



CAPÍTULO I
- INTRODUCCIÓN -



1.1 INTRODUCCIÓN

Desde que México abrió sus puertas comerciales hace algunos años, las transacciones internacionales se han incrementado considerablemente. Asimismo los tratados de libre comercio que ha firmado desde entonces con otras comunidades, han abierto las posibilidades para que micro, pequeñas y medianas empresas, inicien actividades en otros países, es decir, han marcado la pauta para que crezcan en todos los aspectos.

Uno de los efectos que más se ven reflejados en estas micro, pequeñas y medianas empresas es la globalización. Como ya se mencionó, con las aperturas de los mercados, las MIPYMES mexicanas tienen sólo dos opciones reales: crecer al expandirse a otros mercados o lo que está sucediendo con muchas empresas pequeñas, irse en declive. Esto se debe principalmente a que continúan con sus actividades normales y no utilizan la gran imaginación y capacidad para crear valor; es decir, tratar de transformar todos los recursos que se tienen al alcance en bienes, servicios o proyectos que ayuden al país. Esto significaría aprovechar los beneficios que otorga la globalización traduciéndolos en bienestar.

Evidentemente a ninguna empresa le agradaría dirigirse a la banca rota y mucho menos desaparecer. Por tal motivo, la actividad de exportación es una de las opciones más viables que tienen las organizaciones para no cerrar sus puertas y últimamente las organizaciones mexicanas están llevando a cabo. Finalmente en México se cuenta con la capacidad y el espíritu emprendedor suficiente para afrontar el gran fenómeno de la globalización.



1.1.1 El México Actual

Recientemente México ha sufrido déficit en la balanza comercial. No obstante en los últimos meses se ha visto un superávit gracias a los impulsos y transferencias de conocimientos que ha permitido a las empresas mexicanas concretar ventas en el extranjero. Esto es un buen síntoma para el crecimiento y desarrollo económico de nuestro país. Sin embargo otra gran mayoría de empresas potenciales no obtiene los recursos necesarios para ser competitivos y por lo tanto no crecen. Pese a estas situaciones, las empresas mexicanas tienen el potencial y la capacidad para exportar o responder a la demanda internacional, sólo que necesitan un pequeño impulso para dar el siguiente paso.

Una de las razones más frecuentes que se enfrentan las MIPYMES mexicanas al tratar de exportar, es decir, de consolidar una venta en el extranjero, es la falta de conocimiento para hacerlo. De hecho, esto no es tan sencillo como parece, el tener presencia global implica varios requerimientos que van desde toda la documentación necesaria que exige cada país, hasta la manera de llevar los productos desde el país origen hasta el país destino. Por consiguiente, el gobierno he implementado programas e instituciones que ayudan a las empresas y productores que no tienen los conocimientos ni el acceso a las fuentes de financiamiento de la banca comercial.

Finalmente en vista de estos problemas, o mejor vistos como oportunidades de crecimiento, nuestra investigación tiene el objetivo de desarrollar un plan de negocios de exportación de artesanías de la región de la Montaña en el estado de Guerrero que permita ayudar a los artesanos a tener una fuente de autoempleo estable y una vida mejor remunerada.



De manera paralela, se pretende impulsar el crecimiento económico de la región con empleos indirectos. Y por último se tratará de incursionar en el mercado norteamericano, un mercado potencial, atractivo y con altas posibilidades de aceptación de artesanías como fuente de regalos y artículos de decoración.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

México cuenta con un inconveniente en la tecnología y en los procesos logísticos los cuales pueden ser reforzados para mejorar el nivel de operación de empresas y de talleres de manufactura de escasos recursos. Por otro lado existe un gran problema de estructuración básica dentro del financiamiento para las MIPYMES dentro del país debido a la falta de acceso y oportunidades para financiar proyectos por parte de la banca. Sin embargo existen apoyos financieros por parte de instituciones financieras nacionales y de gobierno como lo es el Fondo Nacional para el Fomento de la Artesanía (FONART) que otorga créditos para artesanos para que aseguren un nuevo ciclo de producción.

El área de producción artesanal se enfrenta a grandes retos para la exportación y para su participación en el mercado global. Uno de ellos es la falta de conocimientos y asesoría técnica para poder mejorar el producto que consiga competir en los mercados internacionales. Esto se debe principalmente a la falta de valor agregado a los productos que se puede resolver al fomentar el significado que ellos tienen, el valor, el origen y remarcar la marca mexicana que los distinga en cualquier parte del mundo.



Por otro lado existen barreras sociales y económicas que llegan a limitar las operaciones que permiten efectuar actividades exportadoras correctamente. Por ejemplo, la falta de infraestructura confiable, trámites burocráticos, corrupción, delincuencia y sobretodo el exceso de trámites y documentos necesarios que prácticamente frenan muy buenos proyectos.

Es importante romper con muchos de estos problemas y encontrar el camino más fácil para entablar contacto primeramente con los Estados Unidos de América y posteriormente con cualquier región del planeta. Además debemos empezar un intercambio comercial que represente un conocimiento global sobre nuestra cultura y la variedad de grupos étnicos que enriquecen el folclor mexicano.

1.3 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es realizar un estudio que permita exportar artesanías de la región de la montaña del estado de Guerrero hacia el estado de Texas mediante un plan de negocios de exportación. Asimismo constituir una empresa de comercialización de artesanías en la cual se trabaje conjuntamente con los artesanos generando empleos indirectos a toda la región productora. Por consiguiente se pretende ayudar a la empresa creada, a incursionar exitosamente en el mercado norteamericano.



