

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“EXPERIENCIAS DE LA VINCULACIÓN EMPRESA, GOBIERNO Y UNIVERSIDAD Y DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS REALES PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE EXPORTACIÓN”

Autor: Andrea Pineda Ayala y Daniel Vega Flores

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:
ALEJANDRO CHIQUITO RUIZ**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**“EXPERIENCIAS DE LA VINCULACIÓN EMPRESA, GOBIERNO Y UNIVERSIDAD
Y DETERMINACIÓN DE REQUERIMIENTOS REALES PARA LA ELABORACIÓN
DE PROYECTOS DE EXPORTACIÓN”**

TESIS

Que para obtener el título de:

LICENCIADOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

Presenta:

ANDREA PINEDA AYALA Y DANIEL VEGA FLORES

Asesor:

ALEJANDRO CHIQUITO RUIZ Y LILA LISETH GOVEA DUEÑAS

No. De acuerdo LCI 100843 CLAVE 16PSU0011T

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia queremos agradecer a todas las personas que nos han acompañado en éste proceso de aprendizaje y vida; así como también a los que han sido una inspiración, un ejemplo y un apoyo incondicional.

A Dios.

Por la vida, por darnos el regalo de tener una familia increíble y amigos tan grandes, por finalizar nuestros estudios, habernos permitido llegar hasta este punto académico y habernos dado salud, para lograr todos los objetivos planteados, así como poner en nuestro camino a las personas adecuadas; por toda su protección, su bondad e infinito amor .

A nuestros padres

Por habernos dado la vida, apoyarnos, con su enseñanza, confianza, valores, fuerza y consejos, por la motivación constante que nos ha permitido ser personas de bien, pero más que nada, por su amor incondicional desde el inicio de nuestras vidas, así como también por los ejemplos de perseverancia y constancia en todo momento y por el valor mostrado para salir adelante, su esfuerzo, sacrificio y por su amor.

A nuestros hermanos

Por ser el ejemplo que forma parte de nuestras vidas, por brindarnos consejos, motivarnos en los momentos difíciles y brindarnos toda su ayuda en los momentos que más lo necesitábamos, gracias también por escucharnos, compartir su tiempo y seguir siendo el apoyo de las cosas que fueron fundamentales en la carrera, así como en los buenos y malos momentos que nos hacen más fuertes y unidos.

A nuestros maestros

Porque nos hacen mejores personas, algunos nos retaron inclusive a superarnos, nos enseñaron que no hay límites, pero siempre hay que seguir adelante y sacar lo mejor de las experiencias. Porque nos han hecho crecer en muchos aspectos, por su gran amistad, apoyo y su tiempo.

Al Licenciado Alejandro Chiquito Ruiz

Por su gran apoyo en el ámbito profesional y motivación para la finalización de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; así como también su apoyo en, sus conocimientos, que son muy valiosos para nosotros

A Lila Lisseth Govea Dueñas

Por esta oportunidad tan grande y gratificante, porque sus enseñanzas, su amistad, las herramientas y los valores nos hicieron ser mejores estudiantes y personas. Gracias por confiar en nosotros y en nuestras habilidades, pero sobre todo, por no dejarnos vencer nunca.

A nuestros amigos

Gracias a los que han estado con nosotros en nuestro proceso, su confianza, cariño, apoyo y sabiduría. Así como a todos aquellos que ya no están, pero nos han regalado enseñanzas y valor, han hecho de ésta experiencia universitaria algo maravilloso, en cada uno de nosotros prevalece el anhelo de ser exitosos.

Agradecimiento muy especial y por último a Daniel Vega Flores

Primero que nada por confiar en mí para poder llevar a cabo éste proyecto, por ser un compañero increíble, una persona única, por toda su confianza y apoyo a lo largo de la carrera, porque sé que cumpliremos todos nuestros sueños, no existen los límites sólo hay que confiar y seguir adelante. Con todo mi cariño y apoyo incondicional te agradezco infinitamente por todo Dany.

Agradecimiento muy especial para Andrea Pineda Ayala

Muchas gracias por ser parte de este maravilloso proyecto, ayudarme en las buenas y en las malas, así como también ser una excelente compañera. Eres una gran persona y todo el tiempo compartido contigo fue muy grato, me gusto trabajar contigo. Gracias por todo y te deseo éxito en las demás etapas de la vida. Muchas gracias Andy.

ÍNDICE

ANTECEDENTES.....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
OBJETIVOS.....	9
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	10
SUPUESTO	10
METODOLOGÍA	11
CAPITULO 1 EXPORTACIÓN.....	12
1.1.- Definición de exportación	12
1.1.1.- ¿Por qué se exporta?	12
1.1.2.- ¿Quién puede exportar?	13
1.2.-Beneficios de exportar.....	13
1.2.1.- Económicos.....	14
1.2.2.- Sociales	14
1.3.- Dificultades para exportar	15
CAPITULO 2 COMO INICIAR EN LAS EXPORTACIONES.....	17
2.1.- ¿Por dónde empezar?.....	17
2.2.- ¿Cómo encontrar información?	18
2.3.- ¿Qué tan seguro es exportar?	20
2.4.- Obstáculos a la exportación	22
2.4.1.- Regulaciones arancelarias	26
2.4.2.- Regulaciones y restricciones no arancelarias	27
CAPITULO 3 IMPORTANCIA DE UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN	29
3.1.- ¿Qué es un proyecto de exportación?	29
3.1.1.- Importancia para la empresa	31
3.1.2.- Temas	33
3.2.- ¿Cómo debe ser un proyecto de exportación?	35

3.2.1.- Sencillo	36
3.2.2.- Realista	38
3.2.3.-Congruente.....	40
CAPITULO 4 ¿PORQUE LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN?.....	42
4.1.- Seguridad para las empresas	42
4.1.1.- Fortalezas.....	43
4.1.2.- Debilidades	45
4.2.- Toma de decisiones.....	46
4.2.1.- Evaluar oportunidades	47
4.2.2.- Identificar riesgos	49
4.3.-Conocimiento de los programas de fomento al comercio exterior	52
CAPITULO 5 RELACIONES, GOBIERNO, UNIVERSIDAD Y EMPRESA	53
5.1.- Panorama de las empresas en Michoacán	53
5.1.1.- Antecedentes de los proyectos de exportación	60
5.2.- Conocimiento de la empresa antes de realizar un proyecto de exportación ...	62
5.2.1.- Capacidad de producción	63
5.2.2.- Precio de los productos.....	63
5.2.3.- Experiencia exportadora	63
5.3.- ¿Qué desea obtener el empresario en un proyecto de exportación?	64
5.4. Vinculación entre la empresa, universidad y gobierno.....	65
5.4.1.- Desarrollo de programas de ProMéxico.....	71
5.5.- Experiencias actuales de los proyectos de exportación	75
CONCLUSIONES	86
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	92

INTRODUCCIÓN

Un proyecto de exportación es una buena herramienta de la que puede hacer uso la empresa, le permite tener diversas opciones cuando quiere escoger un mercado en el exterior, también observa las ventajas y desventajas que pueden surgir en el extranjero. De modo que el empresario siempre tiene características propias de lo que quiere en un trabajo de investigación, con ello surgen los requerimientos reales que necesitan las empresas dentro de los proyectos de exportación.

El desconocimiento o la gran desvinculación que tiene el gobierno, las empresas y las universidades es un problema que no permite el desarrollo de los estudiantes en el mundo laboral, por lo que es difícil que consigan experiencia o puedan hacer uso de sus conocimientos en un proyecto de exportación real, cuando las tres partes se dan cuenta de sus necesidades, deciden trabajar en conjunto para poder solventarlas. Con el fin de mejorar y seguir creciendo, ya que son experiencias que con el tiempo rinden frutos y pueden ser aprovechadas en situaciones futuras en el ámbito del comercio exterior.

Con la vinculación que se está haciendo por parte de la Secretaría de Economía, en especial en el área de promoción al comercio exterior existen muchos beneficios para todas las partes involucradas, tenemos el caso del gobierno que promueve las exportaciones de productos mexicanos y ayuda a las empresas para que puedan seleccionar un mercado meta de acuerdo a sus necesidades, como segundo integrante se encuentran las universidades, las cuales se encargan de escoger a los estudiantes que tengan un perfil conveniente de acuerdo con el trabajo que vayan a realizar, los beneficios para las universidades son: promueven la buena formación de sus estudiantes, se adquiere prestigio y reconocimiento. Para el caso de los estudiantes se tiene lo siguiente: adquieren experiencia antes de salir de la carrera, demuestran todos sus conocimientos y aprenden de los demás, se diría que existe una retroalimentación y les genera un valor extracurricular muy bueno que pueden poner dentro de su currículum, esto les permite tener cierta ventaja en el momento de que vayan a pedir trabajo ya que representa una experiencia profesional.

Como sabemos actualmente la mayoría de las Pymes en México representan un importante papel dentro de la economía nacional ya que son las que más generan empleos, sin embargo estas empresas tienen características muy distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales de trabajo y financieros, pero aun así se les nota un espíritu emprendedor, con una alta predominancia en el mercado del comercio. Por lo que actualmente se han considerado algunas de ellas para realizar proyectos de exportación, en estos trabajos se puntualizan cuestiones más estadísticas y contactos con clientes en el exterior, pero de igual forma los trabajos que se hacen tienen la misma calidad y aportan una buena oportunidad para los empresarios.

Con los proyectos que se están realizando y los demás que vienen en los años siguientes se espera elevar las exportaciones en Michoacán, de todas las empresas que sea posible, especialmente en el sector agroindustrial para promover mayor valor agregado de los productos frescos y de los cuales el estado es líder de producción.

Las experiencias de los participantes en la vinculación del desarrollo de proyectos de exportación es importante y representa el trabajo de lo que se está realizando, por lo tanto, es importante mencionar sus resultados dentro de la siguiente tesis, porque los cambios se pueden hacer a través del punto de vista de los que participaron, así como también representan una buena investigación, basada en situaciones reales que los aspirantes tienen y por tal motivo es enriquecedora en el desarrollo del programa.

El siguiente trabajo es resultado de los esfuerzos de las tres entidades participantes en la realización de la vinculación propuesta por la Secretaría de Economía y que sigue su curso para fines del comercio exterior, apoyando a las pequeñas, medianas y grandes empresas en la realización de sus objetivos que son: crecimiento empresarial, búsqueda de mercados viables y una mayor ganancia. Con todo esto se pueden observar los esfuerzos que se están realizando y el empeño en el trabajo de la vinculación.

ANTECEDENTES

Las empresas se inician en el proceso de la exportación cuando quieren aumentar sus ganancias por lo que se tiende a buscar nuevas oportunidades en el mercado extranjero, para ello es necesario que se conozcan todos los pasos para que se pueda realizar una exportación exitosa, aquí es donde se utilizan todas las herramientas que nos ofrece el comercio exterior.

Las empresas precisan de expertos en la materia de comercio exterior, capaces de aportar ideas para la expansión y comercialización de sus productos, por lo que empresas como **CHOCOLATERA MOCTEZUMA, S.A. de C.V.**, **INDUSTRIAS JAFHER, S.A. de C.V.** y **TREOFAN DE MÉXICO, S.A. de C.V.**, se dieron a la tarea de utilizar programas a su alcance y recurrir a sus posibilidades para incursionarse en el mercado extranjero. Desde el 2012, el Gobierno Federal en aras de fomentar el comercio exterior, se ha vinculado por medio de la Secretaría de Economía en Michoacán con ProMéxico Michoacán, universidades y por último con empresas que han decidido aunarse a este tipo de actividades.

Con ello surgieron necesidades por parte de los empresarios ya que necesitaban exportar y hacer crecer sus negocios, así como también incrementar sus utilidades, el gobierno sabía que necesitaban de alguien que les pudiera ayudar en ese aspecto, y los estudiantes no contaban con experiencia profesional por lo que requerían algo bueno en su currículum, juntando la tres necesidades se empezó a llevar a cabo una vinculación entre empresa, gobierno y universidad. Con todo esto se cubrirían los intereses de los participantes.

Mediante este tipo de proyectos de exportación, las empresas se han visto beneficiadas mediante la correcta toma de decisiones, a través de las cuales se encuentra la elección de la plaza o bien, el mercado a exportar. La empresa **CHOCOLATERA MOCTEZUMA, S.A. de C.V.**, ubicada en Uruapan posicionó su posible mercado en Canadá. Otro ejemplo es **INDUSTRIAS JAFHER, S.A. de C.V.**, en Morelia que de la misma manera que como lo hizo la anterior, encontró viable el mercado de Guatemala.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

No existe una adecuada vinculación entre las universidades. En especial los estudiantes de la carrera de negocios internacionales con las empresas exportadoras y con las instancias de gobierno que promueven exportaciones, por lo que los esfuerzos son aislados, dispersos y sin el impacto que pudieran realmente alcanzar.

Analizar los requerimientos reales de las empresas dentro de los proyectos de exportación realizados por estudiantes universitarios de la ciudad de Morelia para las empresas que quieren expandirse y poder colocarse en el extranjero a través de un proyecto de exportación.

OBJETIVOS

General

Describir las características principales de los proyectos de exportación para que puedan obtenerse los requerimientos reales que necesitan los empresarios en dichos proyectos y proponer nuevas formas de trabajo para las instancias participantes.

Específicos

Analizar el posible trabajo entre las empresas, la universidad y el gobierno. Para fomentarlo.

Conocer la expansión que se logra a través de la vinculación entre el gobierno, las empresas y los universitarios.

Proporcionar elementos que permitan tomar decisiones en la empresa, la universidad y el gobierno, con la finalidad de hacer eficiente sus actividades.

Presentar las opiniones de los estudiantes que han participado en la vinculación de la universidad, gobierno y empresas, para poder observar el desempeño que se está teniendo.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los principales requerimientos dentro de los proyectos de exportación?

¿Cuáles son los principales factores económicos que obtienen las empresas con los proyectos de exportación?

¿Cuáles son los principales factores que se obtienen en la realización de tales proyectos por parte de la universidad, el gobierno y la empresa privada?

¿Qué tanto se ha logrado la expansión de nuevos mercados a través de la vinculación que se ha hecho? Y ¿Cuáles han sido las experiencias de los participantes?

¿Qué pretende una vinculación entre la empresa, gobierno y universidad?

¿Cuáles son los resultados de la vinculación entre la empresa, gobierno y universidad?

¿Qué se espera de la vinculación entre la empresa, gobierno y universidad en los siguientes proyectos que se realicen?

¿Cuáles son las experiencias que se presentan dentro de la vinculación realizada entre la empresa, universidad y gobierno?

SUPUESTO

Las empresas exportadoras o las que apenas se inician en el comercio exterior del estado de Michoacán podrían verse beneficiadas con los proyectos de exportación que realizan los estudiantes de las carreras de comercio internacional, negocios internacionales y relaciones comerciales, a través de la vinculación que hace el gobierno, universidad y empresa, todo ello con la idea de investigar, compartir las experiencias de lo que se ha venido realizando y de los próximos proyectos que están por venir dentro de las tres entidades participantes.

METODOLOGÍA

El enfoque utilizado será el cualitativo ya que el siguiente trabajo de investigación pretende analizar el comportamiento de los sucesos que puedan presentarse para distintos entes que intervienen en el proceso de la expansión de mercados, precisando los requerimientos reales e indispensables para las empresas con la realización de proyectos de exportación y con ello poder establecer parámetros en el aumento económico tanto a las empresas como de manera macroeconómica con el fin de lograr la consolidación exitosa de la exportación observando fenómenos para plasmarlos dentro de la investigación y de ésta manera puedan tomarse las decisiones óptimas para su empresa.

En la siguiente investigación los alcances que surgen son los descriptivos y explicativos. La razón por la cual se utilizan los descriptivos es para estudiar si existirán exportaciones con los proyectos que se realizaron, así como mencionar los requerimientos que en verdad necesitan las empresas y en los que más comúnmente se enfocan dichas entidades para trabajar aspectos que generen una visión más clara y rápida de lo que se desea hacer. La segunda será la explicativa, en donde se explicará el resultado obtenido de la investigación realizada, así como de las herramientas que se usan en el comercio exterior por las empresas que participan en la realización de estos proyectos.

Las herramientas para obtener los datos requeridos para la investigación serán las fuentes primarias en donde se harán dos entrevistas a los expertos de la materia como lo son funcionarios del Gobierno Federal dentro de la Secretaría de Economía, así como a ProMéxico y otras dos encuestas para estudiantes en donde podremos obtener su comentario y su percepción de la vinculación que existe en el logro de saber los requerimientos de las empresas. Las secundarias las cuales serán: libros, revistas, páginas del gobierno nacional e internacional y documentales relacionados con el tema y por último las terciarias serán aquellas que ya están evaluadas y tengan una validez lo suficientemente sustentable como lo son ProMéxico y Secretaría de Economía.

CAPITULO 1 EXPORTACIÓN

1.1.- Definición de exportación

La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global (Alejandro E. Lerma Kirchner 2010). De este modo se entiende que la exportación es la comercialización de bienes o servicios de un país a otro, así como también a la salida de capitales al mercado exterior y es muy común que se le denomine así a todos los ingresos que recibe un país por el concepto de venta de todos aquellos productos que sean tangibles o intangibles.

1.1.1.- ¿Por qué se exporta?

La mayoría de las veces se tiene un objetivo claro que nos puede guiar a lo que realmente buscamos, entre las empresas podemos observar que les surgen diferentes necesidades, para lo cual, necesitan cubrirlas para seguir avanzando y ser competitivas en cualquier parte del mundo, entre las cuales se presentan las siguientes:

- a) Necesidad de incrementar sus ganancias.
- b) Necesidad de incrementar el volumen de producción.
- c) Necesidad de hacer crecer su negocio.

Podemos observar que estas necesidades empujan a las empresas a exportar ya que se logra un beneficio que podría perdurar por años y que los mantiene en posibilidades de aumentar sus ganancias.

Hoy en día las empresas se mantienen en constante evolución por que tienden a modernizarse e innovar, ya que si no lo hacen, no resultan competitivas y la competencia las puede desplazar.

1.1.2.- ¿Quién puede exportar?

Como vemos anteriormente la exportación es un proceso que nos beneficia, por lo tanto, todas las personas que tengan una mercancía o servicio que puedan ofrecer al exterior se deben de incursionar en este proceso para lograr mejoras en su negocio y mantenerse en constante crecimiento y ahí se deben aprovechar todos los medios necesarios para poder alcanzar el objetivo esperado y lo más importante acercarse a las dependencias de gobierno para que los ayuden en la obtención de algún financiamiento y los puedan orientar de manera específica a lo que desean lograr, de modo que todos los que tengan el deseo y perseverancia de obtener beneficios deben de incursionarse en este proyecto de exportación ya que lo pueden hacer las personas físicas y morales que tengan el deseo de expandirse hacia otros mercados en el extranjero y que a través de ello logren aumentar sus utilidades.

1.2.-Beneficios de exportar

Las razones por las que se exporta pueden ser distintas pero al final de todo siempre se busca obtener un beneficio, ya sea de diferente índole donde encontramos que suelen ser económicos y sociales.

La empresa en forma continua de obtener beneficios que en este caso son utilidades, es capaz de exportar a mercados diversificados obteniendo beneficios con el apoyo normal de su administración, no tiene por qué temer a una rebaja arancelaria o a una franquicia arancelaria total en su país que permita a la competencia extranjera introducirse en su mercado. La compañía exportadora que ha demostrado que puede superar a la competencia extranjera en los mercados exteriores, con mayor facilidad podrá defenderse de ella en su propio mercado nacional. Al examinarse este concepto vemos que la exportación es una fórmula para asegurar el futuro de la empresa y un seguro de vida contra la continua amenaza de cambio (Mercado, Comercio Internacional II 2006). Demostrando una vez más que tan conveniente resulta llevar a cabo dicho proceso, se obtienen los siguientes beneficios en la exportación, los cuales se enumeran a continuación y representan la importancia que tienen para los empresarios.

1.2.1.- Económicos

Los beneficios económicos son los más buscados por las empresas y brindan una buena experiencia y confianza en el mundo de los negocios, ya que todo aquello que sea rentable inspira un deseo de perseverancia y optimismo. Con ello podemos añadir que les brinda confort y seguimiento en el proceso de exportación que realizaron. En tal sentido las empresas se benefician de forma que pueden generar ventajas económicas, lo que provoca una disminución en los costos de producción del producto y un mayor aprovechamiento de las instalaciones existentes, de esta manera se obtiene un mayor margen de ganancia en la venta del producto, se obtiene la posibilidad de conseguir precios más rentables en la venta, debido a la mayor demanda del producto y de los ingresos de la población en los mercados de destino, también implica una demanda para la producción de bienes, y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general así como también de los exportadores.

1.2.2.- Sociales

Exportar permite diversificar riesgos frente a los mercados nacionales que se encuentran inestables en cuanto a precio, situación política y competencia ya que esto ayuda para el caso de amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos, los cuales son: el aumento de los precios en los productos, el desempleo y el poco sustento económico que se ve reflejado en la calidad de vida de las personas donde empeoran y con ello no pueden comprar lo que necesitan.

Entre las cuestiones macroeconómicas (situaciones económicas globales que se relacionan con el comercio exterior) vemos que para cualquier País el resultado esperado es positivo, en lo que se refiere a la balanza comercial que es el registro de las exportaciones e importaciones que hace una región durante determinado periodo de tiempo, cuenta corriente es aquella que resume el flujo de todos los bienes, servicios, ingresos y pagos desde y hacia la república y de pagos, la cual es la contabilidad detallada de todas las mercancías que ingresan y se extraen del lugar de origen.

1.3.- Dificultades para exportar

La mayoría de las empresas mexicanas tienen problemas uno de tantos es el desconocimiento de los mecanismos financieros que sirven para cubrir cualquier riesgo dentro de la exportación y del mercado de destino.

Algunas de las empresas son familiares y resultan desorganizadas el hecho es el de no manejarse bajo un esquema organizacional corporativo, no buscan opciones en otros mercados y pierden las esperanzas cuando los financiamientos tardan o no se brindan los recursos que quieren. Todo ello da lugar a que los empresarios piensen que no tienen otra opción más que aceptar créditos con altas tasas de interés difíciles de cubrir en el plazo de su vigencia, otra dificultad es la de no conocer el mercado de destino y mucho menos el tipo de cliente, algunas veces no se toma en cuenta el aspecto social, económico y político del país a donde se llevaran los bienes o servicios, todo es fundamental y de ser considerado desde el inicio de expansión, los resultados que se pueden esperar cuando estos puntos son tomados a la ligera es un fracaso total, de lo contrario si se muestra interés y se busca información de lo referido anteriormente se obtendrá una mayor posibilidad de tener éxito y no convertirse en la primera exportación que se realice, si no, en el empiezo de realizar más exportaciones con el paso del tiempo.

