

MAESTRIA EN INGENIERÍA ADMINISTRATIVA



**TECNOLÓGICO
DE ESTUDIOS SUPERIORES
DE CUAUTITLÁN IZCALLI**

**T
E
S
C
I**

**“DISEÑO Y EVALUACIÓN DE UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN EN
IMPORTACIÓN DE MERCANCÍAS PARA EMPRENDEDORES EN
CUAUTITLÁN IZCALLI”**

TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN INGENIERIA ADMINISTRATIVA

PRESENTA:
ANDREA LIILI RUIZ MENDOZA

DIRECTOR(A) DE TESIS:
DRA. MARTHA ELENA RABADAN SERRANO



EDUCACIÓN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



"2025. Bicentenario de la vida municipal en el Estado de México".

Tecnológico de Estudios Superiores de Cuautitlán Izcalli

Dirección Académica

Subdirección de Apoyo y Desarrollo Académico

Departamento de Investigación y Desarrollo Tecnológico

Cuautitlán Izcalli, Estado de México a 03 de septiembre de 2025

TESCI/DIOT/149/IX/25

**DIRECCIÓN ACADÉMICA
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO
COORDINACIÓN DE POSGRADO**

**LICENCIADA
ANDREA LILI RUIZ MENDOZA
PRESENTE**

Por este conducto me permito informarle que puede proceder a la digitalización del Trabajo de Tesis titulado:

**"DISEÑO Y EVALUACIÓN DE UNA EMPRESA DE CAPACITACIÓN EN IMPORTACIÓN DE MERCANCIAS
PARA EMPRENDEDORES EN CUAUTITLAN IZCALLI"**

Ya que la comisión encargada de revisar el trabajo que se presenta para efectos de titulación, ha dado su autorización conforme a lo estipulado en el Lineamiento para la operación de los Estudios de Posgrado en el Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos.

Sin nada más que agregar, quedo a sus órdenes para cualquier aclaración.

ATENTAMENTE

**DRA. ERIKA EMILIA CANTERA
DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO TECNOLÓGICO
COORDINACIÓN DE POSGRADO**



c.c.p. Archivo
Departamento de Titulación
Expediente del alumno



Av. Nopaltepec sin número, col. La Perla, C. P. 54740, Cuautitlán Izcalli, Estado de México.
Tels.: 55 5864 31 70 y 55 5864 31 71, Página web: tesci.edomex.gob.mx

AUTORIZACIÓN

Yo, Andrea Lili Ruiz Mendoza, autora de la presente tesis titulada “**Diseño y evaluación de una empresa de capacitación en importación de mercancías para emprendedores en Cuautitlán Izcalli**”, presentada como requisito para la obtención del grado de Maestría en Ingeniería Administrativa, declaro que el contenido de este trabajo es original y producto de mi investigación y análisis.

AGRADECIMIENTOS

Esta tesis no hubiera sido posible sin el apoyo de muchas personas que, de una u otra manera contribuyeron a su desarrollo.

En primer lugar, agradezco a Dios, por darme la fortaleza y perseverancia necesaria para culminar esta etapa.

A mi esposo Víctor Armando Mijangos Ángeles por su paciencia, apoyo y comprensión en los momentos de mayor desafío. Cuando me quería rendir ahí estuvo para levantarme y alentarme. Gracias por estar siempre a mi lado y por impulsarme a seguir adelante.

A mis hijas Andrea Dánae Mijangos Ruiz y Eimy Ixchel Mijangos Ruiz, quienes son mi mayor inspiración. Cada día me motivan a ser mejor persona y profesional. Espero que este trabajo les enseñe que con esfuerzo y dedicación se puede lograr las cosas.

A mi padre Adolfo Ruiz Ávila y mi madre Salome Jazmín Mendoza Mejía, quienes, con su amor incondicional, enseñanzas y sacrificios me han brindado las herramientas necesarias para alcanzar mis metas, pero sobre todo a mi madre porque sin ella no lo hubiera logrado ya que es quien cuida y ama a mis hijas mientras yo cumplo mis metas. Gracias por ser mi ejemplo de trabajo, responsabilidad y entrega.

A mis hermanas Marlen Ruiz Mendoza y Marlen Ruiz Mendoza, por cada palabra de aliento en los momentos en que quise rendirme. Gracias por impulsarme siempre con su apoyo y por recordarme que no debía abandonar este camino.

A mi asesora la Dra. Martha Elena Rabadán Serrano, cuyo conocimiento orientación fueron fundamentales para la elaboración de esta investigación. Gracias por compartir su sabiduría motivarme a seguir aprendiendo.

Agradezco al Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología (COMECyT) por el apoyo económico otorgado para la realización de mis estudios de maestría.

DEDICATORIA

A mi esposo Víctor Armando Mijangos Ángeles y a mis hijas Andrea Dánae Mijangos Ruiz y Eimy Ixchel Mijangos Ruiz.

Este proyecto no solo es un logro académico, sino el cumplimiento de un sueño que comenzó hace 5 años. Mi esposo y yo compartimos una pasión desde el inicio: el comercio internacional y aduanas. Fue ahí donde comenzó, donde nacieron nuestras aspiraciones y nuestro deseo de construir algo propio, algo que reflejara nuestro esfuerzo y conocimiento algo que trascendería.

Cuando nuestra hija Danae llegó hace cinco años, nuestro sueño tomó un nuevo significado. Ya no era solo nuestro proyecto profesional, sino un legado que queríamos dejarles. Con su llegada, supimos que este camino valía la pena recorrerlo. Y cuando nuestra segunda hija nació, el reto se hizo aún mayor. Iniciar mi maestría con una bebé de apenas cuatro meses no fue fácil, pero en cada desvelo y en cada sacrificio encontré fuerza en ellas, en el deseo de ser un ejemplo para mis hijas y demostrarles que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mi esposo, mi compañero en cada desafío, mi apoyo incondicional y la persona que ha caminado a mi lado desde el inicio de esta aventura.

A mis hijas, mis más grandes tesoros, porque en sus risas encuentro motivación, en sus abrazos descanso y en sus ojos veo reflejado el motivo por el que nunca debo rendirme. Este logro es nuestro. Por todo lo que hemos soñado, trabajado y construido juntos.

“El amor es lo único que somos capaces de percibir que trasciende las dimensiones del tiempo y del espacio” (Nolan, 2014).

Con amor,

Andrea Lili Ruiz Mendoza

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO 1.....	13
MARCO CONTEXTUAL	13
1.1 Planteamiento del problema.....	14
1.2 Justificación	15
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivos General	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4 Hipótesis	16
CAPÍTULO 2.....	17
MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Globalización	18
2.1.1 Definición	18
2.2 Comercio internacional	18
2.2.1 Definición	18
2.3 Importancia de la importación de mercancías	18
2.3.1 Definición	18
2.4 Emprendimiento.....	19
2.4.1 Definición	19
2.5 Necesidad de capacitación en las importaciones	19
2.5.1 Capacitación.....	19
2.6 Oportunidades comerciales.....	20
2.6.1 Definición	20
2.7 Regulaciones y normativas comerciales	20
2.7.1 Permisos de exportación e importación	20
2.7.2 Cupos	21
2.7.3 Etiquetado	21

2.7.4 Mercado de origen	21
2.7.5 Regulaciones arancelarias	21
2.8 Bencmarking	22
2.9 Modelo CANVAS	22
CAPÍTULO 3	23
MARCO METODOLÓGICO	23
3.1 Tipo de investigación.....	24
3.1.1 Enfoque cualitativo	24
3.1.2 Enfoque cuantitativo	24
3.2 Diseño de la Investigación	24
3.3 Población y muestra	25
3.3.1 Definición de población	25
3.3.2 Población en el contexto de Cuautitlán Izcalli	25
3.3.3 Definición de muestra	25
3.3.4 Muestra.....	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
3.4.1 Definición de instrumento	26
3.4.1 Encuestas.....	26
3.4.4 Entrevistas	26
3.5 Análisis de datos	27
3.6 .Herramientas de apoyo metodológico.....	28
3.6.1 Modelo Canvas.....	28
3.6.2 Benchmarking	28
CAPÍTULO 4.	29
APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	29
4.1 Análisis del mercado potencial para una empresa de capacitación en importación de mercancías	30
4.1.1 Segmentación del mercado.....	30
4.1.2 Definir el perfil del cliente objetivo	30

4.1.3 Estudiantes universitarios:.....	30
4.1.4 Recién egresados.....	30
4.1.5 Emprendedores.....	31
4.1.6 Profesionales del comercio exterior	31
4.2 Identificación de segmentos potenciales en Cuautitlán Izcalli, Estado de México	31
4.2.1 Universidades e Instituciones de Educación Superior	32
4.2.3 Segmento de emprendimiento: Centros de incubación de negocios	32
4.2.4 Segmento empresarial Pymes.....	32
4.2.5 Benchmarking de empresas de capacitación	33
4.3 Análisis de la demanda: Encuesta de necesidades y preferencias en capacitación para la importación de mercancías.....	34
4.3.1 Conclusión de resultados	45
4.3.2 Análisis de las entrevistas	45
4.4 Evaluación de la viabilidad financiera	46
4.4.1 Proyección de ingresos.....	46
4.4.2 Análisis de Costos Operativos.....	47
4.4.3 Evaluación de Rentabilidad.....	47
4.4.4 Conclusiones de la Evaluación Financiera.....	48
4.5 Desarrollo del plan de marketing	48
4.5.1 Estrategias de captación de clientes	48
4.5.2 Posicionamiento de la marca.....	49
4.5.3 Estrategias de Fidelización.....	49
4.5.4 Canales de Comunicación	49
4.5.5 Presupuesto de Marketing	50
4.6 Implementación del Modelo de Negocio	50
4.6.1 Estructura Operativa.....	50
4.6.2 Recursos Necesarios.....	51
4.6.3 Plan de Acción	51
4.6.4 Indicadores de Éxito.....	52

4.7 Red de Contactos y Mentoría Personalizada (Valor agregado).....	52
4.7.1 Red de Proveedores y Contactos Confiables.....	52
4.7.2 Mentoría Personalizada	53
4.8 Modelo de negocio propuesto: Método CANVAS	53
CAPÍTULO 5.	54
CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS PARA TRABAJOS FUTUROS	54
REFERENCIAS	57
ANEXOS,.....	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Gráfica de distribución de edades en la encuesta sobre importación de mercancías.</i>	35
Figura 2 <i>Gráfica de distribución de ocupaciones en la encuesta</i>	36
Figura 3 <i>Interés de los encuestados en tomar cursos sobre importación de mercancías.</i>	36
Figura 4 <i>Preferencia de modalidad para cursos de importación de mercancías.</i>	37
Figura 5 <i>Temas más relevantes para un curso de importación según los encuestados.</i>	38
Figura 6 <i>Preferencia de duración para un curso de importación de mercancías</i>	39
Figura 7 <i>Rango de precio adecuado para un curso de importación de mercancías según los encuestados.</i>	40
Figura 8 <i>Disposición de pago por un curso de importación de mercancías según los encuestados.</i>	41
Figura 9 <i>Beneficios adicionales valorados en un curso de importación de mercancías.</i>	42
Figura 10 <i>Canales de comunicación más efectivos para informarse sobre cursos de importación.</i>	43
Figura 11 <i>Promociones que motivarían a inscribirse en un curso de importación de mercancías.</i>	44
Figura 12 <i>Modelo de negocio CANAVAS.....</i>	40

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro comparativo de benchmarking</i>	33
---	----

RESUMEN

Este proyecto de investigación se enfoca en el diseño y evaluación de una empresa de cursos de importación dirigidos a estudiantes de universidad, recién egresados de comercio exterior o afín, emprendedores y aquellas personas interesadas en el mundo de las importaciones. Esto surge ante la creciente necesidad de conocimientos en importación de mercancías que se ha dado durante los últimos años, debido a una gran necesidad de emprendimiento.

La importación de mercancías se ha convertido en una actividad alcanzable para muchas personas debido a la creciente integración de las economías de todo el mundo, debe entenderse que el proceso puede resultar bastante desafiante para una persona sin experiencia, debido a que se pueden enfrentar a muchas barreras y por consiguiente no sería posible una exitosa operación de importación, es por ello que se hace la propuesta de una pequeña empresa de impartición de cursos que hará llenar este vacío con servicios de capacitación y consultoría especializada.

Los objetivos de este proyecto son diseñar un plan de negocios integral para satisfacer las necesidades del mercado, identificar las necesidades de capacitación del público objetivo, la evaluación de la viabilidad financiera y comercial, el desarrollo de una oferta de cursos flexible y adaptada y el establecimiento de estrategias de marketing innovadoras.

La metodología que se llevará a cabo para lograr los objetivos es una metodología mixta lo que significa que se combina el enfoque cuantitativo y cualitativo.

Se espera que este proyecto contribuya al fortalecimiento de los conocimientos y habilidades empresariales en importación de mercancías, al acceso a oportunidades comerciales internacionales para una amplia gama de personas, desde emprendedores hasta aquellos interesados en importar productos para uso personal.

Palabras clave.

Importaciones, habilidades empresariales, productos, cursos, capacitación, emprendimiento.

ABSTRACT

This research project focuses on the design and evaluation of a company offering import training courses aimed at university students, recent graduates in international trade or related fields, entrepreneurs, and individuals interested in the world of imports. This initiative arises from the growing need for knowledge in importation that has emerged in recent years due to the increasing demand for entrepreneurship.

The importation of goods has become an accessible activity for many people due to the growing integration of global economies. However, it is essential to understand that the process can be quite challenging for individuals without prior experience, as they may encounter numerous barriers that could prevent a successful import operation. Therefore, this project proposes the creation of a small business dedicated to providing training courses to bridge this gap through specialized training and consulting services.

The objectives of this project are to design a comprehensive business plan to meet market needs, identify the training requirements of the target audience, evaluate financial and commercial feasibility, develop a flexible and tailored course offering, and establish innovative marketing strategies.

The methodology used to achieve these objectives follows a mixed-methods approach, combining both quantitative and qualitative research techniques.

This project is expected to contribute to strengthening knowledge and business skills in importation, facilitating access to international trade opportunities for a wide range of individuals, from entrepreneurs to those interested in importing products for personal use.

Keywords.

Imports, business skills, products, courses, training.

INTRODUCCIÓN

En el contexto de una economía globalizada, el comercio exterior de México ha experimentado un crecimiento sostenido, impulsado por tratados comerciales y una creciente integración a los mercados internacionales (INEGI, 2023). Este dinamismo ha democratizado la importación de mercancías, transformándola de una actividad exclusiva de grandes corporaciones a una oportunidad accesible para nuevos emprendedores. Sin embargo, existe una barrera significativa: la falta de conocimiento especializado sobre los procesos normativos, logísticos y estratégicos inherentes al comercio internacional. Esta brecha de conocimiento limita el potencial de actores que, según Schwab (2020), son clave para el desarrollo económico y la innovación.