1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Û Crear una empresa de compra venta de artículos basados en mano de obra artesanal que permita distribuir piezas tradicionales mexicanas al estado de Texas y que lleve a cabo operaciones electrónicas vía Internet.
- Û Evaluar los factores políticos, económicos y demográficos que permitan facilitar los procesos logísticos y la exitosa incursión al mercado meta.
- Û Apoyar a los artesanos guerrerenses para que sean considerados como un sector económico diferente al resto.
- Û Contribuir a la proyección del estado de Guerrero en Texas.
- Û Realizar un estudio de análisis financieros para determinar la factibilidad del proyecto

1.5 JUSTIFICACIÓN

La justificación de nuestro estudio se basa en hechos que puedan comprobar la incorporación exitosa de artesanías mexicanas hacia el mercado de Texas. La elaboración de piezas hechas a mano por artesanos mexicanos debe ser objeto de admiración no solo nacional sino mundial es por eso que proponemos la expansión comercial de talleres artesanales mediante estrategias comerciales.

Nuestro país cuenta con una gran cantidad de talleres artesanales de alta calidad que son demandados mundialmente por mercados en países que están atraídos por la cultura y folclor mexicano, esto nos ayuda a incorporarnos más fácilmente y posicionarnos de manera más rápida y oportuna.



El nivel de calidad de los productos mexicanos ya está demostrado. Primeramente podemos contar que la artesanía es ya un artículo muy solicitado y aceptado en otros países, sin embargo se enfocará un esfuerzo notable en las estrategias comerciales mediante distribuidores. Por otro lado la documentación correcta y la logística apropiada es la base para poder llegar al cliente y brindar un servicio satisfactorio de exportación. México se ha caracterizado por distintos aspectos que lo hacen auténtico tales como su gastronomía, su gran variedad de recursos naturales, su historia, su gente, le hermosa arquitectura y por su labradas y originales piezas artesanales hechas 100% a mano.

Los productos que se exportarán tendrán un certificado de calidad y de origen así como una historia breve sobre la procedencia dentro de cada uno de los artículos. Además le dará un valor agregado al tratarse de un producto original, decorativo y garantizado que está hecho a mano por artesanos mexicanos y que trae consigo más de 400 años de historia.

Se ha elegido el estado de Texas como mercado meta debido a su gran poder adquisitivo y a la creciente demanda de artículos de decoración y regalo por parte de los hispanos y anglosajones. Otro punto a favor son las ventajas que ofrece el gobierno con aranceles preferenciales en virtud de tener un acuerdo comercial bilateral con los Estados Unidos. Por otro lado la cercanía con el país nos da la posibilidad de reducir los costos logísticos y los tiempos de entrega.



Cabe señalar que el incursionar en el mercado norteamericano nos abre las puertas para entrar de manera más fácil a otros mercados internacionales. Esto se debe a la gran cantidad de requisitos que el gobierno norteamericano exige, y que no son tan sencillos de cubrir a partir del 11 de Septiembre del 2001. No obstante, existen países miembros de los tratados comerciales con México donde los requerimientos son mínimos.

1.6 ALCANCES

- Ü Desarrollar y llevar a cabo el plan de negocios de exportación de la artesanía del municipio de Chilapa en el Estado de Guerrero.
- Ü Se obtendrá la información sobre la frecuencia y cantidad de demanda promedio de artesanías para decoración del mercado meta.
- Ü Se llevará a cabo un estudio demográfico y económico, es decir, datos secundarios para iniciar las exportaciones al Estado de Texas en los Estados Unidos de América.
- Ü Se analizarán los costos de transportación vía terrestre.
- Ü Las fuentes a consultar serán secundarias.
- Ü Se realizará una evaluación del proyecto de inversión para conocer la perspectiva del mismo.

1.7 LIMITACIONES

- Ü Se realizará la investigación demográfica y económica sólo en el Estado de Texas, así como de las ciudades más importantes como son Houston, Dallas, San Antonio y McAllen.



- Ü Sólo aplica para la artesanía hecha en las comunidades y en el municipio de Chilapa, Guerrero. (máscaras y muñecos danzantes, lacas de madera de Olinalá, trajes y rebozos bordados con hilo de seda a mano).
- Ü No se usarán datos primarios por debido a los costos que trae consigo.

1.8 ORGANIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y REPORTE

La investigación se presentará de la siguiente manera para su fácil comprensión:

Capítulo I. El propósito de la investigación.

Aquí se puede apreciar de manera más clara lo que se busca, los objetivos, los alcances y limitaciones en las que se pactan y basan para realizar el plan de exportación.

Capítulo II. Los conceptos claves y la metodología a utilizar.

Aquí se podrán aclarar los conceptos que lleva consigo la exportación, así como los requisitos y documentación que lleva todo plan de negocios de exportación.

Capítulo III. La investigación de datos secundarios

En este capítulo se presentará la manera en que los datos se obtendrán de fuentes secundarios de acuerdo a fuentes estadísticas y organismos públicos para llegar a óptimos resultados.

Capítulo IV. Resultados de la investigación.

Se presentarán los resultados obtenidos de la investigación del mercado meta, para saber si es o no factible el exportar nuestros productos al Estado de Texas y el grado de aceptación hacia ellos.



Capítulo V. Realizar un Plan de Negocios de Exportación

Aquí se desarrollará todo el plan de negocios de exportación de la artesanía guerrerense para introducirse al mercado tejano.

Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones.

Presentaremos nuestras conclusiones y recomendaciones de acuerdo a nuestra visión del proyecto entero y de los resultados obtenidos.