El desconocimiento de los canales de distribución es un reto más que se debe afrontar ya que es necesario saber las ventajas y desventajas que nos ofrece cada uno.

El resultado es distinto y se puede observar en las diferentes maneras de exportación, como son las directas y las indirectas. Las primeras requieren de un mayor trabajo, utilidad y una gran inversión en infraestructura ya que el manejo de las operaciones que proceden a la entrega del producto hasta el cliente lo realiza la propia empresa, pero requiere muchos puntos de venta, almacenamiento y arribo de mercancías para después depositarlos en los puntos de venta. Las segundas son más fáciles y más rentables por generar un ahorro de tiempo en trámites y

localización de los puntos de despacho o comercialización, pero las ganancias resultan menores, el motivo es la dependencia que hay hacia terceros.

La identificación de problemas suele tener un gran impacto en el futuro y resulta positivo, para ello hay que señalar que el producto sea competitivo en cuanto a calidad y precio, así como también ofrecer un valor extra que lo haga sobresalir de los demás ya sea un servicio adicional o un porcentaje más de producto dirigido hacia el consumidor.

Por último tenemos barreras de diferentes tipos que impiden una movilización más rápida, pero que se deben cumplir para que la mercancía pueda estar en otro país, entre las que se tienen las siguientes:

1.-Barreras fiscales; son los impuestos que se deben pagar en el país de destino por la entrada de una mercancía extranjera. El nivel de impuestos varía enormemente de un territorio a otro de acuerdo a los convenios o tratados de los que forman parte, y dentro de esa nación un producto de otro, lo cual hace que el precio aumente y llegue a ser invendible.

2.-Barreras cuantitativas; destacan los límites en el volumen que puede ser importado de diversas mercancías, con el fin de tratar de establecer ciertos límites y defender su industria nacional, por lo tanto para este tipo de barreras existen cupos, los cuales son establecidos por el gobierno y hacen una mejor competencia para todos de esta manera, todos los productos resultan competitivos y siguen los lineamientos establecidos por el país de origen, que es el que dictamina las reglas para que todo se pueda concretar.

3.-Barreras técnicas; es exigido por los importadores o el gobierno del territorio en donde se van a depositar las mercancías, las cuales son las relacionadas con la seguridad, salud, y calidad del producto. A veces esto es utilizado para defender sus mercados nacionales de la competencia de productos extranjeros.

4.-Barreras medioambientales; cumplimiento de ciertas normas que ayudan a la conservación del medioambiente y que suele retrasar a la exportación.

CAPITULO 2 COMO INICIAR EN LAS EXPORTACIONES

2.1.- ¿Por dónde empezar?

Lo primero que debe plantearse el empresario es un objetivo y una visión muy clara para poder realizar cada meta que se proponga y de esta manera tendrá un mayor número de oportunidades en la toma de decisiones, también es importante el buscar información que ayude en el fortalecimiento de las ideas y puedan concretarse de un modo: más rápido, fácil y seguro. Teniendo en consideración una buena estructura de lo que se desea, sería prudente ampliar el criterio de la búsqueda para poder implementar mejoras que sigan con su plan y retroalimentarse en el caso del surgimiento de algunas dudas, seguir en la búsqueda de alternativas que propicien a buenos resultados es definitivamente un paso que requiere tiempo, dedicación y disciplina, pero al final se obtienen respuestas y consecuentemente se refleja en el logro de lo que se venía planteando desde antes.

El diseño de una estrategia de exportación puede ayudar a los gerentes a evitar los costos producidos por algunos errores, incluso determina oportunidades existentes en el exterior, lo cual ayudaría de buena forma a decidir lo más conveniente. Una estrategia exitosa de exportación debe tomar en cuenta cada elemento de la cadena de transacción (John Day Daniels 2007). Por lo que la gerencia debe tener considerados los siguientes puntos que involucran dicho proceso los cuales son:

- 1.- Evaluar el potencial de exportación de la empresa examinando sus oportunidades y recursos.
- 2.- Obtener asesoría experta en exportación.
- 3.- Seleccionar un mercado o mercados.
- 4.- Formular e implantar una estrategia de exportación.

2.2.- ¿Cómo encontrar información?

Tal como encontrar un libro en una biblioteca sin un catálogo de tarjeta es casi imposible, encontrar un sitio web en internet sin un buen índice también es casi imposible. Por suerte, Internet Explorer le permite tener acceso a un índice, conocido como motor de búsqueda, a través del recuadro Search en la esquina superior derecha. Escriba unas palabras en el recuadro Search acerca de lo que está buscando y presione Enter. Internet Explorer despacha su búsqueda a Windows Live, el propio motor de búsqueda y con ello usted puede agregar una variedad de motores de búsqueda en donde podrá realizar consultas a través de libros, revistas, artículos y CD's (Rathbone 2007).

Como vemos anteriormente se utilizan pasos muy sencillos para empezar a navegar en internet por lo que toda información es de gran utilidad y la podemos encontrar en libros, revistas, periódicos e internet, es aquí donde se da una serie de problemas ya que cada medio de información proporciona valiosos argumentos que resultan desactualizados como en el caso de los libros donde hallamos publicaciones de años anteriores, en esta parte hay que cuidar las fechas porque los datos anteriores nos pueden ser de utilidad aunque solo para hacer una referencia o para observar el comportamiento de algún factor en específico. Las revistas son un poco más viables pero con poca información y a veces se necesita profundidad en el tema de igual manera suele pasar en los periódicos por lo tanto es necesario investigar en otro lado, lo que pasa con las búsquedas de internet es el problema de saber si lo que está en dichas páginas tiene la verdad. Entonces debemos cerciorarnos a través de diferentes recursos que nos ofrece la tecnología y hacer uso de ellos lo mejor que se pueda. Como sabemos esta herramienta es muy utilizada y se debe manejar de manera correcta para encontrar lo que buscamos.

La búsqueda de fuentes de información es importante y confiable en internet, también un ejercicio cada vez más complejo y que lleva mucho tiempo. A causa de la saturación de información en los buscadores como Google, yahoo, ask, etc. Las páginas web que contienen la información más importante no son necesariamente

las más visibles. Esto representa una dificultad para los profesionales que buscan información de confianza para sustentar una argumentación, realizar presentaciones, organizar cursos y obtener recursos o herramientas que de alguna manera puedan llevar a cabo lo planeado. Sin embargo, existe un conjunto de instrumentos que da acceso a todo tipo de documentos de referencia, y regularmente actualizados, en varias opciones técnicas. Entonces ¿Cómo buscar y encontrar información verídica de importancia?

Muchas veces encontrar la información que nosotros queremos no resulta fácil, por lo regular no encontramos lo que queremos y puede llevarnos mucho tiempo. Dicho lo anterior tenemos que ser precisos, para lo cual es necesario recurrir a las bibliotecas online donde encontramos: referencias técnicas y bibliográficas de calidad, en donde tenemos un acceso gratuito a millones de documentos (libros, vídeos, fotos) de fuentes reconocidas y fiables, y sobre un conjunto de temas científicos, técnicos o de ciencias humanas. Regularmente se encuentran actualizados, lo que permite un mayor dominio en la búsqueda.

Las páginas de información que ofrece el gobierno son útiles para encontrar indicadores financieros, notas que sirvan en relación al tema de investigación, propuestas, noticias de interés nacional o mundial. Se tiene que ser cuidadoso, leer detenidamente y comparar con otras páginas el resultado que cada una nos informa, obteniendo los datos necesarios para la investigación se deben guardar junto con la fecha en la que se realizó la búsqueda, con ello sabremos de cuanto fue la diferencia en caso de que tengamos variables muy diferentes con la nueva actualización. Dicho lo anterior se podrán realizar cálculos y se podrá decidir por lo que más le convenga.

Para poder encontrar información verídica se necesita buscar en las fuentes primarias, que son: las entrevistas y las encuestas de las entidades participantes en la investigación, así como también en fuentes secundarias que son: libros, revistas, documentales y páginas de internet que sean de uso gubernamental para que puedan proporcionar datos específicos a lo que se está desarrollando y se está trabajando.

2.3.- ¿Qué tan seguro es exportar?

Existen dos tipos de seguros que se usan con mucha frecuencia en las exportaciones. El primer tipo cubre el transporte de productos. Las malas condiciones climáticas, el manejo rudo de las empresas de transporte y otros peligros para los embarques, hacen que el seguro sea una protección importante para los exportadores. El segundo tipo de seguro cubre el riesgo político comercial y cambiario (John Day Daniels 2007).

Con esto es importante recabar toda la información posible que nos ayude a contrarrestar estas circunstancias y empezar con el proceso de exportación y la investigación de potenciales mercados, se necesita poder determinar si la empresa está en condiciones de exportar, lo que implica: evaluar costos, capacidad de producción, demanda interna, empaque, embalaje entre otras especificaciones del producto. Además es aconsejable que los empresarios tengan en cuenta las siguientes dimensiones fundamentales para poder concretar los pasos requeridos, tanto en el mercado interno como externo:

a) Planeación estratégica: El empresario debe preguntarse hacia dónde va, si tiene la seguridad, certeza de lo que se quiere lograr y bajo que costo ya que debe de estar seguro de lo que realizará, así que debe de plantearse un objetivo y la dirección que está dispuesto a tomar.

b) Gestión de procesos: En cuanto a la gestión se deben realizar ciertas preguntas que ayuden a determinar las condiciones que tiene la empresa para observar si es competente en el extranjero las cuales son: ¿Cómo se hacen las cosas dentro de su organización?, ¿Cómo se manejan los procesos en la empresa?, ¿Se tienen los recursos y las condiciones necesarias en el direccionamiento que se plantea?

c) Organización: ¿Que tan disciplinado es mi grupo de trabajo?, demostrar la confianza ante todo, tener el presupuesto conveniente que se requiera en el proceso y que resulte de pequeños inconvenientes, que se pueda solventar cualquier gasto.

Además de las dimensiones presentadas anteriormente se debe tener bien identificado el producto que el exportador desea vender ya que con ello se obtiene la capacidad de producción que se utiliza y la que no, por lo tanto sería una gran variable que ayudaría en el incremento de la producción, abastecer la demanda y no generar pérdidas.

Si la empresa tiene totalmente ocupada su capacidad productiva y no dispone de medios financieros para ampliarla no tiene sentido plantearse en ese momento la exportación ya que no va a ser capaz de atender la nueva demanda, si cuenta con capacidad logística: no es lo mismo para una empresa atender un mercado regional a uno que sea nacional, ya que debe ser capaz de lograr eficazmente el envío de sus productos a un mercado extranjero situado a miles de kilómetros.

Lo último que se debe considerar dentro de un proceso tan largo, es el hecho de los impuestos que se deben pagar por destinar la mercancía hacia el extranjero, ya que como vemos en el caso de las exportaciones, el país no te cobra impuestos a menos de que sean mercancías especiales que si necesitan de una cuota para poder salir del territorio nacional, por lo tanto en el mercado de destino se debe de investigar los precios que se deben pagar, los impuestos que cubrirán en el momento de la llegada de la mercancía. De este modo se podrá asegurar el intercambio comercial y se verá lo conveniente que es llevar al extranjero la mercancía, si no es posible hay que buscar más oportunidades que nos puedan facilitar todo este proceso y nos ayude a disminuir costos. Lo cuál sería bastante bueno y se podría pensar en negociaciones a largo plazo.

Siempre se presentaran riesgos en las exportaciones, así que hay que estar preparados para la situación que se presente en el transcurso de la exportación, ya que con la información que contemos, será la que nos ayude a poder salir de problemas y seguir de manera adecuada hasta el final de la meta, en este caso sería el resultado de las exportaciones y llegar a otro mercado meta en el cual se puedan introducir los productos y que todo esto genere un incremento en las utilidades de los exportadores.

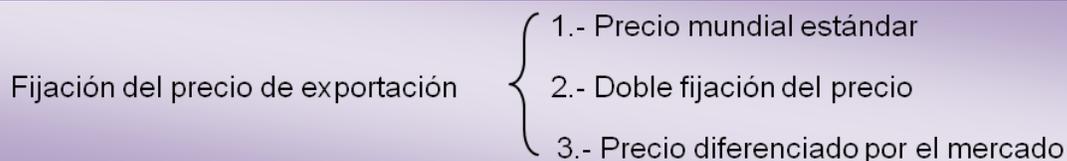
2.4.- Obstáculos a la exportación

El ingreso del producto a un país impone el respeto de sus legislaciones y reglamentos. Igualmente, el producto debe ser adaptado a las preferencias y exigencias de los consumidores del país de destino, y pueden ser muy diferentes a las de los consumidores del país de origen. La distancia impone nuevos modos de transporte para el producto, aumentando los plazos entre producción y entrega al usuario final y, en consecuencia, las necesidades financieras. Exige esfuerzos para conservar la calidad de los productos. (Programa Cooperativo de Desarrollo Agroindustrial Rural (Costa Rica), Strategies and Tools against Social Exclusion and Poverty (Program), PROCOMERCIO., International Labour Office 1999). Las dificultades para poder exportar son altas y hay que considerar cada elemento que se presente.

Entre los tipos de obstáculos más comunes que se encuentran en el proceso de la exportación podemos enunciar los más comunes ya sea por el producto, precio, plaza y promoción. En gran medida se debe a la falta de conocimiento del mercado en el que se va incursionar, por lo que es de suma importancia considerar, estos tres factores que pueden presentar una ventaja si se analizan y se estudian de manera adecuada en el país de destino.

A) Precio

Uno de los aspectos preocupantes del empresario en la mezcla de mercadotecnia internacional es la fijación del precio del producto.



(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001).

1.- El objetivo de la disminución gradual es lograr un ingreso alto en un periodo de tiempo corto.

2.- Si en el mercado meta ya existen productos similares, se aplica la fijación del precio con base en el valor del mercado.

3.- La técnica de fijación de precio con base en la penetración del producto se usa cuando el producto es ofrecido a un precio bajo, con el fin de generar ventas de volumen y lograr con esto una participación de mercado alta, lo cual compensaría un precio bajo por una unidad.

B) Producto

Cuando hablamos de un producto, sea tangible o intangible, no sólo hablamos de un artículo físico, sino de todo un grupo de beneficios que recibe el comprador. Los atributos físicos del producto pueden ocasionar también rechazo del mismo. Dentro de los atributos físicos de un producto podemos destacar tres dimensiones:



(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001)

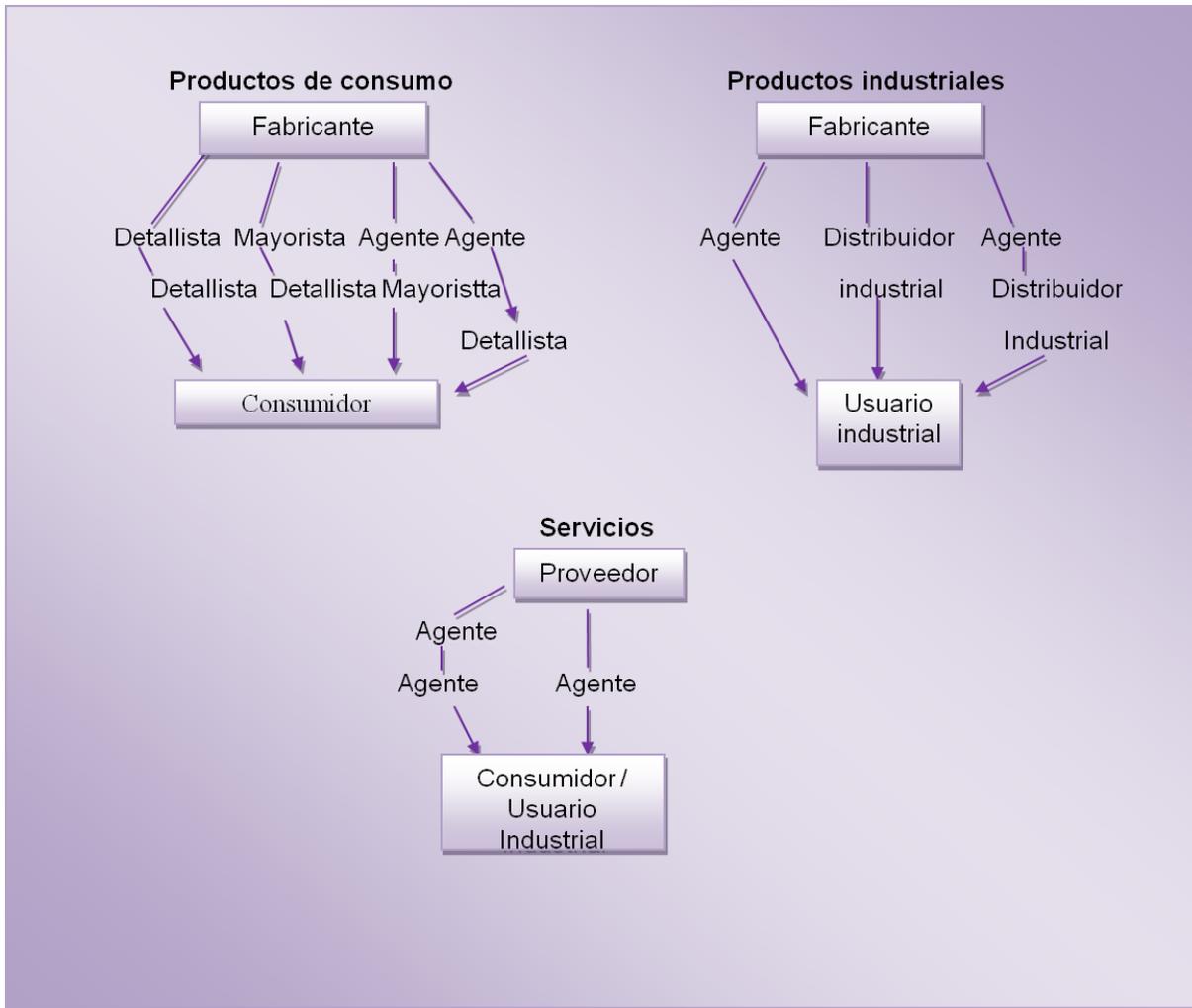
1.- Los componentes básicos de un producto son el producto físico como tal, el diseño y sus características funcionales.

2.- El envase se compone de una serie de elementos entre los que destacan la forma, la etiqueta, la imagen, la marca, la calidad.

3.- La última dimensión a considerar son los componentes del servicio de apoyo del producto. Entre estos destacan la garantía, instalación, refacciones, reparación y mantenimiento.

C) Plaza

En este punto se debe precisar la importancia que tienen los canales de distribución a nivel internacional ya que son los medios que sirven de enlace para que el producto llegue hasta el consumidor ya sea final o industrial.



(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001)

D) Promoción

Existen diferentes estrategias para promocionar los productos de la empresa como las ventas personales, la publicidad, ferias internacionales, promoción de ventas, mercadotecnia directa (correo directo, correo electrónico, venta puerta a puerta), giras de negocios, visitas empresariales. (Banco Nacional de Comercio Exterior 2001).

Los obstáculos vistos anteriormente hacen referencia a las 4ps que son utilizadas en mercadotecnia y que son realmente útiles cuando se quiere abrir un negocio, en cuanto a la diversificación resulta benéfico, permite estar preparado en el momento

de incursionar en un nuevo terreno, ya que al empresario lo ayuda a tomar medidas antes de que su negociación sea llevada a cabo.

Las 4ps afectan de manera directa al exportador y más cuando está iniciando con su primera exportación, en cuanto al producto observamos que a lo mejor no se tiene claro el producto a exportar por la diversidad de mercancías que produce la empresa o también el no poder adaptar cierta mercancía a los requerimientos del mercado internacional, así como no responder a las cantidades solicitadas por el cliente y no cumplir con la calidad y entrega a tiempo de lo acordado.

En lo referente al precio, hallamos ciertos factores tales como el no ser competitivos en el exterior a causa de que no se estudia a la competencia, lo cual perjudica en la adquisición del producto y de este modo no se vende, otro factor son los costos de elaboración y producción de un determinado bien y los gastos que se realizarán por el traslado de un lugar a otro ya sean por el transporte, documentación o diversos requerimientos que pida el cliente en el producto.

En la plaza es necesario conocer lo que nos ofrece el lugar en el cual vamos a depositar lo que queremos vender, en este caso se tendrán que estudiar los canales de distribución más adecuados que puedan ser factibles para la empresa y que puedan formar una buena logística para el transcurso de la mercancía, de este modo se tendrá un mejor movimiento de las mercancías ya que estarán en el lugar correcto y en el tiempo adecuado hasta el punto de entrega, convenido por parte del exportador e importador.

En cuanto al desarrollo de la exportación, si no se piensa en un buen canal de distribución las oportunidades de ser eficaz se vendrán abajo por lo tanto el escoger el proyecto viable se convertirá en una buena relación con el cliente y los intermediarios, otro obstáculo es la falta de conocimiento de la mejor forma de realizar contratos, se necesita indagar en este punto para buscar el mejor trato y el acuerdo más conveniente que beneficie a la empresa en el transcurso de la comercialización de bienes o servicios.

En el último paso lo que impide un buen desarrollo de la exportación se denomina promoción, es importante por el hecho de implementar una serie de recursos que ayuden a dar publicidad y conocimiento de lo que se va ofrecer en un mercado diferente, de igual manera hay que estar conscientes de los medios utilizados en el país de destino para no incurrir en algún problema, sin embargo cuando se identifican los medios más usuales se podrá tener una mayor garantía en la venta de dicho bien.

En la mercadotecnia de exportación, la empresa debe concentrarse en la adecuación de los productos y comenzar las operaciones de exportación como una oportunidad de desarrollo de su estrategia domestica. Debido a que el movimiento de mercancías a través de las fronteras nacionales, es la mayor parte de la estrategia de exportación de una empresa, se requiere todo el soporte técnico en cuanto a logística se refiere (Banco Nacional de Comercio Exterior 2001).

Los impedimentos señalados anteriormente no son los únicos que deben contemplarse ya que también existen otros que forman una serie de barreras, dichos obstáculos son originados por diferentes países celebrados en diferentes acuerdos, lo cual provoca que algunas se muestren distintas a las de otras naciones, pero eso no significa que no se puedan generalizar alguna de ellas. Se deben cumplir requisitos para exportar ya que de esta manera se va formando un registro de los bienes que son exportados y la cantidad en la que se comercializan, así como también se recaudan impuestos y sobre todo estos requisitos aseguran una buen uso de los recursos materiales, protección con el medio ambiente y con la salud de los seres humanos.

2.4.1.- Regulaciones arancelarias

Las regulaciones arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en la aduana de un país los importadores y exportadores por la entrada o salida de las mercancías (PROMEXICO 2013).