En respuesta a esta problemática, la presente tesis aborda el diseño de un modelo de negocio para una empresa de capacitación en importación de mercancías. La propuesta está dirigida a un público objetivo compuesto por estudiantes universitarios, recién egresados y emprendedores que aspiran a incursionar en este sector. El objetivo central es ofrecer un plan de negocio viable que provea no solo fundamentos teóricos, sino también competencias prácticas para facilitar los procesos de importación y mitigar los riesgos inherentes a la actividad.

Para la consecución de este objetivo, se llevó a cabo un análisis de mercado exhaustivo que permitió identificar las necesidades específicas del público objetivo y evaluar la demanda de formación en esta área. Con base en dicho análisis, se estructuró un plan de negocios integral que contempla las dimensiones financiera, operativa y estratégica para asegurar la viabilidad del proyecto. La investigación se sustentó en una metodología mixta, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos para recopilar datos clave que permitieron estructurar una oferta educativa flexible, accesible y adaptada a las exigencias del mercado actual.

El impacto potencial de esta propuesta es considerable. Se proyecta que la capacitación permitirá a los participantes desarrollar habilidades especializadas, optimizando sus probabilidades de éxito en el comercio global y contribuyendo al crecimiento económico mediante la profesionalización de la actividad importadora. En un escenario donde la digitalización ha simplificado el acceso a mercados internacionales, la formación especializada se postula como un factor diferenciador determinante para el éxito empresarial.

En síntesis, este trabajo de investigación busca demostrar que un programa de capacitación en importaciones no solo responde a una necesidad latente del mercado, sino que también constituye una oportunidad de negocio rentable con un impacto positivo en el desarrollo económico local y nacional.

CAPÍTULO 1.

MARCO CONTEXTUAL

1.1 Planteamiento del problema

La intensificación de la globalización y la integración de los mercados ha democratizado el acceso a productos internacionales, ha generado un creciente interés en la importación de mercancías. Este fenómeno ha trascendido el ámbito de las grandes corporaciones para configurar un nuevo panorama de oportunidades para emprendedores, así como para pequeñas y medianas empresas (PYMES) que buscan participar activamente en el comercio global.

Este escenario tiene una resonancia particular en México, donde el fomento al emprendimiento constituye un eje estratégico para el desarrollo económico. Dicha tendencia es especialmente visible en zonas con alta densidad demográfica y vocación comercial, como el municipio de Cuautitlán Izcalli. No obstante, a pesar de que 2022 registró una notable actividad emprendedora en el país, persisten barreras significativas que limitan el éxito de nuevas iniciativas, entre las que destacan el acceso restringido al conocimiento técnico y a la capacitación empresarial especializada (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2022).

En este contexto, si bien la importación de mercancías aparenta ser una actividad accesible, en la práctica entraña una considerable complejidad. La falta de pericia en áreas críticas como la normativa aduanera, la logística internacional, la selección de proveedores y la gestión de barreras arancelarias puede derivar en errores costosos, retrasos operativos e, incluso, en el fracaso de las transacciones comerciales. Esta vulnerabilidad se acentúa en actores emergentes que carecen de la formación y experiencia requeridas en comercio internacional.

Como consecuencia, se ha detectado una deficiencia notable en la oferta de programas educativos que sean a la vez accesibles y especializados. Existe una disonancia entre la creciente demanda de competencias prácticas en importación por parte de estudiantes, egresados y emprendedores, y la limitada disponibilidad de capacitación de calidad. Esta situación perpetúa una brecha de conocimiento que impide a un segmento significativo del ecosistema emprendedor capitalizar las oportunidades del comercio global.

A partir de la problemática expuesta, que evidencia una necesidad de mercado insatisfecha, el presente trabajo de investigación busca dar respuesta a una serie de interrogantes fundamentales para determinar la viabilidad y pertinencia de una solución formativa. Por ello, la investigación se guiará por las siguientes preguntas:

1. ¿Existe una demanda cuantificable y significativa de cursos especializados en importación de mercancías entre estudiantes universitarios, recién egresados y emprendedores en el área de estudio?
2. ¿Cuál es el modelo de negocio óptimo que asegure la sostenibilidad y eficiencia operativa de una empresa dedicada a la capacitación en importación?
3. ¿Resulta financieramente viable la creación de dicha empresa, considerando su estructura de costos operativos frente a su potencial de ingresos?
4. ¿Qué estrategias de marketing y comunicación son las más efectivas para alcanzar y captar al público objetivo interesado en esta formación especializada?

1.2 Justificación

La importación de mercancías ha sido un pilar del comercio internacional a lo largo de la historia económica mundial. Con la creciente integración de las economías de todo el mundo en el siglo XXI, este proceso se ha vuelto de mucho interés y abordable para una amplia gama de personas físicas y empresas que desean expandir sus horizontes comerciales.

Cabe mencionar, que a pesar de las oportunidades que ofrece la importación de mercancías, una operación exitosa se ve obstaculizada por una serie de desafíos y dificultades, como; la identificación de productos y proveedores confiables, el cumplimiento correcto de obligaciones en materia aduanera, gastos innecesarios logísticos y entre otros, los importadores se enfrentan a un panorama complejo que requiere un conocimiento profundo y actualizado.

“La falta de formación especializada sigue siendo una de las principales barreras para que los emprendedores accedan a mercados globales.” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), 2019) Viendo la problemática surge la necesidad de ofrecer capacitación y asesoramiento especializado sobre la importación de mercancías. Una empresa de cursos enfocada en esta materia no sólo abordaría a los desafíos específicos a los que se enfrentan aquellas personas que desean importar ya sean físicas o morales, sino que también facilitaría el acceso a información actualizada, estrategias eficaces y mejores prácticas en este ámbito en constante desarrollo.

La justificación de este proyecto se basa en la premisa de que una capacitación adecuada en materia de importación de mercancías es fundamental para tener éxito en el comercio internacional. Al ofrecer cursos especializados, las partes interesadas tendrán la oportunidad de obtener los

conocimientos y habilidades necesarias para hacer frente a los retos del proceso de importación con efectividad.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos General

Diseñar y evaluar una empresa dedicada a la impartición de cursos especializados en la importación de mercancías, considerando tanto los aspectos pedagógicos como operativos y financieros.

1.3.2 Objetivos específicos

- 1.-Analizar el mercado potencial para una empresa de capacitación en importación de mercancías.
- 2.-Diseñar el modelo de negocio que permita la operación eficiente de la empresa
- 3.-Evaluar la viabilidad financiera del proyecto
- 4.-Desarrollar un plan de marketing para captar clientes interesados en los cursos.

1.4 Hipótesis

“Existe una demanda significativa de cursos de capacitación en importación de mercancías entre estudiantes universitarios, recién egresados y emprendedores, y sus disposiciones a participar y pagar por dichos cursos estará determinada por la inclusión de certificaciones validas, contenido práctico y precios accesibles.”

CAPÍTULO 2.

MARCO TEÓRICO

2.1 Globalización

2.1.1 Definición

En el terreno comercial,

la globalización es un conjunto de propuestas teóricas que subrayan especialmente dos grandes tendencias: (a) los sistemas de comunicación mundial; y (b) las condiciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con la movilidad de los recursos financieros y comerciales (Reyes, 2001).

Como podemos ver la globalización es una integración de todos los países del mundo tanto económica, cultural, social y política, gracias a ella muchas naciones se encuentran más conectadas que nunca y lo más importante que nos permite mayor accesibilidad al comercio internacional.

2.2 Comercio internacional

2.2.1 Definición

En la página web del gobierno Servicio Nacional de Información de Comercio Exterior menciona que,

el comercio internacional busca proporcionar a una nación productos básicos de los que carece a cambio de los que produce en abundancia; estas transacciones, que funcionan con otras políticas económicas, tienden a mejorar el nivel de vida de una nación (SNICE, 2015).

Mi punto de vista con base a esta referencia es que el comercio internacional se ocupa del intercambio ya sea compra o venta de bienes y servicios entre los países para así poder satisfacer sus necesidades, es una actividad comercial muy importante debido a que todas las empresas necesitan vender y comprar productos en otro país, esta actividad nos llevará a ver temas como marketing internacional, logística, ventas y entre otras.

2.3 Importancia de la importación de mercancías

2.3.1 Definición

En la página de consultores LEGIS comentan que dentro de los beneficios que tienen las importaciones, está el permitir que las empresas puedan acceder a maquinaria que ayude a desarrollar su capacidad productiva; y a ampliar la oferta de productos que hay en el mercado, dándole al consumidor más opciones para elegir (Equipo de Redactores Legis, 2021).

La importancia que tiene la importación de mercancías es que en nuestro país aumenta la competitividad de las empresas, lo que hace que cada una de ellas implementen nuevas formas de negocio, nueva tecnología, nuevos productos de mejor calidad para ofrecer y de tal manera poder conseguir un producto o servicio a un buen precio sin bajar la calidad.

2.4 Emprendimiento

2.4.1 Definición

En la revista de extensión universitaria nos menciona que el desarrollo emprendedor , en sentido amplio, puede definirse como la capacidad de una sociedad de generar riqueza a través de la creación de nuevas organizaciones: instituciones, empresas, ONG, canalizando las energías creativas de sus habitantes (Talín, 2013).

Entiendo que el emprendimiento es crear, innovar, idear, implementar, estas cualidades son aquellas que tiene un emprendedor para impulsar un proyecto, crear una empresa, administrar un nuevo negocio. El emprendimiento es la acción humana de empezar algo nuevo y esta es la idea que tiene este proyecto que las personas que quieran capacitarse con cursos de importación puedan abrir nuevos negocios.

2.5 Necesidad de capacitación en las importaciones

2.5.1 Capacitación

La importancia de la capacitaciones que juega un papel primordial para el logro de tareas y proyectos, dado que es el proceso mediante el cual las y los trabajadores adquieren los conocimientos, herramientas, habilidades y actitudes para interactuar en el entorno laboral y cumplir con el trabajo que se les encomienda (Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, 2018).

La capacitación cuenta con diversas acciones la podemos ver como cursos, talleres, diplomados y entre otros, el objetivo es que nos brinde nuevo conocimiento para poder desarrollar nuevas competencias y con ellos poder satisfacer nuestras necesidades. La necesidad de la capacitación en las importaciones, surge debido a la complejidad y a los riesgos que se enfrentan las personas que desean importar para emprender un nuevo negocio, las pymes para implementar un nuevo producto entre otras, estas acciones deben de estar bien gestionadas para garantizar el éxito en las operaciones. La capacitación en las importaciones se abarcan temas como regulaciones aduaneras, gestión de riesgos, logística internacional, fracción arancelaria, estrategias de negocio y desarrollo de proveedores internacionales.

2.6 Oportunidades comerciales

2.6.1 Definición

Se le llama oportunidad comercial o idea de negocio a la demanda de un producto o servicio, principalmente proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia (Sánchez, 2023).

La importación ofrece grandes oportunidades para el emprendimiento y el desarrollo empresarial, al incorporar o introducir nuevos productos y permitir la entrada a nuevos mercados. Los emprendedores al momento de importar pueden aprovechar para explorar nichos de mercado, ampliar su alcance con más zonas nacionales y establecer alianzas estratégicas con proveedores extranjeros.

2.7 Regulaciones y normativas comerciales

Las regulaciones no arancelarias son medidas de los gobiernos para controlar el flujo de las mercancías. Estas establecen límites a la cantidad de mercancía que puedes exportar o importar, o bien, exigen el cumplimiento de estándares de calidad, de ahí que se dividan en cuantitativas y cualitativas (e.Economía, s.f.).

Las regulaciones y normativas comerciales como bien lo mencionan en la página a de gobierno son para controlar la entrada y salida de mercancías, toda mercancía que ingrese o salga del país debe de cumplir ciertos requisitos que el país estipule.

Cuantitativas:

2.7.1 Permisos de exportación e importación

La Secretaría de Economía antes de salir del país requiere que se cumplan permisos específicos ya sea para la importación y exportación, pero esto solo aplica a ciertos productos como lo son los diamantes en bruto, minerales de hierro, acero, tomate fresco, azúcar, armas y bienes de uso dual, esto con el fin de asegurar el abasto de productos esenciales, regular los recursos no renovables y renovables, así como también preservar la fauna y la flora.

2.7.2 Cupos

Los cupos permiten importar y exportar un monto determinado de un producto o mercancía con aranceles reducidos, estos se expiden mediante licitación pública o por asignación directa.

2.7.3 Etiquetado

El etiquetado efectivo permite una identificación clara de los productos en un almacén de comercio exterior. Cada artículo debe contar con una etiqueta que contenga información como el nombre del producto, número de lote, fecha de fabricación, fecha de caducidad, país de origen y códigos de barras (Supply Chain de México., 2023).

Es una normativa que obliga que los productos importados y exportados incluyan etiquetas específicas para garantizar la que la información del producto sea real esto con el fin de garantizar la protección del consumidor, del producto y la transparencia comercial.

2.7.4 Marcado de origen

Este es un requisito sine qua non en el comercio exterior para la determinación de aranceles, preferencias y regulaciones (e.Economía, s.f.).

Es una regulación no arancelaria que lleva a cabo los trámites relacionados con la obtención de los certificados de origen para los productos, indican claramente el país de donde fueron fabricados o ensamblando para así poder determinar si el producto puede tener preferencias arancelarias y para cumplir con diversas normativas comerciales, siempre y cuando haya un tratado internacional para poderse aplicar.

2.7.5 Regulaciones arancelarias

“Las regulaciones arancelarias se refieren a los impuestos (aranceles) que se aplican por la entrada o salida de las mercancías” (SNICE , s.f.). Estos aranceles los podemos ver publicados en la TIGIE que se le conoce como Tarifa de Impuestos Generales a la Importación y Exportación, pueden ser expresados en términos porcentuales, monetarios por unidad de medida o bien una combinación de ambas, dichos aranceles son aplicados sobre el valor aduana de la mercancía.

2.8 Benchmarking

El benchmarking es una herramienta de análisis estratégico que consiste en identificar, observar y comparar las mejores prácticas de empresas u organizaciones del mismo sector o de sectores distintos, con el propósito de adaptarlas y aplicarlas para mejorar el desempeño propio. Esta técnica permite analizar tanto a competidores directos como a líderes del mercado, con el fin de detectar ventajas competitivas, áreas de oportunidad, y estrategias exitosas que puedan ser replicadas o adaptadas.

Según (Camp, 1989), considerado el pionero del benchmarking empresarial, esta práctica no busca copiar, sino aprender de los mejores para impulsar la innovación y el desarrollo continuo en la organización. Existen diferentes tipos de benchmarking, como el interno, competitivo, funcional y genérico, dependiendo de los objetivos de comparación.

