



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

El mundo cada vez más se ha globalizado, lo que ha ocasionado que muchas empresas quieran buscar nuevos negocios en el ámbito internacional, por tal razón se llevo a cabo una investigación sobre la incursión del plátano de la empresa Potingo, S.A. de C.V. a mercados internacionales, tomando como base en un inicio objetivos específicos claramente definidos, los cuales se lograron acabo de la siguiente manera:

- Describir el negocio identificando sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que enfrenta en el entorno.

Para realizar este objetivo se investigo lo relacionado a la organización de la empresa Potingo S.A. de C.V., sus instalaciones, su personal, y equipo de trabajo, con la finalidad de saber si era capaz de exportar con el fin de incrementar sus ingresos. En lo que respecta a la distribución, se trataron los aspectos del transporte, empaque y embalaje del producto, para hacerlo llegar al cliente con la calidad requerida y en el momento preciso. De igual forma se observo el mercado y su escenario internacional, identificando que la industria de alimentos enfrenta cada vez más competencia, debido a la globalización que actualmente se esta viviendo. Por tal motivo los países en vías de desarrollo deben de producir con mayor calidad y dirigirse a nichos de mercado más específicos.



- Seleccionar el mercado de exportación que represente las mejores perspectivas de venta.

Para realizar el punto anterior se estudió todo lo relacionado a las oportunidades que tiene México para introducirse en mercados extranjeros, teniendo su destino primordial los Estados Unidos, el cual en el 2001 registró un valor de \$844,202 mil millones de dólares en la industria de alimentos. El mercado meta para este proyecto fue Texas; ya que es uno de los estados en Norteamérica que más población de origen Mexicano tiene, y de acuerdo a los indicadores de poder adquisitivo, la adquisición de los mexicanos ha ido incrementando.

- Detectar los principales riesgos críticos internos y externos a los que se podría enfrentar la empresa en su intención de exportar.

Para cumplir con este objetivo se estudiaron las barreras arancelarias y no arancelarias, lo que facilita que el comercio sea más organizado, debido a las normas, reglamentos y políticas. Esto fue tomado en cuenta ya que es necesario conocer cuidadosamente estas barreras para no tener ningún problema al introducirse al mercado extranjero. Se determinó la forma de pago, la cual será a través de cartas de crédito irrevocables, ya que es la modalidad recomendada cuando no existe experiencia, ni confianza entre las partes involucradas.



- Elaborar las proyecciones financieras que sirvan para determinar la viabilidad del negocio.

Para poder llevar acabo este objetivo se recabaron los datos históricos de los últimos tres años de actividad financiera de la empresa Potingo, tomando en cuenta como base para las proyecciones el último año, el entorno económico y los supuestos internos de operación. Se realizaron estados proforma a cinco años para observar los posibles cambios que pudieran surgir en un futuro, así como las posibles razones financieras de la empresa.

Logrando así el objetivo general que era elaborar un Plan de Negocios de Exportación, que sirva para determinar si la introducción del plátano variedad enano gigante al mercado del estado de Texas en los Estados Unidos es viable y contribuye una buena inversión de recursos. Determinando que si es factible que la empresa lleve a cabo el plan de negocios de exportación.

6.2 RECOMENDACIONES

- Realizar una buena planeación del negocio de exportación que se quiera llevar acabo, cada vez que la empresa desee incursionar a un nuevo mercado.
- Planear en todas las áreas de la empresa, capacitación e investigación del mercado futuro.



- Crear una pagina web que ayude a contactar nuevos clientes y a mantener informados con los que ya se cuenta.
- Contactar un buen agente aduanal.

Otras recomendaciones:

- Que los directores de Potingo acudieran a diplomados sobre comercio exterior.
- Invertir en maquinaria y tecnología para ser más competitivos.
- Capacitar a los empleados de acuerdo a las nuevas necesidades que los clientes exigen.
- Asesorarse por medio de BANCOMEXT, tanto a las personas del área administrativo, como a las personas del área de producción.
- Cumplir con los acuerdos y compromisos a los que se llegaron.

El mercado Norteamericano sigue y seguirá siendo un mercado potencial para iniciar un negocio; su economía, su gente, su política y trascendencia, lo permiten.