Para las empresas resulta un obstáculo, retrasa sus mercancías y se ven obligadas al cumplimiento de las regulaciones arancelarias las cuales se dan a través del pago

de impuestos que ponen los gobiernos de cada país y que deben cumplirse para lograr que el producto entre o salga del país, en cuanto a la salida de los productos establecidos en ciertos territorios se tienen que implementar medidas fiscales ya sean para que el gobierno de cualquier nación recaude impuestos y pueda administrar dichos recursos para las personas involucradas en el aspecto de la comercialización, como lo son agentes aduanales y recintos fiscales los cuales son operados y administrados por el gobierno.

Resulta complejo para los exportadores y hasta riesgoso cuando dejan sus mercancías en alguna aduana extranjera, el hecho es que cuando las depositan en la aduana se dan cuenta que es necesario cubrir un cierto porcentaje o cantidad por los bienes que se van exportar. Cuando esto pasa, algunos de ellos no saben las reglas o el tiempo que dura una mercancía en depósito por lo que resulta un grave problema ya que al no saber el tiempo de duración de una mercancía en dicho lugar de almacenamiento, el precio a pagar o las normas que necesitan cubrir, se obtienen resultados negativos que son el dejar abandonadas sus mercancías en la aduana y resulta difícil el trato especial con perecederos.

Lo más conveniente, en el caso citado anterior, es informarse cabalmente de las obligaciones que generen los productos tanto en el país de origen como en el de destino, para no incumplir ninguna norma y el proceso de entrada o salida de la mercancía sea mucho más rápida.

2.4.2.- Regulaciones y restricciones no arancelarias

Las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, proteger la salud, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas (PROMEXICO 2013).

Las empresas están obligadas al cumplimiento de medidas que se implementan conforme el proceso de exportación, ya que para los exportadores esto representa un freno o regularización del flujo de las mercancías. Por ejemplo hay un cierto límite de mercancías especiales que se debe respetar ya que cada nación cuenta con un cierto volumen de mercancías admitidas.

El volumen para las empresas representa un reto, al igual que los documentos necesarios para que las mercancías salgan de un determinado territorio, lo cual hace que se atrasen los bienes hasta el punto de destino, la agilización es primordial y es algo con lo que no se cuenta en primera instancia, hay que considerar que también hay otros impedimentos los cuales son las normas que deben cumplir dependiendo del producto para no incurrir en una falta al gobierno del exterior, así como es necesario obtener certificaciones para que el producto pueda pasar sin ningún inconveniente y de esta manera no afecte la salud de los seres vivos, completar cada uno de estos puntos es obligatorio e importante, resulta bastante complicado el poder obtener todos los documentos en tiempo y forma pero siempre hay que cubrirlos de lo contrario la mercancía no pasara de la aduana y las mercancías quedaran perdidas.

Los obstáculos impiden concretar el objetivo de todo exportador y aunque son imposiciones que ponen los diferentes gobiernos se debe considerar que algunas son medidas para proteger su mercado de la competencia, también aseguran que exista una buena demanda de sus productos y sobre todo cuidan que la mercancía que va entrar a su país no sea dañina para las personas que van adquirir el producto e incluso que no tenga repercusiones en el medioambiente en el momento de ser usado o desechado.

Lo recomendable es informarse y consultar todas las barreras antes de realizar una exportación y darle seguimiento a este proceso hasta que llegue al cliente, pero sin dejar de estar en contacto con el cliente, para que el pueda orientar sobre las leyes y reglamentos de su país, de este modo la mercancía estará más segura y agilizará el proceso de la exportación.

CAPITULO 3 IMPORTANCIA DE UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN

3.1.- ¿Qué es un proyecto de exportación?

El plan de exportación es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, el cual le dice hacia dónde debe ir y cómo llegar al mercado internacional (Mercado, Comercio Internacional I 2000).

Con la definición anterior se puede decir que es una herramienta muy útil y usada para la realización de un proceso de exportación que ayuda a los exportadores en la toma de decisiones y permite contemplar las ventajas y desventajas que hay en los mercados del exterior. El uso de medios necesarios para concretar un plan de dicha magnitud resulta difícil pero no imposible, se debe tener el tiempo necesario para llevarlos a cabo, organizar las ideas y empezar por donde haya más información para ir acomodando el documento, la precisión de los datos cuantitativos que se van utilizar en la presentación necesitan aportar resultados verídicos y por lo tanto sacarlos de fuentes de información seguras ya sean páginas de gobierno en donde vengan las estadísticas de lo que se está buscando como por ejemplo; el precio, volumen y cantidad. Cada aspecto es importante porque todas las partes presentadas en este trabajo van en conjunto y como van relacionadas es necesario estudiar a fondo el tema que se esté desarrollando.

Para darle continuidad a todo proyecto hay que hacer uso de todas las herramientas que estén a nuestro alcance ya sea el internet, libros, revistas o notas de periódico, esto permite tener una idea más clara, precisa y actualizada en la cual se pueda profundizar y dar una buena opción que logre ser de interés para la persona interesada en conseguir la información que le resulte conveniente, presentar una estrategia es lo que también describe a un proyecto de exportación ya que puede establecer parámetros realmente útiles ya que genera respuestas a las preguntas que se plantean. Todo trabajo de este tipo requiere dedicación, utilización de todos los temas de comercio exterior, propuestas no contempladas que estén identificando una buena oportunidad de negocio y vista a futuro.

En un proyecto de exportación se analiza información cualitativa y cuantitativa que produce situaciones buenas o malas ya sea de la decisión que tomen los interesados. Entre más completo se presente dicho trabajo las posibilidades de incursionarse en el mercado extranjero serán mayores. Pero hay que tener cuidado en los aspectos de riesgo de todo plan. Por eso deben presentar soluciones a los problemas que se contemplaran en el proceso.

Cuando se tenga toda la información referente a un proyecto de exportación que, debe ser estudiado con los aspectos del pasado, el presente y pensar en el futuro para lograr situaciones que ayuden a lo que el empresario está buscando con este tipo de proyectos.

Para las empresas es fundamental y necesario conocer todos los proyectos que se presenten y que de esta manera dejen una buena oportunidad para decidir, la herramienta que se usa es verdaderamente útil y representa uno de los pasos a realizar para determinar posibles mercados que cumplan los requerimientos establecidos por la empresa. Toda exportación debe ser planeada cuidadosamente y presentar una estrategia que pueda incursionar el producto que se desea exportar de manera exitosa y de esta manera se siga en el proceso hacia la expansión en otros territorios, concretar cada plan inspira confianza y ganas de seguir ya que se determinan casos de éxito.

Plantear una estrategia, es una de las cosas fundamentales que se deben presentar al principio de todo proceso, de esta manera la empresa incurre a una opción de todas las oportunidades que le son brindadas. Antes de presentar un proyecto de exportación hay que definir el producto que se va comercializar y que tiene ventajas competitivas en el mercado destino.

Los proyectos de exportación deben tomarse en cuenta y ser el primer fundamento de lo que se va llevar a cabo, así como también la base que sustente la viabilidad expandirse y escoger nuevos horizontes, por lo mismo estos trabajos son usados en buena forma para determinar que tan factible es vender en el exterior y las condiciones que son puestas por el gobierno de otro país.

3.1.1.- Importancia para la empresa

Las empresas son las que resultan beneficiadas con los proyectos de exportación, obtienen un panorama muy amplio de los factores que intervienen en toda la comercialización del producto o servicio hacia otra región, permite decidir entre las diferentes opciones que le proponen, estudiar qué tan conveniente es implementarse en un nuevo mercado, las ventajas y desventajas que pueden presentarse en la internación de la mercancía en otro mercado, expandirse a otros lugares buscando beneficios económicos que ayuden a incrementar la utilidad de la industria.

Los beneficios esperados en la implementación de dichos trabajos son verdaderamente buenos y se presentan como excelentes herramientas en las cuales se plantean diferentes oportunidades de expansión y de generar ganancias a través de la venta en otras partes del mundo, intercambian experiencias y conocimientos con el fin de implementarlos en el mercado de origen y con ello lograr ser competitivo.

Descubrir una forma de seguir ascendiendo y mostrarse informado de la situación presente en cualquier territorio requiere de un estudio exhaustivo, bien planeado y que genere estrategias que puedan ser concretadas en el cumplimiento de una meta.

Las empresas necesitan adaptarse a estos pasos y seguirlos al pie de la letra de este modo obtendrán un mayor aumento de recursos que les brindarán la oportunidad de incrementar sus utilidades, pudiendo utilizar estas inversiones para futuras negociaciones, las cuales tienen mucha presencia en el comercio y exterior, con ello pueden lograr sus objetivos.

Los proyectos de exportación son muy concretos aportan información relevante, de bastante ayuda para el empresario y mejora la visión sobre especulaciones que son puestas al principio de toda circunstancia y con las propuestas que señalan los trabajos, las ideas son más claras, se puede investigar un poco más para cerciorarse de la información que aparece plasmada en el documento.

Toda investigación es importante para la empresa, hay que considerar cada aspecto esencial y buscar las fuentes de información para encontrar lo que realmente buscamos, en todo proyecto hay fuentes en las cuales se debe basar ya sea para verificar, mantenerse actualizado o buscar compradores. Esencial el poder ver a detalle cada documento, hacer todas las preguntas posibles a los realizadores de dichos trabajos es una de las características importantes que deben hacer para que no haya duda y todo quede sumamente claro, es importante que la empresa desarrolle el punto visto anteriormente para involucrarse de manera exitosa en el comercio y se acorten los riesgos que puedan presentarse en el proceso, ahora bien las empresas deben de saber qué es lo que tienen en mente para no estar indecisos cuando se tome una decisión. El empresario debe trabajar en estos aspectos ya que las ideas deben concretarse y ser entendibles de modo que la aportación sea la necesaria y que de verdad sea lo que se está buscando.

Las compañías manejan ciertos parámetros para vender o comprar, dentro de un proyecto de exportación hallamos limitantes las cuales son importantes que sean tomadas en cuenta, revisadas y llevadas a la práctica ya que las aportaciones siempre son buenas, contienen beneficios, mantienen un buen manejo y control en las operaciones de la industria. Los logros con este tipo de modelo estratégico o herramienta es con la finalidad de buscar oportunidades en el mundo exterior y esto se logra a través de la búsqueda de información relacionada con el país destino, también con la comparación de diversos sectores que intervienen en el transcurso de la comercialización de algún bien o servicio.

Los aportes en los proyectos de exportación son muy completos, pero también muy extensos, por lo tanto es sugerido presentar un trabajo lo más breve posible y con pocos tecnicismos para que el empresario pueda entender los términos manejados y de esta manera se logre interesar en el trabajo y le resulte fácil el seguir cada paso, también es fundamental mantenerse actualizado con la información proporcionada por los medios de comunicación ya sea a través de internet o de notas periodísticas para rescatar algunos puntos y mantener una actitud que guie a todos al logro de sus metas en específico.

3.1.2.- Temas

Para la selección de temas hay que elegir un esquema adecuado, ser lo más breve posible y tener claro lo que se está buscando en una negociación. Los temas siempre van de acorde con el proyecto planteado, el tipo de producto, las reglas que existen para cada uno, cuestiones cuantitativas y cualitativas que obedecen en cierta manera a los requerimientos o precios contemplados en todo proyecto de exportación.

Un perfil bien estructurado de la empresa es una ventaja competitiva por lo que otorga ventajas en el paso del proceso de selección de un mercado exterior, así como estrategias bien planteadas que se acoplan de forma integra a lo que se viene realizando y genera oportunidades en la selección de un producto y sobre todo se logra una organización eficiente y eficaz en el transcurso del procedimiento de la exportación.

Los temas en la realización de un proyecto de exportación varia, pero no tanto ya que existen diversos puntos que deben ser contemplados, estudiados y trabajados para todos los productos. Estas especificaciones se marcan antes de que se inicie con el trabajo o se conceptualicen ciertas ideas, mientras se debe tener bien claro lo que se va comercializar y verificar si las condiciones son apropiadas para determinado bien o servicio.

Conocer los recursos con los que cuenta la empresa y saber que tan lejos está dispuesta a llegar con los programas implementados para la exportación de sus productos, de esta manera se tendrá un panorama amplio dentro de un nuevo mercado para poder decidir e investigar en donde existan mayores ventajas para demostrar la clave de porque se quiere llegar hacia otro mercado, con todo ello se puede desplazar a la competencia que exista en el lugar y seguir comercializando de manera eficaz generando utilidades, atrayendo socios, nuevos proveedores y consumidores.

Es necesario tener contemplados los siguientes temas los cuales son:

1.- La situación de la empresa; esta parte se refiere a los antecedentes de la entidad, evaluación financiera, organización o cargos de cada personal, el desarrollo de las actividades que generan un valor al cliente y las fortalezas y debilidades con las que cuenta la organización.

2.- La mercancía para exportar; aquí hay que especificar las características del producto, describir la importancia y las ventajas que tiene para el consumidor final, costos de fabricación, clasificación arancelaria, comportamiento del mercado en el que se encuentra, capacidad de producción y normas con las que se cuentan.

3.- Selección de un mercado; se debe identificar el sector al que pertenece la empresa, comportamiento del producto en determinados territorios, número de exportaciones que se mandan a distintos países, selección de un país, situaciones sociales, formas para la distribución de las mercancías, medios de transportes utilizados, lugares de venta, estudio de los posibles consumidores, selección de otras regiones, panorama de la competencia, aspectos culturales, precios, barreras a la exportación, otros exportadores y las oportunidades, amenazas, leyes, reglas y reglamentos de comercio exterior.

4.- Aspectos de operación; el manejo de este aspecto involucra muchas partes entre las cuales se encuentra la logística mercadotecnia y derecho. La adecuación de una empresa en determinado mercado es a través de la mezcla del producto, precio, plaza, promoción, como hacer llegar la mercancía de un lugar a otro, cotizaciones del transporte, empaque, embalaje, documentos requeridos para la entrada y salida, seguros, contratos, formas de pago y conocimiento del cliente.

5.- Situación financiera; aquí se manejan aspectos económicos en los que encontramos un balance, cuentas en movimiento como efectivo, también existen las cuentas por pagar, estado de resultados, proyección de la demanda, punto de equilibrio, rentabilidad y los límites de endeudamiento.

6.- Bibliografía.

7.- Anexos.

3.2.- ¿Cómo debe ser un proyecto de exportación?

El primer paso para desarrollar el compromiso internacional es hacerse consciente de las oportunidades de negocios internacionales. La gerencia debe entonces determinar el grado y el tiempo de la internacionalización de la empresa. Se debe decidir el momento adecuado para entrar en el mercado extranjero, así como la rapidez de avance (Michael R. Zcinkota 2007)

En la realización de un proyecto de exportación hay ciertas especificaciones que deben ser cumplidas o requisitos que pide el empresario y por lo tanto se convierten en requerimientos reales que necesitan las empresas, abastecer de información a los interesados es una tarea cuidadosa, al parecer todo está en constante cambio y hay que actualizarse para asegurar el éxito en el mercado extranjero. La implementación de dicha herramienta en el comercio exterior es de utilidad y maneja conceptos realistas y que pueden implementarse en el transcurso de la comercialización de las mercancías hacia otro territorio, mientras el gerente de la entidad cumple con la revisión del trabajo observa palabras técnicas, términos implementados en las negociaciones internacionales y demasiados datos de investigación, lo cual genera determinado desconcierto, dudas e implementación de algunos aspectos. Por lo cual es importante precisar cada aspecto, pero sobre todo llegar hacer breve para que de esta manera todo pueda entenderse a la perfección.

Es necesario comenzar con la búsqueda de información de todo lo referente al comercio exterior para entender fácilmente los términos que se manejan en los proyectos de exportación, situación económica de diferentes países, cantidad de exportaciones anuales del producto seleccionado, relación de compradores, así como competencia existente en otras partes. La organización es fundamental se requiere ir guardando la bibliografía o enlace para hacer búsquedas cuando se necesite profundizar en las investigaciones referentes a los aspectos más comunes que generan relevancia en la toma de decisiones, las características siempre son generales y determinan un buen aspecto por lo tanto hay que ser breves, precisos y sencillos, en lo sencillo puede referirse a las palabras técnicas que son empleadas y que muchos no entienden, de este modo hay que ser lo más claros son los términos

y dar una explicación en la cual se pueda entender los términos utilizados y no generen una controversia, los pasos que se mencionan son aplicados para cualquier documento en el que surja la necesidad de informar, reportar o ayudar en dichas publicaciones que son de interés por los lectores.

La manera de expresar lo más conveniente en un proyecto de exportación es atendiendo todos los puntos claves, los cuales se encuentran en los temas que son considerados como importantes en todos los documentos generales para exportar, hay que destacar que existen formas que indican las razones por las que debemos seguir un procedimiento que valla en relación a lo que nosotros esperamos. Por ello es necesario tomar nota y considerar cada aspecto como valioso gracias a esto se obtendrá una guía que ayudará en los problemas de entendimiento, congruencia e inicio de todo plan. Las características son muy bien adoptadas y relevantes, simplemente pertenecen a una consecución de pasos o métodos que tienen su origen en la presentación de documentos con un contexto adaptado hacia todo el público y asegura un uso adecuado por lo práctico que resulta ser.

A continuación se explican los términos que deben contemplarse en un proyecto de exportación para una interpretación fácil y rápida que no sea tardada e indiferente a lo que sea plantea desde el principio de su redacción ya que por lo general todo trabajo resulta exhaustivo, pero para las empresas que van iniciando en los ámbitos del comercio internacional es importante el no saturarlos y explicar lo más breve posible, para que de esta manera se interesen en exportar y en expandir sus negocios hacia otros horizontes, ya una vez que se cuenta con la idea entonces sí, se tendrá que hacer un proyecto más largo para abarcar mayores detalles.

3.2.1.- Sencillo

Una de las principales características que hay que considerar en el desarrollo de un proyecto de exportación es el hecho de saber que toda la información debe estar bien planteada, contar con lo necesario para entender el concepto utilizado en cada término, a veces es confuso interpretar lo que acontece en los datos proporcionados, por tal motivo la claridad usada en los conceptos que se manejan deben estar lo

más entendible, cabe destacar que una estrategia de este tipo al ser tediosa presenta problemas de comprensión, al escoger los temas hay que considerar en resumir y concentrarse en el principal indicador de cada termino, una vez que se tenga identificada la idea principal hay que plasmarla para poder llevarla a la práctica. Distinguir los puntos clave ahorra mucho trabajo, permite llevar a cabo diferentes maniobras y asegura de buena manera un mayor índice de éxito en el transbordo de las mercancías hacia otra región en el mundo.

Un plan sencillo muestra interés por las personas dispuestas en adquirir un servicio que les proporcione la información correcta, confiable y lo más específica, aquí pueden obtener el resultado que estaban buscando, así que la facilidad de encontrar lo que se quiere permite elegir de una manera más rápida y también tener otras opciones para considerar, ya sea en el mismo plazo o en otro. El grado de incertidumbre que se presenta en las herramientas que promueve el comercio exterior es la siguiente; observamos que los datos económicos son los que están en constante cambio y la manera de verlos es distinta a como se presenta en un mes o dos meses, por eso es que se hace hincapié en investigar y mantenerse al tanto de lo que está pasando en el país en el que se va incursionar. No obstante hay que confiar en los números que se presentan para que podamos comparar el cambio y con ello poder realizar una proyección de la demanda en un cierto periodo de tiempo.

La dificultad presenta un grave problema y frena las ideas de los empresarios y se dejan pasar muchas ventajas que servirían en algún futuro próximo, incrementa una incertidumbre para otros propósitos que se tengan en mente como por ejemplo; establecer una empresa en determinado mercado, invertir o establecer un joint venture (tipo de acuerdo comercial en el que dos personas unen todo lo que está a su alcance para generar ganancias a través de productos o servicios en un territorio específico). En determinadas ocasiones demostrar términos brevemente explicados ayuda para conceptualizar las partes importantes que generen un cambio estratégico en el planteamiento de opciones que van relacionadas con lo que se está desarrollando en el trabajo, saber utilizar las palabras correctas que puedan transmitir el mensaje y seguir en el proceso del comercio.

Cada etapa y proceso debe significar un desempeño favorable para la empresa, poniendo como base principios que ayudan alcanzar objetivos y se encuentran en la organización, planeación, control y dirección, por ende al juntar estos conceptos se obtienen buenos resultados ya que son pasos a seguir en las operaciones de toda empresa, así como vemos estos sencillos pasos en administración también es necesario tenerlos presente en un proyecto, para las empresas es benéfico y mucho más fácil seguirlos al pie de la letra, otorgar una organización hace que las entidades sigan las instrucciones que les son propuestas hasta alcanzar su objetivo, mientras que la planeación ayuda a enfocarse en lo que realmente se quiere hacer, el control nos habla sobre el mecanismo para que todas las tareas se realicen bien y estén al cuidado del exportador y dirección, es el camino que se va trazar y a contemplar en toda situación hasta llegar al punto de destino. Para un resultado favorable hay que dejar de complicarse con muchas cuestiones técnicas, aportaciones con poco valor o que no son de suma importancia y aterrizar los puntos clave que generen un grado de valor significativo.

3.2.2.- Realista

Hoy en día las investigaciones suelen ser largas llenas de mucha información que no es tan específica o que tiene condiciones que no son muy necesarias, algunas presentan un cierto grado de desconfianza o diferencia con algunas otras páginas de tal manera siempre hay que cerciorarse que todo concuerde y tenga sentido en lo que va hacer presentado en un proyecto, así que la mejor opción en casos como estos es investigar, hacer comparaciones y acertar en la más correcta y que tenga las bases necesarias para fundamentar el razonamiento empleado y características que dan lugar a una serie de implementaciones de conocimientos. Seguir en este proceso es satisfactorio ayuda a separar el material que contiene solidez y la que presenta fundamentos débiles y con pocas bases, actualmente el contacto hecho hacia las empresas presenta una buena opción que puede ser presentada en un proyecto de exportación facilitando un encuentro realista entre empresarios.

El concepto de realismo permite identificar a la manera de contar, presentar, considerar o percibir lo que ocurre tal como sucede. A través de esto se puede decir

que la postura de realismo tiene la particularidad de evitar exageraciones: sólo narra los acontecimientos concretos y realizables, poniendo en primera instancia todo aquello que es posible que pase con los conocimientos otorgados en un trabajo. Destacar la definición anterior amplia nuevos horizontes para ser más concretos y específicos en las decisiones que se pretenden tomar para lograr los objetivos planteados desde el inicio, permaneciendo con la idea de que los datos revisados tengan la base suficiente que pueda otorgar confianza al empresario, así como también a las partes involucradas en la exportación. Conocer con exactitud todos los datos, es una tarea difícil aquí es donde obtenemos una herramienta muy buena y que nos permite interpretar graficas o estadísticas, este instrumento es el que se conoce como enlace o bibliografía, ahí aparecerá una mayor búsqueda y una manera más fácil de poder leer lo cuantitativo.

