

1.1 INTRODUCCIÓN GENERAL

Como resultado del proceso de globalización que ha venido desarrollándose de manera progresiva y sostenida, las condiciones de apertura de los mercados mundiales abren oportunidades a los empresarios dispuestos a optar por la exportación como una variable estratégica de crecimiento para sus empresas.

El presente proyecto tiene como objetivo determinar si la exportación de Talavera al mercado Español es conveniente, estableciendo de esta manera una estrategia de tipo preactiva, ante las necesidades de crecimiento de la empresa.

Así mismo, se presenta literatura confiable sobre los aspectos más importantes que todo exportador de cualquier producto en particular Talavera debe saber con relación al mercado español, el cual se ha escogido como destino del producto.

México es un país productor de Talavera, cuenta con potencial para incursionar competitivamente en los mercados internacionales. Dada la importancia del mercado europeo, la situación coyuntural de apertura de mercados y la globalización, exige que como país y sector, se busquen otros horizontes hacia nuevos mercados que aseguren la continuidad y permanencia y desarrollo de este sector productivo.

El presente trabajo pretende aportar un documento que permita a la empresa Uriarte Talavera obtener información confiable sobre nuevas oportunidades de ingreso de sus productos

a otros mercados; con el objetivo de que ello sirva de herramienta para ampliar y diversificar su producción y sus mercados acorde a sus objetivos.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al tratar sobre el problema que enfrenta el sector exportador en México, debemos mencionar que muchas empresas que deciden exportar no cuentan con los conocimientos y la capacidad que la actividad exportadora requiere, ya que algunas de ellas se ven empujadas a exportar por la baja demanda a nivel doméstico, exceso de capacidad ociosa, etc., por lo que para poder sobrevivir se lanzan a exportar sin una adecuada investigación que les permita determinar que tan viable es hacerlo y si está constituye una buena inversión de los recursos que la exportación requiere.

En particular el sector artesanal, enfrenta algunos problemas para ser competitivo en el ámbito internacional debido a causas como:

- *Falta de Oferta Exportable:* En algunos casos, las cantidades requeridas son insuficientes para cumplir con la demanda internacional.

- *Tecnología:* La empresa y el sector deben crecer aún más rápido para aprovechar las oportunidades actuales, deben tecnificarse y generalmente deben traer la tecnología del extranjero, además de los costos monetarios que implica su adquisición, así como en capacitación al personal.

- *Problemas de diversificación en el sector artesanal:* El diversificar es una actividad importante que ayudará a participar en otros mercados, obteniendo mayores retribuciones.

- *La dependencia al mercado estadounidense por tradición:* Esto ha causado que muchas veces se limiten las expectativas de los empresarios en conquistar nuevos mercados con nuevos clientes y mejorar así sus ganancias.

- *Conocimiento de nuevas tendencias:* Conocer lo que el mercado está demandando y aprovechar la capacidad de entrar con productos de calidad y a buen precio.

Los impedimentos referentes al entorno social y económico del país que también influyen son la inseguridad, la falta de infraestructura adecuada (energía eléctrica, telecomunicaciones, vías terrestres, etc.), problemas con servicios estatales debido a trámites burocráticos y lentos, así como la corrupción (información, dificultades para la inversión y acceso a crédito), falta de acceso a información de mercados externos, entre otros.

Aunado a lo anterior existen, otras barreras que es necesario vencer para iniciar un contacto comercial con mercados europeos, como lo es; el *costo del transporte*; es cuál representa el costo logístico más importante, y de alguna manera ha dificultado y disminuido la competitividad de los productos artesanos en el mercado europeo.

Dadas las condiciones anteriormente mencionadas, parecería difícil iniciar un nuevo camino. Sin embargo, el desarrollo de las exportaciones ha sido creciente a pesar de estas

barreras que existen desde hace varios años. Sin embargo con una planeación adecuada será posible penetrar nuevos mercados o en su caso rechazar el hacerlo a tiempo.

1.3 OBJETIVO GENERAL

El objetivo del presente trabajo es la realización de una investigación que sirva como base para realizar un plan de negocios de exportación con el fin de determinar la viabilidad de exportar Talavera a España.

1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las oportunidades y amenazas que representa el mercado objetivo.
- Analizar el mercado meta.
- Detectar y evaluar la competencia en el mercado.
- Presentar los distintos factores operativos dentro del proceso de comercialización más adecuados para exportar Talavera hacia el mercado español.
- Determinar si el concepto de negocio es financieramente factible y lucrativo.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La justificación de esta tesis se basa principalmente en la implantación de Talavera mexicana en el mercado español.

Actualmente Uriarte Talavera tiene interés de desarrollar negocios en el exterior. Mediante una adecuada planeación, la exportación sería una fuente permanente de expansión y

crecimiento para la empresa, no sólo en términos de beneficios sino también de aprendizaje y conocimiento en lo que se refiere a innovación, tecnología y gestión. La empresa Uriarte debe mejorar notablemente su aptitud para el aprendizaje y para el logro de éxito sostenido a través del tiempo.

