

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo Empresarial, Economía Social y Emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Desarrollo para la Comercialización y Ventas Nacionales e Internacionales



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J02 Desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales I
CEDECOM

Megaprint (Impresiones Digitales S.A. de C.V.) en Tijuana, Baja California

PRESENTAN

Lic. en Mercadotecnia. Rodrigo Chelala Andrade

Lic. en Comercio y Negocios Globales. María Fernanda Corona Flores

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Ximena González López

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Ángela Reyes García

Profesor PAP: Montserrat Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, diciembre, 2020.

ÍNDICE	
REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1 Objetivos	3
1.2 Justificación	4
1.3 Antecedentes	5
1.4 Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1 Sustento Teórico y metodológico	6
2.2 Planeación y seguimiento del proyecto	8
3. Resultados del trabajo profesional.	15
4. Reflexiones del alumno	17
5. Conclusiones.	32
6. Bibliografía	33

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Los objetivos que se desarrollaron en este trabajo fueron: realización de un diagnóstico empresarial y un diagnóstico exportador, se investigó sobre el posible registro de la marca actual en México o en su defecto, registrar otra. Se reconoció lo necesario para un futuro registro de marca en Estados Unidos de América.

Se identificó el tamaño de mercado para el servicio a proporcionar dentro de los Estados Unidos de América, validando el canal de distribución adecuado para sus clientes potenciales, determinando las cualidades requeridas para el tipo de servicio en el canal, analizando gustos, preferencias y las tendencias del mercado así también recopilando fuentes secundarias para ver cuál sería el mejor sector al cual atacar.

Se analizaron los requisitos, obligaciones y el proceso para el registro ante el padrón de importadores sectorial de telas. A pesar de las intenciones iniciales de realizar el Registro al Padrón de Importadores Sectorial para la empresa, por la carencia de un documento no fue posible efectuar dicha solicitud.

A partir de esto, se puede determinar que cada uno de los requisitos mencionados es indispensable para poder concluir el proceso exitosamente,

llevándose a cabo de la manera más meticulosa y exacta posible. No obstante, el manual que se comparte con la empresa, contiene las instrucciones específicas necesarias para que Megaprint lo pueda efectuar por cuenta propia en cuanto consiga la documentación faltante, ya que lo demás está listo para proceder.

1. Introducción

Para el PAP CEDECOM Internacional de otoño 2020, con base en la información y necesidades planteadas en el proyecto asignado, se establecieron objetivos que se trabajaron a lo largo del semestre con Megaprint (Impresiones Digitales S.A. de C.V.), una empresa con casi 25 años de experiencia ofreciendo servicios de impresión en plotters y planos.

Se comenzó por analizar la información proporcionada por Megaprint, posteriormente se realizó un diagnóstico empresarial y exportador, para conocer las áreas de oportunidad y fortalezas que se pueden aprovechar, así como la determinación de su conciencia exportadora y los requisitos a cumplir con respecto a su proceso de internacionalización.

Complementando, se desarrollaron puntos alusivos al servicio que ofrecen, en donde se tocaron temas importantes como la protección de su marca por medio de registros, la industria nacional, el mercado internacional y un manual del trámite correspondiente para la adquisición del padrón de importación sectorial textil.

1.1 Objetivos

General.

- ❖ Desarrollar un diagnóstico, análisis y propuestas de acción referente a la marca, servicios y capacidad de comercialización internacional de la empresa Impresiones Digitales S.A de C.V durante todo el periodo de otoño 2020.

Específicos.

- ❖ Identificar la situación tanto empresarial como exportadora de la empresa Impresiones Digitales S.A de C.V. durante el periodo de otoño 2020.
- ❖ Investigar sobre el posible registro de marca de “Megaprint” en México durante el periodo de otoño 2020.
- ❖ Reconocer lo necesario para el registro de marca internacional de la empresa Impresiones Digitales S.A de C.V. durante el periodo de otoño 2020.
- ❖ Identificar el tamaño del mercado meta en Estados Unidos de América para los servicios de la empresa Impresiones Digitales S.A. de C.V. en el periodo de otoño 2020.
- ❖ Validar los canales de distribución adecuados para los servicios de la empresa Impresiones Digitales S.A. de C.V. en el periodo de otoño 2020.
- ❖ Determinar las cualidades requeridas para el tipo de servicio que ofrece Impresiones Digitales S.A. de C.V. en el canal de distribución seleccionado durante el periodo de otoño 2020.
- ❖ Diseñar estrategias de precios adecuadas al mercado de Impresiones Digitales S.A. de C.V. durante el periodo de otoño 2020.
- ❖ Esclarecer los requisitos, obligaciones y el proceso para el registro ante el padrón de importadores sectorial de telas para la empresa Impresiones Digitales durante el periodo de otoño 2020.

1.2 Justificación

Mediante el desarrollo de este proyecto, se pretende no sólo cumplir los objetivos previamente mencionados, sino adicionalmente proporcionarle información valiosa a la empresa para que continúe con su proceso de internacionalización cuando cuente con cada uno de los requisitos en el trámite (el registro ante el padrón de importadores

textil) y pueda tomar las mejores decisiones futuras tomando como base un amplio panorama sobre la situación actual y tendencias de la industria en la que Megaprint radica.