Generar a las empresas la consciencia de optar por lo más realista, enriquecedor y que le otorgue beneficios es una buena práctica que debe contemplarse día a día, en la mente del exportador siempre debe recurrir en lo más conveniente y que sea lo que estaba buscando por ello el ser realista en los proyectos de exportación indica un buen desarrollo del trabajo, inspira confianza y el deseo de ser implementado por los empresarios en dicho momento. Permanecen las iniciativas que dan lugar a innumerables éxitos y siguen en el transcurso de la exportación donde observamos la utilización de instrumentos que mejoren las prácticas en el comercio, al momento de que las empresas se introducen en estos ámbitos es necesario tener en cuenta el producto, precio y competencia para ser competitivo en el mercado de destino y en el nacional.

El ser realista implica productividad para las empresas y representa una gran oportunidad de crecer a través de una buena proporción de información donde el contacto entre los inversionistas es esencial y consecuentemente genera una oportunidad para tener una garantía en la implementación de un proyecto de exportación. Lo importante en la cuestión de establecer contacto entre dos entidades, es que las cosas como estas aportan valor y van teniendo un mayor interés para las

dos partes, también se concretan las ideas y los empresarios tienen seguridad en el momento de elegir.

Relacionar los puntos que van describiendo la planeación de un proyecto de exportación permite dar una definición mucho más concreta y las empresas obtienen las herramientas necesarias para realizar su proceso de una forma más sencilla y sin menos riesgos.

3.2.3.-Congruente

La congruencia es uno de los elementos esenciales que aporta el profesional asistencial a la relación con el cliente, y significa que los sentimientos experimentados por el asesor son accesibles para él y a su conciencia, que es capaz de vivirlos, de consustanciarse con ellos en la relación con otro individuo, de comunicarlos si fuese oportuno; significa que el asesor entra en un encuentro personal directo con su cliente, un encuentro de persona a persona; significa que es él mismo, que no niega su personalidad (Rogers 2006).

Aquí vemos que lo que piensas y lo que hagas coincidan con los pensamientos, por lo tanto se debe actuar y pensar de igual manera para que todo resulte real y se pueda entender de manera precisa las ideas y el mensaje que se quiere transmitir hacia los demás con el fin de aportar una investigación de calidad.

Hay que ser congruentes si queremos transmitir una comunicación clara, directa, sin ambigüedad, que traduzca nuestro objetivo de modo más exacto posible, para que sea comprendida como tal (Cudicio 1996). De modo que en la manejo del lenguaje se debe realizar lo más entendible posible para no dejar ninguna duda y poder seguir con los temas que se acontecen en la investigación aunque siempre se debe ser breve en la presentación de los proyectos de exportación ya que como sabemos un trabajo de este tipo requiere disciplina y esfuerzo por lo que se transforma en una de las herramientas más extensas, también resulta de las más complejas y el vocabulario técnico es el que resalta para los términos involucrados en el comercio exterior, así que resulta difícil, pero no imposible para las empresas y los realizadores deben de poder interpretar los aspectos manejados en todos los

requerimientos. El presentar las ideas lo más claras posibles para el empresario es esencial y con ello le permite tener un margen de competitividad por el hecho de seguir los pasos en la exportación sin contratiempos y con la virtud de escoger lo más conveniente que le pueda ahorrar impuestos y le siga generando utilidades. Por lo que podemos determinar que para ser congruentes es necesario conocer el objetivo que se quiere lograr para desarrollar la estrategia efectiva que dé lugar al éxito y que se pueda llevar con el paso de los años.

La forma de expresarse hacia los demás requiere de un conocimiento muy amplio en el tema. De modo que pueda resumir toda la información para los demás ya sea con ejemplos, definiciones o términos comúnmente usados, aquí las palabras juegan un papel muy importante y logran transmitir un dominio bien planteado de las oportunidades o problemáticas que se presentan en el proyecto de exportación y que pueden ser tomadas como ventajas en el momento de incursionarse en otro mercado. En este caso todo lo que sea prudente poner en una investigación se debe de explicar y plasmar para posibles consultas e implementaciones, muchas veces se tiene que volver a revisar para no cometer errores y seguir poniendo el conocimiento en práctica cuantas veces sea requerido en el ambiente del comercio exterior o internacionalización en un nuevo territorio.

La demostración de diversas conductas dan el origen a lo que queremos expresar y lo mencionamos, y es ahí donde hay que cuidar los tecnicismos o los enredos que no generan una solución o una buena propuesta para la partes involucradas, para ello hay que explicar con palabras fáciles que sean muy utilizadas en el medio en el que se vive para no recurrir a definiciones o explicaciones que pueden agotar el tiempo de los interesados o mostrar poco interés en lo que se plantea, cabe resaltar que no por eso vamos a dar términos sin fundamentos o realizar una investigación a la ligera. Lo recomendable es poner todos los temas que involucra un proyecto de exportación pero sin salirse del contexto de lo que se está presentando o el objetivo al cual se quiere llegar y sobre todo tener la idea principal para expresarla de buena forma y que ayude a tomar decisiones.

CAPITULO 4 ¿PORQUE LA REALIZACIÓN DE UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN?

4.1.- Seguridad para las empresas

Existen numerosas razones por las cuales una empresa decide incursionarse por primera vez en el mercado internacional, no es una tarea imposible de realizar, pero como todo negocio, requiere de preparación y esfuerzo para realizarlo con éxito. De tal forma se necesita contar con una estrategia, en este caso se tendrá que recurrir a una herramienta que es un plan de exportación que le servirá al empresario para identificar las posibilidades de éxito en la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros, minimizando riesgos y gastos innecesarios durante el proceso de exportación, maximizando la rentabilidad de operaciones, por lo que se debe incluir un perfil de la empresa exportadora, identificando sus fortalezas y debilidades; un análisis del producto de exportación en el que se especifique su clasificación arancelaria, características, productos competidores y valor agregado al cliente; estructura y comportamiento del mercado al que se desea exportar (Regulaciones y barreras de entrada al mercado, prácticas comerciales, análisis de la competencia, etc.) Aspectos operacionales (tales como personal encargado de la exportación) y financieros (asignar un presupuesto a la exportación y evaluar la rentabilidad del proyecto) (COFOCE 2007).

Visto lo anterior un proyecto de exportación se muestran las posibilidades cuantitativas y cualitativas que tiene una empresa para establecerse en un lugar diferente por lo que todo esto representa un signo de confianza y seguridad en el proceso de la exportación, asegura un buen manejo de información que va hacer utilizada para incursionar en un nuevo mercado, por lo que facilita las transacciones realizadas de un país a otro, así como también el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias que en su caso suelen ser, tener más requerimientos para algunos territorios y que deben ser cumplidos para que la mercancía pueda salir de su nación y entrar de forma segura al extranjero sin ninguna limitante que pueda causar un embargo o perdida de la mercancía en las aduanas de destino. Por lo que sí es recomendable conocer los impuestos que se van a pagar, el arancel que es

necesario cubrir y las normas que no deben pasar por alto para asegurar el éxito del producto que se va comercializar en otras partes del mundo.

4.1.1.- Fortalezas

La mayoría de las Pymes en México representan un importante papel dentro de la economía nacional ya que son las que más generan empleos, sin embargo estas empresas tienen características muy distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales de trabajo y financieros, pero aun así tienen un espíritu emprendedor, con una alta predominancia en el mercado del comercio, quedando prácticamente excluidas del sector industrial por las grandes inversiones que resultan necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, por lo que si son superados estos límites las Pymes salen de su contexto para convertirse en empresas más grandes que ya no se encuentran en este rubro de empresas emprendedoras.

Para desarrollar un plan de exportación se tiene que realizar una evaluación objetiva de sus fortalezas y debilidades. Si hasta ahora se ha tenido éxito, se debe cuestionar como ha sucedido tal hazaña. Sí al contrario se pretende lanzar a la exportación porque justamente no han sido muy exitoso su negocio en el mercado de su país, se debe tener cuidado de no hacerlo hasta no conocer con precisión cuales son las fortalezas en las que fundamenta su operación exitosa en los mercados del exterior (Troncoso 2000).

En cuanto a las fortalezas que encontramos en toda empresa hay que tener el debido cuidado en reforzarlas y no perderlas y esto implicará estar al tanto de los avances que vayan logrando sus competidores y la industria en general en la que se encuentre comprendido su negocio (Troncoso 2000).

A continuación se observan las fortalezas, es una herramienta bastante útil para evaluar los beneficios y riesgos que pueden surgir en una empresa, por lo tanto pueden proporcionar un grado de seguridad para todos aquellos que deseen introducir sus mercancías en el mercado exterior.

Fortalezas

1. Incrementar el volumen de producción y la capacidad de la planta al encontrar nichos nuevos.
2. Elevar la calidad y competitividad de los productos y de la empresa, con la capacidad e adquirir certificaciones internacionales. Es decir, Oportunidad y posibilidad de dedicarse a productos con máxima competitividad.
3. Apertura especialización e innovación en sus procesos, productos y servicios.
4. Conformar redes empresariales con valor agregado para diversas actividades.
5. Aumentar la producción provee mejoras en el poder de la negociación con los proveedores, abaratando costos y permitiendo diversificar las variables de compra en insumos y servicios.
6. Experiencia negociadora expandiendo la cartera de clientes y posibles clientes.
7. Elevada capacidad de adaptación a cambios y oportunidades del mercado.
8. Obtención de mayores fuentes de financiamiento y capital.
9. Formar parte de programas de competitividad y exportación.
10. Conformar redes empresariales con valor agregado para diversas actividades.
11. Creación de necesidades de consumo o bien la satisfacción de las mismas.

(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001)

Las fortalezas presentan un margen de seguridad para las empresas, permitiendo tomar decisiones que los lleve a lograr las metas, también presenta una autoevaluación para identificar aquellos sectores en los que falta mejorar y por lo tanto darles una mayor prioridad con el fin de ser competitivos en el mercado extranjero.

4.1.2.- Debilidades

Las debilidades que presentan las empresas suelen basarse en todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que se encuentran dentro de toda organización y que por lo común disminuye la capacidad de generar un desarrollo adecuado dentro de cualquier mercado, por lo tanto cuando se identifican dichas barreras hay que corregir los aspectos en los cuales se están fallando.

A continuación se presentan las debilidades más comunes que tienen las empresas Pymes y que son relevantes ya que son las que más participación tienen en la economía.

Debilidades

- 1.-Escaso nivel de formación de directivos y de adaptación tecnológica, costos y recursos financieros.
- 2.-Débil poder de negociación en el entorno financiero económico y político.
- 3.-Carencia de asignación de recursos.
- 4.-Difícil acceso y falta de información de procesos técnicos de sus actividades y competidores.
- 5.-Desventaja competitiva frente al grado de atomización de la producción y productividad.
- 6.-Bajo nivel de agremiación y representatividad frente a una limitada atención del estado.
- 7.-Carencia de mecanismos de créditos apropiados, ágiles, suficientes y oportunos.
(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001)

Cuando se determinan con exactitud las debilidades que tiene como tal la empresa entonces se puede trabajar en ello y ayudar para rectificar en lo que se está fallando, esto ofrece una seguridad para las empresas cuando quieren exportar y saben hacia

donde a través de un proyecto de exportación. Decimos que representa un vínculo de confianza entre la empresa porque les permite conocer sus áreas, saber que falta en cada una de ellas y asegurar una exportación o no incursionarse en este proceso.

No hay que inquietarse si la lista de debilidades supera, por mucho, a la de las fortalezas. El superar algunas de sus principales debilidades puede ser motivo de fijación de un objetivo y le dará oportunidad de definir programas de trabajo y metas en el corto plazo para lograr su objetivo (Troncoso 2000).

Muchas de las veces encontramos datos que nos inquietan o que no son lo que nosotros esperábamos, por lo que no hay que perder la fe en lo que queremos lograr, cuando se tengan resultados negativos dentro de la empresa, hay que verlo como un indicador que nos dice en donde se tiene que mejorar para concluir con una exportación de manera exitosa, así como también recordar que todos estos puntos generan valor y son considerados primordialmente como identificadores de competitividad.

4.2.- Toma de decisiones

Las empresas cuentan con una poderosa herramienta en el comercio exterior que son los proyectos de exportación y que los puede involucrar en una buena estrategia de llegar hacia un mercado extranjero, las ventajas que se obtienen son: expansión hacia otros mercados, aumento de utilidades, conocimiento del producto, seguridad y la obtención de más clientes. Por lo que las razones para la realización es un plan de este tipo para las empresas resulta conveniente y permite generar confianza en el transcurso de las exportaciones.

En ocasiones resulta buena opción el verificar los diferentes proyectos que se realizan para los productos a comercializar ya que de esta manera se puede llegar a un acuerdo en el cual no solo se pueda llegar a un solo mercado, si no a varios, lo cual es bueno y permite diversificar el producto en otras regiones que genere ganancia. Para seguir por este camino es necesario llenarse de información, conocer los aspectos involucrados y conseguir un manual de exportación con el que se le permita tener mayores ventajas en cada paso.

La seguridad la ven reflejada en los proyectos de exportación ya que proporcionan información que es de utilidad en el momento de analizar el mercado conveniente, esto se logra a través del Incoterm que sea más recomendable para el tipo de empresa que se está hablando, así como señalar el contrato de compraventa que permite tener un acuerdo entre el importador y el exportador. Las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas presentan un medio por el cual las empresas pueden ser más competitivas y generar un mayor nivel de confianza para el exportador ya que al estudiar con lo que se cuenta, se hace una evaluación para demostrar que realmente se encuentra apta para realizar una exportación.

4.2.1.- Evaluar oportunidades

La detección de oportunidades en el comercio exterior es vital y representa una ventaja para las empresas que deseen exportar o incursionarse en un mercado nuevo. Por lo que se deben prever los aspectos que generan una ganancia extra, en dicho caso podemos decir que existen factores macroeconómicos que ayudan y que se muestran como una estrategia, así que hay que considerarlos con anticipación para aprovecharlos y tener un margen mayor de utilidad.

Como se había mencionado anteriormente que los factores macroeconómicos representan aspectos positivos y negativos, es importante saber cuáles son esos elementos, así que a continuación se mencionan cada uno de ellos.

- ❖ Demográficos
- ❖ Económicos
- ❖ Político-legales
- ❖ Socioculturales
- ❖ Naturoecologicos
- ❖ Tecnológicos

(Troncoso 2000)

En el primer caso (aspectos demográficos), se trata del estudio de la población humana en el país meta en términos de tamaño, densidad, lugar de residencia, edad,

sexo, raza, ocupación y cualquier otra estadística que considere conveniente para detectar oportunidades favorables para la mayor venta de su producto.

En los aspectos económicos, se debe observar el potencial de las personas en cuanto al poder de compra y sus patrones de gasto.

En los aspectos políticos-legales, generalmente, están constituidos por las leyes, los reglamentos, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que existen en un país determinado y que configuran el marco legal y político dentro del país meta.

En lo que respecta a los aspectos socioculturales, se debe recordar que los individuos se desarrollan en una sociedad específica que va conformando sus valores y sus creencias básicas. De alguna forma, todo esto constituye un legado social que determina la forma en la que nos relacionamos unos con otros y que, definitivamente, juega un papel importante en el proceso de decisión de los consumidores y clientes en ese mercado. Es decir no basta con conocer el país y hablar el idioma, sino además se tiene que tener una cabal comprensión de los aspectos culturales que le permitan al empresario pensar como “francés” o “australiano” o “tailandés” si quiere tener éxito en sus negocios en esos países.

Los aspectos naturales y ecológicos o naturoecológicos también constituyen una importante parte del macro entorno que debe observarse y estudiarse con miras a detectar oportunidades y evitar amenazas. Tan sólo hay que imaginar todas las oportunidades que se han generado recientemente para productos relacionados con la mejor calidad del agua o del aire, a veces, derivadas de preferencias de los consumidores (filtros caseros o agua embotellada de manantial o purificada) y, otras, de disposiciones gubernamentales que obligan a cumplir con ciertos requisitos (usos de convertidores catalíticos en los automóviles o control de los residuos industriales).

Finalmente, los aspectos tecnológicos que hoy en día son los que se mantienen en constante evolución y que por lo tanto constituyen una de las fuerzas más poderosas que están impactando nuestro devenir. Lo cierto es que cada avance tecnológico genera oportunidades para los productos derivados de la nueva tecnología y crea serias limitaciones a los de la tecnología anterior. Por ejemplo todos los productos

que han quedado obsoletos en la reciente carrera tecnológica en la industria de la música grabada para el mercado de consumo. Primero eran los discos de 78 revoluciones, luego los de 33 1/3, posteriormente las cintas, luego los discos compactos y los videos láser y, ahora más recientemente, los DVD ¿qué seguirá después?

(Troncoso 2000)

Cuando se aprovechan las oportunidades resultantes para las empresas se genera un valor extra del producto que lo puede poner en un margen de competitividad favorable. Por lo que al estudiar cada uno de los elementos mencionados anteriormente, podemos anticipar los puntos positivos que nos ofrece el mercado meta y tenerlos contemplados en el momento de exportar, también detecta las amenazas que pueden surgir y las cuales deben ser estudiadas para que no tener ningún problema grave en el momento de poner la mercancía en la región seleccionada. De esta manera las posibilidades de que el exportador tenga éxito son realmente probables y con ello se pueden detectar a tiempo las amenazas para obtener una estrategia factible en el momento de realizar la exportación.

4.2.2.- Identificar riesgos

Resulta necesario recordar que el exportador no sólo busca la oportunidad de comercializar un producto en el mercado extranjero, debe basarse en la satisfacción de una necesidad o la búsqueda de necesidades insatisfechas.

La seguridad de la exportación radica en la conciencia de que no todos los productos satisfacen la misma necesidad en todos los mercados, deberán tomarse en cuenta los factores propios del mercado que conlleven a una exportación exitosa.

Una amenaza es un factor de peligro o riesgo externo que afecta a la empresa, representando o provocado por el hombre, su entorno, medio ambiente o situaciones específicas. Sin embargo la empresa puede abordarlos de tal manera que lo transforme en un beneficio, es decir, manejando las situaciones correctamente

resultará una oportunidad. Por lo que a continuación se mencionan diversos factores que deben estudiarse para tenerlos en cuenta en cualquier situación.

- ❖ Demográficos
- ❖ Económicos
- ❖ Político-legales
- ❖ Socioculturales
- ❖ Tecnológicos
- ❖ Geográficos

En el primer caso, el estudio de la población también puede ser un inconveniente cuando el tamaño del país, la densidad, la edad, sexo, raza y otros pueden ser desfavorables para la empresa exportadora.

En el caso de los factores económicos como lo es el poder adquisitivo, los patrones de gasto o el proteccionismo pueden afectar a la empresa exportadora, por ejemplo no resultaría rentable realizar la actividad de exportación de productos costosos en países subdesarrollados que lejos de considerarlo un lujo les resultarán innecesarios.

O bien, como fue el caso de PANAM La Pan American World Airways fue la mayor aerolínea de EEUU durante décadas. Fue una de las compañías que más contribuyó a fomentar el transporte transoceánico entre Europa y América, además de inaugurar algunas líneas nuevas sobre el Pacífico. Pero después de la crisis del petróleo del 73, los costes comenzaron a subir, haciendo mucho menos rentable la compañía. Además del alto coste del combustible, la demanda descendió considerablemente y la competencia era cada vez más dura.

De la misma manera los aspectos político- legales a sabiendas de que las leyes, reglamentos y agencias gubernamentales determinan el marco legal también la empresa puede incurrir en afectarlo y por lo tanto en resultar una mayor amenaza. Por ejemplo si la empresa quisiera exportar videojuegos o consolas de videojuegos a Cuba que es un país comunista en el que por ley no es lícito poseer dichos productos, la rentabilidad del proyecto resultará nula.

Los aspectos socioculturales resultan sumamente importantes para poder posicionar un producto en el país meta. Por ejemplo Mac Donalds quería incursionar en el mercado de la India en el que culturalmente la práctica de sacrificar animales es un dogma que les impone ser estrictamente vegetarianos. Mc Donalds tiene 13 años en el país y 180 restaurantes con productos a base de vegetales.

Los aspectos tecnológicos, al constituir una fuerza de tendencia cambio, crea limitaciones cuando la empresa puede estar entre la línea de innovación o bien, del obsoleto. La compañía de telefonía finlandesa NOKIA fue la clara dominante del mercado en los años noventa, consiguiendo hacer de los teléfonos móviles un dispositivo para todo el mundo, alejándolo de la imagen elitista que tenían estos productos gracias a una combinación de calidad y buen precio. Con la llegada de los 'smartphones' todo cambió. Apple presentó su iPhone y Google lanzó Android. El éxito de estos dos sistemas fue inmediato.

Los aspectos medio ambientales, resultan ser una amenaza cuando en países desarrollados que dictaminan leyes y culturalmente rechazan todos aquellos productos que son nocivos para el medio ambiente o la salud. Por lo tanto hay que estar a la vanguardia creando productos que no dañen el planeta o que no contaminen a los demás seres vivos.

Nos referimos a la geografía como una posible amenaza en diferentes variables; la falta del conocimiento logístico puede afectar en la correcta decisión de los medios de transporte, pudiendo elevar de manera considerable el coste del transporte. El transporte es uno de los gastos más fuertes para las empresas exportadoras y si no se tiene considerado, puede repercutir en el precio del producto, volviéndolo más caro y menos competitivo en el mercado de destino, con esto la competencia desplaza fácil al producto y lo deja sin posibilidades de competir.

Otra amenaza resulta ser el clima en cuanto a la logística, debido a que es imposible asegurar un canal de distribución sin percances provocados por cambios climáticos; sin embargo el conocimiento de posibles sucesos puede salvar el producto o el tiempo de entrega del mismo.

4.3.-Conocimiento de los programas de fomento al comercio exterior

Los programas de fomento al comercio exterior representan una herramienta muy valiosa para los exportadores ya que a través de dichos medios se puede reducir el pago de los impuestos en la exportación o importación de mercancías, por lo tanto esto representa una seguridad dentro de las exportaciones ya que al conocer el apoyo por parte del Gobierno Federal se pueden incrementar aspectos de producción y la demanda requerida por el cliente resulta buena, por lo que es indispensable conocer los programas de fomento y sobre todo mencionarlos en un proyecto de exportación para que el empresario indique ¿Cuál es el adecuado? y ¿Qué beneficios obtiene antes de incursionarse en la exportación?