España se presenta como un mercado con muchas oportunidades para los productos mexicanos; ya que está situado en el primer lugar de importancia europeo dentro de los socios comerciales de México, aunque la balanza comercial entre los dos países esté siempre a favor de España, las exportaciones mexicanas han estado presentes en ese mercado desde hace muchos años.

Este mercado toma especial relevancia al ser una de las metas del sector artesanal el lograr la expansión de la producción de bienes artesanales mediante la búsqueda de nuevos productos en donde existen oportunidades de mercado. Otra meta es avanzar hacia productos procesados con mayor valor agregado, teniendo en cuenta la calidad necesaria para hacer del producto un artículo competitivo en el ámbito internacional.

Debido a la ventaja comparativa que posee México al poder producir productos “nicho” para mercados especializados, existe una gran posibilidad para la Talavera. Actualmente se exporta Talavera y existe la posibilidad de agregar un valor adicional a nuevos productos que presenten mejor rentabilidad.

Existe el interés tanto de la iniciativa privada como del gobierno, de apoyar la diversificación de los productos artesanales, tomando en cuenta que para ello es necesario la

transferencia del saber-cómo (know-how) en los distintos procesos, transferencia de tecnología adecuada.

De contar con visión y con un plan de exportación, es posible enfocar los esfuerzos para investigar la demanda de estos productos en el mercado de interés, dando a conocer detalles importantes como lo son: los hábitos de consumo de los consumidores, información sobre canales de distribución, información sobre importadores, competencia, precios, entre otros, que puedan contribuir en su toma de decisiones.

Existen los medios por los cuales se puede iniciar un acercamiento al mercado, como lo son información comercial, eventos promocionales, ferias y misiones comerciales, proyectos de cooperación para la pequeña y mediana empresa, que para empezar son de gran apoyo para los empresarios.

Para lograr una participación en el mercado de la Talavera, es necesario conocer la demanda de este producto. Un estudio que dé a conocer la comercialización de Talavera en el mercado español resulta una herramienta que apoyará a la empresa Uriarte brindándole información actualizada.

México ya es un país conocido en España por sus exportaciones de café, tequila, muebles rústicos, plantas ornamentales, flores, frutas y verduras frescas, lo cual debe ser aprovechado para dar a conocer otros tipos de productos. Existe la tendencia de comprar productos mexicanos, en el mercado europeo en general.

Dado este interés demostrado en artesanía, en este caso Talavera, se prevee que este mercado pueda expandirse dependiendo en particular de la innovación y calidad de productos que se desarrollen para participar en el mercado español.

1.6 ALCANCES

- Desarrollar y presentar un plan de negocios de exportación para la empresa Uriarte Talavera.
- Se desarrollará una revisión de la literatura relacionada al mercado objetivo y al producto en particular.
- Obtener información sobre la demanda de Talavera en el mercado objetivo.
- El plan de negocios se realizará para el mercado de España.
- La investigación se basará principalmente en fuentes de datos secundarios.

1.7 LIMITACIONES

- El plan de negocios de exportación solo se aplica a la empresa Uriarte
- Se investigará únicamente el mercado español
- El estudio será solo para la Talavera, no para algún otro producto fabricado por la misma empresa.
- Para la investigación, no se pudo considerar una muestra de la población ya que el estudio de esta tesis se enfoca principalmente en fuentes de información de tipo secundaria. No se utilizarán cuestionarios dirigidos a las empresas españolas por cuestiones de tiempo y distancia.

- No se realizará el plan financiero de la empresa URIARTE debido a que ésta misma no divulgó los datos por razones de confidencialidad.
- El estudio será válido únicamente en el período de tiempo en el que se está realizando.

1.8 ORGANIZACIÓN DEL INFORME

La presente investigación consta de seis capítulos que se detallan a continuación:

CAPITULO I

PROPÓSITO DEL PROYECTO

Presenta un panorama del proyecto, estableciendo los objetivos que se persiguen, así como los alcances y limitaciones que enfrentaran para llevarlo a cabo.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Presenta una visión general de la literatura existente en la materia de estudio con el fin de comprender los términos que se emplearan a lo largo del proyecto. Se describirán tres planes de negocios de exportación de los cuales se elegirá el más adecuado.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Se presenta como serán obtenidos los datos con base en una metodología que permite llegar a los resultados.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Se muestran los resultados obtenidos en la investigación, que posteriormente se utilizaran como base para la realización del plan de negocios presentando una breve interpretación de los mismos.

CAPITULO V

PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS.

Se desarrolla el plan de negocios de exportación de Talavera a España con base en el modelo elegido.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El capítulo cuatro muestra las conclusiones obtenidas en la investigación; así como su relación con los objetivos del estudio. Además se presentan las recomendaciones desarrolladas para la empresa Uriarte Talavera, que favorecerán su ingreso al mercado español y la puesta en marcha del proyecto.

En el último apartado, se presentan las referencias en las que se basó el estudio, tanto bibliográficas, como los sitios Web, a manera de reconocer la procedencia de la información que acreditan la veracidad del estudio.