En la difícil situación actual, en donde hay cierto estancamiento para algunos negocios debido al COVID-19, apoyar por medio de asesorías es una contribución significativa para generar un impacto positivo y fortalecer la economía nacional. Por ende, la importancia de este proyecto también radica en el beneficio social y económico que se obtuvo al brindarle acompañamiento a esta MYPE, la cual tiene un increíble potencial de crecimiento y este proceso, colaboraría con la generación de empleos.

1.3 Antecedentes

Megaprint es una empresa que se constituyó en 1997 ofreciendo los servicios de impresión en plotters y planos. Actualmente, debido a sus años de experiencia se ha mantenido a la vanguardia mediante la tecnología y la creatividad, trabajando para contar con los mejores estándares de calidad, rapidez, tecnología y garantía para posicionarse como el número uno en su mercado local, sin embargo, debido al potencial del creciente mercado, la empresa tiene como objetivo el llevar a cabo un proceso de internacionalización exitosamente para diversificar su cartera de clientes.

1.4 Contexto

En el presente, el principal problema de Megaprint es que el mercado nacional carece de apreciación por la calidad de sus productos con relación al precio que ofrece la compañía, por lo que considera conveniente la posibilidad de comenzar operaciones formales en el extranjero, no obstante, se planea mantener la participación local.

Debido al constante crecimiento del negocio, se busca en un futuro próximo lograr un proceso de internacionalización de sus servicios, considerando Estados Unidos de América como una oportunidad de mercado meta ya que adicional a que Megaprint cuenta con algunos clientes en el país destino, se considera que puede competir con el precio que se maneja en el medio de una manera más justa y cumplir con los estándares de calidad requeridos.

En el proyecto se encontrarán aspectos internos a trabajar dentro de la empresa y el análisis de elementos clave a considerar para su proceso de internacionalización, tales como el mercado nacional e internacional, así como un manual para la adquisición del padrón de importación sectorial textil.

2. Desarrollo

2.1 Sustento Teórico y metodológico

A continuación, se presenta el marco teórico en el cual nos basamos para la elaboración y desarrollo del proyecto. En cada apartado se describen brevemente las disciplinas de cada una respectivamente.

- Empresas del Comercio Exterior: necesaria para entender las características de una empresa enfocada a los mercados globales, así como las herramientas y estrategias necesarias para su internacionalización, los programas de fomento a las exportaciones y cómo preparar a la empresa para un proyecto de exportación o importación. Esta materia se usó para comprender el contexto general de la empresa.
- Mercadotecnia Integral: necesaria para analizar oferentes, demandantes, procesos de intercambio y los diferentes entornos que influyen en las decisiones de mercado, así como para comprender modelos y estrategias dirigidas a desarrollar ofertas de valor innovadoras para satisfacer las necesidades de los diversos grupos de interés. Esta materia se usó para generar las estrategias de distribución de la empresa.
- Gestión Empresarial: necesaria para comprender los elementos administrativos que forman parte de las organizaciones. Fue utilizada para la formulación de objetivos y sugerencias de organigrama.
- Investigación de Mercados: necesaria para para investigar y describir fenómenos de mercado que permitan comprender el comportamiento de uso y

consumo de segmentos específicos de la población en categorías de bienes o servicios de interés. Esta asignatura se usó para definir el perfil del consumidor, tamaño del segmento e identificar a los competidores.

- Modelos de Exportación y Comercialización: necesaria para comprender la forma en que las empresas internacionales llevan a cabo sus operaciones en los distintos bloques económicos, identificar las estructuras de los diversos canales de comercialización, conocer los requisitos y documentación que se necesita para la apertura de una empresa, así como los distintos trámites que deberá realizar para poner en marcha una empresa, conocer los diferentes tipos de apoyos gubernamentales que existen y las instituciones que los otorgan. Esta materia se usó para identificar los canales de distribución de la empresa, comprender los documentos necesarios para la internacionalización y definir las propuestas de distribución a la empresa.
- Plan de Negocios: necesaria para gestionar la información y el conocimiento con apoyo de las TIC para la planeación, la toma de decisiones, el análisis financiero y de riesgos empresariales. Esta materia se usó como base para entender el proceso que la empresa deberá seguir para lograr la internacionalización y realizar el diagnóstico empresarial con su interpretación.
- Logística Internacional: necesaria para comprender los conceptos relacionados con la logística, la cadena de suministro y la forma en que ésta brinda soporte para lograr los objetivos del negocio. Esta materia se usó para definir la cadena de suministro y aportar sugerencias de mejora en esta área a la empresa.
- Gestión Aduanera: necesaria para conocer el manejo preciso y eficaz del Marco Legal Aduanero Mexicano y los aspectos más técnicos y sensibles en la materia Aduanera. Esta materia se usó para entender la necesidad de la empresa en temas de importación y desarrollar el Manual de Inscripción al Padrón de Importadores de sectores específicos.