En el caso del presente proyecto, el benchmarking se utiliza como una herramienta clave para comparar la propuesta de *CapacitaComex* con otras plataformas o empresas que imparten cursos sobre comercio exterior e importación, con el fin de identificar sus diferenciadores y áreas de mejora.

2.9 Modelo CANVAS

El modelo CANVAS, desarrollado por (Alexander Osterwalder, 2010), es una herramienta estratégica ampliamente utilizada para representar de forma visual y estructurada los componentes clave de un modelo de negocio, facilitando la toma de decisiones y la innovación empresarial

Los nueve componentes del modelo CANVAS son:

1. Segmentos de clientes,
2. Propuesta de valor,
3. Canales de distribución,
4. Relaciones con clientes,
5. Fuentes de ingresos,
6. Recursos clave,
7. Actividades clave,
8. Socios clave y
9. Estructura de costos.

El modelo se ha convertido en una herramienta ampliamente utilizada por emprendedores, startups y empresas consolidadas, debido a su claridad, flexibilidad y facilidad para ser adaptado a diferentes sectores. Su uso en el presente proyecto permite visualizar de manera integral cómo funcionará *CapacitaComex* como empresa capacitadora en comercio internacional.

CAPÍTULO 3

MARCO

METODOLÓGICO

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se llevará a cabo es mixto, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión profunda del fenómeno de estudio. “El enfoque mixto combina la profundidad cualitativa con el rigor cuantitativo, ofreciendo una visión integral del fenómeno estudiado.” (Hernández Sampieri et al., 2014)

3.1.1 Enfoque cualitativo

Permitirá explorar a fondo las necesidades, expectativas y motivaciones de los estudiantes, emprendedores y profesionales interesados en los cursos de importación, mediante entrevistas y análisis descriptivos, este enfoque es clave para identificar las características y demandas que debe cubrir el proyecto.

3.1.2 Enfoque cuantitativo

Se empleará para medir la demanda potencial del mercado y evaluar la viabilidad económica del modelo de negocio. Este enfoque permitirá realizar encuestas y analizar datos numéricos que respalden la toma de decisiones operativas y financieras.

El enfoque mixto en esta investigación permitirá una visión más completa y precisa de las necesidades y oportunidades en el mercado de cursos de importación de mercancías, con esta combinación de análisis de ambos enfoques se podrá diseñar una empresa de cursos más efectiva y adaptada a las necesidades del mercado.

3.2 Diseño de la Investigación

Vamos a definir que es el diseño de la investigación según (Batthyány & Cabrera, 2011) “El diseño de la investigación es el plan y la estructura de esta, concebidos de manera tal que se puedan obtener respuestas a las preguntas de investigación.”

El diseño de investigación para este proyecto es no experimental y transversal. No experimental se basa en la observación y análisis de variables sin manipularlas directamente, se estudiará la percepción y las expectativas de los grupos objetivo (estudiantes, recién egresados y emprendedores) en relación con la captación en importación de mercancías.

El diseño de la investigación transversal tiene como objetivo la recolección de datos que se llevará a cabo en un momento específico del tiempo, con el propósito de describir las necesidades actuales del mercado y evaluar la factibilidad del proyecto en el contexto actual.

Este diseño permitirá identificar tendencias y características relevantes sin necesidad de un seguimiento prolongado.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Definición de población

En la enciclopedia digital iberoamericana define que “la población estadística se refiere al conjunto de elementos o individuos que comparten una característica común y son objeto de estudio en una investigación estadística” (Equipo Editorial, 2024).

3.3.2 Población en el contexto de Cuautitlán Izcalli

La población es un estudio se refiere al grupo de personas que comparten características humanas comunes y de las que se puede obtener información. En este proyecto la población objetivo está conformada por estudiantes universitarios, recién egresados, emprendedores y profesionales interesados en comercio exterior principalmente ubicados en el municipio de Cuautitlán Izcalli que tiene una población de 555,163 habitantes según (economia.gob.mx, 2020). Estos grupos han sido identificados como el público más propenso a beneficiarse de los cursos propuestos.

3.3.3 Definición de muestra

Podemos definir a la muestra estadística como “un conjunto de datos e información que puedes recolectar u obtener, por medio de la estadística, sobre una población” (Tesis y Másters, 2024).

3.3.4 Muestra

Se utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando participantes que estén disponibles y sean relevantes para el proyecto. La muestra incluirá aproximadamente:

- 384 individuos interesados en la importación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos son los diversos métodos, procedimientos o formas que se utilizan para obtener información. Según (Lifeder, 2021) menciona que “Las técnicas de recolección de datos son mecanismos e instrumentos que se utilizan para reunir y medir información de forma organizada y con un objetivo específico. Usualmente se usan en investigación científica y empresarial, estadística y marketing.” Por lo tanto, las técnicas de investigación representan un elemento fundamental para el investigador en el proceso de recopilación de datos.

3.4.1 Definición de instrumento

Una técnica o instrumento de recolección de datos es una herramienta que utiliza un investigador para obtener información necesaria para desarrollar su proyecto de investigación. Su función principal es extraer o generar datos directos de la población o fenómenos que se desean estudiar. Además, deben ser sistemáticos y organizados, lo cual es fundamental para asegurar la utilidad y confiabilidad de la información recolectada por su análisis posterior.

3.4.1 Encuestas

Técnica:

Las encuestas serán utilizadas para recolectar datos cuantitativos sobre las necesidades y preferencias del público objetivo. Esta técnica permite obtener información directa de un gran número de participantes de manera eficiente.

Instrumento:

Se diseñará un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y escalas Likert para medir el nivel de interés disposición de pago y necesidades de los potenciales clientes en relación con los cursos de importación

Las preguntas se enfocarán en temas como:

- Nivel de conocimiento actual sobre importación
- Interés de diferentes tipos de cursos (Introduatorias, avanzados, especializados)
- Preferencias sobre la modalidad de los cursos (presencial, en línea, híbrido)
- Factores importantes para elegir un curso (costo, duración, contenido):

Distribución:

Las encuestas se distribuirán en línea utilizando la plataforma como google forms para llegar a un público amplio y diversos en el Estado de México.

3.4.4 Entrevistas

Técnica:

Se realizarán entrevistas a expertos en comercio exterior y emprendedores que ya han incursionado en la importación con el fin de identificar buenas prácticas y desafíos comunes en el sector. “Las entrevistas semiestructuradas permiten explorar percepciones profundas sobre fenómenos sociales o económicos.” (Taylor et al., 2015)

Instrumento:

Una guía de entrevista semiestructurada que incluye preguntas abiertas para profundizar en temas como:

- Experiencias previas con la importación de mercancías.
- Dificultades encontradas en el proceso de importación.
- Expectativas y necesidades específicas en términos de capacitación.
- Opiniones sobre la estructura y contenido de los cursos propuestos.

Participantes:

Se entrevistará a una muestra de 10 expertos en comercio internacional y educación para obtener una percepción valiosa y recomendaciones sobre el diseño y contenido de los cursos.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos seleccionados permiten obtener una visión integral y detallada de las necesidades y expectativas del público objetivo.

3.5 Análisis de datos

El análisis de datos de este proyecto combinara técnicas cuantitativas y cualitativas para proporcionar una comprensión integral de las necesidades y expectativas relacionadas con la importación de mercancías en el público objetivo. A continuación, se detallan las metodologías que se utilizaran para el análisis de cada tipo de datos.

Análisis de datos cuantitativos.

Los datos recolectados mediante encuestas se procesarán utilizando herramientas como Microsoft Excel para realizar cálculos estadísticos básico. Se utilizarán tablas y gráficos para interpretar los resultados y medir el interés del mercado objetivo.

Análisis de datos cualitativos,

Las entrevistas semiestructuradas se analizarán mediante el método de codificación temática, identificando atrones comunes en las respuestas del participante, esto permitirá extraer información cualitativa relevante sobre expectativas desafíos y buenas prácticas en la importación de mercancías.

Ambos tipos de análisis se complementarán para ofrecer un diagnóstico integral que sirva de base para el diseño del modelo de negocio y la propuesta educativa.

3.6. Herramientas de apoyo metodológico

En la presente investigación se utilizarán dos herramientas estratégicas para fortalecer el diseño y análisis del modelo de negocio propuesto: el Modelo Canvas y el benchmarking. Ambas se emplearán como parte de la metodología cualitativa aplicada en el diseño de la empresa de capacitación para la importación de mercancías.

3.6.1 Modelo Canvas

Se empleará el Modelo de Negocio Canvas propuesto por (Alexander Osterwalder, 2010), el cual permite representar de manera estructurada los elementos clave de una empresa: propuesta de valor, segmentos de clientes, canales de distribución, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios estratégicos y estructura de costos. Esta herramienta facilitará la visualización integral del modelo de negocio y servirá como base para la validación y mejora en capítulos posteriores.

3.6.2 Benchmarking

También se utilizará la técnica de benchmarking como método de comparación estratégica con otras empresas o plataformas que ofrecen servicios similares. Esta herramienta permitirá identificar buenas prácticas en cuanto a modalidad, enfoque, certificación, personalización y precios. El benchmarking se aplicará de forma descriptiva y comparativa con el fin de extraer aprendizajes relevantes que fortalezcan la propuesta desarrollada (Camp, 1989).

CAPÍTULO 4.

APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis del mercado potencial para una empresa de capacitación en importación de mercancías

4.1.1 Segmentación del mercado

Para diseñar una empresa de capacitación en importación de mercancías que realmente atienda las necesidades del mercado, es crucial definir con precisión quienes serán los clientes potenciales y como se pueden segmentar para ofrecer un servicio más personalizado y efectivo. La segmentación del mercado permite identificar a los grupos de personas y organizaciones que puedan beneficiarse más de estos cursos, estableciendo perfiles claros y detectando los segmentos específicos donde las estrategias de capacitación pueden integrarse de manera más eficiente y práctica. A continuación, se define el perfil del cliente objetivo y los segmentos de mercado a los cuales estará dirigida esta propuesta de valor.

4.1.2 Definir el perfil del cliente objetivo

Con el propósito de ofrecer cursos que realmente resuelvan las necesidades de conocimiento y habilidades de importación, se han identificado cuatro de perfiles de clientes objetivos. Cada uno de estos representan una audiencia con características y motivaciones particulares.

4.1.3 Estudiantes universitarios:

Los estudiantes universitarios son una población activa que busca constantemente mejorar su perfil académico y profesional. Este grupo está compuesto principalmente por jóvenes que siguen carreras en comercio internacional, negocios internacionales y logística. Para ellos, tomar cursos sobre importación de mercancías para complementar su educación ofrece la oportunidad de adquirir conocimientos prácticos que a veces no se tratan en profundidad en sus programas académicos. Este grupo de estudiantes ve la formación como una herramienta para adquirir experiencia práctica y aumentar sus posibilidades de encontrar empleo. Pueden destacarse en prácticas profesionales, pasantías y sus primeros empleos luego de recibir capacitación especializada en procesos de importación.

4.1.4 Recién egresados

Este grupo está formado por jóvenes que, habiendo terminado su formación académica, enfrentan la realidad de buscar un trabajo que solo les brinde un ingreso, sino que les permita crecer profesionalmente. A menudo, se encuentran con la necesidad de diferenciarse de otros candidatos y

los conocimientos adicionales pueden ser esa ventaja competitiva que las empresas valoran. Un curso en importación puede ser el paso que les permita decir “: Estoy preparado para asumir retos internacionales” incluso cuando su experiencia profesional es limitada. Para ellos las capacitaciones una inversión en su futuro, un paso para pasar de ser novatos a expertos en mundo del comercio internacional.

4.1.5 Emprendedores

Los emprendedores son personas llenas de ideas y energía, que ven en la importación de mercancías una forma de hacer crecer sus negocios y explorar nuevas oportunidades. Muchos de ellos sueñan con traer productos innovadores de otros países para ofrecer algo único en su mercado local. Sin embargo, la falta de experiencia en temas como la búsqueda de proveedores confiables, el manejo de regulaciones aduaneras o la optimización de costos logísticos puede convertirse en una barrera que frena su entusiasmo. Un curso especializado les brinda la confianza y el conocimiento que necesitan para lanzarse a importar de manera segura y efectiva. Para ellos la capacitación no es solo un curso, es una herramienta que les ayuda a convertir sus sueños empresariales en realidades tangibles.

4.1.6 Profesionales del comercio exterior

Estos son trabajadores que ya tiene experiencia en el ámbito de comercio exterior, pero que saben que este mundo cambia rápidamente. Las reglas, las normativas y las mejores prácticas evolucionan constantemente y mantenerse actualizado es esencial para seguir siendo relevante en su campo. Los profesionales buscan cursos que no solo les repitan lo que ya saben, sino que les ofrecerá nuevas perspectivas, herramientas y enfoques para hacer mejor su trabajo. Ellos valoran la formación que les ayuda a enfrentar los desafíos del día a día, desde gestionar la logística hasta negociar con proveedores internacionales. Para ellos la capacitación es una forma de mantener su ventaja competitiva y de garantizar que sus conocimientos estén siempre a la vanguardia.

4.2 Identificación de segmentos potenciales en Cuautitlán Izcalli, Estado de México

Ahora que sabemos quiénes pueden beneficiarse de estos cursos, el siguiente paso es comprender dónde están esas personas y organizaciones, específicamente en Cuautitlán Izcalli, para conectarnos con ellas de una manera realmente significativa. Queremos que esta capacitación llegue justo donde pueda hacer una diferencia, impulsando tanto el desarrollo individual como el crecimiento de las empresas y la economía local.

4.2.1 Universidades e Instituciones de Educación Superior

Las Universidades y las instituciones de educación superior en Cuautitlán Izcalli están llenas de energía joven y de personas con grandes sueños. Los estudiantes de carreras como Comercio Internacional, Negocios y el creas relacionadas están en un momento crucial de sus vidas, donde cada oportunidad de aprendizaje cuanta como un paso hacia sus carreras futuras. Colaborar con estas instituciones nos permitiría incorporar la capacitación en importación como un complemento perfecto a su currículo académico. Para los estudiantes estos cursos representan un puente entre la teoría y la práctica, desarrollando habilidades que los preparan mejor para el mercado laboral y les brinda la confianza necesaria para enfrentar el mundo real del comercio.

Para las universidades estos cursos son una oportunidad de fortalecer su oferta educativa y dar a los estudiantes una ventaja competitiva en el mercado laboral, donde cada vez se valora más la especialización y el conocimiento práctico. Asociarse con instituciones locales en Cuautitlán Izcalli ayuda a estrechar el vínculo entre educación y empleo, preparando a los jóvenes para ser profesionales competentes, una inversión valiosa tanto para su futuro como para el desarrollo económico de la región.

