

CAPÍTULO I

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Objetivo General

Elaborar, desarrollar e interpretar los resultados de un análisis financiero que permita determinar la factibilidad de la exportación de productos de Talavera poblana a Panamá.

1.2 Objetivos específicos

- Investigar, describir y analizar los aspectos generales de la regulación de Comercio Exterior en México, los tratados de libre comercio que ha firmado, y la situación geográfica de los posibles mercados para comprobar que Panamá es el país más conveniente para llevar a cabo la exportación.
- Conocer los aspectos que debe contener una investigación de mercado para determinar la estructura más adecuada que nos permita hacer una evaluación de exportación de Talavera poblana a Panamá.
- Definir las características del país seleccionado, la situación competitiva, el total de las importaciones y exportaciones de los principales productos y la competencia nacional e internacional en el mercado meta.
- Identificar y definir los productos de Talavera de origen mexicano que puedan ser viables de comercializar en Panamá.
- Determinar la factibilidad de exportación en base a la investigación de mercado y a los productos seleccionados para la exportación

1.3 Justificación

Al inicio de los ochentas, la economía mexicana se caracterizó por la intervención del sector público en muchos ámbitos. Se trataba de una economía cerrada, altamente regulada y dependiente de la industria petrolera.

En estas condiciones, México enfrentó, entre 1980 y 1982, un entorno externo adverso. La caída de los precios internacionales del petróleo y el incremento de las tasas de interés en el mercado internacional de capitales provocaron una suspensión temporal en el servicio de su deuda externa. A partir de entonces la economía mexicana ha experimentado profundas transformaciones.

En 1985, antes de que México formara parte del GATT, tenía una política de sustitución de importaciones, la cual consistía en que lo que se produjera a nivel interno tenía que abastecer a todo el mercado nacional, esto es, sustituir las importaciones por producción nacional mediante los aranceles.

Hoy en día, la apertura comercial y los flujos de inversión han promovido en México la competitividad del sector exportador. La creciente participación de los productos mexicanos en los mercados internacionales es muestra de ello.

Todos los tratados de libre comercio que ha celebrado México son importantes, pero sin embargo, el TLCAN es el más importante porque representa más del 80% de las exportaciones de México y por esta razón, las empresas mexicanas se han visto en la necesidad de buscar nuevas oportunidades de exportación con otros países, especialmente en Centroamérica.

Estos países son importadores netos de una gran cantidad de productos, en virtud de

que la producción nacional o regional no existe o es muy limitada. De este hecho resultan oportunidades para proveer a estos mercados con bienes terminados que pueden aprovechar los exportadores mexicanos.

Los mercados de Centroamérica pueden ser atendidos por las empresas mexicanas de manera adecuada, ya que los volúmenes requeridos no son desproporcionados en función de su capacidad instalada para la producción de oferta exportable. En términos generales, en estos mercados se encuentran muchas oportunidades comerciales, en una gran cantidad de nichos, para productos de calidad a buen precio, y además, aunque los volúmenes no son grandes, si son constantes. Las empresas exportadoras mexicanas puedan satisfacer estas condiciones de entrada al mercado.

Para ampliar un horizonte en cuanto a comercio exterior, se necesita encontrar un país con el cual hacer nuevas negociaciones, ya que debido a su ubicación geográfica en relación a nuestro país, así como el poder de adquisición económico de las personas, se pretende que en Panamá se pueda localizar un nuevo mercado para las exportaciones de México, ya que a partir del 14 de diciembre de 1999, cuando Estados Unidos entrega la concesión del Canal de Panamá al gobierno de Panamá, las ganancias que se obtienen ya no se van a Estados Unidos sino que se quedan en circulación en Panamá, lo cual aumenta el nivel económico de la población. (Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá).

Por su parte para México, en cuanto a producción de artesanías, la mayor ventaja es el hecho de que están hechas para ocupar una función clave en la vida cotidiana. Se pueden encontrar en una gran variedad de lugares, desde recámaras hasta baños y usarse en las más diversas aplicaciones. En este caso, el producto a estudiar es la Talavera poblana, que es la mas destacada de la cerámica mexicana, además de ser la más importante forma de arte del país.

Según la PROFECO, actualmente en el estado de Puebla sólo existen 10 centros certificados de Talavera, los mismos que desde 1897 iniciaron con la fabricación de piezas de este tipo. La Talavera es un barro rojo, quemado a baja temperatura y pintado con espaldes de base estaño. Hay Talavera pintada sólo con esmaltes de cobalto (azules) y otras, que ahora es la más comercial, con muchos colores combinados, sobre todo amarillos y verdes, y temas florales y de vegetación, lo cual permite crear un producto diferenciado y único en el mundo.

La difusión de la Talavera, gracias a sus múltiples usos y de su decoración no sólo se extendió por todos los ámbitos, sino que, alcanzó todas las categorías sociales. Platos, platones, soperas, jarras con o sin asas, macetas, floreros, pilas de agua, lavabos, imágenes religiosas, humanas y de animales, frascos de farmacia, etcétera, es decir, todo tipo de artículos de uso cotidiano.

Este trabajo pretende realizar una investigación de mercado que beneficie a las empresas mexicanas a buscar nuevas oportunidades de exportación a países centroamericanos.

1.4 Hipótesis de trabajo

H1: La exportación de Talavera poblana a Panamá sí es factible

HN: La exportación de Talavera poblana a Panamá no es factible.

1.5 Alcance

- La investigación se realizará únicamente para el mercado de Panamá.
- El producto que se va a estudiar será la Talavera poblana.

1.6 Limitaciones

- Los resultados que se presenten en este trabajo serán para Panamá y no aplica a otros países.
- La investigación será útil únicamente para las empresas de la ciudad de Puebla productoras de Talavera poblana.
- La información de Panamá se limita a la información que esté disponible en el transcurso de este trabajo.
- Las encuestas se realizarán por Internet a las empresas de Panamá.

1.7 Metodología de la investigación

El diseño de la investigación será descriptiva transversal Es decir, no se manipularán intencionalmente las variables independientes; observando simplemente los fenómenos tal y como se presentan en su contexto natural.

- Unidad de estudio: Factibilidad de la exportación de Talavera poblana a Panamá
- Unidad de análisis: Resultados financieros y contables en la exportación de Talavera Poblana
- Unidad de Tiempo: Agosto del 2004 a Abril del 2005
- Unidad geográfica: México y Panamá
- Fuentes de información:
 - Primarias: Libros y revistas especializadas en el área del conocimiento a investigar y Leyes reguladoras del Comercio Exterior.
 - Secundarias: Revistas no especializadas, tesis que tomen el tema a tratar y páginas web.