- Investigación de mercadotecnia cuantitativa y cualitativa: necesaria para conocer más al mercado al cual va dirigido, se utilizaron varias técnicas para recopilar datos, interpretarlos y hacer uso de ellos, realizar una toma de decisión para ver si el servicio era viable para su introducción en el mercado extranjero.
- Plan de mercadotecnia: necesaria para conocer la situación actual de la empresa y del mercado, conociendo a los clientes y teniendo presente quién es tu cliente y qué es lo que necesita, analizar las fortalezas y debilidades de la empresa a la par de sus competidores y clientes potenciales.
- Mercadotecnia y administración de servicios: necesaria para implementar un conjunto de tácticas que den a conocer el valor del servicio Megaprint dándosele a conocer al cliente, con las ventajas competitivas que ofrece.

2.2 Planeación y seguimiento del proyecto

- **Descripción del proyecto**

Se identificaron las necesidades de la empresa en primera instancia llevando a cabo un análisis empresarial y un análisis de exportación por medio de la plataforma de YoExporto. Posteriormente se obtuvieron los resultados y después de un análisis detallado de estos se formuló una propuesta de trabajo y se envió al empresario para su validación. Una vez validada la propuesta se desarrollaron los objetivos específicos para el plan de trabajo de los siguientes meses y se elaboró un cronograma de trabajo para la gestión de actividades de cada integrante.

Se indagó en el registro de marca nacional e internacional de la empresa y se informó a la empresa del estado actual de esta. Se investigó el tamaño actual del mercado meta en Estados Unidos de América y se validaron los canales de distribución adecuados para esto. Se determinaron las cualidades para el tipo de servicio que ofrece la empresa y se diseñaron estrategias de precios para el mercado actual. Por último, se esclarecieron los requisitos,

obligaciones y el proceso para el registro ante el Padrón de Importadores del Sector 11 (textil).

- **Plan de trabajo**

Para la elaboración del proyecto se diseñó un cronograma con las actividades a desarrollar de cada integrante con el objetivo de que dichas actividades se cumplan en tiempo y forma, además de llevar un seguimiento del porcentaje de avance de cada apartado.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	
			AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE					NOVIEMBRE				
			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S-12	S-13	S-14	S-15	
			L-V	L-V	D-S	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	
			17 AL 21	24 AL 28	31 AL 04	07 AL 11	14 AL 18	21 AL 25	28 AL 02	05 AL 09	12 AL 16	19 AL 23	26 AL 30	02 AL 06	09 AL 13	16 AL 20	23 AL 27	
1. EMPRESA -	Rodrigo																	
Tiempo Real de la realización del apartado																		
2. SERVICIO	Ángela																	
Tiempo Real de la realización del apartado																		
3. MERCADO -	Maryfer																	
Tiempo Real de la realización del apartado																		
4. IMPORTACIÓN	Ximena																	
Tiempo Real de la realización del apartado																		
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Maryfer																	
Tiempo Real de la realización del apartado																		

Imagen 1. Cronograma de trabajo. (Fuente: elaboración propia.)

Se mantuvo una comunicación constante con la empresa y se agendaron sesiones virtuales conforme era necesario hacer seguimiento o tomar decisiones para la elaboración del proyecto. Además, se utilizaron las referencias de productos de la empresa para conocer la naturaleza del servicio.

Se tuvieron sesiones de asesoría con la Mtra. Montserrat para evaluar el avance del proyecto y especificar los siguientes pasos a seguir para lograr el desarrollo del proyecto. Se hizo uso de distintas fuentes de información fidedignas como Passport-Euromonitor y fuentes de información gubernamentales.

- **Desarrollo de la propuesta de mejora**

A continuación, se presenta el desarrollo del proyecto para la mejora de la empresa.

Empresa

Para obtener una noción del estado actual de la empresa, se llevó a cabo un diagnóstico empresarial en el que se identificaron las fortalezas y debilidades de la empresa.