4.2.3 Segmento de emprendimiento: Centros de incubación de negocios

En Cuautitlán Izcalli el mundo del emprendimiento está lleno de personas con sueños grandes y una pasión increíble por crear algo propio. Estos emprendedores son personas que, con esfuerzo y creatividad, buscan transformar esas ideas en proyectos reales que hagan una diferencia en su comunidad. Pero emprender no es sencillo y a menudo se enfrentan a retos complejos, especialmente cuando desean expandir su oferta a través de la importación de productos.

Ofrecer cursos de importación dentro de estos centros significa brindarles a los emprendedores herramientas prácticas que les permitan importar de forma segura y efectiva, sin caer en errores costosos. Muchos de ellos buscan traer productos únicos o reducir costos importando materiales que no encuentren localmente. Estos cursos no solo son una fuente de conocimiento; son el apoyo que les permite tomar decisiones con confianza y minimizar los riesgos.

4.2.4 Segmento empresarial Pymes

La pequeñas y medianas empresas son el corazón de muchas economías locales, y en Cuautitlán Izcalli estas PYMES representan una gran parte del desarrollo económico, Estas empresas suelen buscar la importación como una estrategia para mejorar su competitividad, acceder a productos de

mejor calidad, reducir costos de producción o incorporar nuevas tecnologías que les permiten ser más eficientes.

Sin embargo, el camino de la importación está lleno de desafíos. Los procesos son complejos, y sin el conocimiento adecuado, estas empresas pueden enfrentar problemas como retrasos en aduanas, costos inesperados o dificultades para cumplir con normativas. Al ofrecerles cursos que aborden específicamente estos desafíos, les estamos dando una ventaja significativa para mejorar sus operaciones y reducir riesgos.

Para las PYMES de Cuautitlán Izcalli, estos cursos representan una inversión que va más allá de la capacitación. Es una oportunidad de expandir sus operaciones, de explorar nuevas opciones y de ser más competitivas en un mercado cada vez más global. Esta capacitación les permite conectarse con el mundo de manera más directa, preparándose para crecer y sostenerse en un entorno cambiante y exigente.

Esta segmentación del mercado para Cuautitlán Izcalli muestra un panorama lleno de oportunidades para la empresa de capacitación en importación de mercancías. Al enfocarse en estudiantes universitarios, emprendedores y PYMES, podemos diseñar una oferta que no solo cubra necesidades de cada grupo, sino también los impulse a crecer y a fortalecer sus habilidades. Además, al identificar estos segmentos específicos, se abren puertas para crear alianzas estratégicas con universidades, centros de incubación de negocios y asociaciones empresariales, logrando que estos cursos lleguen a los espacios donde pueden tener un impacto real.

4.2.5 Benchmarking de empresas de capacitación

El benchmarking es una técnica de análisis estratégico que permite comparar las características, servicios y ventajas competitivas de diferentes empresas del mismo sector, con el objetivo de identificar fortalezas, oportunidades de mejora y diferenciadores clave. En este caso, se presenta un comparativo entre la propuesta de la empresa *CapacitaComex* y otras tres opciones relevantes disponibles en el mercado mexicano y digital: CANACO CDMX, Udemy y la Escuela de Negocios Exporta Fácil.

Tabla 1*Tabla comparativa de benchmarking. Fuente propia*

Criterio	CapacitaComex	CANACO CDMX	Udemy	Escuela de Negocios Exporta Fácil
Enfoque	Práctico, contextualizado (México)	General, informativo	En línea, autoaprendizaje	Especializado en comercio exterior
Modalidad	Híbrida (presencial + en línea)	Presencial o virtual en horarios fijos	100% en línea (asincrónico)	En línea sin asesoría directa
Personalización	Alta (asesoría 1 a 1)	Media (grupos)	Nula	Baja
Certificación válida en México	Sí (registro interno + aval local)	Sí (aval empresarial)	No (certificación propia de Udemy)	Parcial (algunos módulos)
Costo promedio	\$2,000 MXN por curso completo	\$3,500 MXN	\$500–1,500 MXN	\$4,000–6,000 MXN
Aplicabilidad práctica inmediata	Alta	Media	Baja	Alta

Conclusión del benchmarking

La empresa *CapacitaComex* se distingue por ofrecer una capacitación accesible, actualizada y contextualizada al entorno mexicano. Su modelo híbrido, la asesoría personalizada y su enfoque práctico constituyen ventajas clave frente a competidores digitales o institucionales que suelen ofrecer soluciones más generales, impersonales o menos aplicables a la realidad local del emprendedor mexicano.

La transformación digital ha tenido un impacto significativo en la forma en que se imparte la capacitación en comercio internacional. Actualmente, los programas formativos en este sector han migrado a esquemas en línea y mixtos que permiten mayor flexibilidad, accesibilidad y personalización. De acuerdo con la (Cámara de Comercio Internacional, 2021), las plataformas de formación digital están redefiniendo el aprendizaje técnico en comercio exterior, haciendo énfasis en contenidos prácticos, certificados y aplicables a contextos reales.

4.3 Análisis de la demanda: Encuesta de necesidades y preferencias en capacitación para la importación de mercancías

Para asegurar que los cursos de capacitación en importación de mercancías realmente respondan a las necesidades de la gente, Realizamos una encuesta en Cuautitlán Izcalli dirigida a personas

interesadas en este tema. Conocer de primera mano las expectativas y preferencias de los potenciales clientes nos permitirá desarrollar un programa educativo atractivo y útil, que este alineado tanto sus intereses como con sus posibilidades de inversión.

Objetivo de la encuesta

El objetivo principal fue recopilar información sobre las modalidades y temas de interés para los participantes, además de conocer su disposición de pago y los beneficios adicionales que consideran importantes.

Diseño y distribución

La encuesta fue aplicada para llegar a un público variado en Cuautitlán Izcalli, incluyendo estudiantes, emprendedores y profesionales en comercio exterior. Se distribuyó principalmente a través de Google Forms y se compartió en redes sociales y con instituciones locales. Este enfoque nos permitió captar una muestra representativa del perfil de personas que podría beneficiarse de estos cursos.

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos junto con un análisis breve de las respuestas con más audiencia.

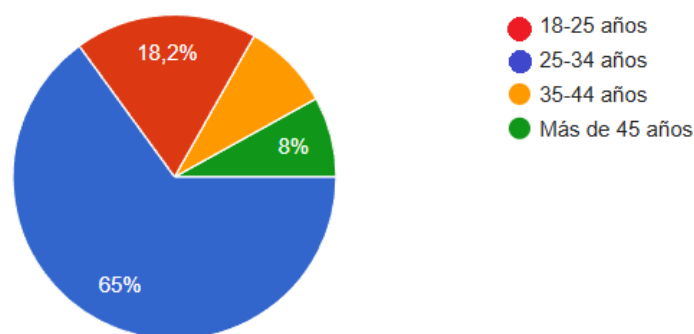
Figura 1

Gráfica de distribución de edades en la encuesta sobre importación de mercancías.

1. ¿Cuál es tu edad?

411 respuestas

 Copiar



Nota. Resultados de encuesta sobre edad. Generado con (Forms., 2024)

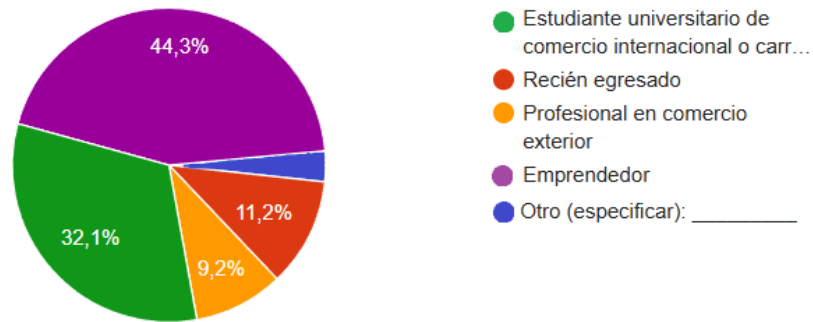
Figura 2

Gráfica de distribución de ocupaciones en la encuesta

2. ¿Cuál es tu ocupación?

411 respuestas

 Copiar



Nota. Según los resultados obtenidos, el 44.3% de los encuestados se identificaron como emprendedores.

Generado con (Forms, 2024)

Los datos muestran que la mayoría de los interesados tienen entre 18 y 25 años (65%), una edad en la que muchos buscan ampliar sus conocimientos en áreas específicas para avanzar en sus carreras o negocios. Entre ellos destacan los emprendedores (44.3%) y estudiantes universitarios de comercio internacional o carreras afines (32.1%), quienes ven en la capacitación una oportunidad para fortalecer su conocimiento y trabajo en el ámbito de la importación.

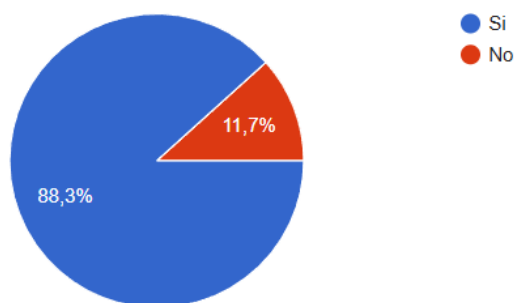
Figura 3

Interés de los encuestados en tomar cursos sobre importación de mercancías.

3. ¿Te interesaría tomar cursos en importación de mercancías?

411 respuestas

 Copiar



Nota. El 88.3% de los encuestados indicaron que están interesados en tomar cursos sobre importación de mercancías (Google Forms, 2024)

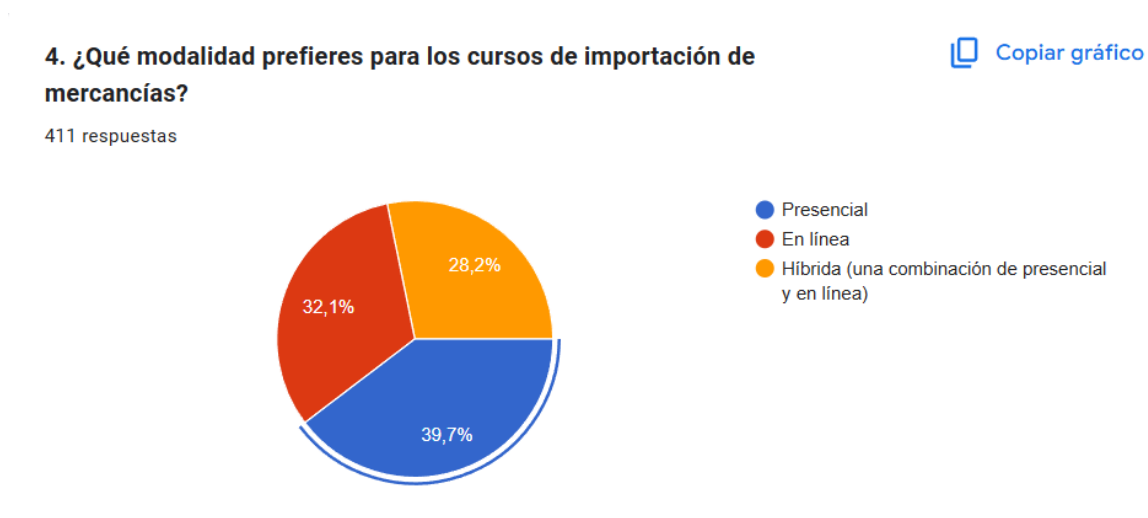
- 88.3% de los encuestados respondieron que “Sí”, mostrando un alto interés en tomar cursos de importación de mercancías.
- 11.7% de los encuestados respondieron que “No”, lo cual representa una minoría que no está interesada.

Este resultado sugiere que existe una demanda significativa para cursos de capacitación en importación de mercancías entre los encuestados, lo cual es positivo para el desarrollo de la empresa capacitadora que se está diseñando.

Preferencias en Modalidad y Temas de Capacitación

Figura 4

Preferencia de modalidad para cursos de importación de mercancías.



Nota. La mayoría de los encuestados prefieren la modalidad presencial (39.7%), seguida de la modalidad híbrida (32.1%) y en línea (28.2%). Generado con (Google Forms, 2024)

El 39.7 de los encuestados prefiere el formato presencial. Esto nos dice que, aunque estamos en una era digital, muchas personas aún buscan la cercanía y el contacto directo que solo el aprendizaje en persona puede ofrecer. Quizás es la posibilidad de hacer preguntas en tiempo real, compartir ideas cara a cara, o simplemente sentirse parte de una comunidad de aprendizaje. Este dato refleja que, para muchas personas, la interacción humana sigue siendo una parte valiosa de su formación.

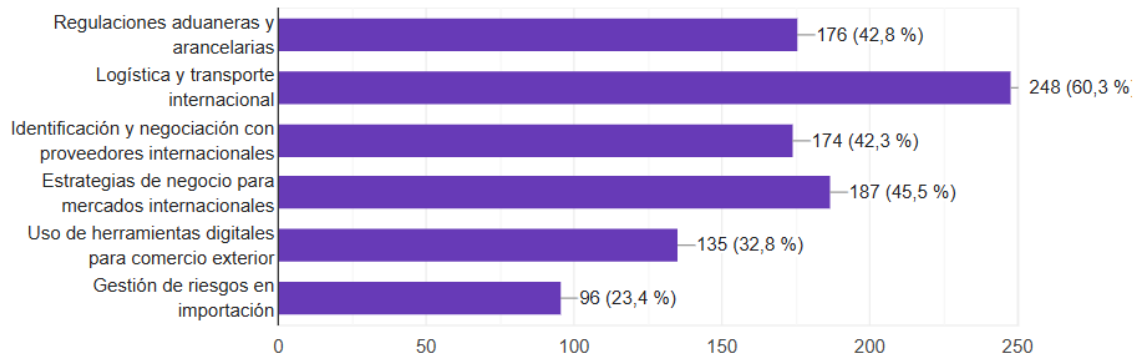
Figura 5

Temas más relevantes para un curso de importación según los encuestados.

5. ¿Cuáles de los siguientes temas te resultan más relevantes en un curso de importación? (Selecciona hasta 3)

 Copiar gráfico

411 respuestas



Nota. Los temas más relevantes identificados por los encuestados fueron 'Logística y transporte internacional' (60.3%), seguido de 'Estrategias de negocio para mercados internacionales' (45.5%) y 'Regulaciones aduaneras y arancelarias' (42.8%) (Google Forms, 2024)

Logística y transporte internacional es el tema más relevante para los participantes con un 60.3% (248 respuestas). Sin una buena logística el proceso de importación se vuelve caótico, costoso y lento. Esto refleja que los encuestados están conscientes de la importancia de hacer que las cosas lleguen a su destino de manera eficiente y confiable.

