaría trabajar para empresas donde realmente pueda aportar y crecer, pero también pensando en cómo mi trabajo puede impactar positivamente en las personas y en el entorno. Más que solo ejecutar, quiero ser una profesionalista que analiza, propone y se adapta, sin perder su criterio ni sus valores.

Flores Hernández Paulina Regina:

Durante el PAP hubo momentos en los que tuve que decidir cómo presentar la información o qué recomendaciones hacer, y ahí fue donde más noté la importancia de la ética. No se trataba de “decir lo que suena mejor”, sino de ser honestas con lo que realmente vimos en la empresa. A veces implicaba señalar áreas de mejora o cosas que no estaban tan bien estructuradas, pero entendí que eso también es parte de hacer un buen trabajo. Al final, si

no eres objetiva, lo que propones pierde valor. De igual manera aprendí a tener paciencia y escuchar lo que los empresarios esperaban de nosotros, y aunque fue un poco frustrante en un principio, a lo largo entendí que para ellos era algo muy importante que llevaban buscando mucho tiempo y simplemente era su miedo al cambio y la incertidumbre de no saber cómo saldría el proyecto.

También me hizo pensar en la responsabilidad que tenemos como profesionistas. Lo que analizamos y proponemos sí puede influir en decisiones reales, entonces no es algo que se pueda tomar a la ligera. Esta experiencia me dejó claro que quiero ejercer mi carrera de forma congruente, haciendo las cosas bien y siendo transparente, aunque a veces no sea lo más fácil.

Más que algo teórico, la ética aquí se volvió algo práctico, algo que realmente tienes que aplicar en cómo trabajas y en las decisiones que tomas.

Gómez Gutiérrez Andrea Guadalupe:

Tuve que tomar decisiones importantes junto con mi equipo porque si alguien dice que esto es un proyecto individual es totalmente mentira porque realmente trabajas en equipo y no solo con tus compañeros y maestros sino claramente con la empresa que es el principal interesado en el proyecto, como elegir qué estrategias eran más viables para la empresa y cómo presentar nuestras propuestas de forma clara y responsable. Estas decisiones las tomé pensando en que realmente fueran útiles para la empresa y no solo cumplir con el proyecto. Como consecuencia, logramos entregar un trabajo más completo y con propuestas que sí pueden aplicarse.

Esta experiencia me invita a ser más consciente del impacto que tiene mi trabajo profesional, ya que no solo se trata de hacer análisis por hacerlo, sino de proponer soluciones que puedan ayudar a las empresas y a las personas que dependen de ellas. También me hizo ver la importancia de actuar con responsabilidad, honestidad y compromiso en cada proyecto.

Después de esta experiencia, considero que quiero ejercer mi profesión de manera ética, aportando valor real a las empresas y buscando que mi trabajo también tenga un impacto positivo en la sociedad. Me gustaría trabajar en el área de comercio internacional, ayudando a las empresas a crecer, pero siempre actuando con responsabilidad y tomando decisiones bien fundamentadas.

Ruesga Sosa Logan:

En este PAP, la decisión más importante que tomé no fue llegar a intentar cambiar todo con fórmulas teóricas, sino algo mucho más básico y a la vez retador: detenerme a escuchar y entender realmente el negocio. Cuando entras a analizar una empresa, la responsabilidad ética es comprender cómo operan para darles opciones reales. Por ejemplo, cuando en PIAMSA nos plantearon la intención de importar, nuestra recomendación fue frenar un poco y estructurar primero su alta en el Padrón; y cuando hablaron de exportar, les sugerimos analizar a fondo a los clientes antes de moverse. No se trataba de imponer ideas, sino de darles rutas seguras.

A la par, otra decisión fundamental fue saber escuchar a nuestra maestra del PAP y apoyarnos en su experiencia. Un ejemplo clarísimo de esto fue con el tema de la proveeduría: gracias a su consejo y asesoría, entendimos que lo correcto era buscar directamente los molinos siderúrgicos en el extranjero. Escuchar atentamente nos permitió recomendar una ruta de importación ética, transparente y segura, garantizando la trazabilidad del acero desde su origen, en lugar de irnos por la salida fácil de buscar intermediarios dudosos.