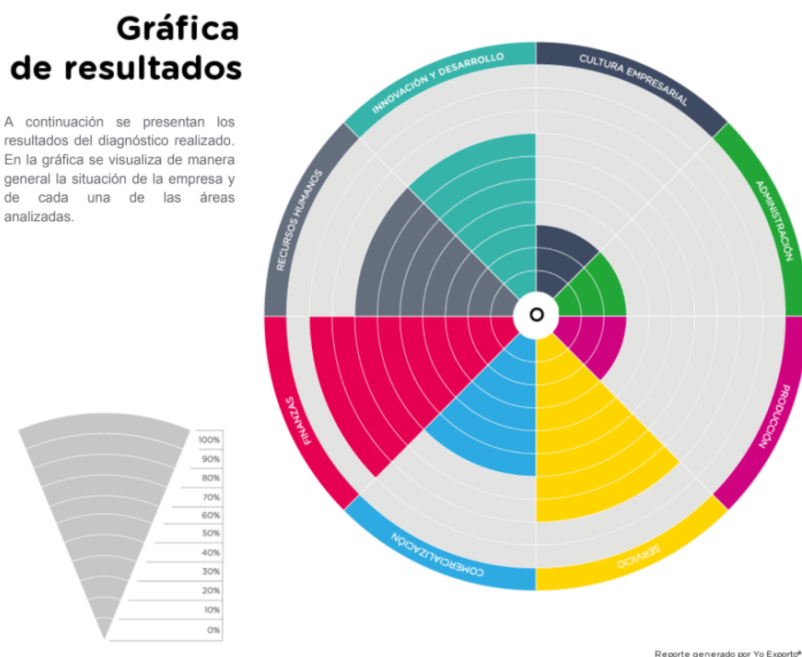
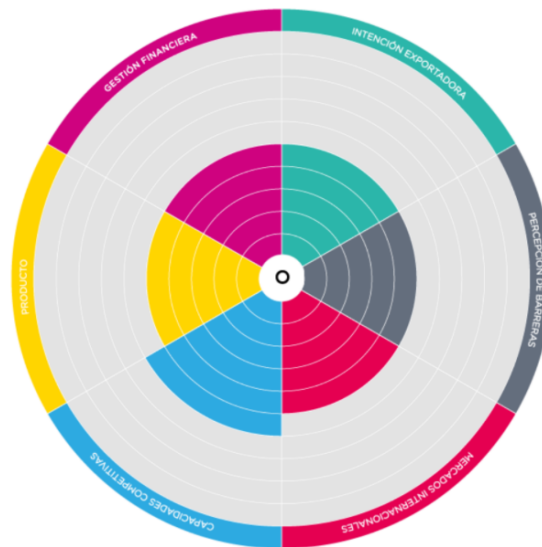
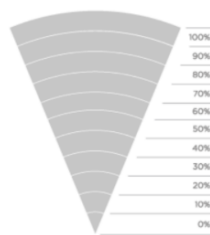


Imagen 2. Gráfica de resultados de diagnóstico empresarial. (Fuente: YoExporto.)

El diagnóstico empresarial que se observa en la imagen 2 se divide en 8 rubros, cada uno con diferente calificación de acuerdo a lo mencionado en la entrevista gerencial. De manera general, este diagnóstico empresarial presentó que la empresa tiene varias áreas de oportunidad; sin embargo, se encuentra preparada para considerar la posibilidad de internacionalización. Por lo que el siguiente diagnóstico exportador fue realizado para determinar qué tan preparada está la empresa para iniciar operaciones de comercio exterior.

Gráfica de resultados

A continuación se presentan los resultados del diagnóstico realizado. En esta gráfica, se visualiza de manera general la situación de la empresa y de cada uno de los aspectos analizados.



Reporte generado por Yo Exporto®

Imagen 3. Gráfica de resultados de diagnóstico empresarial. (Fuente: YoExporto.)

El diagnóstico exportador, como se puede observar en la imagen 3, se divide en 6 rubros, cada uno con diferente calificación basado en los datos proporcionados por el empresario. Se identifica que la empresa está lista para exportar siempre y cuando siga tanto las medidas, precauciones y recomendaciones proporcionadas.

Servicio

Se indagó en el tema de registro de marca y patentes de manera nacional e internacional, se le recomendó a la empresa dirigirse directamente con el IMPI (de preferencia acompañado de un abogado experto en la materia) para solicitar la aceleración de la depuración y comenzar el registro de esa denominación a su nombre.

Se desglosó de manera detallada los pasos a seguir para llevar a cabo un registro de marca internacional y se hizo la búsqueda fonética del nombre de la empresa.

1. Solicitud de Registro Internacional regida exclusivamente por el Protocolo de Madrid en original [MM2(S)]. En el Anexo 4, se encuentra el archivo en pdf.
2. Declaración de intención de uso de marca en original [MM18(E)]. En el Anexo 5, se encuentra el archivo en pdf.
*Nota: Debido a que este archivo está en inglés, se recomienda que se designe un encargado que tenga buen dominio del inglés.
3. Comprobante de pago de la tarifa original. Actualmente, los costos que se manejan son los siguientes:

Concepto	Monto
Por el estudio de certificación de la solicitud internacional cuando México sea Oficina de Origen; por cada clase (el costo no incluye IVA)	\$1,195.21 mxn
Por la transmisión o presentación de solicitudes, peticiones u otros documentos correspondientes a trámites internacionales ante la Oficina Internacional (el costo no incluye IVA)	\$801.24 mxn

Imagen 4. Proceso de registro de marca internacional. (Fuente: Elaboración propia.)

Mercado

Se desarrolló la parte de mercado englobando la industria nacional, tamaño y tendencias de crecimiento utilizando herramientas como Passport-Euromonitor. En cuanto al tamaño del mercado, se incluyeron indicadores del DENUÉ respecto a las industrias del mismo giro, así como el número de empresas de giro similar en México y en el extranjero, las principales ciudades en las que se pueden encontrar servicios del mismo tipo y el valor del mercado nacional.

Se desarrolló un apartado de Tendencias del Mercado, en el que se tomaron en cuenta referencias de Passport – Euromonitor con relación al 2018 y 2019 como se muestra en la imagen 5. De igual forma en este apartado de desarrollo un desglose de las principales empresas que son usuarios de este tipo de servicios.



