

Capítulo 1

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad vivimos en un mundo globalizado que rige la mayoría de los negocios; esto provoca que sea casi imposible no pertenecer a él e ir en la búsqueda de nuevos mercados. El comercio internacional ha tomado un mayor auge últimamente, su importancia y crecimiento son inminentes.

Existen diversos tipos de acceso a los mercados extranjeros, sin embargo, la exportación consiste en una de las principales estrategias de entrada, esto es debido a que la inversión en recursos y la propensión al riesgo son menores.

La empresa Ansar Talavera en los últimos años ha operado internacionalmente a través de la exportación de diversos productos de Talavera al mercado Estadounidense, sin embargo, con el fin de lograr una mayor participación en el ámbito internacional, diversificar riesgos, incrementar sus ventas y por ende sus utilidades, pretende incursionar a nuevos mercados.

Los directivos de Ansar Talavera han realizado varios viajes a Centroamérica en donde se han percatado de la posible existencia de demanda de recubrimientos elaborados con Talavera. Entrar a este mercado le ayudará a diversificar sus consumidores y descentralizarlos de Estados Unidos, ya que ante los riesgos derivados por la recesión económica que presentó este país, afectada principalmente por los conflictos con Iraq, se ha despertado el interés por parte de los administradores de no depender exclusivamente de ese mercado.

Estos recubrimientos son utilizados en la industria de la construcción, es por eso que se ha pensado en los países centroamericanos, específicamente en Costa Rica, aún cuando el crecimiento de su economía no sea tan alto durante el 2002

como otros países, en materia de construcción, es diferente; esto es debido a que este mercado es un lugar atractivo para turistas de todo el mundo la construcción y/o remodelación de hoteles es constante, así como la construcción de vivienda .

Otra variable que justifica la demanda de los recubrimientos, es que incluso en este sector se siguen tendencias, lo rústico y típico proveniente, principalmente, de países latinoamericanos, está teniendo una gran demanda en el mundo. Por lo que para cumplir con los gustos de turistas extranjeros, los hoteles han seguido estas tendencias. Costa Rica se ha convertido en un posible mercado ya que no hay productores de Talavera y además no existen exportadores de nuestro país que se dirijan a esta región del mundo.

1.2 OBJETIVO GENERAL

Determinar si el proyecto de exportación de recubrimientos de Talavera a Costa Rica es viable y constituye una buena inversión de recursos.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir ampliamente a la empresa y a el producto que se desea exportar.
- Realizar un análisis del mercado al cual se pretende exportar.
- Desarrollar un plan administrativo operativo.
- Elaborar un análisis financiero.
- Identificar los aspectos jurídicos de la exportación y la normatividad a seguir.
- Analizar los riesgos de exportar a Costa Rica.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Un plan de exportación es una herramienta necesaria para determinar todas las variables que influyen en este proceso, convirtiéndose en una guía básica para alcanzar los resultados deseados.

Un Plan de Exportación incluye información sobre los costos, recursos humanos, técnicos y físicos necesarios para llevar a cabo la exportación, además de un estudio detallado del mercado meta y un plan operativo de comercialización.

Realizar un Plan de Exportación permite identificar las fortalezas y debilidades de la compañía y del producto, así como las oportunidades y amenazas que afectan al mercado extranjero, permitiendo así determinar si la organización tiene la capacidad exportadora para ingresar a nuevos mercados con éxito.

Este proyecto de tesis es el primer paso dentro del proceso de la exportación, el cual busca identificar todos los aspectos que intervienen en éste, con el fin de concluir si el mercado centroamericano, en particular Costa Rica, es conveniente para introducir los recubrimientos de Talavera, además de proveer una perspectiva completa para ingresar a dicho mercado.

A través del Plan de Exportación, es posible analizar la factibilidad de alcanzar los objetivos establecidos por las empresa a través de la penetración a un mercado que ha sido hasta ahora ignorado por este sector en México.

1.5 ALCANCES

- El plan de exportación se realizará para el mercado de Costa Rica.
- El producto objetivo serán los recubrimientos de Talavera.
- El proyecto de tesis servirá como una guía completa durante el proceso de exportación.

1.6 LIMITACIONES

- Los resultados presentados serán para el país seleccionado, no aplicable a otras partes del mundo.
- El plan de negocios de exportación será útil únicamente para la empresa Ansar Talavera
- Sólo será aplicable durante el periodo en que se está llevando acabo, ya que las condiciones del mercado cambian constantemente.
- El estudio será aplicable sólo para los recubrimientos de Talavera.
- Una vez concluido el Plan de Exportación, será decisión de la empresa que se lleve a cabo.
- Los datos e información referente a la empresa, serán de acuerdo a la disponibilidad de ésta, al igual que la investigación realizada se realizará según los lineamientos que la empresa establezca.

1.7 ORGANIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El primer capítulo incluirá las bases del proyecto a través del planteamiento del problema enfrentado, la determinación del objetivo general y los objetivos específicos y la justificación de la importancia de este proyecto. También se determinarán los aspectos que se pretenden alcanzar, así como los puntos que lo delimitan.

En el segundo capítulo se presentará el marco teórico, el cual busca describir diversos planes de exportación con la finalidad de seleccionar el más adecuado para el proyecto, además de contener explicaciones de términos en materia de comercio exterior que permitirán al lector familiarizarse con ellos a lo largo del Plan de Exportación..

El tercer capítulo contendrá la metodología a utilizar, es decir el modelo elegido para realizar la investigación de mercados; es la guía de pasos a seguir para la obtención de datos útiles en el desarrollo del plan de exportación.

En el cuarto capítulo se mencionarán los resultados emanados de la investigación realizada anteriormente, presentando la recopilación de datos obtenidos de los importadores de recubrimientos de Talavera en el mercado meta así como la información documental relativa a Costa Rica.

El quinto capítulo contendrá el Plan de Exportación desarrollado, incluyendo todos los elementos que lo componen de acuerdo con los objetivos planteados para la empresa y para el mercado seleccionado.

Finalmente en el sexto capítulo se desarrollan las conclusiones y recomendaciones que le serán de utilidad a la empresa para resolver la problemática presentada al inicio del proyecto y determinar si es posible alcanzar la meta deseada.