Vivir este proceso me aterriza y me lanza a una conclusión muy clara: en los negocios, saber diagnosticar y tener la humildad de escuchar es tan importante como saber operar. Me invita a llevar esta misma disciplina a mis propios proyectos. A veces, con la urgencia del día a día y de sacar la operación adelante, uno toma decisiones aceleradas. Sin embargo, este proyecto me enseñó que la mejor estrategia siempre nace de hacer una pausa, analizar la situación real del negocio y escuchar a los que ya tienen más camino recorrido.

- Aprendizajes en lo personal

Aguirre González María Regina:

Para mí, este PAP fue un reto muy grande, ya que representó mi primer acercamiento a lo que será mi vida profesional al terminar la carrera. Al mismo tiempo, fue muy emocionante darme cuenta de que realmente me gusta lo que estoy estudiando, a pesar de todas las emociones y retos que viví durante el proyecto, los cuales fueron clave para mi desarrollo personal, social y profesional.

Esta experiencia me ayudó a conocerme mejor, ya que pude identificar en qué soy buena, como la investigación, el análisis, la coordinación y el cumplimiento. Pero también me hizo darme cuenta de que no siempre puedo tener el control de todo, y que es necesario aprender a seguir indicaciones, adaptarme y trabajar con otras personas, como fue el caso de mi equipo y los representantes de la empresa.

Asimismo, el PAP me permitió reconocer mejor a los demás y a la sociedad en un contexto más real. Entendí que cada persona tiene formas distintas de trabajar, comunicarse y tomar decisiones, y que no siempre será fácil, pero es parte del entorno laboral. Aprendí a tener más paciencia, a mejorar mi comunicación y a ser una persona amable, sin dejar de poner límites. Esto fue especialmente importante para mí, ya que implicó trabajar en mi carácter y en la manera en la que me relaciono con los demás.

También considero que esta experiencia me ayudó a convivir mejor en la diversidad, ya que tuve que adaptarme tanto a mi equipo como a personas externas, aprendiendo a encontrar puntos en común y formas de trabajar de manera más efectiva. Con el tiempo, esto permitió generar un mejor ambiente de trabajo y una relación más abierta, donde incluso hubo mayor confianza y libertad para opinar.

Finalmente, este proyecto me dejó aprendizajes muy importantes para mi vida profesional, ya que ahora tengo más claro que quiero ejercer mi carrera no solo cumpliendo con lo que se me pide, sino generando valor, tomando decisiones informadas y manteniendo siempre

una postura ética. Me llevo una visión más realista del mundo laboral y el compromiso de seguir creciendo tanto a nivel profesional como personal.

Flores Hernández Paulina Regina:

En lo personal, este PAP fue un proceso muy importante para conocerme mejor. Me di cuenta de cosas en las que soy buena, como analizar información y organizarme, pero también identifiqué áreas en las que necesito trabajar, como confiar más en mis ideas y tener mayor seguridad al momento de presentar mis trabajos.

También me ayudó mucho a aterrizar cómo es el mundo real. A veces en la carrera todo se ve más estructurado o ideal, pero aquí entendí que las cosas no siempre salen como planeas y que tienes que adaptarte constantemente. Esto lo viví especialmente cuando, después de presentar un plan de exportación, se nos indicó que en realidad se necesitaba un plan de importación completamente diferente. Esa experiencia me hizo darme cuenta de que los planes de trabajo, aunque estén bien definidos, pueden ser muy cambiantes y dependen de las necesidades del momento o de la toma de decisiones de quienes lideran.

El trabajo en equipo también fue clave. Aprendí a escuchar más, a ceder en ciertas situaciones y a construir en conjunto, incluso cuando no todos pensamos igual. Sin mencionar que realmente tuve muy buen equipo de trabajo ya que cada uno aportaba a su manera y el trabajo siempre fue muy fluido, equitativo y colaborativo. Creo que eso fue de lo más valioso del proceso. Además, esta experiencia me hizo reflexionar sobre lo que quiero para mi futuro, no solo en términos de en qué quiero trabajar, sino también en cómo quiero hacerlo y qué tipo de impacto quiero generar.

Siento que este PAP no solo me ayudó como estudiante, sino también como persona. Me dejó más claridad, más seguridad y una mayor conciencia de lo que implica salir al mundo profesional.

Gómez Gutiérrez Andrea Guadalupe:

Este trabajo tuvo una experiencia muy significativa en mi formación personal, académica y social. Me permitió conocerme mejor y reafirmar cualidades que ya tenía, como mi sentido de responsabilidad, además de fortalecer en cierta medida mi capacidad de liderazgo. A lo largo del proyecto, pude darme cuenta de que soy capaz de asumir compromisos importantes y cumplirlos, así como de aportar mis conocimientos de manera más segura y consciente.