Los programas de fomento son de utilidad en el comercio exterior y brindan una ventaja sobre sus competidores, lo cual los hace más competitivos y se presentan mejores oportunidades en el exterior como el expandir sus productos hacia otras regiones y ofrecer el producto a un precio accesible para los consumidores. Por eso la importancia de mencionar dichos instrumentos para que se sigan conociendo sus utilidades y puedan ser aprovechadas en todo momento por el empresario y aseguren el éxito de las empresas en cuanto al tema de exportación.

El conocimiento de los programas de fomento al comercio exterior brinda oportunidades a las empresas que comúnmente se encuentran en proceso de crecimiento y que por lo regular están en el rango de pequeñas, medianas y grandes, esto se debe a que van empezando, pero con el tiempo tratan de crecer con la diversificación de sus productos en otros mercados, con el apoyo financiero de las diferentes instituciones bancarias que otorgan créditos a los empresarios que están iniciando con sus proyectos y que tienen el deseo de seguir superándose. Es aquí donde se presentan los programas de fomento al comercio exterior, en los cuales tenemos a los de IMMEX, PROSEC, ALTEX y uno más, que si bien no es considerado como un programa, pero forma parte de un recurso de ayuda para los empresarios, estos son: las devoluciones de impuestos.

CAPITULO 5 RELACIONES, GOBIERNO, UNIVERSIDAD Y EMPRESA

5.1.- Panorama de las empresas en Michoacán

Michoacán de Ocampo



Capital: Morelia

Municipios: 113

Población: 4, 419,787 habitantes

Extensión territorial: 58,643 km²

% superficie del país: 3

% de aportación al PIB Nacional: 2.4

PIB estatal: Comercio (20.2%)

(PROMEXICO 2013)

Michoacán cuenta con una ubicación estratégica que lo conecta con las principales ciudades del centro del país. A través del Puerto de Lázaro Cárdenas se vincula con los mercados del Pacífico Asiático y con el Pacífico de las Américas, ventajas que lo sitúan como la alternativa en logística y distribución más atractiva de la región. Su diversidad de climas y suelos lo colocan como líder nacional en producción agrícola, ofreciendo oportunidades de negocio en la comercialización y procesamiento de alimentos. Todo ello, aunado a la presencia de capital humano calificado para satisfacer la demanda laboral. (PROMEXICO 2013)

En cuanto a su economía, cuenta con un Producto Interno Bruto (PIB) que ascendió a 335 mil millones de pesos en 2011, con lo que aportó 2.4% al PIB nacional. La mayor concentración económica se encuentran en el sector terciario; el comercio y servicios inmobiliarios contribuyeron el 68% del PIB estatal en 2011. El estado de Michoacán tiene la mayor aportación de PIB (Producto Interno Bruto) estatal en todo dentro del sector del comercio el cual es del 20.2% esto se debe a que Michoacán es un estado muy productivo dentro del comercio por lo que representa mucho movimiento. (INEGI 2009)

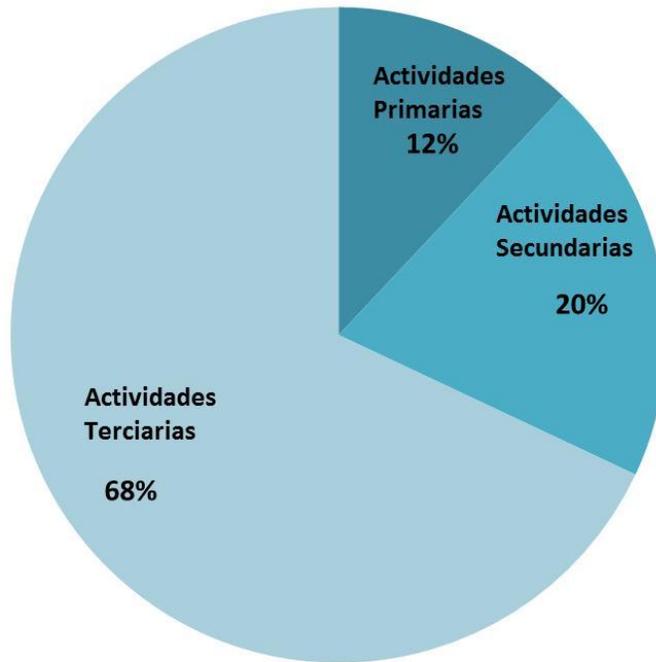
PIB 2011 del estado de Michoacán

PIB 2011 (Cifras en Millones de pesos)	Michoacán Total (A)	Nacional Total (B)	% Part. A/B
Total	335,233	13,843,758	2.4%
Actividades Primarias	41,731	477,813	8.7%
Agricultura, ganadería, forestal, caza y pesca	41,731	477,813	8.7%
Actividades Secundarias	65,380	5,051,709	1.3%
Minería	2,308	1,441,490	0.2%
Electricidad, agua y suministros de gas por ductos	3,603	170,979	2.1%
Construcción	19,643	928,967	2.1%
Industrias Manufactureras	39,827	2,510,274	1.6%
Actividades Terciarias	228,121	8,314,236	2.7%
Comercio	67,832	2,280,631	3.0%
Transportes, correos y almacenamiento	25,790	960,350	2.7%
Información de Medios masivos	7,937	397,461	2.0%
Servicios financieros y de seguros	5,120	486,836	1.1%
Serv. Inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles	39,514	1,334,523	3.0%
Servicios profesionales, científicos y técnicos	4,559	418,295	1.1%
Dirección de corporativos y empresas	22	54,345	0.0%
Servicio de apoyo a negocios y manejo de desechos	8,588	326,476	2.6%
Servicios educativos	25,208	678,252	3.7%
Servicios de salud y de asistencia social	9,585	408,696	2.3%
Servicio de esparcimiento cultural y deportivo	707	50,457	1.4%
Hoteles y restaurantes	6,766	304,257	2.2%
Otros servicios excepto actividades del gobierno	13,241	323,911	4.1%
Actividades del gobierno	16,179	591,206	2.7%
Intermediación financiera indirecta	-2,926	-301,461	1.0%

FUENTE: INEGI

(INEGI 2009)

Estructura del PIB de Michoacán, 2011 Porcentaje



FUENTE: PROMÉXICO CON INFORMACIÓN DE INEGI

Como puede observarse en la tabla y en la gráfica tenemos que Michoacán es un importante estado que depende mucho del comercio ya que es donde más tiene participación, en las actividades secundarias participa de buena manera aunque no igual como en el primer sector, también maneja un buen porcentaje en el sector primario y está en aumento por lo tanto es recomendable el aprovechar los tres sectores y tratarlos de explotar al máximo, para que generen una mayor fuente de empleos y se puedan aprovechar los recursos lo más que se pueda.

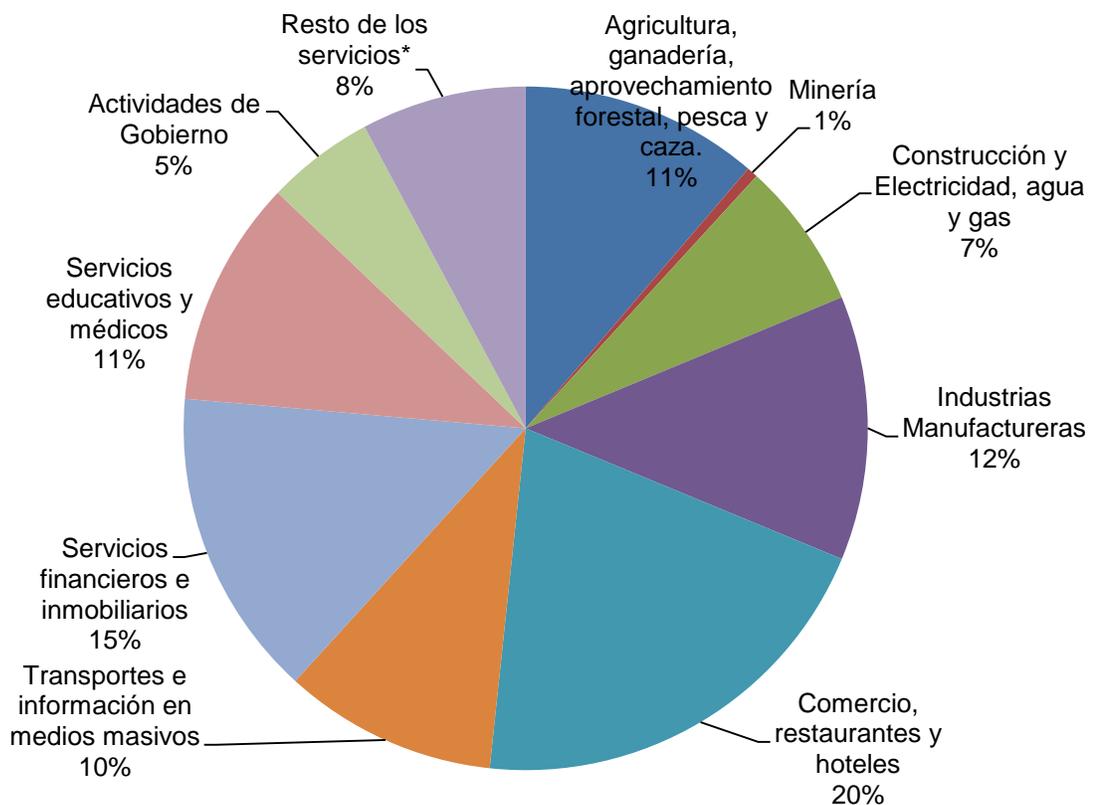
Michoacán es un estado, con empresas que tienen deseo de superación y que pueden tener crecimiento, por lo que es fundamental, el contar con proyectos innovadores que hagan una diversificación de sus productos en diferentes mercados y que se muestren competitivos en el extranjero.

❖ Situación Empresarial

- Principales Empresas: Arcelor Mittal México, Mission de México, Agroindustrias del Balsas, Grupo Fame, Organización Ramírez, Industrial Papelera Mexicana, Kimberly Clark de México, MaerskSealand, Terminal de Contenedores y Rexcel.

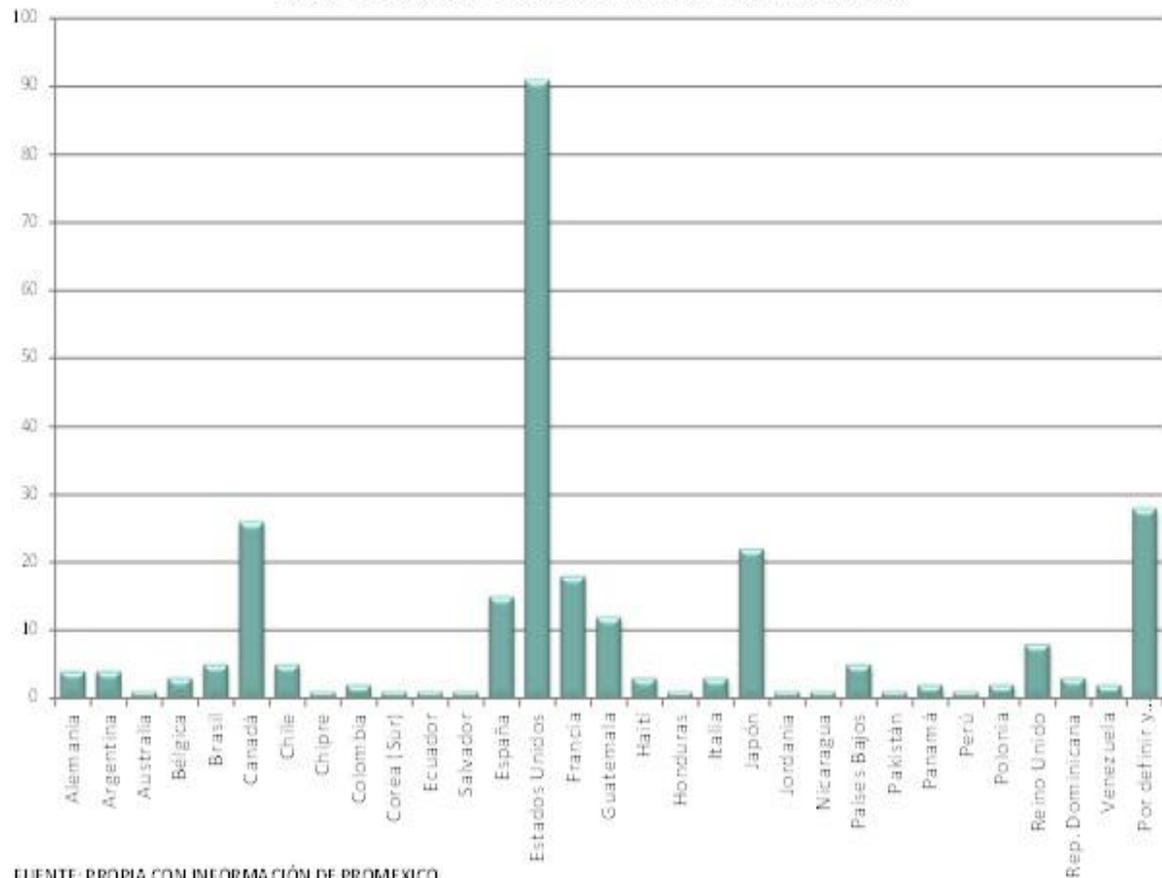
En este contexto, el Gobierno del Estado de Michoacán, con base en la necesidad de impulsar la generación de proyectos productivos y fortalecer la competitividad de los sectores estratégicos del Estado, particularmente de la micro, pequeña y mediana empresa, han definido la necesidad de impulsar la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica para el desarrollo de nuevos o mejorando productos y/o procesos que permita a la empresa fortalecer la competitividad de sus negocios actuales.

Actividades económicas en el Estado de Michoacán en porcentaje de aportación al PIB estatal 2005-2009



(INEGI 2009)

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE LAS EMPRESAS MICHOCANAS POR PRODUCTOS EXPORTADOS



FUENTE: PROPIA CON INFORMACIÓN DE PROMEXICO

Existen 69 empresas michoacanas registradas en PROMEXICO con el flujo comercial de exportación, de las cuales algunas alcanzan ventas de 20'000,000

Como se puede observar en la gráfica tenemos que uno de los principales destinos de los exportadores michoacanos en el mundo es Estados Unidos, el cual representa un socio comercial muy importante para México y el de mayor participación en cuanto a importación y exportación de mercancías, como segundo destino Canadá y el tercero Japón, esto se debe a una mayor aceptación de los productos michoacanos en las regiones mencionadas anteriormente. Otra característica importante es la celebración de tratados de libre comercio y como vemos México cuenta con el del TLCAN y con el de Japón, por lo tanto es más fácil el poder exportar y mucho más barato, esto a consecuencia del arancel preferencial que se tiene con dichos países.

EMPRESAS MICHOACANAS CON MAYOR VOLUMEN DE VENTA EN EXPORTACIONES 2012 (USD)

RAZÓN SOCIAL	SECTOR ECONÓMICO	VALOR DE VENTAS (USD)	TAMAÑO	MUNICIPIO	PRODUCTO
ARCELOR MITTAL LAZARO CARDENAS, S.A. DE C.V.	INDUSTRIAL	10,000,001 - 20,000,000	GRANDE	LÁZARO CÁRDENAS	PLANCHON DE ACERO
EMPACADORA DE AGUACATES SAN LORENZO, S.A. DE C.V.	AGRÍCOLA	10,000,001 - 20,000,000	GRANDE	URUAPAN	GUACAMOLE CONGELADO MANGO FRESCO AGUACATE FRESCO O SECO PULPA DE AGUACATE CONGELADA
LAPISA, S.A. DE C.V.	INDUSTRIAL	10,000,001 - 20,000,000	GRANDE	LA PIEDAD	MEDICAMENTOS USO VETERINARIO
ANDRITZ HYDRO, S.A. DE C.V.	INDUSTRIAL	5,500,001 - 10,000,000	GRANDE	MORELIA	ALABES TURBINAS Y SUS PARTES VÁLVULAS Y ACCESORIOS REGULADORES, COMPONENTES Y ACCESORIOS RODETES PARA TURBINAS
PROVEEDORA DE FRUTAS, S.A. DE C.V.	INDUSTRIAL	5,500,001 - 10,000,000	GRANDE	ZAMORA	FRESAS CONGELADAS MANGO CONGELADO ZARZAMORAS CONGELADAS CIRUELA PASA
GLOBAL FRUT	COMERCIAL	5,500,001 - 10,000,000	MEDIANA	URUAPAN	AGUACATE (HASS) FRESCO
ARTIFIBRAS, S.A. DE C.V.	INDUSTRIAL	5,500,001 - 10,000,000	MEDIANA	URUAPAN	POLIPROPILENO CONTENEDORES MACETAS PARTES PARA ASIENTOS

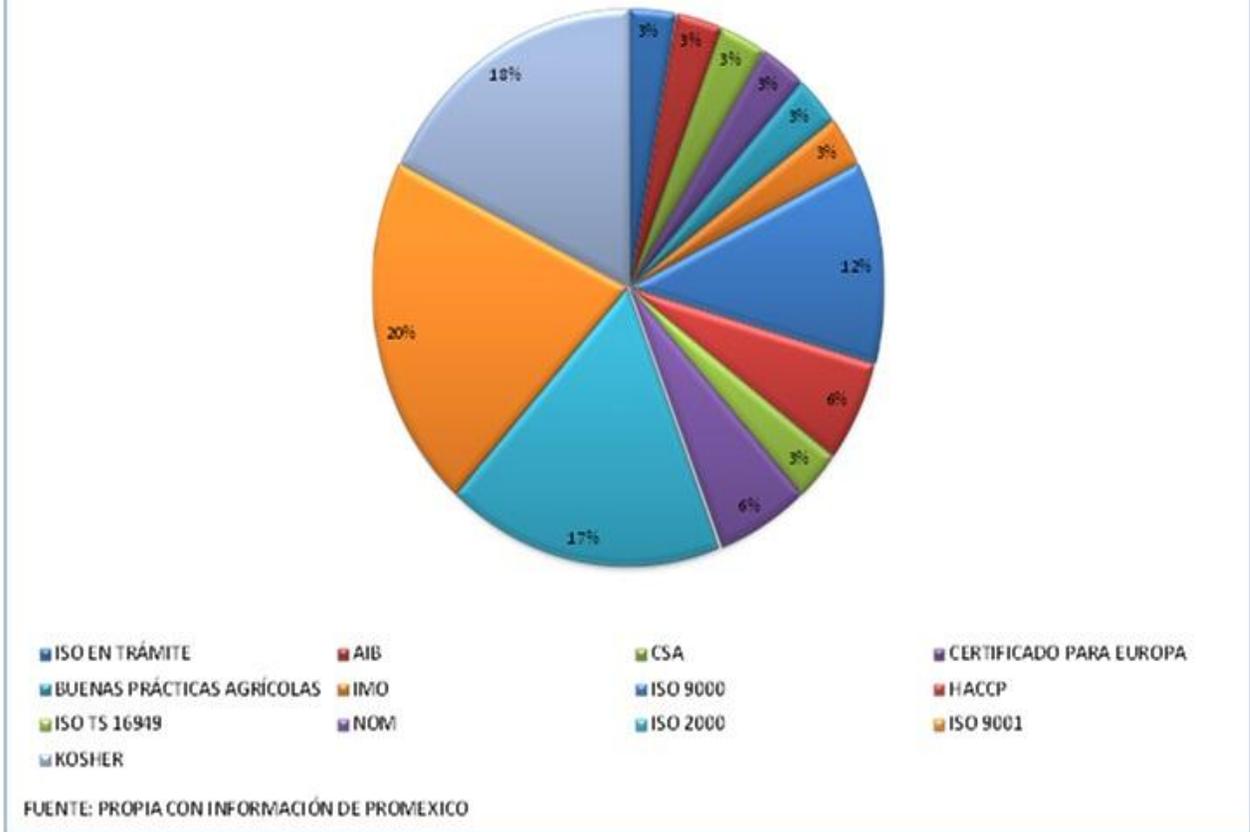
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA CON INFORMACIÓN DE PROMEXICO

Como se puede observar en el siguiente cuadro Michoacán es un estado muy importante en el sector agrícola y minero.

Si bien, la demanda de los productos en las exportaciones muchas veces requiere de certificaciones tanto en los productos como en los servicios, de las 69 empresas exportadoras tan sólo 28 cuentan con certificaciones oficiales. Es necesario impulsar la competitividad por medio de certificaciones que brinden a los clientes la seguridad de sus compras y puedan crear una preferencia comercial en productos mexicanos.

Las empresas que se encuentran en el estado de Michoacán, que tienen un valor de ventas elevado son las grandes empresas.

EMPRESAS EXPORTADORAS MICHOACANAS QUE CUENTAN CON CERTIFICACIONES



Las empresas exportadoras cuentan con certificaciones, lo cual es importante para poder incursionarse en nuevos mercados, demuestra una buena calidad del producto, que lo hace competitivo en el país destino y permite que sea mucho más fácil su proceso de exportación en las aduanas, porque son requisitos que tienen cumplidos y que son exigidos por el cliente y algunas ocasiones por los países que regulan la entrada y salida de las mercancías.

La mayoría de las empresas cuentan con una certificación en ISO 9001, esto representa el 20% del total de las empresas michoacanas que cuentan con certificaciones. En segundo lugar está el kosher el cual es exigido normalmente por la gente judía y representa una serie de procesos que se deben considerar antes de la elaboración del producto.

5.1.1.- Antecedentes de los proyectos de exportación

Los proyectos de exportación son bastantes amplios y muestran las opciones que existen para incursionarse en otro país. Aquí es donde se debe tener bien claro el lugar a donde se quiere llevar el producto, saber si existe la demanda del producto y seguir investigando para obtener el mejor resultado posible. Por lo que la información cuantitativa sigue siendo de vital importancia en el éxito de la exportación.

Las empresas Mexicanas se mantienen en una buena posición en cuanto a las exportaciones ya que la balanza comercial de junio del 2013 nos muestra que México cuenta con un superávit de 855 millones de dólares y que las empresas han puesto en marcha el uso de programas para el comercio exterior, lo cual las vuelve más competitivas en el mercado extranjero.

(La Razón 2013)

Lugar que ocupa México en las exportaciones a nivel mundial

<i>Posición</i>	<i>Exportadores</i>	<i>Valor exportada en 2012 (miles de USD)</i>	<i>Saldo comercial 2012 (miles de USD)</i>	<i>Tasa de crecimiento anual en valor entre 2008-2012 (%)</i>	<i>Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2012 (%)</i>	<i>Participación en exportaciones mundiales (%)</i>
	Mundo	18.085.185.966	185.344.773	6	0	100
15	México	370.826.831	80.775	9	6	2.1

(International Trade Center 2012)

En la tabla anterior se puede entender que tan participativo es México en las exportaciones, el lugar que ocupa a nivel mundial, que en este caso es el quince y su participación en porcentaje representa el 2.1%, esto demuestra que México es un gran exportador y que ha llevado a cabo proyectos para estar en esta posición.