Estrategias de negocios para mercados internacionales ocupa el segundo lugar, con un 45.5% (187 respuestas). Esto sugiere que no solo quieren importar productos, sino hacerlo de manera estratégica. Quieren herramientas para poder tomar decisiones inteligentes, pensando no solo en traer productos, sino cómo hacer que estos productos tengan éxito.

Regulaciones Aduaneras es un tema prioritario, con un 42.8% (176 personas). La relevancia de este tema señala la importancia de comprender las regulaciones para evitar problemas legales y costos adicionales.

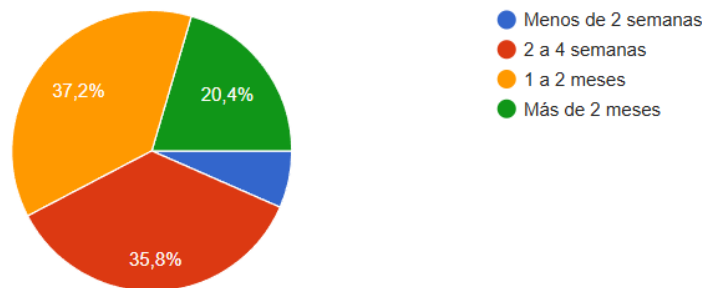
Figura 6

Preferencia de duración para un curso de importación de mercancías.

6. ¿Qué duración considera adecuada para un curso completo de importación de mercancías?

 Copiar gráfico

411 respuestas



Nota. El 37.2% de los encuestados considera que la duración adecuada para un curso de importación de mercancías es de 1 a 2 meses, seguido por un 35.8% que prefiere de 2 a 4 semanas. Generado con (Google Forms, 2024)

Este grafico muestra las preferencias de duración para un curso de importación, y las respuestas nos dan una buena idea de cómo se sienten las personas respecto al tiempo que están dispuestas invertir en aprender sobre este tema.

La opción más popular (37.2) es un curso de 1 a 2 meses. Este grupo de personas están buscando algo que sea lo suficiente extenso como para profundizar en los temas importantes, pero no tan largo como para sentir que se vuelva pesado o difícil de mantener.

La segunda opción más votada, con el 35.8, es un curso de 2 a 4 semanas. Este grupo de personas probablemente quiere algo más rápido y directo, tal vez un curso que vaya al grano sin demasiados detalles, enfocándose solo en lo práctico. Esto podría significar que algunos ven la importación como algo que pueden aprender de forma intensiva, como si fuera una capacitación rápida.

Un 20.4% prefiere que el curso dure más de 2 meses. Estas personas parecen estar abiertas a un aprendizaje más profundo y extenso. Quizás ven el tema de la importación como algo complejo y prefieren una formación que les permita entender todos los detalles a fondo, incluso si eso significa dedicar más tiempo. Podrían estar pensando en hacer de la importación una parte central de su negocio y quieren estar realmente preparados.

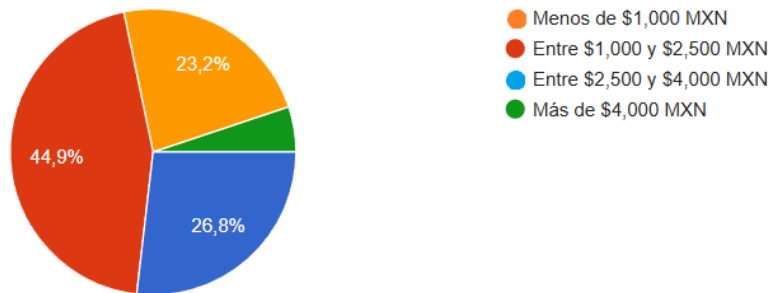
Figura 7

Rango de precio adecuado para un curso de importación de mercancías según los encuestados.

7. ¿Cuál sería un rango de precio adecuado para un curso completo sobre importación de mercancías?

 Copiar gráfico

410 respuestas



Nota. El 44.9% de los encuestados considera que un curso completo de importación de mercancías debería costar entre \$1,000 y \$2,500 MXN, mientras que el 26.8% prefiere un rango de \$2,500 a \$4,000 MXN. Generado con (Forms, 2024)

Este grafico nos indica el precio que estarían dispuestos a pagar por las capacitaciones, el precio sin factor relevante. La mayoría de los encuestados (44.9%) 184, estaría dispuesto a pagar entre \$1000 a \$2500 esto significa que las personas buscan un equilibrio entre costo y valor. Quieren un curso que sea accesible pero que también ofrezca buena información.

La segunda opción más votada (26.8) 110 personas, es pagar entre \$2500 y \$4000 lo que indica que hay disposición a pagar más cuando el curso ofrece contenidos de alta calidad y beneficios adicionales.

El 23.2%, pagaría menos de \$1,000, posiblemente, este grupo no tenga el dinero o solo quiere lo básico. Y, finalmente, el 5.1%, pagaría más de \$4,000.

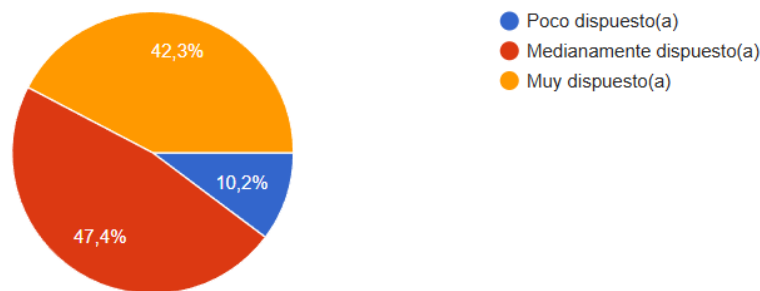
Figura 8

Disposición de pago por un curso de importación de mercancías según los encuestados.

8. ¿Qué tan dispuesto(a) estarías a pagar por un curso que cumpla con tus expectativas de contenido y calidad?

 Copiar gráfico

411 respuestas



Nota. El 47,4% de los encuestados indicaron estar medianamente dispuestos a pagar por un curso que cumpla con sus expectativas de contenido y calidad, mientras que el 42,3% afirmaron estar muy dispuestos. Generado con (Google Forms, 2024)

Lo que dice este gráfico es qué tan dispuesta está la gente a pagar por un curso de importación si realmente alcanza sus expectativas de contenido y calidad. Por lo tanto, es más de lo mismo, la típica balanza del querer algo bueno y a la vez sin gastar tanto. La mayoría, con un 47,4%, está medianamente dispuesta a pagar. Esos deben de estar diciendo “sí, me interesa, pero tampoco me vendo por cualquier precio”. Por ello, al parecer tienen un precio “tope” y están dispuestos a invertir de en caso si sienten que lo que van a recibir realmente lo vale. Quieren aprender, pero aún no se han logrado convencer con el curso.

El 42,3% bastante están dispuestos a pagar si el curso está dentro de sus expectativas. Este grupo vale mucho pues está mucho más que dispuestos a invertir, siempre y cuando el curso es bueno. Cómo estos probablemente ven el aprendizaje como una inversión entonces pueden ser más propensos a pagar más si verdaderamente sienten que con el curso tendrán las herramientas y lección para hacer buenos negocios con importación.

Finalmente, sólo el 10,2% está poco dispuesto a pagar. Esto significa que este grupo dudan sobre si verdaderamente vale la pena el dinero en este curso. Lo más probable es que ellos prefieran cursos accesibles y gratuitos o posiblemente no se vean tan interesados en la importación.

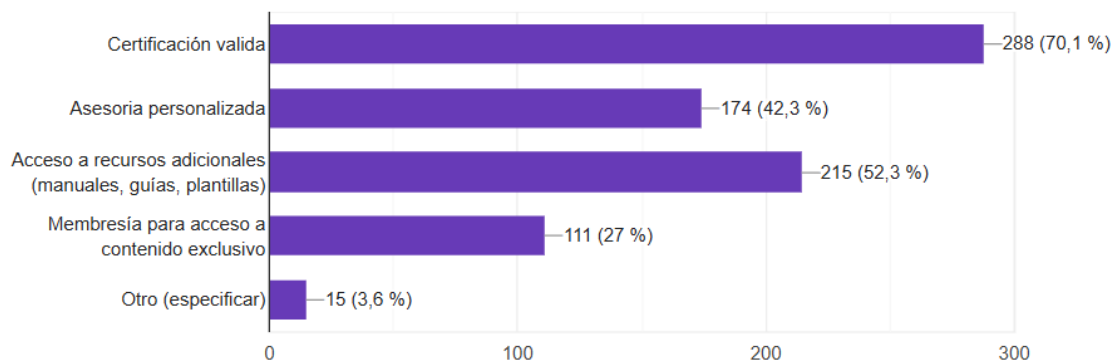
Figura 9

Beneficios adicionales valorados en un curso de importación de mercancías.

9. ¿Qué beneficios adicionales valorarías en un curso de importación de mercancías? (Puedes elegir más de uno)

 Copiar gráfico

411 respuestas



Nota. El 70.1% de los encuestados consideran que una certificación válida es el beneficio adicional más importante en un curso de importación de mercancías, seguido del acceso a recursos adicionales (52.3%) y la asesoría personalizada (42.3%). Generado con (Google Forms, 2024)

Este gráfico muestra que los beneficios adicionales para los cursos de importación son más valorados por las personas encuestadas. A continuación, se analizarán los resultados de los más valorados.

Certificación válida (70.1%), la gran mayoría considera que obtener una certificación es muy importante. La certificación les da la seguridad de que su esfuerzo tendrá un respaldo oficial, algo que pueda ser útil para sus currículos y así poder demostrar a futuros empleadores o clientes que están preparados en el tema.

Acceso a recursos adicionales (52.3%), más de la mitad de las personas valoran tener recursos extras, como manuales, guías o plantillas, buscan herramientas que les ayude aplicar lo que aprendan en el curso, tener estos recursos les da la oportunidad de profundizar y practicar, haciendo que el conocimiento sea más útil en la vida real, es como si llevaran un juego de herramientas para que al terminar el curso puedan empezar a usar lo aprendido.

Asesoría personalizada (42.3%), casi la mitad de los encuestados considera que la asesoría personalizada es un beneficio importante. Esto refleja la necesidad de apoyo directo para resolver sus dudas y necesidades específicas. Para muchos, este tipo de atención personalizada puede hacer la

diferencia entre entender el tema superficialmente y dominarlo realmente, considero que los más interesados son aquellos emprendedores que necesitan el apoyo de poder guiarlo en su pyme.

La gente quiere un curso que les ofrezca un valor que va más allá del contenido. Esto nos puede indicar que al ofrecer un valor adicional podemos entrar al mercado con una gran ventaja competitiva.

Figura 10

Canales de comunicación más efectivos para informarse sobre cursos de importación.



Nota. El 52% de los encuestados consideran que las redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) son el canal de comunicación más efectivo para recibir información sobre cursos de importación, seguidos de los sitios web especializados en comercio y negocios con un 26.5%. Generado con (Google Forms, 2024)

Este grafico no muestra el interés de las personas encuestadas la manera que más le gustaría ver la publicidad de este tipo de cursos.

Redes sociales (52%): la mayoría de las personas prefiere enterarse de estos cursos en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn. Esto tiene mucho de sentido, ya que ahí es donde pasan buena parte de su tiempo, y donde consumen la mayoría de sus noticias y novedades. Para muchos, ver el curso en redes es casi como encontrarlo de forma natural, en su espacio, sin tener que buscar. Además, ahí ven comentarios, recomendaciones, fotos, e incluso mensajes directos para resolver dudas.

Sitios webs especializados en comercio y negocios (26.5%): por otro lado, un grupo más pequeño, pero igualmente significativo, prefiere sitios que hablen específicamente de comercio y negocios.

Estas personas quizás buscan algo más especializado y ven en estos sitios una garantía de que el curso es serio y confiable.

La mayoría de los encuestados quieren conocer el curso en redes, pero también necesitan tener presencia en sitios especializados para que haya seriedad y captar la atención de quienes buscan algo más enfocado.

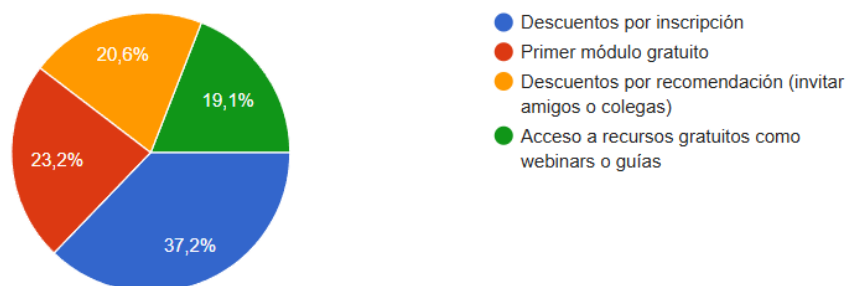
Figura 11

Promociones que motivarían a inscribirse en un curso de importación de mercancías.

11. ¿Qué tipos de promociones te motivarían más a inscribirte en un curso de importación de mercancías?

 Copiar gráfico

411 respuestas



Nota. El 37.2% de los encuestados indicaron que los descuentos por inscripción son la promoción más motivadora para inscribirse en un curso de importación de mercancías, seguidos por el primer módulo gratuito (23.2%) y descuentos por recomendación (20.6%). (Google Forms, 2024)

Con base en lo anterior, observamos que las dos promociones más importantes que pueden animar a las personas a inscribirse en un curso de importación de mercancías según la tabla son: descuento en la inscripción con un total de 37.2% y el primer módulo es gratuito con un total de 23.2%.

Descuento en la inscripción: para la mayoría, la oportunidad de inscribirse en un curso con un descuento en la inscripción directa es más que suficiente para tomar. La especulación es que, entre las muchas cosas, esto les sugiere a las personas que están recibiendo el valor que se merecen desde el principio y, por lo tanto, que es el atractivo necesario para inscribirse.

Primer módulo gratis: para el próximo grupo, una experiencia de “probar antes de comprar” es lo que necesitan. Esto sugiere que a las personas les gusta la opción de estudiar antes de comprar. La

“prueba de pre visualización” puede indicarle al destinatario si la calidad del curso y el contenido se corresponden.

4.3.1 Conclusión de resultados

El resultado de las encuestas aplicadas es un panorama de positividad y estímulo para el diseño y realización de una empresa de capacitación en importación de mercancías en Cuautitlán Izcalli. En términos de contenido, estrategias promocionales y de precios, sirve como una buena base para la propuesta educativa. Tanto la alta disposición a probar y comprar con respecto a la oferta como las preferencias señaladas permiten la focalización orbital de aquellos segmentos clave que complementan el punto de vista de la situación resultante frente a la viabilidad financiera y posicionan los cursos como soluciones efectivas a las necesidades del mercado.

4.3.2 Análisis de las entrevistas

Las entrevistas se realizaron a una muestra de 10 expertos en comercio internacional, con experiencia en importación de mercancías, con el objetivo de identificar las principales dificultades, necesidades, y expectativas en términos de capacitación del sector.