Economies and Consumers Annual Data | Historical

Geography	Category	Data Type	Unit	Current Constant	2018	2019
Mexico	Print Adspend	Socio-economic indicators	MXN million	Current Prices	6,203.0	6,103.4

Imagen 5. Publicidad impresa en México. (Fuente: Passport.)

Así mismo, se desarrolló una investigación de mercado internacional, se identificó el perfil del consumidor, el tamaño del segmento actual y las tendencias de mercado.

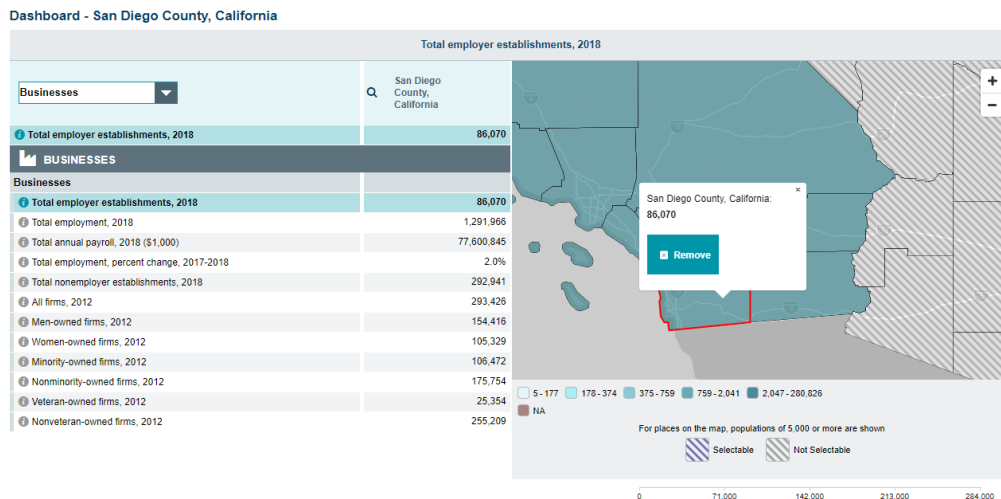


Imagen 6. Estadísticas de comercios en la ciudad de San Diego, California. (Fuente: United States Census Bureau.)

Posteriormente, se desarrollaron los aspectos generales del mercado, llevando a cabo un análisis detallado del microentorno y macroentorno, así como los factores claves de éxito en la industria. Seguido de esto, se identificaron a los competidores de la industria.

En este mismo apartado, se identificaron los canales de distribución y se detalló la cadena de distribución de la empresa como se muestra en la imagen 8.



Imagen 7. Flujo de cadena de distribución. (Fuente: Elaboración propia.)

Posterior a esto, se llevó a cabo el apartado de las estrategias de distribución en donde se hicieron sugerencias a la empresa sobre este ámbito, de igual forma se

formularon estrategias de precios basándose en las tendencias internacionales de este giro.

Digital Printing Market - Growth Rate by Region (2019 - 2024)

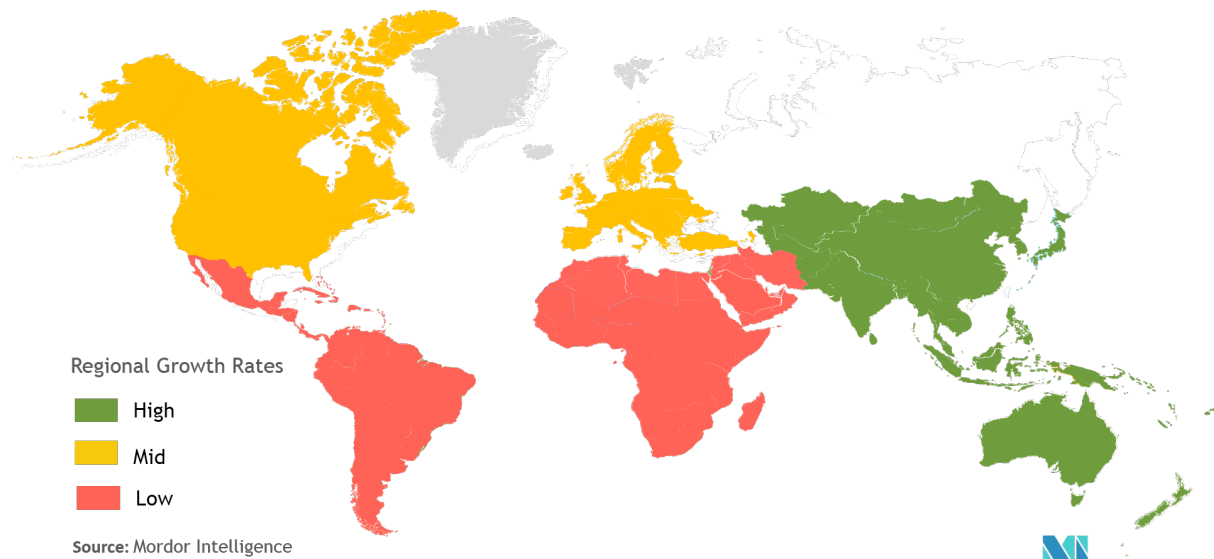


Imagen 8. Mercado de impresiones digitales, crecimiento por región (2019-2024)
Fuente: Mordor Intelligence, Digital Printing Market - Growth, Trends, and Forecast (2020 - 2025)

En el mismo apartado de “Mercado” se desarrolló un directorio de contactos para la empresa con información de clientes potenciales a los cuales podría vender sus servicios en un futuro.