Las empresas se inician en el proceso de la exportación cuando quieren aumentar sus ganancias por lo que se tiende a buscar nuevas oportunidades en el mercado extranjero, para ello es necesario que se conozcan todos los pasos para que se pueda realizar una exportación exitosa, desde cumplir con los requerimientos del país de destino hasta realizar un estudio de mercado en el que se demuestre la posibilidad de posicionarse en el extranjero, en este caso, es donde se tiene que recurrir a desarrollar proyectos de exportación, para que se puedan mostrar las oportunidades existentes, así como, conocer los riesgos que se presentaran en dicho proceso.

Los proyectos de exportación surgen con la necesidad de buscar otros mercados para diversificar los productos, en este ámbito el Gobierno Federal, en especial ProMéxico ha puesto en marcha diferentes programas para fomentar las exportaciones a través de un estudio de mercado directo en diferentes países, el cual se llama practicantes en negocios internacionales.

Las empresas precisan de expertos en la materia de comercio exterior, capaces de aportar ideas para la expansión y comercialización de sus productos, por lo que empresas como **CHOCOLATERA MOCTEZUMA, S.A. DE C.V,** e **INDUSTRIAS JAFHER, S.A. DE C.V.** se dieron a la tarea de adquirir los requerimientos que sus empresas necesitan para incursionar en el mercado extranjero. Desde el 2012 el Gobierno Federal en aras de fomentar el comercio exterior, se ha vinculado por medio de la Secretaría de Economía con Universidades y por último de las empresas que han decidido aunarse y expandir su nivel o bien, sus productos.

Mediante éste tipo de proyectos de exportación, las empresas se han visto beneficiadas mediante la correcta toma de decisiones, a través de las cuales se encuentra la elección de la plaza o bien, el mercado a exportar. La **CHOCOLATERA MOCTEZUMA S.A. DE C.V.** posicionó su posible mercado en Canadá. Otro ejemplo es **INDUSTRIAS JAFHER S.A. DE C.V.** que de la misma manera, encontró viable el mercado de Guatemala.

5.2.- Conocimiento de la empresa antes de realizar un proyecto de exportación

Para que las empresas se puedan incursionar en el proceso de la exportación necesitan conocer las herramientas con las que disponen, para que de esta manera puedan hacer un buen uso de lo que tienen, es aquí donde se deben contemplar ciertos aspectos de una entidad los cuales están reflejados en un análisis FODA. Es de suma importancia la realización de este instrumento usado en la administración de todo empresario ya que con ello se puede aprovechar al máximo las fortalezas y las oportunidades que se presentan, también se debe visualizar la otra parte en la que se habla de las debilidades y amenazas, sin duda importantes que mantienen una relación muy estrecha en cuanto a los límites y hasta donde se puede llegar. Al parecer es bueno conocer cada término dentro de toda empresa.

Existen otros factores que también son requeridos antes de exportar los cuales se clasifican en oferta y demanda, con estas posibilidades se puede medir los beneficios y los riesgos con los que se cuentan. En los factores de oferta se describirá en qué consiste lo que se va a colocar en el mercado, si es un producto o varios, si incluye o no servicios. Se debe explicar por qué y quién puede demandar los productos/servicios. El proceso productivo guarda estrecha relación con los factores de oferta, con ellos es posible desarrollar el proceso productivo.

(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001).

Entre mejor sea la vinculación que se presente entre los factores de la oferta y la demanda, así como también el estudio que se presenta con otras empresas, refiriéndose a los dos aspectos mencionados anteriormente, el proceso productivo de la empresa será más eficiente, lo que se reflejará en mayor calidad en los productos y servicios. Los factores más relevantes que tienen que ver con la oferta de la empresa son:

- a) El recurso humano
- b) Administración
- c) Certificación

(Banco Nacional de Comercio Exterior 2001)

5.2.1.- Capacidad de producción

La capacidad de producción es la medida de la producción manufacturera durante cierto período de tiempo. Así que se deben tener en cuenta aspectos operacionales para determinar cuánto se puede producir en un determinado tiempo y de esta manera se puedan llegar a concretar todos los pedidos del cliente o de la demanda en el mercado extranjero. Es importante tener en cuenta este punto para no quedar mal con el cliente o poder ver la posibilidades de abastecer otras regiones cerca del lugar en donde se va poner la mercancía y con ello aprovechar lo más que se pueda para que se generen mayores utilidades.

5.2.2.- Precio de los productos

Los precios de los productos deben de fijarse, por lo que se deben tener en cuenta ciertas características antes poner la cantidad a los productos. Algunas de las cuestiones son:

- a) El costo del transporte de los insumos para la realización de la mercancía.
- b) Materiales directos e indirectos que participan en la realización del producto.
- c) Porcentaje de comisión que tienen los productores en cada producto que fabrican.
- d) El costo del empaque.
- e) Obligaciones fiscales por cubrir en la aduana.
- f) Costo del transporte para el despacho de las mercancías

5.2.3.- Experiencia exportadora

La experiencia exportadora para un empresario es fundamental le permite hacer decisiones de acuerdo a lo que vivió o al éxito que tuvo en el extranjero, por lo que es una pieza muy importante que permite tener una ventaja en el campo del comercio exterior, así que una exportación podría facilitarse con el conocimiento de diferentes términos y pueden entenderse en la práctica de manera satisfactoria, por lo tanto los empresarios que cuentan con experiencia, pueden iniciar en la exportación sin ningún inconveniente.

5.3.- ¿Qué desea obtener el empresario en un proyecto de exportación?

Los empresarios que participaron dentro de la vinculación que realizó la Secretaría de Economía, en especial el área de promoción al comercio exterior, tuvo mucha aceptación por parte de los participantes, las empresas obtuvieron los requisitos que pedían y todo resulto de forma positiva para la tres entidades que estuvieron trabajando de manera conjunta para el desarrollo de proyectos de exportación.

Entre los requisitos establecidos por las empresas que participaron en la vinculación, se tenían que abordar los siguientes aspectos dentro de los proyectos de exportación ya que eran necesarios y con esto se podía tomar una decisión correcta en cuanto al mercado que tenía más posibilidades de acuerdo a la empresa que quería exportar.

Estos son los requisitos que tenían que contener los proyectos de exportación realizados para las empresas participantes en la vinculación.

1. Seleccionar un mercado meta.
2. Regulaciones arancelarias y no arancelarias del país de destino.
3. Perfil del mercado de destino.
4. Encontrar posibles clientes para el productos seleccionado a exportar
5. La competencia por parte de otras empresas que se encontraran en el mercado de destino.
6. Importaciones realizadas por el país de destino o por la empresa comercializadora, o productora de aquel mercado, del producto selecciona para exportar y el consumo de dicho producto en el extranjero o en la región seleccionada a incursionar.
7. Precios del producto en el mercado de destino, desde que hasta en la aduana, hasta que llega al consumidor final.
8. Desarrollo de un canal de distribución eficiente, para poder entregar la mercancía en el lugar y tiempo correcto.
9. En caso de no contar con experiencia exportadora por parte de la empresa, se tenía que seleccionar el etiquetado y empaquetado del producto a exportar.
10. Fuentes estadísticas y bibliográficas de la investigación realizada

5.4. Vinculación entre la empresa, universidad y gobierno

La idea de vincular los tres elementos surge con todo lo que ha percibido el Gobierno Federal que resulta ser una gran desvinculación y una gran brecha entre las actividades que realizan, cada una de estas entidades Gobierno Federal, empresa y universidad en específico los estudiantes.

La idea del Gobierno federal es tratar de solventar esa brecha, dado que las empresas no siempre apuestan por especialistas en comercio exterior y sobre todo las micro y pequeñas empresas no las tienen entonces cuando los estudiantes quieren llegar a estas pequeñas empresas, tampoco tienen la experiencia para que puedan trabajar en ellas, la empresa no quiere pagar un especialista en comercio exterior, el estudiante no tiene donde hacer proyectos de exportación reales que no se queden en el cajón del maestro y el gobierno a su vez está detenido y no tiene especialistas para asignarle un especialista a una empresa que le ayude a desarrollar mercados, en ese sentido, la idea es juntar estas tres entidades, para trabajar de la mano y en beneficio del fomento de las exportaciones, en este caso las exportaciones del estado de Michoacán.

El propósito de la vinculación es que los estudiantes de comercio le desarrollen a una empresa un proyecto de mercados para darle alternativas precisamente de exportación a la empresa, cuando la empresa determina, que quiere llegar a los mercados internacionales y que quiere tener elementos para llegar a esos mercados, el Gobierno Federal no está en posibilidades de darle todos esos elementos que necesita, por ejemplo: toda la parte de inteligencia comercial, a lo mejor se le informa, pero no como lo haría un estudiante de comercio y que tiene el tiempo de dedicarle a este desarrollo de proyectos, es aquí donde la Secretaría de Economía trabaja esa parte y se ponen los principios sobre los cuales puede trabajar el estudiante, complementado con las necesidades de la empresa, por lo que se puede trabajar de forma conjunta.

La Secretaría de Economía es la encargada de promocionar y aprobar las vinculaciones. Como parte de las actividades que hace en materia de promoción de

comercio exterior a determinado que desde el año pasado 2012, se pueda llegar a estas empresas, tratando de fundamentar el esquema en la necesidad que se encuentra y por ello que parece una estrategia muy adecuada, para el beneficio de los tres sectores, tanto el gobierno, tanto la universidad y tanto la empresa.

El beneficio de la vinculación para el gobierno de entrada es poder darle a la empresa elementos que le permitan seleccionar un mercado de destino y promover estas exportaciones, ya que lo que pretende la Secretaría de Economía en las empresas es que exporten, por lo que con elementos como estos, se estará más cerca de lograr ese objetivo, adicionalmente la vinculación que se tiene con las universidades y con los estudiantes, si no se hace esto, los estudiantes se acercan solo por información, pero si se causa esa información en el desarrollo de un proyecto ellos se benefician, se ha visto en la práctica, porque han hecho proyectos reales ya con información real de una empresa y que es muy diferente a los proyectos que van inventando o que van sacando con información ficticia en las universidades y dentro de su carrera de comercio.

Las oportunidades de negocios internacionales proyectan mejoras en las empresas, como principal actividad de la Secretaría de Economía es la de indicar que la exportación es otra oportunidad de comercialización de sus productos y que seguirá siendo un negocio, pero el gran gancho es que la empresa puede encontrar una mejor cotización de sus productos y con ello le permitirá un mayor desarrollo.

Una vez que la empresa pueda tener acceso a diferentes recursos o al mercado internacional pueden ser diferentes las vertientes de desarrollo que tenga desde encontrar maquinaria más sofisticada en los mercados internacionales, desde conocer a su competencia, desde encontrar un socio a nivel internacional o un inversionista, también es encontrar patentes o marcas que pueda explotar y obviamente las empresas tendrían muchas oportunidades de desarrollo, tratando de involucrarse a los mercados internacionales, por eso la vinculación es una buena estrategia de desarrollo para las empresas y que deberían estar encaminados hacia ello, el mundo de la globalización nos obliga a estar en ese camino.

El proceso de selección de las universidades inicialmente es para aquellos que tienen la carrera de comercio o de negocios internacionales se les hace la invitación a todas las universidades del estado que tienen este tipo de carreras, todas las universidades responden de buen manera y se pueden ver los resultados en los tres proyectos concluidos. Actualmente se está iniciando un proyecto en La Piedad, en donde participarán universidades de aquella región de Zamora y de La Piedad y con eso se diría que la convocatoria está abierta prácticamente para todos y las universidades.

De acuerdo con la opinión del Licenciado Alejandro Chiquito Ruiz, encargado del área de comercio exterior. Los estudiantes de las universidades se encuentran capacitados para realizar los proyectos ya que si tienen los conocimientos, las habilidades para desarrollar proyectos, al parecer la parte que les hace falta es la vinculación con la realidad, es decir, saben donde obtener la información, saben en la teoría que son los diferentes tópicos que necesitan para desarrollar esos proyectos, pero no los han llevado a la realidad me parece que hay una gran desvinculación entre la misma empresa y la universidad a quien pudiera recurrir para que poco a poco los estudiantes fueran haciendo los proyectos pero con información real, parece que esa es la parte de realidad que le falta a los estudiantes, es decir la práctica con las empresas y la parte de información real y en este tipo de proyectos esto es precisamente lo que se les brinda.

Industrias Jaffer, Chocolatera Moctezuma S.A. de C.V. y Treofan México S.A. de C.V. se sumaron a esta vinculación como parte de las actividades de promoción de la Secretaría de Economía, el contacto con esas empresas ha permitido detectar las necesidades de las empresas de llegar a los mercados internacionales, ahora bien, se pueden juntar las tres necesidades; la empresa, el gobierno en cuestión de fomentar las exportaciones y los deseos de los estudiantes en hacer proyectos de exportación.

Los proyectos se revisan conjuntamente con la empresa participante en cada uno de los proyectos y la Secretaría de Economía una vez que se revisan los proyectos se

intercambian comentarios, que tiene uno, que tiene el otro proyecto de que carece uno y de que el otro, sobre la parte de gobierno que sean proyectos concretos, reales, con información verídica y con las adecuaciones técnicas que necesita un proyecto.

La parte de la empresa mucho de lo que sea realidad, la información que están proporcionando los estudiantes que sea acorde a la competencia nacional mundial que tienen ellos y sobre todo adaptado a sus posibilidades y a sus alcances, los han encontrado con todo lo que les habían pedido algunos más que otros, pero en términos generales muchos de los estudiantes al darles los lineamientos sobre los cuales deben trabajar, precisan toda la información que nos presentan.

El desarrollo que está teniendo la vinculación es muy bueno, porque los objetivos se han venido logrando para los estudiantes han comentado una gran satisfacción por participar en esto, por parte de las empresas se han ayudado porque les abren nuevos esquemas y panoramas que no conocían y la parte del gobierno es que cumplir los objetivos ya que es la vinculación la otra parte en relación a promoción de exportaciones poco a poco como en todas las empresas siempre el concretar exportaciones lleva tiempo pero se está realizando un buen trabajo.

La mejor experiencia ha sido la de poner en contacto todas estas ideas, de un lado proporcionadas de los estudiantes y en la otras las personas que quieren conocer esas ideas al parecer eso es lo mejor, el conocimiento que generan los estudiantes de acuerdo a las visitas que se han hecho a las empresas, los conocimientos aprendidos son; como se hacen los productos, como trabajan las empresas, que quieren los empresarios y bueno en una de ellas en Chocolatera en específico las chicas que ganaron este desarrollo de proyectos están trabajando para la empresa tratando de abrirles mercado en Canadá.

La peor experiencia es la de no haber cumplido las expectativas de alguien, por ejemplo; que alguno de los estudiantes se quede con la idea de que no ha cumplido sus expectativas, eso ha sido la mala experiencia, cuando no se cumplen las expectativas de la empresa o de los estudiantes resulta una mala experiencia.

Recomendaciones para las empresas aun sean las que han participado con nosotros, aun sean las que no lo han hecho yo si les recomiendo que se vayan adentrando poco a poco a las actividades de comercio exterior, porque es una forma en la que se pueden ir sacando diversos beneficios ya que puede ser una muy buena oportunidad de desarrollo de las empresas y bueno si nosotros les podemos apoyar en la realización de algunos proyectos de exportación deberían aprovechar ese tipo de oportunidades o acercarse con la gente que les podamos ayudar en el tema de comercio exterior.

Las recomendaciones para las universidades es que deben tratar de vincular más a los estudiantes con lo que pasa en la realidad o de que hagan visitas y de actualizar planes de estudio, hay unas universidades que no tienen bien actualizados sus planes de estudio y bueno eso sería una recomendación, la otra tratar de enfocarlo mucho a la realidad, es decir dejar mucho la parte de trabajar con datos ficticios y empezar a trabajar con datos reales y para los estudiantes siempre disposición, la actitud es lo mejor y también invitarlos a superarse cada vez más, el mundo está muy competido, está muy demandado y siempre de lo mejor, las empresas están muy conscientes de eso y muchas veces los estudiantes no lo están, por lo que no deben tomarse las cosas a la ligera.

Las mejoras tienen que ver todo sobre el ir concretando y que se desarrollen proyectos de exportación muy adecuados a lo que está pidiendo la empresa, eso aseguraría éxito a todos, si a la empresa se le da un proyecto muy específico, muy aterrizado, muy concreto de lo que quiere, aseguro que se puede llevar a la práctica, porque los datos son precisos y representan información real para la empresa.

Es que si no se cumplen estos requerimientos para las empresas, difícilmente van a tener intenciones de exportar, porque no está fundamentada la idea en un buen proyecto, obviamente la importancia de hacer y saber hacer proyectos de exportación y de que los estudiantes sepan hacer eso, pero si desde las universidades no se tienen buenas bases para un proyecto de exportación obviamente que no se tendrán buenos resultados y mucho menos que pueda realizar un buen proyecto de exportación, porque no lo sabe.

Los comentarios y sugerencias acerca de la vinculación en general es que se debe mejorar en algunos aspectos y se pretende llegar a la fase final, la cual es, que las empresas exporten con los proyectos de exportación, que se pudieran concretar con la empresa y que se vea en un lapso muy corto a la empresa exportando, eso sería lo mejor y lo fabuloso, porque aseguraría un camino demostrado que se puede utilizar para incorporarlas a los mercados internacionales, eso se logra concretando más los proyectos, haciéndolos; precisos, concisos con la información que la empresa necesita, eso va permitir que se disminuyan esos tiempos para llegar a las exportaciones y obviamente darle eso a la empresa diluido. Para que con el tiempo la información utilizada pueda ser de forma práctica y sencilla sin ningún inconveniente.

Se ha comprometido a la empresa para que pueda remunerar a los estudiantes por su esfuerzo en la realización de proyectos de exportación y ha dado premios a los estudiantes como ipads, reconocimientos, en esta próxima vinculación con otra empresa van hacer unos smartphones entonces los reconocimientos están ahí y son para los estudiantes que tengan el deseo de participar, así como también para las empresas, ojala y se puedan concretar estos proyectos y hacer que los proyectos de exportación no se queden olvidados, si no que tengan un propósito y puedan ser utilizados para los que necesitan la información referente a un mercado en específico. (Secretaría de Economía 2013)

Chiquito, Alejandro Ruiz Licenciado de la Secretaría de Economía, entrevista de Daniel Vega Flores y Andrea Pineda Ayala. *Vinculación entre las empresas, universidades y gobierno* (29 de Agosto de 2013).

5.4.1.- Desarrollo de programas de ProMéxico

ProMéxico es el organismo del Gobierno Federal mexicano encargado de fortalecer la participación de México en la economía internacional. Esto apoya la actividad exportadora de empresas establecidas en el país y coordina las acciones para atraer inversión extranjera directa al país. (PROMEXICO 2013)

De acuerdo con la opinión de la Licenciada Susana González Marroquín, encargada del área de ProMéxico en Michoacán. La idea de la vinculación entre el Gobierno, Empresa y Universidad se está empezando a dar a través del apoyo que brinda ProMéxico y que sigue teniendo resultados con el programa llamado: Practicantes en negocio internacionales, en el cual se detalla una serie de pasos que debe cumplir el empresario, así como especificaciones que se deben contemplar para la elaboración de un proyecto de comercio exterior o inversión extranjera, que desarrolla un Practicante en Negocios Internacionales.

El objetivo es apoyar a los exportadores en su búsqueda de nuevos mercados para sus productos y servicios. Para ProMéxico un practicante en negocios internacionales es un representante- promotor de un proyecto determinado para promover directamente entre clientes potenciales el producto encomendado.

La idea de vincular al Gobierno, Empresa y Universidad tiene como propósito que la empresa cuente con un representante, un visor y un promotor directo en el mercado de exportación. BANCOMEXT fue quién tomó la iniciativa de empezar a realizar la vinculación. La primera vinculación surge del gobierno del estado en conjunto con las empresas pero la falta de presupuesto estatal orilló a que se transformara la vinculación entre las empresas y el gobierno federal.

Específicamente en Michoacán se formó el programa “México-China” que refería a las empresas con el gobierno del estado buscando satisfacer y expandir la demanda. El programa fue concluido por falta de presupuesto; sin embargo, los resultados fueron buenos.

El objetivo de la vinculación es promover la oferta exportable de productos de México en el mundo, mediante estrategias comerciales. En los años siguientes se espera elevar las exportaciones en Michoacán, especialmente en el sector agroindustrial para promover mayor valor agregado de los productos frescos y de los cuales el estado es líder de producción.

El perfil que debe tener un practicante es el siguiente: el practicante debe de ser:

- Egresado
- Propuesto por una universidad reconocida
- Promedio establecido por el programa
- Dominio o buen manejo del idioma inglés (mínimo) o bien, dependiendo de la plaza
- Actitud pro activa
- Perfil de ejecutivo de ventas y promoción
- Capacidad de toma de decisión y posibles cierres de ventas

En cuanto a la selección de los practicantes hay un grupo multidisciplinario establecido en la Ciudad de México que evalúan y determinan a los jóvenes en las diferentes etapas, dependiendo del número de proyectos que se demanden en las plazas, será el número de alumnos que participaran en el desarrollo de proyectos de exportación. Una vez realizada la selección de practicantes, ProMéxico les brindara capacitación, por medio de un programa de una semana en la Ciudad de México y deben cumplir con un mes dentro de la empresa con acceso total para conocerla completamente y puedan realizar su desempeño de manera correcta.

La duración del programa de “Practicantes en negocios internacionales” es de 7 meses dejando como responsables de evaluar que el proyecto sea viable para la empresa a ProMéxico, en conjunto con la oficina de representación de ProMéxico en el exterior.

El costo/beneficio del empresario al vincularse en éste programa es alto, debido a que cuentan con un representante que no está contratado como un empleado, y que tiene experiencia en el comercio exterior ya se cuenta con egresados de la carrera de comercio para el desarrollo de proyectos de exportación en donde los estudiantes egresados, tienen conocimiento en el área específica para investigar y desarrollar al mismo tiempo un estudio de mercado.

Por lo regular la empresa obtiene el resultado que esperaba ya que de antemano se estudia que exista la posibilidad de aceptación en el mercado meta del producto; además de tener posibilidades a corto plazo. Los requisitos indispensables que debe tener una empresa para participar en el programa de practicantes en negocios internacionales son los siguientes propuestos por ProMéxico.

- Estar consolidada
- No necesariamente necesita experiencia exportadora
- Contar con página web
- Contar con estrategias de mercado
- Tener un proyecto a desarrollar en un mercado determinado
- Tener posicionamiento nacional establecido
- Contar con las certificaciones o pasos que requieran para ser competitivos en el mercado meta.