Dentro de los principales desafíos en la importación de mercancías, los entrevistados coincidieron en que los principales obstáculos para los nuevos importadores son:

- Desconocimiento de los tramites y regulaciones aduaneras.
- Dificultad para encontrar proveedores confiables.
- Costos logísticos elevados
- Barreras arancelarias.

Dentro de las expectativas y necesidades de la capacitación cuando se les pregunto sobre lo que considerarían indispensable en un curso de capacitación en importación, los entrevistados destacaron los siguientes aspectos:

- Enfoque practico
- Acceso a contactos y proveedores
- Asesoría personalizada
- Certificación reconocida

Después de presentarles la idea de la empresa de capacitación en importación de mercancías, los entrevistados mostraron una actitud positiva hacia el proyecto, destacando que:

Existe una demanda real y creciente por este tipo de formación, especialmente entre emprendedores y pequeños empresarios.

- El modelo hibrido es ideal, ya que permite flexibilidad

- Es clave incluir módulos específicos sobre logística internacional y regulaciones aduaneras, ya que son aspectos más complejos para quienes indican en importaciones.
- Se recomienda una estrategia de alianzas con universidades y cámaras de comercio para ampliar la credibilidad.

Las entrevistas confirmaron que hay una brecha significativa en la capacitación en importación de mercancías y que la propuesta de cursos especializados es viable y necesaria. Los expertos sugieren que la formación se enfoque en aspectos prácticos, acceso a contactos confiables y mentoría personalizada para garantizar el éxito de los participantes.

4.4 Evaluación de la viabilidad financiera

La evaluación de la viabilidad financiera para la empresa de capacitación en importación de mercancías se basa en el análisis de la disposición a pagar de los posibles clientes, la segmentación de mercado y una proyección de ingresos en función de los costos operativos requeridos. Esta evaluación permitirá determinar si el proyecto es rentable y sostenible con el tiempo.

4.4.1 Proyección de ingresos

Los ingresos proyectados se calculan en función de:

- **Disposición a pagar de los interesados:** La encuesta reveló que el 44.9% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$1,000 y \$2,500 MXN por curso, el 26.8% entre \$2,500 y \$4,000 MXN, y un 5.1% más de \$4,000 MXN.
- **Tamaño de la muestra interesada:** De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada en Cuautitlán Izcalli, el 88.3% de los encuestados mostraron interés en recibir capacitación en importación, lo cual es talentoso para la demanda de este proyecto.

Estimación de ingresos anuales: Para calcular los ingresos anuales, se considerarán tres escenarios de inscripción trimestral: baja, media y alta, y se estimarán las tarifas promedio con base en la disposición a pagar.

Escenario bajo: 100 inscripciones trimestrales con una tarifa promedio de \$1,500 MXN.

- Ingresos anuales = $100 \text{ inscripciones} \times 1,500 \text{ MXN} \times 4 = \$600,000$ pesos mexicanos

Escenario medio: 150 inscripciones trimestrales con una tarifa promedio de \$2,000 MXN.

- Ingresos anuales = $150 \text{ inscripciones} \times 2,000 \text{ MXN} \times 4 = \$1,200,000$ pesos mexicanos

Escenario alto: 200 inscripciones trimestrales con una tarifa promedio de \$3,000 MXN.

- Ingresos anuales = $200 \text{ inscripciones} \times 3,000 \text{ MXN} \times 4 = \$2,400,000$ pesos mexicanos

Esta proyección de ingresos proporciona una base para entender el potencial de ventas, variando según la aceptación del programa y la efectividad de las estrategias de marketing.

4.4.2 Análisis de Costos Operativos

Para calcular los costos operativos, es importante considerar los principales gastos asociados a la operación de la empresa de capacitación:

1. **Personal docente:** El equipo docente es crucial para el desarrollo de un programa efectivo. Se estima que cada curso solicitará un profesor especializado, cuyo salario promedio se proyectará en:
 - **Costo mensual por docente:** \$20,000 MXN.
 - **Docentes requeridos:** Suponiendo que se impartan 2 cursos mensuales, serán necesarios al menos 2 docentes.
 - **Costo anual:** $20,000 \text{ MXN} \times 2 \text{ docentes} \times 12 \text{ meses} = \$480,000$ pesos mexicanos
2. **Tecnología para clases en línea:** Para ofrecer clases en línea y una plataforma de soporte, se requieren herramientas tecnológicas.
 - **Plataforma de videoconferencia y software de administración de cursos:** \$15,000 MXN anuales.
 - **Costo de mantenimiento de sitio web y materiales digitales:** \$10,000 MXN anuales.
 - **Total, de tecnología:** \$25,000 MXN anuales.
3. **Espacio físico para clases presenciales:** La renta de un espacio para las clases presenciales en Cuautitlán Izcalli.
 - **Renta mensual estimada:** \$8,000 MXN.
 - **Costo anual de alquiler:** $8,000 \text{ MXN} \times 12 = \$96,000 \text{ MXN}$.
4. **Marketing y promoción:** Las estrategias de marketing incluyen redes sociales, anuncios digitales y eventos locales.
 - **Gasto estimado anual:** \$50,000 MXN.
5. **Otros costos operativos:** Incluyen papelería, impresión de materiales y otros gastos menores.
 - **Costo estimado anual:** \$20,000 MXN.

Costo operativo total anual: La suma de todos los costos sería:

$$480,000 + 25,000 + 96,000 + 50,000 + 20,000 = 671,000 \text{ MXN}$$

4.4.3 Evaluación de Rentabilidad

Para evaluar la rentabilidad del proyecto, compararemos los ingresos y los costos en cada uno de los escenarios de inscripción:

- **Escenario bajo:** Ingresos de \$600,000 MXN - Costos de \$671,000 MXN = -\$71,000 MXN (Pérdida)

- **Escenario medio:** Ingresos de \$1,200,000 MXN - Costos de \$671,000 MXN = \$529,000 MXN (Ganancia)
- **Escenario alto:** Ingresos de \$2,400,000 MXN - Costos de \$671,000 MXN = \$1,729,000 MXN (Ganancia)

4.4.4 Conclusiones de la Evaluación Financiera

El análisis financiero muestra que el proyecto es rentable en los escenarios medio y alto, mientras que en el escenario bajo podría generar una pérdida. Esto destaca la importancia de implementar estrategias de marketing efectivas y mantener una estructura de costos optimizada. La alta disposición a pagar, junto con una estrategia de captación de clientes en redes sociales y alianzas con instituciones, puede asegurar una inscripción estable que permita cubrir los costos y obtener beneficios.

En conclusión, la viabilidad financiera del proyecto es favorable siempre que se logre captar un número moderado a alto de inscripciones trimestrales. Este análisis respalda la factibilidad del proyecto y su potencial para generar ingresos sostenibles, contribuyendo al crecimiento del emprendimiento en importación en Cuautitlán Izcalli.

4.5 Desarrollo del plan de marketing

Para que la empresa de capacitación en importaciones de mercancías tenga el éxito que se desea, es fundamental implementar estrategias de marketing efectivas que permitan atraer y retener clientes. A través de los resultados de las encuestas, se identificaron los canales de comunicación y promoción más adecuados, así como las características clave, que los clientes potenciales valoran en una oferta educativa.

4.5.1 Estrategias de captación de clientes

Los datos obtenidos de las encuestas indican que el 52% de los encuestados prefiere enterarse de los cursos a través de redes sociales, lo que resalta la importancia de una presencia digital sólida. Para ellos, la estrategia de captación se basará en los siguientes elementos:

- **Publicidad en redes sociales:** Se creará contenido en Facebook, Instagram y tiktok, con publicaciones informativas, testimonios de alumnos y anuncios pagados para llegar a un público más amplio.
- **Marketing de contenidos:** Se generarán artículos y videos educativos sobre comercio internacional, posicionando la empresa como una fuente confiable de conocimiento.

- Promociones y descuentos: De acuerdo a la encuesta un 37.2% de los participantes se siente motivado por descuentos en la inscripción, por lo que se implementarán ofertas en temporales como inicio de año y vacaciones.
- Colaboraciones estratégicas: Se buscarán alianzas con universidades y centros de emprendimiento en Cuautitlán Izcalli para promocionar los cursos entre sus estudiantes y miembros.
- Primer módulo gratuito: Un 23.2% de los encuestados indico que una muestra gratuita del curso los animaría a inscribirse, por lo que se ofrecerán sesiones introductorias sin costo para que los interesados conozcan la calidad de la capacitación y sea un gancho para que ellos se enamoren del curso y tengan la necesidad de comprarlo.

4.5.2 Posicionamiento de la marca

El posicionamiento de la empresa será clave para diferenciarse de otras opciones en el mercado. Con base en la investigación realizada, la identidad de la marca girara en torno a tres pilares fundamentales, como lo es la accesibilidad a cursos prácticos, calidad certificada que otorgue una acreditación valida y flexibilidad en cuanto a ofrecer opciones presenciales en línea híbridas.

4.5.3 Estrategias de Fidelización

No solo se trata de atraer nuevos clientes, sino también de lograr que recomienden los cursos y regresen para seguir capacitándose. Para ello, se implementarán las siguientes acciones:

- Programa de referidos: Ofrecer incentivos a los clientes que recomienden el curso a otras personas.
- Actualización de contenidos: Proporcionar a los ex clientes acceso a nuevos materiales y tendencias en comercio exterior.
- Comunidad de aprendizaje: Crear un grupo en redes sociales donde los clientes puedan resolver dudas, compartir experiencias y establecer contactos para que todo se dé la manera más fácil y entendible.

4.5.4 Canales de Comunicación

Para garantizar la correcta difusión de los cursos, se priorizarán estos medios como lo son redes sociales (Facebook, Instagram, tiktok) Anuncios pagados y contenido. Sitios web especializados en comercio exterior y publicidad dirigida a profesionales del sector. También es de gran importancia

los emails marketing donde se enviará información personalizada a los interesados y que dejen sus datos en la página web, para con ello contactarlos. Y por último participación en eventos y ferias de emprendimiento donde se presenten los cursos.

4.5.5 Presupuesto de Marketing

El presupuesto se vio en la parte de la evaluación financiera, para estas estrategias se distribuirá de la siguiente manera:

- Publicidad en redes sociales: \$20,000 MXN anuales.
- Producción de contenido (videos, artículos, materiales gráficos): \$15,000 MXN anuales.
- Promociones y descuentos: \$10,000 MXN anuales.
- Eventos y alianzas estratégicas: \$5,000 MXN anuales.
- Total, estimado: \$50,000 MXN anuales.

Conclusión

El éxito de la empresa no solo dependerá de la calidad de los cursos, sino también de su capacidad para llegar al público adecuado. La implementación de este plan de marketing permitirá atraer clientes potenciales, generar confianza en la marca y fomentar la fidelización, asegurando la viabilidad y el crecimiento del proyecto a largo plazo.

4.6 Implementación del Modelo de Negocio

Después de haber identificado la viabilidad financiera y definido una estrategia de marketing efectiva, el siguiente paso es llevar el modelo de negocio a la realidad. La implementación debe asegurar que la empresa de capacitación en importación de mercancías no solo comience con éxito, sino que pueda crecer y mantenerse en el tiempo. Para lograrlo, se han considerado los siguientes aspectos clave:

4.6.1 Estructura Operativa

El funcionamiento de la empresa de capacitación se basa en tres elementos esenciales:

1. Equipo de trabajo: Se conformará un equipo con experiencia en comercio internacional y docencia. Se requerirá:

- Instructores con conocimientos especializados en logística, regulaciones aduaneras y estrategias de importación.
- Personal administrativo encargado de inscripciones, atención a clientes y gestión operativa.

- Especialistas en marketing y ventas para ejecutar las estrategias publicitarias y garantizar la captación de alumnos.

2. Modalidad de los cursos:

- Presencial: Se impartirá en un aula equipada en Cuautitlán Izcalli, en un espacio diseñado para facilitar el aprendizaje.
- En línea: Se utilizará una plataforma digital para ofrecer clases en vivo y contenido grabado. “El aprendizaje en línea ha transformado la educación empresarial, permitiendo acceso a contenidos globales a bajo costo.” (UNESCO, 2022)
- Híbrido: Combinación de clases presenciales y virtuales, permitiendo flexibilidad para los alumnos.

3. Estrategia de contenido: Cada curso tendrá un enfoque práctico, integrando ejemplos reales y simulaciones de procesos de importación, para que los alumnos puedan aplicar lo aprendido de inmediato.

4.6.2 Recursos Necesarios

Para poner en marcha el proyecto, se requerirá inversión en:

- Infraestructura: Renta y adecuación del espacio físico para las clases presenciales.
- Tecnología: Plataforma de videoconferencia, sitio web y material digital interactivo.
- Marketing y publicidad: Difusión en redes sociales y alianzas estratégicas con universidades y centros de emprendimiento.
- Material didáctico: Guías, plantillas, bases de datos y simuladores de comercio exterior.

4.6.3 Plan de Acción

Para garantizar una correcta implementación, se establecerá un plan con tres fases:

- Fase 1: Preparación (0 - 3 meses)

Registro legal de la empresa y obtención de permisos necesarios.

Creación de la identidad visual y presencia digital (logo, redes sociales, página web).

Desarrollo del contenido educativo y contratación de instructores.

Lanzamiento de la estrategia de marketing inicial para captar los primeros clientes.

- Fase 2: Ejecución (4 - 6 meses)

Inicio de los primeros cursos presenciales y en línea.

Monitoreo de la satisfacción de los clientes y ajustes en el contenido según sus necesidades.

Expansión de la publicidad con testimonios y casos de éxito.

Establecimiento de alianzas con instituciones educativas y empresas que ofrezcan servicios como, agencias aduanales, transportes, Forwarders, navieras entre otras.

- Fase 3: Crecimiento (7 - 12 meses)

Ampliación de la oferta con nuevos cursos especializados.

Optimización de la plataforma en línea para mejorar la experiencia de los alumnos.

Evaluación financiera y ajuste de precios y estrategias de captación.

Posible apertura de nuevas sedes o franquicias dependiendo del éxito del modelo inicial.

4.6.4 Indicadores de Éxito

Para medir el impacto y el crecimiento del negocio, se tomarán en cuenta los siguientes indicadores:

- Número de inscripciones por trimestre: Evaluar si se cumple la meta de inscripción.
- Satisfacción del alumno: Encuestas de retroalimentación para mejorar los cursos.
- Retención de estudiantes: Cantidad de alumnos que toman más de un curso.
- Rentabilidad financiera: Relación entre ingresos y costos operativos.