Importación

En el apartado de importación se desglosó la información referente al Padrón de Importadores Sectorial. Se incluyeron dentro de este los requisitos, obligaciones y beneficios para clarificar cada punto ante la empresa y lleven a cabo el trámite por su cuenta.

Se integró a manera de anexo referente a este apartado un manual para la inscripción al Padrón de Importadores de Sectores Específicos (sector 11, textil) hecho exclusivamente para el uso de la empresa, ya que se explicaron los pasos a seguir conforme a lo trabajado durante el semestre.

NOTA: ESTE MANUAL ES PARA LAS PERSONAS FÍSICAS O MORALES QUE YA ESTÁN
ACTIVOS EN EL PADRÓN DE IMPORTADORES.

PASO 1

- ❖ Ingresa a la página del SAT (www.sat.gob.mx) y pon tu cursor en el apartado "Trámites del RFC" como se muestra en la imagen 1. Cuando se desplieguen las opciones, da clic en "Minisitio de Padrón de Importadores y Exportadores".



Imagen 1. Trámites del RFC. Obtenida de: SAT

Imagen 9. Manual de inscripción PISE. (Fuente: elaboración propia.)

3. Resultados del trabajo profesional.

A lo largo del proyecto, gracias al arduo trabajo en equipo, el gran interés y apoyo del empresario y a la continua supervisión y capacitación de nuestra maestra, logramos cumplir con todos los objetivos establecidos.

En un principio, se logró identificar tanto la situación empresarial de Megaprint como su capacidad y conciencia actual para la exportación de sus productos. Dicho análisis nos arrojó resultados precisos para aconsejar a la empresa en qué áreas internas debe prestar más atención, qué le falta implementar para su internacionalización y por supuesto, reconocer las cualidades y áreas que ya tiene en muy buena forma para que las mantenga y no las descuide.

En esta parte nos mantuvimos en constante comunicación con el equipo que atendía a la misma empresa, pero en el PAP nacional para poder desarrollar la visión internacional de la empresa y la modificación de su organigrama para añadir el área de comercio internacional. Dicha modificación en su organigrama le generará muy buenos beneficios a la empresa debido a que tendrá personal específico y capacitado para esta área y así, podrá tener una mayor confianza de que las actividades

internacionales se llevarán a cabo de manera correcta y eficiente, además de que cualquier situación que pueda pasar, no tendrá que mover personal de otras áreas para resolver un asunto de comercio porque eso traería muchos más conflictos.

Así mismo, se investigó acerca de las posibilidades de registro de propiedad intelectual en sus mercados de interés y se sugirió al empresario tomar acción inmediata para estar protegidos en este rubro antes de su proyectada expansión.

En materia de mercado internacional, se logró identificar el tamaño del mercado y el perfil de consumidor dentro de Estados Unidos de América. Además, se validaron los canales de distribución adecuados para los servicios que la empresa Megaprint ofrece y por supuesto, se otorgó una lista de los competidores principales que operan en esa zona geográfica. En esta sección, encontramos las cualidades de servicio requeridas por este mercado extranjero para que Megaprint pueda implementarlas y esté listo para entrar en él. Por último, se diseñó la estrategia de precios adecuada para que se use esta como una ventaja competitiva y se realizó un directorio de contacto de los clientes potenciales dentro del modelo de negocio elegido (B2B).

Finalmente, uno de los objetivos establecidos tuvo que ser modificado. Dicho objetivo mencionaba la realización del trámite del registro ante el padrón de importadores sectorial. No obstante, debido a una circunstancia de la empresa que no podía modificar durante este periodo, se optó por identificar los requisitos y obligaciones para solicitar y permanecer en dicho padrón y con base en ello, realizar un manual personalizado (paso a paso y con ejemplos aplicados a la empresa) para el sector 11 (Textil), así ellos posteriormente podrán realizar el trámite por sí solos de manera simple y rápida.

Dicho manual, creemos que fue uno de los productos obtenidos de mayor impacto hacia la empresa y los socios, debido a que, con él, ahorrarán miles de pesos y decenas de horas en la recopilación de documentos necesarios, ya que, además, se les anexaron los archivos de texto listos a la fecha actual para que cuando decidan hacer el trámite, simplemente puedan actualizarlos y no empiecen de cero. Sin embargo, en general toda el área de mercado tanto nacional como internacional arrojó

muchos productos muy importantes para asegurar el crecimiento de Megaprint minimizando los riesgos que el internacionalizarse representa.