Los beneficios que obtiene ProMéxico y los practicantes por medio de éste programa son: elevar la oferta exportable de productos mexicanos y que las empresas hagan negocios. Los beneficios para los practicantes que son los representantes de las empresas, es que aprenden a negociar con clientes potenciales, obtienen experiencia de un empresario, mejoran su currículum, posibilidades de ser contratados en la empresa o bien promoverse para encontrar trabajo en el extranjero.

Dentro de la vinculación que se ha venido desarrollando existen experiencias que han tenido un impacto positivo para las empresas, pero también se ha visto de otras experiencias que han sido negativas y no se concluyeron exportaciones, por lo que a continuación se mencionan algunas.

La peor experiencia fue de una empresa de huaraches que tenían un proyecto en Atlanta, Estados Unidos. Había mucha demanda del producto pero había que hacer adecuaciones al empaque, el practicante identificó que el material del empaque no hacía competitivo al producto e incluso diseñó la mejora del empaque; pero la empresa no modificó nada y el programa se concluyó en 4 meses con la empresa, aunque el chico continuó el programa de practicante dentro de las oficinas en el extranjero y en ferias de negocios.

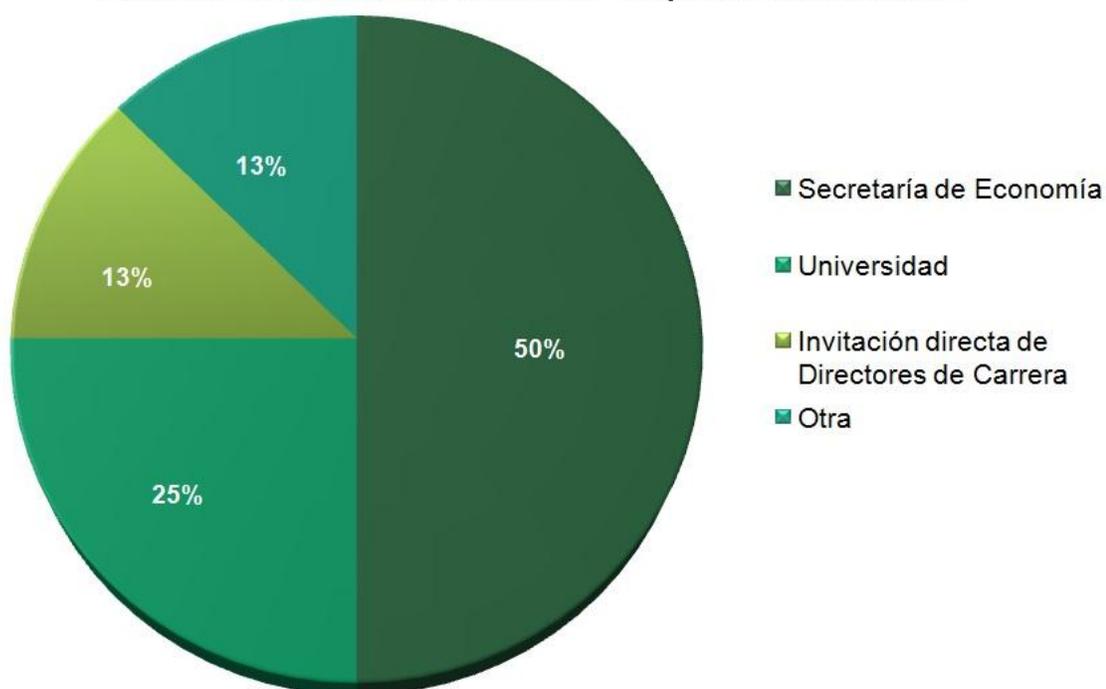
La mejor experiencia fue de una chica moreliana con un proyecto de herrajes con destino a Brasil. La practicante tenía una actitud grandísima que le ayudaba en el país de destino ya que era muy proactiva, sabía desenvolverse en el ámbito del comercio lo cual era importante para que pudiera preguntar, aun cuando no era experta en el idioma; cerró negocios y fue contratada por la empresa, abriendo una oficina en Brasil y a su término de contrato (2 años después) continuó trabajando en México. Años más tarde confesó que no dominaba muy bien el idioma portugués, inclusive comentó que ella aprendió por las canciones y por un novio suyo que le enseñaba un poco de portugués pero tenía la chica una actitud muy buena y que le daba la seguridad de poder hacer lo que se proponía, por lo que es indispensable contar con disposición y deseo de hacer las cosas para lograr el objetivo principal de cada persona. (PROMEXICO 2013)

Susana, Gonzalez Marroquin Licenciada de ProMéxico, entrevista de Andrea Pineda Ayala y Daniel Vega Flores. *Practicantes en el extranjero* (2 de agosto de 2013).

5.5.- Experiencias actuales de los proyectos de exportación

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. La vinculación con las Universidades surge por medio de convocatorias expedidas por la Secretaría de Economía, las cuales se hacen llegar a los estudiantes, mediante la difusión en su mayoría por los directores de las carreras de Comercio Internacional, Negocios Internacionales o Relaciones Comerciales Internacionales; o bien, por medio de la experiencia de tener el contacto directo de la S.E. en la cual los estudiantes prestan su servicio social o prácticas profesionales.

¿Cuál fue el primer contacto de los practicantes para darles a conocer la vinculación Gobierno- Empresa- Universidad?

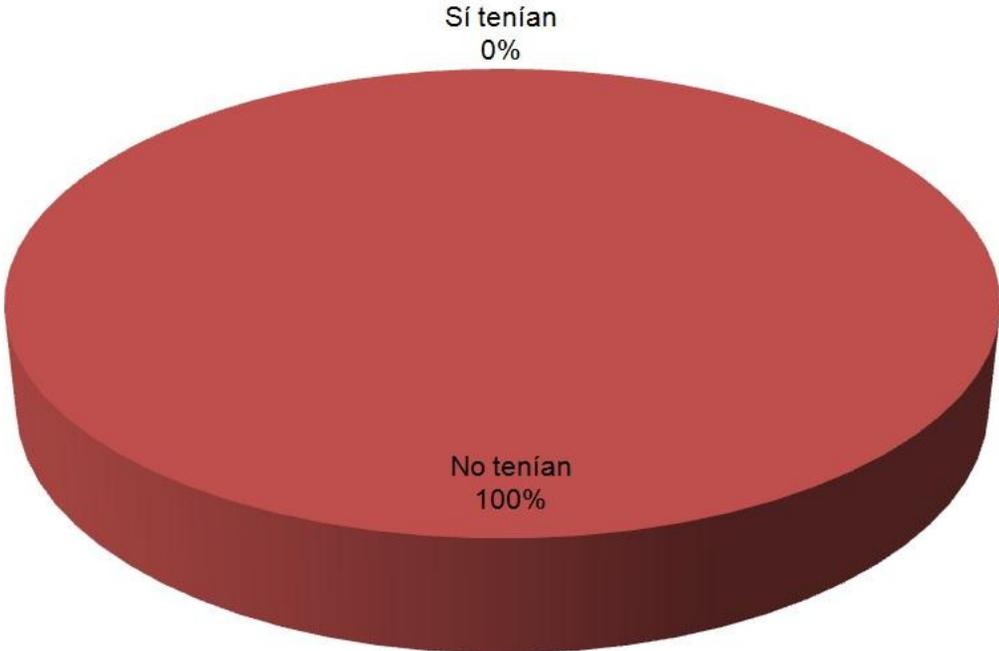


Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

Como se puede observar en la gráfica, el mayor porcentaje para establecer el primer contacto dentro de la vinculación para los estudiantes, se realizó debido a que la mayoría de los participantes prestaban su servicio social dentro de la S.E

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. La mayoría de los estudiantes han realizado proyectos de exportación en las universidades pero con datos ficticios y por lo tanto no contaban con experiencia de datos verídicos, para ellos representa una buena vinculación, en donde pueden acercarse al mundo laboral con el desarrollo de proyectos de exportación para empresas michoacanas.

Experiencia anterior de los participantes en un proyecto de exportación real.

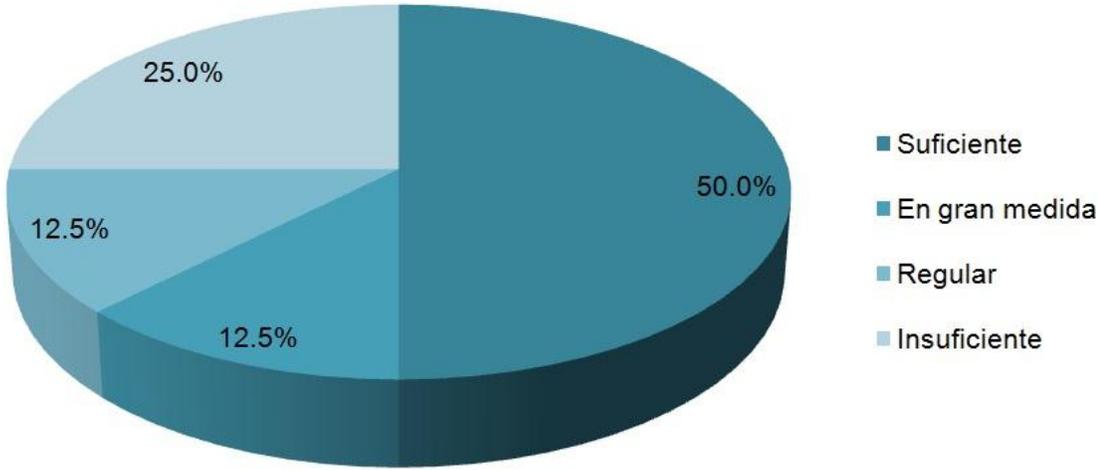


Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

Como se puede observar en la grafica anterior tenemos que todos los practicantes carecieron de experiencia para la elaboración de un proyecto de exportación y selección de desarrollo de mercados, en un caso práctico con datos reales proporcionados por las empresas y la Secretaría de Economía del estado de Michoacán

Existe una disyuntiva en algunos de los elementos del proyecto inicialmente; en cuanto a la información para que los participantes concretaran correctamente sus proyectos debido a que las empresas y el gobierno brindan a ellos algunas herramientas y datos que pueden ser útiles en el desarrollo de mercado; sin embargo, se ha considerado en algunas de las experiencias que para ser exitosa dicha vinculación, las empresas requieren imprescindiblemente estar dispuestos a compartir la información que necesitan los participantes a lo largo de la realización del proyecto.

Calificación de la información presentada y proporcionada por las empresas para la realización de los proyectos.

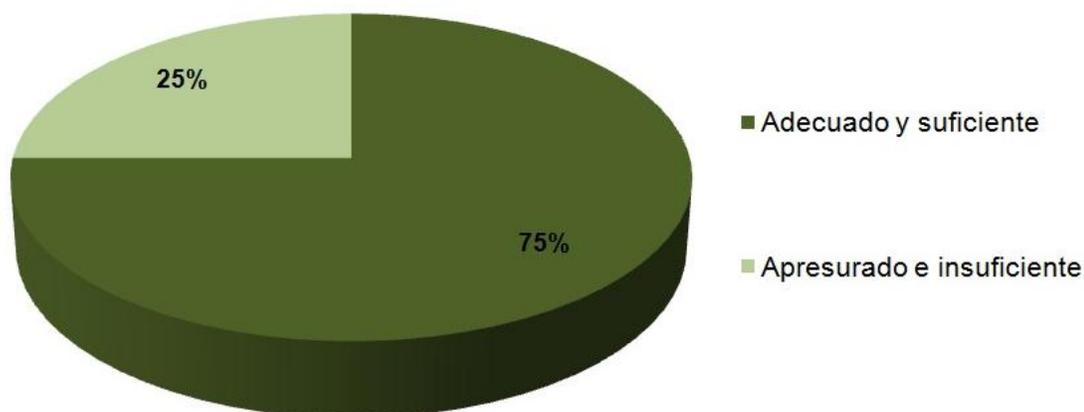


Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. Se calificó la información prestada y proporcionada concluyendo que la información ha sido la correcta en un 75%, sin embargo la perspectiva de algunos remarcó la falta de confianza de las empresas o bien de las políticas para dar acceso de información, por lo que un 25% del número total de los encuestados no tuvieron toda la información que requerían en tiempo o en forma.

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. De manera secundaria se menciona el tiempo como suficiente para un desarrollo de mercado; por otro lado, para las peticiones de los empresarios en cuanto a la prospección de clientes directos o cierres de ventas, los participantes consideran que la alternativa para hacerse de una mejor manera es desplazándose en el mercado meta en un tiempo más extenso. Por lo que todos concuerdan con el hecho de que el tiempo para el desarrollo de proyectos es el adecuado y se puede investigar todo lo que la empresa requiere en el lapso de tiempo de entrega del proyecto.

¿Cómo consideras el tiempo para la realización y presentación del proyecto?

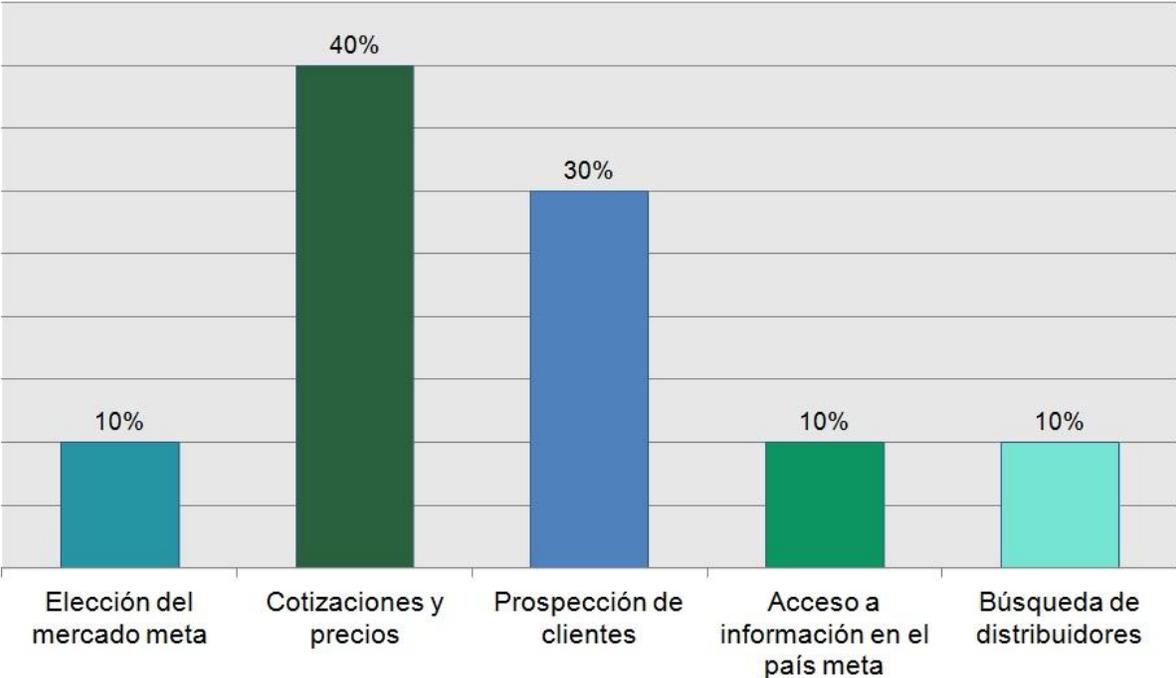


Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

El tiempo de la realización y presentación de los proyectos ha variado conforme a las necesidades de los empresarios, a los participantes de los proyectos les ha resultado adecuado y suficiente en un 75%. Tomando en cuenta que el tiempo varía de 3 a 4 semanas en la realización y de 1 a 2 semanas en la presentación. Por lo tanto representa un buen tiempo para la entrega y la evaluación de los proyectos de exportación.

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. Entre las principales dificultades que experimentaron los participantes se encontraron; la búsqueda de información en el país meta, realización de cotizaciones reales, la determinación del precio del producto, una prospección de clientes encaminada a los requerimientos de los empresarios, o bien, el obtener información de distribuidores dentro del país meta.

¿Cuáles fueron los mayores retos que enfrentaron los participantes durante la realización del proyecto?



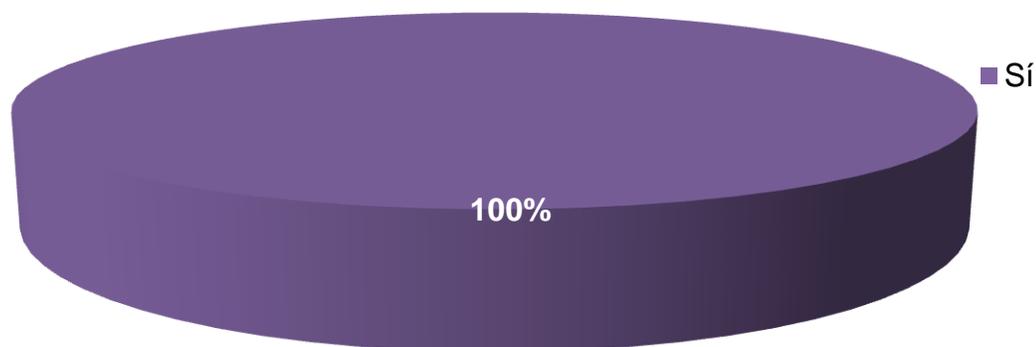
Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

Debido a su falta de experiencia en la realización de proyectos reales, los estudiantes enfrentaron retos a lo largo de su investigación, la mayor dificultad con un 40% la representan la solicitud de cotizaciones y concentrado de precios reales; en segundo lugar con un 30% la prospección directa con los clientes potenciales que precisan los empresarios y con un 10% los demás.

Pese a los obstáculos a los cuales se enfrentaron, todos los estudiantes concuerdan en reincidir su participación y seguir éste tipo de proyectos de desarrollo de mercado, para poder aplicar los conocimientos adquiridos en el aula de clases, de manera en la que mejora su competitividad y su nivel de experiencia.

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. Algunos consideran que su participación resultaría más enriquecedora de hacerse con empresas que creyeran en la capacidad de los alumnos, en su nivel de creatividad y les brindaran la información necesaria con el fin de transmitirles su espíritu emprendedor.

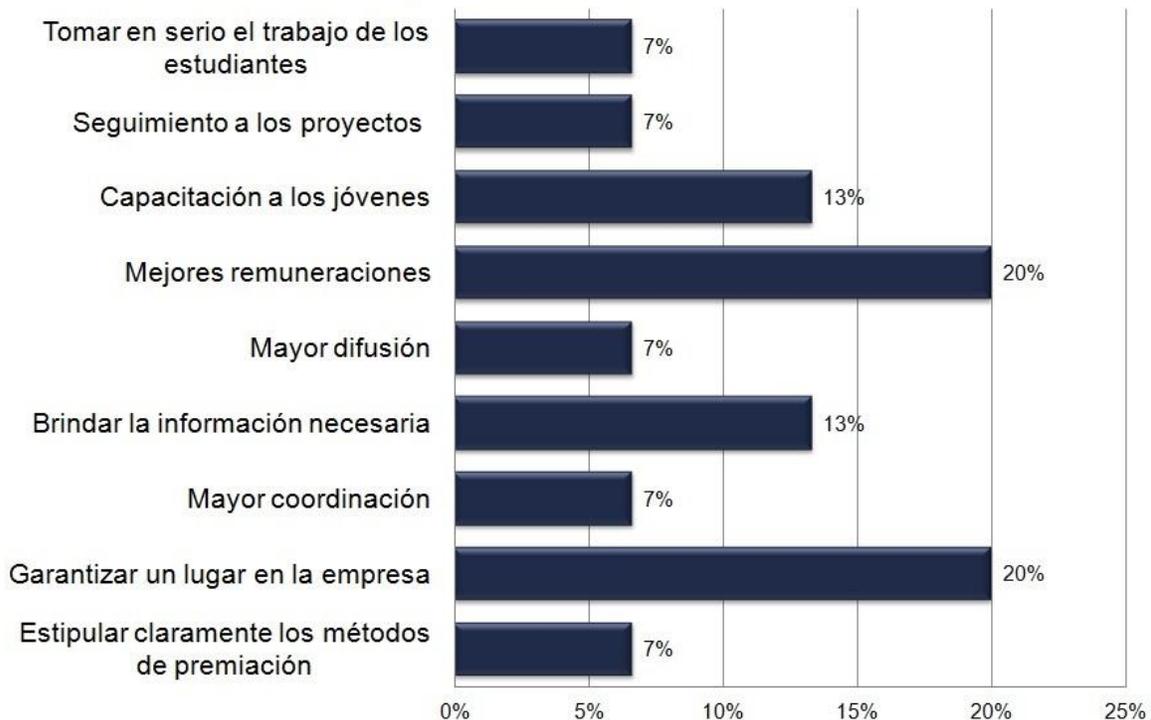
¿Volverías a reincidir en éste tipo de proyectos de vinculación y recomendarías la experiencia a otros estudiantes?



Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

Los estudiantes han encontrado una mayor percepción sobre el Comercio Internacional.

Recomendaciones de los participantes para mejorar futuras experiencias de vinculación



Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

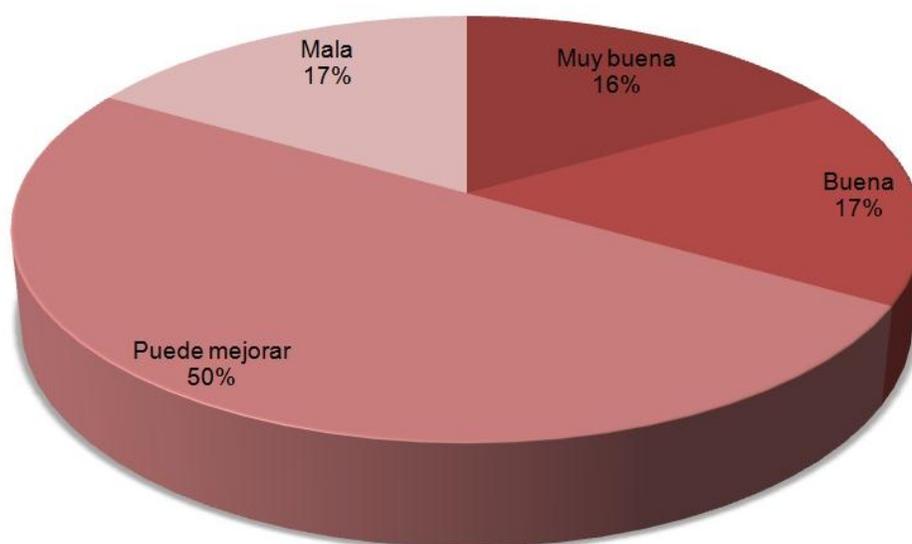
De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. Algunas de las recomendaciones son: difusión por parte de las universidades y del Gobierno Federal, una capacitación previa para cumplir con la expectativa de los empresarios, mayores remuneraciones depositando confianza en los jóvenes y dando un seguimiento en los proyectos seleccionados.