Por otro lado, el PAP me ayudó a comprender mejor la importancia de la sociedad y de las personas con las que convivo. Desde un inicio entendí que, si el trabajo no se realizaba en equipo de forma adecuada, no sería posible cumplir con los objetivos en tiempo y forma. Esto reforzó mi idea de que la colaboración, la organización y el compromiso colectivo son fundamentales para lograr resultados exitosos. Asimismo, esta experiencia contribuyó a que aprendiera a convivir en un entorno de pluralidad y diversidad, respetando distintas formas de pensar, opiniones y maneras de trabajar. Esto me permitió ser más abierto y valorar que las diferencias entre las personas pueden enriquecer el proceso y mejorar los resultados finales.

Creo 100% el pap apporto de manera importante a mi proyecto de vida, ya que me dejó claro que la comunicación es una herramienta clave para una buena colaboración. Aprendí que expresar ideas de manera clara, escuchar a los demás y mantener un diálogo respetuoso facilita el trabajo en equipo y permite alcanzar metas de forma más eficiente, tanto en el ámbito académico como en el profesional.

Ruesga Sosa Logan:

En lo personal, este PAP me sirvió para analizarme. Como dueño de mi propio negocio de transporte, entiendo la necesidad de exigir que las cosas se hagan bien, pero este proyecto me enseñó a no ser cerrado ni inflexible. Me conocí como alguien dispuesto a hacer a un lado el ego, ser humilde y siempre escuchar las opiniones del nuevo talento para mejorar.

Allá afuera, me di cuenta de que tristemente somos una sociedad muy dominada por el egoísmo y el orgullo. Muchas veces cada quien jala por su lado, la gente vive encerrada en

su mundo (al grado de ni saludar) y por puro orgullo no aceptamos consejos ni ayuda. Sin embargo, aprender a convivir en la pluralidad aquí adentro fue otra historia. Trabajar con compañeros tan capaces e inteligentes, y escuchar la guía de nuestra maestra Montserrat, me demostró que cuando haces a un lado el ego y te abres a las ideas de otros, el trabajo fluye y se aprende muchísimo.

Para mi proyecto de vida, salgo de este último semestre con herramientas muy prácticas. Al ver que contactar clientes reales a través de plataformas y cámaras de comercio es totalmente viable, voy a aplicar esto directo para exportar mis propios productos, como aguacate y mango, y para otro proyecto de comercialización que estoy arrancando. A la par, sigo firme con mi empresa de transportes: enfocado en seguir aumentando mi flotilla y asegurarme siempre de cumplir con un trabajo de excelencia.

5. Conclusiones

Conclusión Empresa

Se logro identificar que Procesos Industriales Automotrices de México, S.A. de C.V. (PIAMSA) es una organización con una base sólida en términos de experiencia, capacidades técnicas y estructura organizacional, respaldada por más de 37 años en la industria automotriz. Su especialización en la manufactura de componentes de hule y hule-metal, así como su capacidad para desarrollar soluciones personalizadas, le otorgan una ventaja competitiva relevante dentro de su sector.

A nivel interno, la empresa cuenta con una estructura organizacional bien definida, con áreas estratégicas, operativas y de soporte claramente delimitadas, lo que favorece la eficiencia en sus procesos. Asimismo, dispone de fortalezas importantes en producción, finanzas e innovación, así como personal calificado y certificaciones que respaldan la calidad de sus productos.

Sin embargo, los resultados del diagnóstico empresarial evidencian que, aunque la empresa opera de manera funcional, existen áreas de oportunidad relacionadas con la formalización de procesos, la estandarización administrativa y el fortalecimiento de la cultura

organizacional. En este sentido, si bien la misión, visión y valores están definidos y son comprendidos por el personal, aún pueden reforzarse como herramientas estratégicas que orienten el crecimiento de la organización.

Por otra parte, el diagnóstico exportador muestra que PIAMSA cuenta con el potencial necesario para incursionar en mercados internacionales; no obstante, carece de una estrategia de exportación formal, de una definición clara de mercados objetivo y de herramientas estructuradas para la toma de decisiones en comercio exterior. Esta situación se ve reflejada también en la ausencia de un área o perfil especializado en internacionalización dentro de su estructura organizacional.