En pocas palabras, el desarrollo de este proyecto, que comenzó por analizar desde el núcleo de la empresa, pasando por cada área y aspecto crítico, hasta llegar a un análisis del macro entorno y gestionar lo necesario para entrar en él, ha sido sin duda alguna, un gran avance para la empresa. Misma que, con todos los resultados obtenidos, podrá sacar mucho provecho en el mercado internacional sin descuidar el éxito actual en su país de origen, México.

4. Reflexiones del alumno

4.1 Aprendizajes profesionales

4.1.1 Chelala Andrade, Rodrigo

En lo personal dentro de las competencias que pude mejorar o desarrollar fueron flexibilidad y adaptación, comunicación de forma efectiva y trabajo en equipo, comunicación con el empresario eficaz creando un proyecto de calidad con mi equipo de trabajo, cada integrante poniendo de su parte para que se desarrollara de la mejor manera posible.

Una de las problemáticas más grandes a las que me enfrente dentro de este proyecto PAP, fueron las tendencias de crecimiento internacionales y la manera de que un servicio tan amplio pueda entrar en el mercado, con muchas ramas a las cuales éste va enfocado dejando muy amplio el campo de mercado, con la dificultad de enfocarnos directamente a un solo segmento, aprendiendo a segmentar y encontrar áreas de oportunidad para este servicio analizando el entorno.

Los saberes más importantes que puse a prueba fueron la investigación de mercados nacional e internacional, la manera en que se investigaron tendencias, competidores, ubicación, clientes potenciales, fuentes secundarias me hizo reafirmar la importancia de que se tiene que hacer una investigación antes de entrar a cualquier mercado para ver si es viable o no.

Aprendí que cada decisión tomada puede tener un beneficio o una repercusión para la compañía, es por esto que antes de tomar cualquier decisión se tiene que hacer una evaluación en conjunto, tomando en cuenta la importancia de la comunicación para que salga de la mejor manera posible.

4.1.2 Corona Flores, María Fernanda

Dentro de las competencias profesionales que desarrollé en este PAP fue la autodisciplina, la tolerancia, la comunicación diplomática utilizada con el empresario y el trabajar en equipo; lo que me lleva al desarrollo de competencias extracurriculares como en el área de mercadotecnia y comunicación debido a que nuestro equipo era multidisciplinario.

Mis aprendizajes profesionales más importantes refiriéndome al contexto sociopolítico y económico fueron la dinámica que llevan las tendencias de mercado para este tipo de industria afectada en gran medida por las políticas nacionales de los países y de la problemática climática que todos estamos viviendo. Factores que una empresa no puede controlar, pero sí puede prevenir para estar a la vanguardia y adaptarse.

Con todo esto, mis saberes puestos a prueba fueron aquellos que aprendí al principio de la carrera y creí ya olvidados, como la aplicación de regulaciones, tratados de libre comercio y de estrategias para una efectiva investigación de mercados. Sin embargo, repasar todo eso me ayudó también a darme cuenta que estos aprendizajes son relevantes y habrá que seguir actualizándome para aplicarlos de manera correcta en mi vida profesional ya que quedó más que claro en este semestre que la situación es inestable y no se puede pronosticar nada con seguridad.

4.1.3 González López, Ximena

En lo personal, considero que pude aterrizar muchos aspectos teóricos vistos durante mis estudios, tal es el caso de la adquisición del Padrón de Importación Sectorial y el Registro de Marca Internacional, que, a pesar de tener conocimiento de su existencia, no fue hasta este proyecto en donde pude conocer a fondo los procesos e identificar cuáles son los detalles más importantes a cuidar durante los trámites.

A mi consideración, destacan aspectos como cuidar la carencia de algún archivo o información, la importancia del formato y buscar la correcta constitución de una empresa desde el inicio para evitar problemas futuros. Por otro lado, creo que pude enriquecer mis conocimientos acerca del mercado nacional e internacional, debido a las exigencias que conllevaba este trabajo en particular. El proyecto requería tener competencias tanto de negocios internacionales, como de marketing, lo que fue de gran utilidad para fortalecer y retomar ciertos conocimientos como cierre de mi carrera.

Puedo decir que el proceso inicial y los cambios que se realizaron al plan de trabajo a lo largo del semestre permitieron plantearnos como equipo un panorama integral acerca de la situación global con respecto a la industria en la que se encuentra Megaprint y las vertientes relacionadas. Aunado a esto, creo que el hecho de haber brindado una asesoría con las condiciones globales tan inestables de la actualidad, me hizo percatarme de lo indispensable que es mantenernos actualizados para una mejor toma de decisiones.

Asimismo, considero que es crucial una comunicación profesional con los integrantes del equipo y con los clientes, ya que fomenta a que haya un diálogo proactivo, se eviten malentendidos y se llegue a una resolución de conflictos de una manera más efectiva.

Para concluir este apartado, quiero mencionar que pude desarrollar más mis competencias relacionadas a la investigación, adaptabilidad, observación y análisis; ya que es importante como futura profesionalista poder aterrizar las ideas del cliente y poder plasmarlas en un plan de trabajo en donde se tengan metas medibles y alcanzables con base al tiempo que se tiene, debido a que es una de las principales limitantes y se deben de hacer propuestas realistas.