De las sugerencias y recomendaciones realizadas por los estudiantes el 40% de ellas se refieren a incentivos que estimulen la participación de los estudiantes, que la empresa considere que los ganadores lo pongan en práctica como miembros activos de la empresa. Por otra parte consideran importante recibir una capacitación (26%); así como una mayor coordinación y difusión de los concursos en todas las universidades, representados en un 14%.

La vinculación entre las tres partes es considerada como un método bueno a fin de darse a conocer con las empresas, vislumbrando el talento de los estudiantes y encaminada hacia una unión capaz de desarrollar estrategias de competitividad en el comercio exterior. Los estudiantes obtienen un valor curricular importante y una experiencia necesaria para su preparación ante el mundo laboral.

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. Los practicantes obtuvieron no solo conocimientos prácticos de su carrera profesional, también fortalecieron su confianza, seguridad ante el público y una mayor capacidad de búsqueda logrando de ésta vinculación una experiencia enriquecedora.

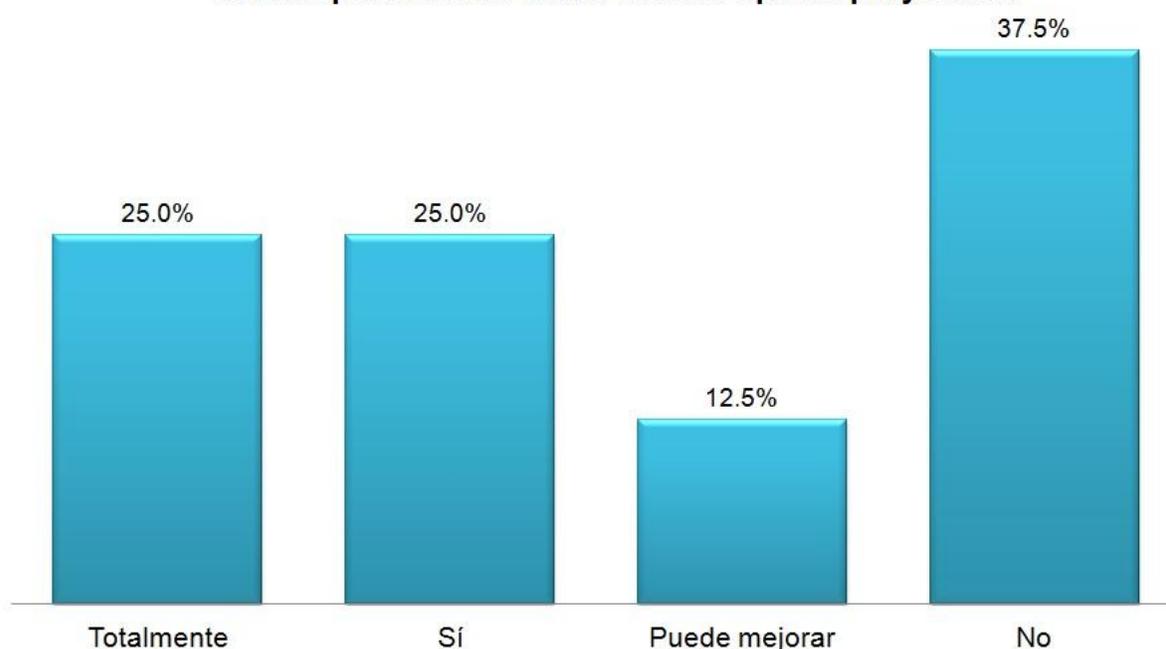
¿Cómo consideran los participantes la vinculación entre Gobierno-Empresas y Universidad?



Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

Participar en los proyectos les ha dejado a los participantes una sensación de satisfacción enriquecedora que les ha brindado una fuerte experiencia directa.

¿Consideras que la Universidad te ha proporcionado bases sólidas para la realización de éste tipo de proyectos?



Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

La universidad ha brindado la preparación y los conocimientos hacia los estudiantes con lo que un 50% afirma haber recibido bases sólidas, un 12.5% cree que pueden mejorar planes de estudio y un 37.5% no cree haber recibido las bases.

De acuerdo con la opinión de los estudiantes que participaron en la vinculación en el estado de Michoacán. Sugieren mejorar los planes de estudio con el fin de incluir materias de proyectos de exportación aplicados en casos reales para lograr una mejor preparación práctica y no meramente teórica, establecer lazos estrechos con empresas comprometidas así como ofertar talleres y simuladores de negocios.

Por último los estudiantes desean que las vinculaciones prosigan en aras de expandir la difusión y la competitividad como una experiencia que todos los egresados deberían de vivir.

Sugieren a las universidades mejorar la preparación para participar en éste tipo de proyectos; ya sea por medio de asesores que orienten los proyectos de exportación, una mayor preparación práctica y útil para que les brinden las herramientas que demanda la vida laboral e incrementen la competitividad, materias de desarrollo de mercado aplicados, talleres de simulaciones y actualizaciones de temas de Comercio Internacional y uso de métodos de inteligencia comercial.

Han considerado que es de suma importancia que las tres partes, mantengan y fortalezcan su vinculación para continuar abarcando otras regiones del estado, de manera que se fortalezca la competitividad estatal y nacional, con ello los jóvenes de las carreras afines al comercio adquieren mayores capacidades y habilidades, las cuales pueden desarrollar en el mundo laboral. Se debe incrementar la difusión de las vinculaciones para que las Universidades y empresarios se acerquen al Gobierno Federal y puedan establecer lazos estrechos como estrategia de desarrollo estatal.

Sin duda los estudiantes volverían a participar en el desarrollo de proyectos para las empresas. La experiencia y los conocimientos adquiridos durante su participación han sido fundamentales para su desarrollo profesional y les genera un valor extracurricular que les permite conseguir trabajo ya que con la participación de la vinculación obtienen experiencia profesional y ventaja sobre los que no tienen ninguna experiencia laboral.

De esta manera se puede concluir que los participantes están de acuerdo en que se siga llevando a cabo la vinculación con futuras generaciones y que con el tiempo se pueda hacer más público abarcando otras regiones de Michoacán. En cuanto a lo que vimos en las gráficas, la universidad es un pilar muy importante para los egresados, de ahí obtienen las bases de sus conocimientos en el comercio exterior y con ello pueden realizar proyectos de exportación.

Las oportunidades que brindan, los empresarios, las universidades y el gobierno son buenas y no hay que dejarlas pasar, o dejarlas a la ligera porque ayudan al crecimiento profesional y se mejoran los conocimientos con la retroalimentación de los participantes.

Industrias Jafher S.A. de C.V. es una empresa metalmecánica de capital 100% mexicano, comprometida con diseñar, fabricar y comercializar sistemas de mobiliario y productos amables de alta durabilidad, dirigidos a empresas, corporativos e instituciones que necesitan y valoran sus espacios de trabajo, distinguiéndonos la oferta de soluciones personalizadas con un servicio responsable y oportuno.

Industrias Jafher como uno de los primeros integrantes a la vinculación entre Gobierno- Empresas y Universidades, se encuentra actualmente en el proceso de incursionar en sus productos en el mercado de Guatemala con el fin de comenzar su experiencia exportadora. Su experiencia dentro de éste proyecto se refleja a través de la entrevista con el Licenciado Carlos Enrique Barajas, Director Comercial de la siguiente manera:

De acuerdo con la opinión del Licenciado Carlos Enrique Barajas, Director comercial de Industrias Jafher. Definitivamente éstos programas resultan benéficos para todas las partes, desde las tres ópticas es importante sensibilizarse ante lo que se vive realmente y actuar en consecuencia. Desde hace años se está realizando un gran trabajo por cerrar la brecha entre las empresas exportadoras y las carreras de comercio internacional de las universidades, aun es amplia, mas no es la carrera más alejada de las empresas actualmente.

Es una estrategia adecuada reunir al gobierno- empresa- universidad, desde la perspectiva privada es importante llevar a cabo ejercicios de investigación y aplicación de la teoría, aunque es claro que se debe alinear con las actividades académicas y sus tiempos, desde nuestro punto de vista la debilidad podría encontrarse en la falta de seguimiento de los resultados obtenidos, tal vez vinculando materias en varios semestres sobre proyectos definidos podría traer compartir resultados que no pueden lograrse en un solo curso y desde la perspectiva de varias especialidades.

En cuestiones dedicadas a fortalecer éste tipo de actividades de vinculación desde la parte que le corresponde al gobierno, recaen en los reconocimientos a las actividades realizadas de manera formal, podría ser tal vez un aliciente para llevar

cabo estas actividades en las empresas, ofrecer apoyos reales para la posible realización de proyectos de exportación pueda ser mejor aún.

Por otra parte la iniciativa privada en aras fortalecer la vinculación con las carreras de comercio internacional pudiendo dar a conocer las mercancías y capacidades con las que cuenta cada empresa, despertará en mentes jóvenes, ambiciosas y soñadoras proyectos.

Las recomendaciones para empresas michoacanas y universidades sería; contar con la apertura, facilidades y apoyos necesarios para que nuestros estudiantes se interesen en llevar a cabo proyectos en conjunto con empresas michoacanas, ellos mismos son el verdadero motor para realizar mejores proyectos.

En cuanto al gobierno federal, es necesario continuar con la labor de generación de proyectos.

Por último el Lic. Carlos Enrique Barajas agradece la oportunidad de participar en estos proyectos, en espera de poder aportar algo a los estudiantes de las carreras de comercio internacional. Habiendo sido un ejercicio de calidad el que realizaron todos los participantes. (Licenciado 2013)

Licenciado, Carlos Enrique Barajas, entrevista de Andrea Pineda Ayala y Daniel Vega Flores. Experiencia del empresario en la vincualción (6 de Septiembre de 2013).

CONCLUSIONES

Hoy en día se desconocen muchas cosas del comercio, los empresarios cuentan con poco tiempo para poder actualizarse o informarse de la situación que acontece en el exterior, las herramientas que necesitan les parecen complicadas y aún más, cuando no se ha tenido experiencia en la exportación.

El gobierno tiene los conocimientos y subsidios para promover las exportaciones de mercancías mexicanas, pero ellos no alcanzan a involucrarse completamente con la empresa, porque es mucha la demanda de empresarios que acuden con los expertos en la materia y ellos no pueden centrarse en uno solo ya que deben darle tiempo a los demás, por lo tanto el gobierno busca con quien canalizar a esas empresas para que se pueda cumplir el objetivo de exportar, lo malo es que no siempre se sabe a quién recomendar cuando los requisitos de las empresas son específicos.

Los estudiantes cuentan con tiempo y disposición de hacer las cosas y adentrarse de forma real en las actividades de una empresa, en gran parte es por los conocimientos que adquieren en la universidad, si ellos pudieran aprovechar todo lo que han aprendido para ayudar a otros que lo necesitan sería una buena experiencia, tanto para ellos, como los involucrados en este programa, lamentablemente no tienen idea de quien tenga interés o necesidad de que le realicen un proyecto de exportación.

Para solucionar la problemática de comunicación y cubrir las necesidades del gobierno, las empresas y las universidades, se desarrolló un programa de vinculación, por parte de la Secretaría de Economía, en especial el área de promoción al comercio exterior, en el cual, los tres entes participan en conjunto para el desarrollo de proyectos de exportación, ya que cada una de las partes involucradas contaba con intereses propios que debían ser cubiertos para poder alcanzar sus objetivos, por lo tanto se empezó a llevar a cabo y con las primeras dos vinculaciones que se hicieron se tuvo mucho éxito ya que la respuesta por cada uno de los participantes fue excelente.

El trabajo que se realizó y que se está realizando sigue teniendo buenos resultados y se espera que en proyectos futuros no solo se realicen proyectos de exportación para empresas del estado de Michoacán, si no para todas demás empresas de México, porque los programas que desarrolla el Gobierno Federal deben ser aprovechados por todas los empresarios, para que sus empresas tengan un crecimiento, no solo a nivel nacional, si no también, a nivel global y puedan atraer mayores clientes para el cumplimiento de sus objetivos.

Para que se pueda lograr el cumplimiento de los empresarios es indispensable que alguien relacionado con el comercio exterior pueda asesorar y promover iniciativas para lograr las metas propuestas, aquí es donde participan las universidades, ya que cuentan con estudiantes preparados para desarrollar proyectos de exportación, esto les permite a los estudiantes estar en contacto con la realidad, generar experiencias en el ámbito laboral y estar mejor preparados en el futuro.

Esta vinculación sigue en marcha y seguirá, ya que desde el principio fue buena idea el juntar las tres partes que estaban apartadas y ahora con el trabajo en conjunto se podrán actualizar algunos planes de estudio, para que los estudiantes salgan de sus universidades mucho más preparados y con un mayor enfoque de lo que quieren lograr en el futuro.

Los participantes que desarrollaron los proyectos de exportación se dieron cuenta de cuáles eran los requisitos que pedían las empresas, en este caso hubieron dos diferentes, una de ellas no contaba con experiencia exportadora, mientras que la otra si tenía experiencia en el comercio exterior, por lo tanto los requisitos variaron un poco ya que hay un mayor enfoque hacia ciertos requisitos como son; regulaciones arancelarias y no arancelarias, perfil del mercado de destino, prospección de clientes, competencia, producción, precios y canales de distribución.

Con todo esto se puede tener un mejor concepto de la realidad y empezar a trabajar con datos reales que nos aporten un conocimiento más amplio de la carrera y dejar a un lado la información ficticia de los proyectos de exportación, ya que de este modo se contará con una mejor preparación.

BIBLIOGRAFÍA

Alejandro E. Lerma Kirchner, Enrique Marquez Castro. «Comercio y Marketing Internacional.» En Comercio y Marketing Internacional, de Enrique Marquez Castro Alejandro E. Lerma Kirchner, 650. cengage learning, 2010.

Banco Nacional de Comercio Exterior. Competitividad Internacional, su aplicación para la pequeña y mediana empresa. México: Bancomext, 2001.

Banco Nacional de Comercio Exterior. «Mercadotecnia Internacional.» En Mercadotecnia Internacional, de BANCOMEXT, 96. México: Bancomext, 2001.

Chiquito, Alejandro Ruiz Licenciado de la Secretaría de Economía, entrevista de Daniel Vega Flores y Andrea Pineda Ayala. Vinculación entre las empresas, universidades y gobierno (29 de Agosto de 2013).

cnnexpansion. cnnexpansion. 2010. www.cnnexpansion.com (último acceso: 29 de Mayo de 2013).

COFOCE. Cordinadora de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Guanajuato. 2007. www.cofoce.gob.mx (último acceso: 29 de abril de 2013).

CONACYT. «Fondos y apoyos.» Demandas específicas. Marzo de 2013. www.conacyt.gob.mx (último acceso: 24 de Mayo de 2013).

Cudicio, Catherine. «Cómo comprender la PNL: la programación neurolingüística, herramienta de comunicación.» En Cómo comprender la PNL: la programación neurolingüística, herramienta de comunicación, de Catherine Cudicio, 199. Ediciones Granica S.A., 1996.

Gonzalez, Susana Marroquin Licenciada de ProMéxico, entrevista de Andrea Pineda Ayala y Daniel Vega Flores. Practicantes en el extranjero (2 de agosto de 2013).

INEGI. PIB Michoacán. 2 de Abril de 2009. www.inegi.org.mx (último acceso: 15 de Julio de 2013).

—. «Sistema de cuentas nacionales en México.» *Producto interno bruto por entidad federativa. Diciembre de 2009.* www.cuentame.inegi.org.mx (último acceso: 24 de Mayo de 2013).

International Trade Center. Trade map. 2012. www.trademap.org (accessed Mayo 28, 2013).

John Day Daniels, Lee Howard Radebaugh, Daniel P. Sullivan. «International Business.» *En International Business, de Lee Howard Radebaugh, Daniel P. Sullivan John Day Daniels, 701.* Pearson Educación, 2007.

La Razón. «Registra balanza comercial de México en junio superávit de 855 mdd .» *La Razón, 26 de Junio de 2013: 1.*

Licenciado, Carlos Enrique Barajas, entrevista de Andrea Pineda Ayala y Daniel Vega Flores. Experiencia del empresario en la vincualción (6 de Septiembre de 2013).

Mercado, Salvador. «Comercio Internacional I.» *En Comercio Internacional I, de Salvador Mercado, 306.* Limusa, 2000.

Mercado, Salvador. «Comercio Internacional II.» *En Comercio Internacional II, de Salvador Mercado, 568.* Limusa, 2006.

Michael R. Zcinkota, Ikka A. Rokainen. «Negocios Internacionales.» *En Negocios Internacionales, de Ikka A. Rokainen Michael R. zcinkota, 816.* Cengage Learning editores, 2007.

Parmerlee, David. *Seleccion De Los Productos Y Servicios Adecuados.* Ediciones Granica S.A., 1998.

Programa Cooperativo de Desarrollo Agroindustrial Rural (Costa Rica), Strategies and Tools against Social Exclusion and Poverty (Program), PROCOMERCIO., International Labour Office. «La empresa andina y la exportación: guía práctica para el uso de las organizaciones económicas de productores y agroindustrias rurales.» *organizaciones económicas de productores y agroindustrias rurales, de Strategies*

and Tools against Social Exclusion and Poverty (Program), PROCOMERCIO., International Labour Office Programa Cooperativo de Desarrollo Agroindustrial Rural (Costa Rica), 193. Caracas: IICA, 1999.

PROMEXICO. PROMEXICO INVERSIÓN Y COMERCIO. 1 de Enero de 2013. www.promexico.gob.mx (último acceso: 12 de Abril de 2013).

R.H. shipping. R.H. Shipping & Chartering. 2012. http://www.rh-shipping.com (último acceso: 30 de abril de 2013).

Rathbone, Andy. «Windows Vista Para Dummies.» En Windows Vista Para Dummies, de Andy Rathbone, 456. John Wiley & Sons, 2007.

Rogers, Carls. «Persona a persona.» En La relación interpersonal: núcleo de la orientación, de Stevens B Rogers C, 93. Buenos Aires: Amorrortu, 2006.

Secretaría de Economía. «Comunidad de negocios.» Instrumentos de comercio exterior. 1 de Enero de 2013. www.economia.gob.mx (último acceso: 24 de Mayo de 2013).

—. «Delegaciones.» *Fichas Estados. Noviembre de 2012. www.economia.gob.mx (último acceso: 24 de Mayo de 2013).*

—. *Guía práctica para exportar. 2010. www.promexico.gob.mx (último acceso: 29 de abril de 2013).*

Secretaría de Economía. Guía para la determinación de un producto exportable. 2010. www.promexico.gob.mx (último acceso: 29 de abril de 2013).

Troncoso, Carlos Morales. Plan de exportación. México: Prentice Hall Hispanoamericana, 2000.

Vega, Daniel, y Andrea Pineda. «Experiencias de los proyectos de exportación.» Encuesta basada en las opiniones de los estudiantes que participaron en la vinculación, Morelia, 2013.

ANEXOS

Canadá, escaparate de México

Miércoles, 1 de mayo de 2013

El Pabellón México en la feria SIAL Canadá 2013, que se llevó a cabo en Toronto, Canadá, albergando una decena de productores mexicanos de agro alimentos a fin de abastecer al mercado canadiense.

El Pabellón México fue instalado con apoyo de la oficina de ProMéxico en Toronto, cuyo representante, José Antonio Peral Vallejo, será trasladado en breve a la oficina en Chicago, Illinois.

Entre los productos mexicanos que se ofrecen en esta feria están el aceite de aguacate, chocolate en barra, café y nuez de macadamia, aceite de soya, mango y fresa congelados, miel de agave, salsas de chile chipotle y jalapeño, y sal de mar cien por ciento natural.

La feria SIAL, creada en 2001, es líder en Norteamérica en la promoción de productos alimentarios procesados y se efectúa cada año en varias ciudades del mundo, como París, Shanghai, Buenos Aires, Abu Dabi, Montreal y Toronto.

A esta expo asisten 14 mil profesionales del ramo de la distribución de comida y de la industria de alimentos procesados, provenientes de 61 países. Este año se presentan 700 expositores.

Pedro Aguilar, dueño de la chocolatera Moctezuma, de Uruapan, Michoacán, dijo que su empresa exporta a Estados Unidos desde hace una década un promedio de cinco millones de pesos (alrededor de 400,000 dólares) al año.

El empresario que participo en la vinculación añadió que aún no exporta a Canadá y por eso es que participan en esta feria SIAL, para buscar prospectos y alianzas con proveedores y poder colocar su producto, en el mercado canadiense con los mayores beneficios posibles (Yucatán, 2013)

Estudiantes diseñan estrategias para exportar

A 10 de Diciembre del 2012.

Morelia, Michoacán.- Con un ahorro de hasta 20 mil pesos cada una, dos empresas michoacanas de chocolate y muebles recibieron planes de negocios para exportar a mercados de Europa, Norte y Sudamérica. Como parte de un esfuerzo conjunto entre las universidades privadas y la Secretaría de Economía (SE), 24 estudiantes de comercio exterior concursaron para hacer propuestas de apertura de mercados con la posibilidad de ser contratados por las compañías.

El director del departamento de Comercio Exterior de la SE, Alejandro Chiquito, informó que a través del Módulo de Atención al Orientador (MOE), organizan actividades encaminadas a ofrecer a los exportadores potenciales, herramientas para participar en los mercados internacionales con sus productos. Por ello, este año se desarrollaron proyectos para dos empresas michoacanas; Chocolatera Moctezuma e Industrias Jafher SA de CV, la primera elabora chocolates y la segunda mobiliario metálico.

“Vincular la academia con el sector empresarial y gobierno es muy importante, por eso provoca la generación de sinergias que detonan el desarrollo de una región, para Jafher se obtuvo un proyecto ganador con un plan para exportar a Guatemala y para la chocolatera fueron tres para llevar el producto a Canadá, Francia y Reino Unido que tienen un mercado potencial que se podría interesar por el producto”.

Alejandro Chiquito destacó que cada proyecto se llevó tres meses en su elaboración. Manifestó que en un plan de exportación como estos, una pequeña empresa invierte de 15 mil a 20 mil pesos y una grande hasta 300 mil pesos, pero con esta vinculación fue posible ahorrarse ese gasto, aunque resaltó que en el caso concreto de la chocolatera, hay planes de crear ya un departamento de comercio exterior en el cual podrían dar trabajo a algunos de los jóvenes ganadores. (Zavala, 2012)

Zavala, M. (10 de 12 de 2012). *Provincia*. Recuperado el 09 de 09 de 2013, de <http://www.provincia.com.mx/estudiantes-realizaron-estudios-de-mercado-con-apoyo-de-la-secretaria-de-economia/>