Adicionalmente, uno de los hallazgos más relevantes es la subutilización de su capacidad instalada, ya que la empresa opera aproximadamente al 5 %, lo cual limita su crecimiento actual, pero al mismo tiempo representa una oportunidad estratégica importante si se logra incrementar la demanda mediante la expansión comercial.

En conjunto, se concluye que PIAMSA se encuentra consolidada como organización, al contar con los recursos técnicos, operativos y humanos necesarios para su crecimiento; no obstante, requiere fortalecer su enfoque estratégico, especialmente en comercialización e internacionalización, para lograr un desarrollo sostenido y competitivo tanto a nivel nacional como internacional.

Conclusión catálogos de Insumos

El desarrollo de este apartado demuestra que el Catálogo de Insumos es una herramienta estratégica fundamental para la competitividad de PIAMSA, mucho más allá de ser un simple inventario técnico. En la exigente industria automotriz, conocer a profundidad el origen y las propiedades de cada material es indispensable para garantizar la calidad del producto final y cumplir con certificaciones críticas como la IATF 16949. Este estricto control documental es lo que asegura la trazabilidad absoluta que exigen las armadoras (OEMs) y los proveedores Tier 1, mitigando de manera significativa los riesgos de rechazos, auditorías fallidas o paros de línea.

A nivel comercial y de cadena de suministro, estandarizar las especificaciones de las materias primas empodera a la empresa para buscar y homologar a los mejores proveedores a nivel global. El dominio integral de esta información permite tomar decisiones fundamentadas para eliminar intermediarios que no aportan valor a la calidad, optimizar la logística aduanera y aprovechar los beneficios arancelarios de tratados internacionales como el T-MEC, consolidando así la rentabilidad y protegiendo los procesos de manufactura ante fluctuaciones del mercado.

Para maximizar el valor de esta gestión, se recomienda establecer revisiones periódicas del catálogo que permitan adaptarlo rápidamente a las innovaciones del sector y a los cambios en las regulaciones comerciales. Asimismo, es vital ejecutar un programa constante de diversificación de proveedores internacionales para garantizar la continuidad del abasto, a la par de impulsar la digitalización de la trazabilidad mediante sistemas integrados (como un ERP) que conecten en tiempo real a las áreas de compras, calidad y producción desde el momento en que cada insumo ingresa a la planta.

Conclusión mercado e intención exportadora

En conclusión, el análisis del mercado e intención exportadora del buje de suspensión evidencia que existe un amplio potencial de búsqueda en mercados internacionales dentro de la industria de autopartes. La identificación de más de 7,000 empresas distribuidas en distintas categorías relacionadas (distribución mayorista, fabricación de chasis, componentes de suspensión y refacciones) demuestra que el producto cuenta con múltiples oportunidades comerciales a nivel global.

Asimismo, el estudio confirma que el sector automotriz, particularmente el segmento de refacciones (aftermarket), mantiene una demanda constante debido a la necesidad continua de mantenimiento y reemplazo de piezas. Herramientas como Market Access e Import Genius permitieron no solo identificar clientes potenciales, sino también analizar el comportamiento real del comercio internacional, incluyendo competidores, rutas comerciales y patrones de compra.

Estos hallazgos reflejan que el buje de suspensión es un producto con viabilidad exportadora, siempre que se cumplan factores clave como calidad, precio competitivo y capacidad de suministro.

Conclusión vinculación institucional e incentivos para la internacionalización

PIAMSA cuenta con las capacidades operativas, certificaciones y nivel de madurez necesarios para avanzar en su proceso de internacionalización, permitiéndole enfocar su estrategia en el fortalecimiento de su capacidad instalada y en el posicionamiento comercial en mercados internacionales, más que en etapas iniciales de preparación. En este contexto, la identificación de apoyos como Impulso Mipymes Jalisco y Jalisco Exporta Más representa una oportunidad concreta para reducir barreras financieras y acelerar la validación del producto en mercados destino.

Asimismo, la vinculación con organismos clave como SEDECO, AMCHAM y el Clúster Automotriz de Jalisco integra a la empresa dentro de un ecosistema estratégico que facilita el acceso a redes empresariales, inteligencia de mercado y oportunidades de negocio tanto a nivel nacional como internacional. De manera complementaria, la incorporación de herramientas tecnológicas como Enterprise Europe Network e Import Genius fortalece la toma de decisiones basada en datos y profesionaliza la prospección comercial, reduciendo la incertidumbre y los riesgos asociados al proceso de expansión.