Conclusión

La implementación del modelo de negocio requiere una planificación detallada y ejecución eficiente. Cada fase del proceso está diseñada para asegurar que la empresa no solo inicie con éxito, sino que tenga un crecimiento sostenible en el tiempo. Con una estrategia bien definida y una oferta educativa de calidad, la empresa de capacitación en importación de mercancías puede consolidarse como un referente en el sector y contribuir al desarrollo de futuros emprendedores y profesionales en comercio internacional.

4.7 Red de Contactos y Mentoría Personalizada (Valor agregado)

Empezar en las importaciones puede ser complicado por la falta de contactos confiables y una guía. Para solucionar esto, la empresa ofrecerá acceso a proveedores verificados y mentoría personalizada, permitiendo que los clientes importen con confianza y seguridad.

4.7.1 Red de Proveedores y Contactos Confiables

Para evitar fraudes y facilitar la importación, los clientes tendrán acceso a un directorio exclusivo de proveedores verificados, proveedores con los que se ha trabajado verdaderamente a lo largo de la experiencia, contactos de agentes aduanales y empresas logísticas y guías para evaluar proveedores en plataformas como Alibaba.

4.7.2 Mentoría Personalizada

Cada cliente contará con un mentor experto que le brindará, asesoría uno a uno en selección de proveedores, costos logísticos y regulaciones, revisión y optimización de su primera importación, así como el seguimiento post-curso con consultas gratuitas durante tres meses.

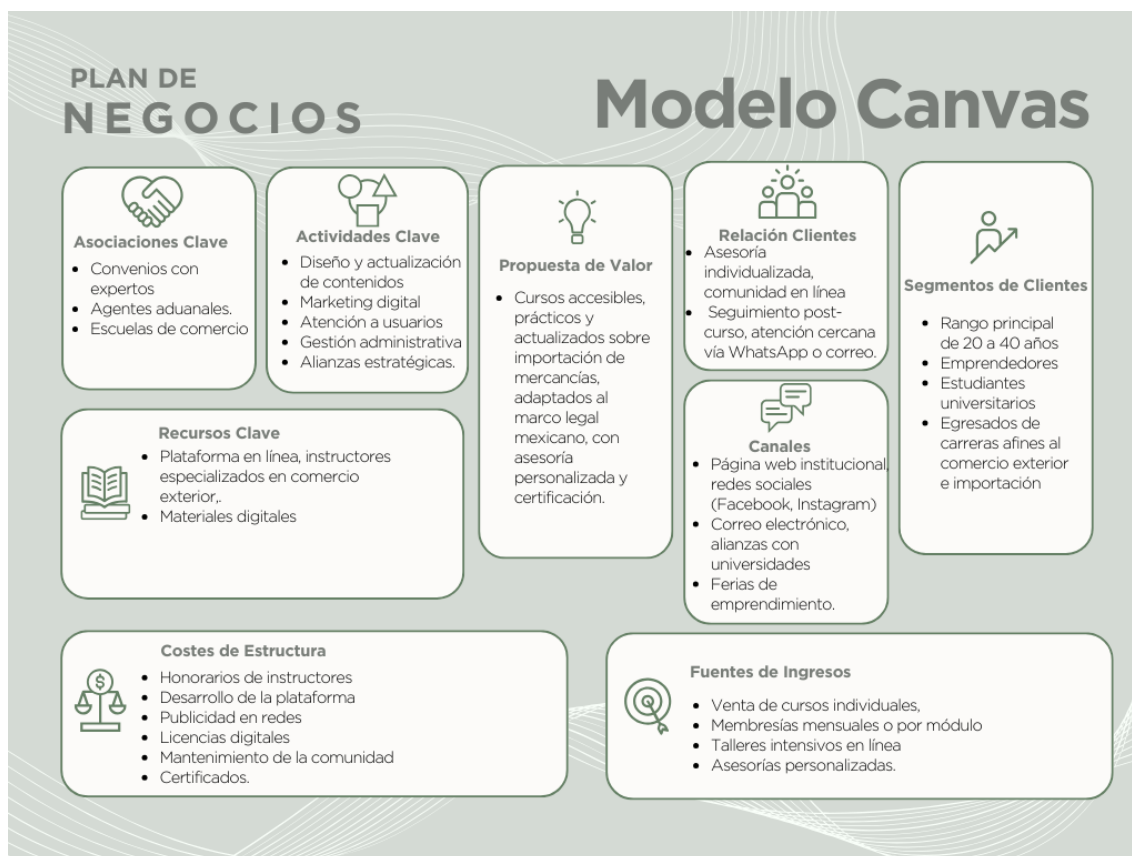
4.8 Modelo de negocio propuesto: Método CANVAS

Para representar de manera estructurada los elementos clave de CapacitaComex, se utiliza el modelo CANVAS propuesto por (Osterwalder, 2010). Este modelo permite visualizar la propuesta de valor, los canales, los clientes, las fuentes de ingresos, los recursos y actividades clave, así como los socios estratégicos y la estructura de costos. “Los modelos de negocio deben adaptarse continuamente a las tendencias digitales y a las necesidades del usuario.” (Kotler et al., 2017)

El siguiente cuadro resume los nueve bloques del modelo aplicado a la empresa:

Figura 12

Modelo de negocio CANAVAS



Nota. El modelo CANVAS, desarrollado por (Alexander Osterwalder, 2010), es una herramienta estratégica ampliamente utilizada para representar de forma visual y estructurada los componentes clave de un modelo de negocio, facilitando la toma de decisiones y la innovación empresarial. Generado por (Canva, s.f.)

CAPÍTULO 5.

CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS PARA TRABAJOS FUTUROS

El desarrollo de la presente investigación ha permitido corroborar el papel fundamental que desempeña la capacitación especializada en importación de mercancías como herramienta estratégica para el éxito de los nuevos actores en el comercio exterior. Mediante el diseño y validación de un modelo de negocio para una empresa formativa, se ha evidenciado no solo la existencia de una demanda significativa de conocimiento técnico en este campo, sino también una clara disposición del mercado objetivo a invertir en su desarrollo profesional.

El análisis de mercado ratificó que los segmentos de estudiantes universitarios, emprendedores y profesionales del sector constituyen el público idóneo para esta propuesta, dada su manifiesta necesidad de adquirir competencias específicas que les confieran seguridad operativa y eficacia. Paralelamente, la evaluación financiera confirma la viabilidad económica del proyecto, subrayando que la implementación de estrategias de marketing digital y fidelización de clientes representa una variable crítica para su sostenibilidad a largo plazo.

Desde una perspectiva metodológica, el empleo de un enfoque mixto fue determinante para obtener una comprensión holística del fenómeno estudiado. La integración de análisis cuantitativos y cualitativos aseguró que la propuesta de negocio se fundamente en datos empíricos y necesidades concretas del mercado. En particular, las entrevistas a profundidad proveyeron percepciones cualitativas cruciales sobre las expectativas de los potenciales usuarios, lo que permitió diseñar una oferta educativa relevante y alineada con sus requerimientos.

Los hallazgos de este estudio abren, a su vez, nuevas líneas de información futura. Se recomienda explorar las siguientes áreas:

Replicabilidad del Modelo: Realizar estudios comparativos para evaluar la adaptabilidad y replicabilidad de este modelo de negocio en otros contextos geográficos de México o en diferentes sectores productivos.

Integración Tecnológica (EdTech): Profundizar en la incorporación de tecnologías educativas emergentes, tales como plataformas de aprendizaje adaptativo, simuladores de procesos aduaneros o herramientas de inteligencia artificial, para enriquecer y escalar la experiencia formativa.

Medición de Impacto: Desarrollar investigaciones longitudinales que midan el impacto directo de la capacitación en indicadores clave de éxito, como la tasa de creación de nuevas empresas, el aumento de la competitividad o el retorno de inversión (ROI) para los emprendedores participantes.

En definitiva, esta tesis aporta una solución validada y sostenible a una necesidad latente del mercado, proponiendo un modelo de negocio con un alto potencial de impacto positivo. La formación en importación de mercancías no solo faculta a los individuos con herramientas y conocimientos técnicos, sino que también robustece el ecosistema empresarial y promueve un desarrollo económico inclusivo. La correcta implementación de la propuesta aquí detallada tiene el potencial de constituirse como un referente en el sector y un catalizador para el crecimiento de futuras generaciones de profesionales y emprendedores del comercio internacional.

REFERENCIAS

- SNICE. (s.f.). SNICE. <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/comercio.aprende.exportar.rrnas.html#:~:text=Las%20regulaciones%20arancelarias%20se%20refieren,o%20salida%20de%20las%20mercanc%C3%ADas.>
- Alexander Osterwalder, Y. P. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales: Apuntes para un curso*.
- Bibliotecas Duoc UC. (14 de junio de 2024). *Bibliotecas Duoc UC*. <https://bibliotecas.duoc.cl/investigacion-aplicada>
- Bibliotecas Duoc UC. (14 de junio de 2024). *Definición y proposito de la investigación aplicada [Imagen]*. Bibliotecas Duoc UC: <https://bibliotecas.duoc.cl/investigacion-aplicada>
- Cámara de Comercio Internacional. (2021). *Tendencias de formación en comercio internacional: La digitalización de la capacitación*. Cámara de Comercio Internacional. <https://iccwbo.org>
- Camp, R. C. (1989). *Benchmarking: The search for industry best practices that lead to superior performance*. Milwaukee: ASQC Quality Press.
- Canva. (s.f.). *Plantilla de modelo de negocio CANVAS*. <https://www.canva.com>
- e.Economía. (s.f.). *Gobierno de México*. <https://e.economia.gob.mx/guias/cumplir-con-las-regulaciones-no-arancelarias/>
- e.Economía. (s.f.). *GOBIERNO DE MÉXICO*. <https://e.economia.gob.mx/guias/cumplir-con-las-regulaciones-no-arancelarias/#:~:text=Marcado%20de%20origen&text=Este%20es%20un%20requi sito%20sine,secci%C3%B3n%20de%20Tr%C3%A1mites%20de%20e.>
- economia.gob.mx. (2020). economia.gob.mx: [https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/cuautitlan-izcalli#:~:text=Acerca%20de%20Cuautitl%C3%A1n%20Izcalli&text=En%202020%2C%20la%20poblaci%C3%B3n%20en,Pedicuras%20\(US\\$74.5M\).](https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/cuautitlan-izcalli#:~:text=Acerca%20de%20Cuautitl%C3%A1n%20Izcalli&text=En%202020%2C%20la%20poblaci%C3%B3n%20en,Pedicuras%20(US$74.5M).)
- Equipo de Redactores Legis. (10 de Junio de 2021). *legisblog*. <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/importancia-importacion-bienes#:~:text=Dentro%20de%20los%20beneficios%20que,consumidor%20m%C3%A1s%20opciones%20para%20elegir.>
- Equipo Editorial. (2024). *Enciclopedia Iberoamericana*. <https://enciclopediaiberoamericana.com/poblacion-estadistica/>

- espaweb.com. (2014). *espaweb*. <http://www.espaweb.com/mysql.php>
- Forms, G. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Forms, G. (2024). *Gráfica de distribución de ocupaciones en la encuesta*. <https://docs.google.com/forms/u/0/>
- Forms, G. (2024). *Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías*. <https://forms.google.com>
- Forms, G. (2024). *Resultados de encuesta sobre edad [imagen]* . <https://forms.google.com>
- Forms., G. (2024). *Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- forosdelweb. (2014). *forosdelweb.com*. http://www.forosdelweb.com/wiki/Manual_de_PHP:_Qu%C3%A9_es_PHP
- GEM. (2022). *Emprendimiento en México: Reporte nacional*. GEM. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Google Forms. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías. [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Encuesta: Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías. [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Google Forms. (2024). *Necesidades y Preferencias en Capacitación para la Importación de Mercancías [Imagen]*. <https://forms.google.com>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6). México: McGraw-Hill.
- INEGI. (2023). *Estadísticas de comercio exterior de México*. <https://www.inegi.org.mx>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Hoboken, NJ: Wiley.

- Lifeder. (21 de Enero de 2021). *Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos*.
<https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>
- masadelante.com. (2014). *masadelante.com*. <http://www.masadelante.com/faqs/intranet>
- metodologiarad.weebly.com. (2010). *metodologiarad.weebly.com*.
<http://metodologiarad.weebly.com/>
- Milenium, I. (2013). *Informatica Milenium*.
<http://www.informaticamilenium.com.mx/Páginas/espanol/sitioweb.htm>
- Nolan, C. (Dirección). (2014). *Interstellar* [Película].
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2019).
Strengthening SME and Entrepreneurship Policy for Mexico. México: OCDE.
<https://www.oecd.org/mexico>
- Osterwalder, A. y. (2010). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Bilbao: Deusto.
- Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo. (13 de junio de 2018). *Gobierno de México*. <https://www.gob.mx/profedet/articulos/la-importancia-de-la-capacitacion-para-las-y-los-trabajadores>
- Reyes, G. E. (2001). Teoría de la globalización: bases Fundamentales. *Nómadas*(3).
- Sánchez, J. D. (2023). OPORTUNIDADES COMERCIALES CONOCIENDO EL ENTORNO. *Revista Economía*.
- Santos, F. J., Barroso, M. d., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 177-196.
- Schwab, K. (2020). *The Global Competitiveness Report 2020*. *World Economic Forum*.
<https://www.weforum.org/reports/>
- SNICE. (2015). *Datos sobre Comercio Exterior*. SERVICIO NACIONAL DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR:
<https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/comerciointernacional.html>
- Supply Chain de México. (2023). *Supply Chain de México*.
<https://www.supplychaindemexico.com.mx/la-importancia-del-etiquetado-en-el-comercio-exterior/#:~:text=El%20etiquetado%20efectivo%20permite%20una,origen%20y%20c%C3%B3digos%20de%20barras.>
- Talín, J. (2013). El emprendimiento y la innovación como fundamento de la creación de pequeñas y medianas empresas. *Revista de Extensión Universitaria +E*, 48-55.
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (4 ed.). Barcelona: Paidós.
- Tesis y Másters. (2024). *Tesis y Másters*. <https://tesisymasters.com.ar/muestra-estadistica/>

UNESCO. (2022). *Reimaginando juntos nuestros futuros: Un nuevo contrato social para la educación*. París: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/>

wikipedia. (2014). *wikipedia*. http://es.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_web

ANEXOS,

ANEXO A “Entrevistas”

Entrevista 1

1. Datos Generales del Entrevistado

Nombre: Dr Foo. Daniel Sanchez Urban

Cargo y experiencia: Comprador senior, 5 años de experiencia

Área de especialización: Logística y Negociaciones

2. Experiencia en Importaciones

1. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

La falta de asesoramiento técnico, legal y fiscal por parte del gobierno, así como el desconocimiento de las empresas por no saber que fuentes puede uno encontrar para lograr estos procesos.

2. Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

No contemplar las restricciones aduaneras que cada producto tiene

3. ¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Tener una red de proveedores, y conocer las políticas aduaneras que se necesitan para poder implementar los procesos de importación o exportación

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

4. ¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Así es, ya que el hecho de tener estos conocimientos permite a estos grupos tener una noción mas clara de la situación del comercio exterior e internacional.

5. ¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías? (Ejemplo: regulaciones aduaneras, logística, proveedores internacionales, etc.)

Yo pondría en 6 temas clave

- Logística internacional y cadena de suministro
- Finanzas internacionales
- Investigación de mercados internacionales y mercadotecnia internacional
- Mercadología
- Contratos, seguros y aspectos legales en transacciones internacionales
- Comercio exterior y grados de integración comercial

6. ¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación? (Presencial, en línea, híbrido)

Presencial, online e híbrido.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

7. ¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

- Tener foro de preguntas y respuestas por parte de expertos
- Casos prácticos
- Modelos estandarizados o mini manuales o esquema resúmenes de temas fundamentales
- Información de contacto clave de donde encontrar las fuentes de trabajo

8. ¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Si, permitirá tener un mayor valor al curso con un respaldo tangible

9. ¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

- Tener un mercado segmentado
- Abordar tecnologías de la información clave, fáciles de usar y 24/7
- Tener actualizaciones y más capacitación constante como parte del curso

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

10. En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

- Que se tenga convenio con empresas del ramo y con el gobierno en conjunto
- Facilidad de obtención de recursos didácticos, teóricos y prácticos por parte de la empresa que imparte el curso
- Facilidades de pago y asesoramiento sobre la certificación

11. ¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Así es, es parte esencial y es la ventaja competitiva que este curso tendrá

12. ¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Difusión a las escuelas públicas y privadas

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

13. ¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Considero que es una excelente idea de apoyar a México pues en este ramo estamos muy ignorantes

14. ¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Claro, y mas con este tipo de cursos.

Entrevista 2

Nombre: Alejandro Mendoza

Cargo y experiencia: Consultor en Logística Internacional con 15 años de experiencia

Área de especialización: Logística y Aduanas

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

Uno de los principales desafíos es cumplir con todas las regulaciones aduaneras, ya que muchas veces cambian y pueden generar retrasos. También es complicado gestionar los tiempos de entrega y los costos inesperados, como impuestos o tarifas adicionales.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

El error más común es no investigar bien los requisitos legales antes de importar. Muchas veces los emprendedores asumen que todo es sencillo y terminan con mercancía detenida en aduana.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Es fundamental conocer las normativas, saber negociar con proveedores y tener habilidades de planeación logística.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Sí, porque muchas personas comienzan a importar sin conocer los procesos legales y logísticos.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?

Regulaciones aduaneras y logística.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?

Híbrida, ya que permite aprendizaje teórico en línea y prácticas presenciales.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

Casos reales, simulaciones y ejercicios prácticos.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Sí, agrega valor y credibilidad.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

Aplicabilidad de los conocimientos y actualización constante del contenido.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Diferenciación del curso, calidad en la enseñanza y enfoque práctico.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Sí, porque ayuda a resolver dudas específicas.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Testimonios de alumnos y casos de éxito.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Sí, sería ideal incluir un espacio para networking entre emprendedores y expertos.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Sí, pero con más retos normativos y cambios constantes en políticas comerciales.

Entrevista 3

Nombre: Sofía Ramírez

Cargo y experiencia: Agente Aduanal con 12 años de experiencia

Área de especialización: Regulaciones y Normativas Aduaneras

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

Las regulaciones aduaneras cambian constantemente, lo que puede hacer que un proceso sencillo se vuelva complicado. También los costos inesperados, como impuestos y tarifas adicionales, afectan la rentabilidad.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

No revisar los permisos previos de importación. Muchas mercancías requieren certificaciones específicas, y al no cumplir con los requisitos, los productos se quedan detenidos en aduana.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Conocimiento en clasificación arancelaria, cumplimiento normativo y manejo de tratados comerciales.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Sí, porque muchas personas tienen la intención de importar sin conocer los detalles del proceso y terminan perdiendo dinero.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?

Clasificación arancelaria, cumplimiento normativo, logística y selección de proveedores.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?

Una combinación entre clases en línea y prácticas presenciales en aduanas.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

Casos prácticos, ejercicios de clasificación de mercancías y análisis de tratados comerciales.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Sí, porque mejora la credibilidad y las oportunidades laborales de los estudiantes.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

Que la información esté actualizada y se enfoque en la práctica.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Conexión con expertos en aduanas y actualización constante del contenido.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Sí, es esencial para resolver dudas específicas.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Realizar talleres gratuitos o sesiones informativas sobre los principales errores en importación.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Sí, se podrían incluir módulos sobre regulaciones en diferentes países.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Sí, sobre todo en sectores tecnológicos y de alimentos.

Entrevista 4

Nombre: Juan Pablo Torres

Cargo y experiencia: Director de una empresa importadora de insumos médicos (8 años)

Área de especialización: Negociaciones y Proveedores Internacionales

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

El mayor reto es encontrar proveedores confiables y garantizar la calidad de los productos antes de recibirlos.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

No hacer pruebas de calidad antes de importar. Algunos emprendedores confían ciegamente en los proveedores sin verificar muestras.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Negociación, gestión de riesgos y análisis de costos.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Sí, porque muchos emprendedores no conocen los procesos y pueden perder dinero por malas decisiones.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?

Selección de proveedores, gestión de costos y análisis de riesgos.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?

Híbrida, con mentorías personalizadas.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

Talleres de negociación, simulaciones de importación y análisis de contratos.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Sí, porque genera confianza en los clientes.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

Contenido práctico, casos reales y acceso a contactos del sector.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Tener buenos formadores, contenido actualizado y ofrecer prácticas en empresas.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Sí, porque cada caso es diferente y es bueno recibir orientación.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Compartir historias de éxito de alumnos que hayan aplicado el conocimiento.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Sería bueno que el curso incluyera una sección de networking.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Sí, pero con más competencia, por lo que es clave estar bien capacitado.

Entrevista 5

Nombre: Gabriela Salinas

Cargo y experiencia: Coordinadora de Logística en una empresa de exportación e importación (10 años)

Área de especialización: Logística y Gestión de Transporte

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

El principal desafío es la planificación logística, ya que muchas veces los costos de transporte no se calculan correctamente y eso afecta la rentabilidad. También hay problemas con retrasos en aduanas.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

No contratar un seguro de carga, lo que los deja vulnerables a pérdidas por daños o robos.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Gestión de inventarios, optimización de rutas y negociación con transportistas.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Sí, porque muchos desconocen los costos ocultos en la logística y esto impacta su rentabilidad.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?

Gestión de costos logísticos y selección de proveedores de transporte.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?

En línea con sesiones prácticas en empresas del sector.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

Ejercicios prácticos, simulaciones y casos reales.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Sí, porque las empresas buscan contratar personal con certificaciones.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

Aplicabilidad del conocimiento y actualización constante.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Que sus instructores sean expertos en el sector y ofrezcan información práctica.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Sí, porque cada empresa tiene necesidades logísticas diferentes.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Webinars gratuitos sobre errores comunes en logística de importación.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Sería útil incluir módulos sobre sostenibilidad en logística.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Sí, pero las empresas deben adaptarse a los cambios en normativas y tendencias de mercado.

Entrevista 6

Nombre: Ricardo Fernández

Cargo y experiencia: Docente universitario en Comercio Internacional (15 años)

Área de especialización: Educación y Estrategias de Negociación

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?
La falta de formación especializada. Muchos empresarios comienzan sin conocer conceptos básicos de comercio internacional.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?
No conocer la diferencia entre los tratados comerciales y cómo pueden beneficiar a sus productos.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?
Pensamiento estratégico, análisis financiero y conocimiento en tratados internacionales.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?
Sí, porque el comercio internacional está en constante evolución y se requieren habilidades especializadas.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?
Estrategias de negociación y estudios de mercado.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?
Híbrida con actividades interactivas.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?
Aprendizaje basado en proyectos y análisis de casos de estudio.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?
Sí, porque les da mayor credibilidad en el mercado.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?
Aplicación inmediata de los conocimientos y orientación a la práctica.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Que el contenido sea actualizado y adaptado a diferentes perfiles de estudiantes.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?
Sí, para que los estudiantes puedan aplicar el conocimiento en sus proyectos.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?
Tener contenido atractivo, testimonios de éxito y colaboraciones con universidades.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?
Se recomienda vincular el curso con certificaciones internacionales para mayor impacto.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?
Sí, sobre todo en sectores emergentes y tecnología.

Entrevista 7

Nombre: Valeria Montes

Cargo y experiencia: Representante de Comercio Exterior en una empresa transnacional (9 años)

Área de especialización: Regulaciones y Cumplimiento Normativo

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

El cumplimiento normativo es uno de los mayores retos, especialmente porque las regulaciones pueden cambiar sin previo aviso. También los costos de importación pueden ser difíciles de prever.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

No actualizarse en cambios legislativos y desconocer las certificaciones requeridas para ciertos productos.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Conocimiento en normativas, gestión documental y manejo de tratados internacionales.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Sí, porque la falta de conocimientos puede llevar a problemas legales y costos adicionales inesperados.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?

Tratados internacionales, cumplimiento normativo y gestión de costos.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?

En línea con asesoría personalizada.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

Foros de discusión, talleres prácticos y análisis de casos de estudio.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Sí, porque proporciona credibilidad en el mercado.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

Que el contenido esté actualizado y adaptado a diferentes sectores.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Conexiones con organismos reguladores y acceso a expertos en la materia.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Sí, para guiar a los alumnos en la implementación real de sus conocimientos.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Compartir información relevante sobre cambios en regulaciones a través de redes sociales.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Incluir simulaciones de auditorías aduaneras como parte del curso.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Sí, con oportunidades en sectores tecnológicos y sustentables.

Entrevista 8

Nombre: Manuel Rojas

Cargo y experiencia: CEO de una startup de importaciones tecnológicas (6 años)

Área de especialización: E-commerce y Distribución Internacional

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?
Los costos ocultos en la importación, como impuestos inesperados y retrasos en aduanas.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?
No calcular correctamente el costo total de importación, lo que afecta la rentabilidad.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?
Análisis financiero, planificación estratégica y selección de proveedores.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?
Sí, sobre todo para quienes inician en e-commerce y no tienen experiencia en comercio exterior.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?
Gestión de costos, selección de proveedores y cumplimiento normativo.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?
Híbrida, con mentorías personalizadas.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?
Estudios de caso en e-commerce y simulaciones de procesos de importación.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?
Sí, porque genera confianza entre los clientes y socios comerciales.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?
Información práctica y aplicable, con ejemplos reales.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?
Que se enfoque en emprendimiento digital y comercio electrónico.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?
Sí, es clave para que los alumnos implementen los conocimientos adquiridos.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?
Publicidad en redes sociales y webinars gratuitos con expertos.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?
Incluir módulos sobre dropshipping y comercio digital.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?
Sí, especialmente en plataformas de venta en línea.

Entrevista 9

Nombre: Carolina Herrera

Cargo y experiencia: Especialista en Cadena de Suministro Global (14 años)

Área de especialización: Abastecimiento y Distribución

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?
Encontrar proveedores confiables y gestionar los tiempos de entrega de manera eficiente.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?
No investigar el mercado adecuadamente antes de tomar decisiones de compra.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?
Gestión de relaciones comerciales, planificación logística y optimización de costos.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?
Sí, muchas empresas fracasan por una mala planificación de la cadena de suministro.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?
Selección de proveedores, gestión de costos y optimización de rutas.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?
En línea con asesoría personalizada.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?
Simulaciones de procesos de importación y estudios de casos reales.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?
Sí, porque ayuda a validar el conocimiento ante clientes y empleadores.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?
Que ofrezca información práctica y relevante para la industria.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?
Sí, en temas de optimización de costos y selección de proveedores.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?
Charlas gratuitas y demostraciones en vivo.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?
Sí, especialmente en sectores de alta tecnología y comercio sustentable

Entrevista 10

Nombre: Ernesto López

Cargo y experiencia: Director de Comercio Exterior en una empresa manufacturera (16 años)

Área de especialización: Regulaciones aduaneras y logística internacional

2. Experiencia en Importaciones

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan los emprendedores y empresas al importar mercancías?

Uno de los mayores desafíos es la correcta clasificación arancelaria, ya que una mala clasificación puede generar multas o retrasos en la aduana. También es difícil calcular correctamente los costos totales de importación, incluyendo impuestos, tarifas y fletes.

Desde su experiencia, ¿qué errores comunes cometen quienes inician en la importación?

No calcular el costo total de importación y no verificar las restricciones arancelarias antes de hacer una compra.

¿Qué habilidades o conocimientos considera esenciales para tener éxito en el comercio internacional?

Análisis de costos, gestión aduanera y negociación con proveedores internacionales.

3. Necesidad de Capacitación en Importaciones

¿Cree que existe una necesidad real de capacitación en importación para emprendedores y estudiantes? ¿Por qué?

Sí, porque muchas personas creen que importar es solo comprar y recibir mercancía, pero en realidad es un proceso complejo con muchas regulaciones.

¿Qué temas considera indispensables en un curso de importación de mercancías?

Clasificación arancelaria, tratados comerciales y logística de transporte.

¿Qué tipo de modalidad considera más efectiva para este tipo de capacitación?

Híbrida, con clases en línea y prácticas en campo.

4. Sugerencias para el Diseño del Curso

¿Qué estrategias o metodologías recomienda para hacer la capacitación más efectiva y práctica?

Casos de estudio, simulaciones y visitas a recintos aduaneros.

¿Cree que la certificación de un curso en importaciones influye en su valor y utilidad para los participantes?

Sí, porque genera mayor confianza en clientes y empleadores.

¿Qué aspectos considera clave para que un curso de importación tenga éxito y sea bien recibido por el mercado?

Que tenga un enfoque práctico y aplicable.

5. Opinión sobre la Viabilidad del Proyecto

En su opinión, ¿qué factores pueden hacer que una empresa de capacitación en importaciones tenga éxito en México?

Que tenga alianzas con empresas del sector y expertos en la materia.

¿Recomendaría que los cursos incluyan asesoría personalizada o mentoría después de la capacitación?

Sí, para resolver dudas específicas de cada negocio.

¿Cuál cree que sería la mejor estrategia para atraer estudiantes y emprendedores a estos cursos?

Ofrecer contenido gratuito de valor, como guías y webinars sobre importación.

6. Conclusión y Comentarios Adicionales

¿Le gustaría agregar alguna recomendación o sugerencia sobre este proyecto?

Sí, incluir módulos sobre gestión de riesgos y seguros en importaciones.

¿Cree que el comercio internacional seguirá creciendo en México y representará más oportunidades para nuevos importadores?

Definitivamente, pero con un enfoque en mercados especializados y sustentables.