En conjunto, PIAMSA dispone de un entorno institucional y tecnológico favorable que, al ser gestionado de manera estratégica, le permitirá ejecutar un proceso de internacionalización estructurado, competitivo y sostenible en el largo plazo.

Conclusión validación proyecto de importación de acero

El presente análisis del proyecto de importación de acero para PIAMSA permite concluir que la viabilidad de la operación está directamente condicionada al cumplimiento integral del marco normativo en materia fiscal, aduanera y de comercio exterior. La correcta gestión del Padrón de Importadores General y del Padrón de Importadores de Sectores Específicos

(Sector 14: Siderúrgico) constituye un elemento crítico para asegurar la legalidad de las operaciones y evitar contingencias que puedan afectar la continuidad del flujo logístico.

De igual manera, la adecuada clasificación arancelaria de la mercancía, sustentada en sus características técnicas, no solo garantiza el cumplimiento regulatorio, sino que también permite una correcta determinación de contribuciones, así como la identificación de oportunidades derivadas de tratados comerciales aplicables.

En el ámbito operativo, la integración de agentes aduanales con cobertura estratégica y la diversificación de proveedores internacionales fortalecen la capacidad de respuesta de la empresa ante escenarios logísticos complejos, al tiempo que mitigan riesgos asociados a retrasos, incumplimientos o restricciones comerciales.

Finalmente, la selección de proveedores —priorizando molinos siderúrgicos reconocidos— responde a un enfoque estratégico orientado a asegurar la trazabilidad, calidad y cumplimiento de estándares internacionales, particularmente relevantes en la industria automotriz. En conjunto, estos elementos consolidan una base estructurada para la ejecución eficiente, segura y competitiva de las operaciones de importación de acero por parte de PIAMSA.

6. Bibliografía

American Chamber of Commerce of Mexico. (s.f.). Comités Guadalajara. <https://amcham.org.mx/comites-gdl/>

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2024). La función financiera: de la contabilidad a la dirección estratégica (Documento N.º 122). <https://aeca.es/wp-content/uploads/2024/01/m122.pdf>

Clúster Automotriz de Jalisco. (2026). Directorio de vinculación estratégica. <https://www.clautjalisco.org.mx/>

Database Consulting. (s.f.). Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (LIGIE) 2022[Consulta de dos clasificaciones arancelarias distintas]. Recuperado

el 7 de abril de 2026, de <https://databaseconsulting.mx/DBCC.nsf/Mapa-Externos?OpenForm&Login>

Drucker, P. F. (1999). Management challenges for the 21st century. Butterworth-Heinemann.

European Commission. (s.f.). Enterprise Europe Network. <https://een.ec.europa.eu>

Gobierno de Jalisco. (2026). Portal de gestión de apoyos. <https://misprogramas.jalisco.gob.mx/>

ImportGenius. (2025). Find buyers & leads with real-time trade data. <https://www.importgenius.com/find-buyers-trade-data>

International Trade Centre (ITC). (s.f.). Trade Map - Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Pérez López, J. (2022). Plan de exportación para la industria automotriz [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Baja California]. Repositorio Institucional de laUABC. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/server/api/core/bitstreams/04c72bbd-f805-44c0-8b82-122b454690ff/content>

Portal de Trámites y Servicios del SAT. (s.f.). <https://www.sat.gob.mx/portal/public/tramites/inscribete-padrones-rfc>

Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Jalisco (SEDECO). (s.f.). Secretaría de Desarrollo Económico. <https://sedeco.jalisco.gob.mx/>

Servicio de Administración Tributaria (SAT). (2020). Guía sector 14 siderúrgico: Padrón de importadores de sectores específicos. http://omawww.sat.gob.mx/padronimportadoresexportadores/paginas/documentos/GUI_A_SECTOR_14_SIDERURGICO_JULIO_2020.pdf

Sistema Nacional de Información de Comercio Exterior. (2024). Catálogo de molinos siderúrgicos. Secretaría de Economía.

https://www.snice.gob.mx/~oracle/SNICE_DOCS/CATALOGOMOLINO-SIDERURGICOS_20240415-20240415.pdf

Yo Exporto. (s.f.). Plataforma para aprender a exportar. <https://www.yoexporto.mx/>