4.1.4 Reyes García, Ángela

En cuanto a las competencias desarrolladas, logre mejorar mis habilidades de comunicación, tanto para el trabajo en equipo como para el trato con el empresario. Tratándose de competencias profesionales podría decir que puse en práctica mis conocimientos respecto al proceso de internacionalización para las empresas. Utilice

el aprendizaje obtenido en disciplinas como lo son plan de exportación, gestión aduanera, para el tema de Padrón de Importadores, mercadotecnia integral e investigación de mercados, ya que se desarrolló todo un apartado referente al mercado.

En el tema sociopolítico, económico y el tema de la problemática del campo profesional, mis aprendizajes se vinculan a la relación comercial que existe entre Estados Unidos de América y México. El desarrollo del proyecto, me hizo reflexionar en que México cuenta con la ventaja de ofrecer sus servicios de proveeduría a su país vecino, beneficiándose del tipo de cambio y brindando un escenario de ganar-ganar para la relación comercial con el país vecino. Aunque México busca ponerse a la par de este país, es importante saber reconocer estas ventajas, tanto a nivel país como empresarial, para crear estrategias comerciales que eventualmente brinden crecimiento económico y desarrollo económico al país.

Podría decir que durante el proyecto utilice distintas partes del marco teórico de la carrera, poniendo en práctica todo en conjunto y volviéndose un proyecto que engloba en conjunto los saberes y nos permite desarrollar estrategias de mejora para las empresas. Esto es algo que espero poder poner en práctica en un futuro en las organizaciones con las que llegue a colaborar o ya bien en las propias.

4.2 Aprendizajes sociales

4.2.1 Chelala Andrade, Rodrigo

Me considero bastante capaz para poder preparar y desarrollar un proyecto, creo que tengo el conocimiento y las aptitudes necesarias para poder lograr un proyecto social, con lo aprendido a lo largo de mi carrera y mi experiencia en el ámbito laboral, es algo que me entusiasma hacer ver la manera de ayudar a mejorar e impactar en nuestro país.

Dentro de este proyecto a la persona que más se le pudo ayudar fue al empresario y a las personas que se encuentran dentro de la organización, se pudo plasmar el

mercado potencial y las diferentes áreas a las cuales la empresa podría contribuir, se esperaba que el empresario tuviera más claridad a la hora de lanzar su producto al extranjero, con la posibilidad de que esté fuera o no fuera viable para el mercado internacional y envase a esto tomar la decisión.

Como se comentó se pudo ayudar a la organización, me hizo darme cuenta del potencial que tiene México para entrar en otros mercados, por la mano de obra barata y la accesibilidad de varios materiales, al momento de ayudar a la organización también se ayuda a la economía a largo plazo, se venden productos mexicanos al extranjero por los cuales se paga más de lo que se paga aquí en México, ayudando tanto al trabajador como al empresario.

En mi opinión personal creo que mis servicios profesionales pueden ser transferidos a otro proyecto, me dio una idea más clara de cómo se debe de realizar, la manera correcta de plantearnos objetivos alcanzables y trabajarlos hasta lograrlos, tomando en cuenta que siempre va a haber dificultades a la hora de aplicarlos, sabiendo que nada es fácil y que siempre tienes que tener una buena comunicación y un equipo interesado y centrado en los mismos objetivos, comprometidos al proyecto,

Me cambio la visión ya que siento que es una parte muy importante para desarrollarme más como persona, no solo pensando en mi beneficio sino también en el beneficio de los demás, viendo que siempre es bueno apoyar a los demás y al hacerlo no sólo los ayudas a ellos, sino que también te ayudas en alguna parte a ti mismo.

4.2.2 Corona Flores, María Fernanda

Dentro del equipo siempre me mantuve activa proponiendo nuevas soluciones para cuando las circunstancias cambiaban, ya sea por haber encontrado algún hallazgo en la investigación o porque la empresa o la situación de las dependencias de gobierno no nos permitían continuar. Con esto ahora me siento más capaz de poder gestionar y liderar proyectos más grandes siempre con una visión social y con el objetivo de que las decisiones tomadas realmente generen un impacto en la empresa y en la vida de las personas que la rodean.

En este proyecto en específico, la práctica social se vio más enfocada en ayudar al empresario (y por ende a sus trabajadores) para expandirse, poniendo en alto la marca México en el mercado extranjero. Considero que, a lo largo del proyecto pudimos observar 3 grandes impactos hacia la empresa: darle asesoría y propuestas en materia de propiedad intelectual, generarle una lista de contactos tanto de clientes potenciales como de competencia en el mercado extranjero y por último, pero no menos importante, realizar el manual para registrarse ante el padrón de importadores sectorial. 3 aspectos que le ahorrarán mucho dinero y esfuerzo.

De dichos impactos generados, solo esperaba el referente a los clientes y competencia. El primero no estábamos seguros de poder interferir, pero al final vimos una salida que se pudo aconsejar al dueño de la empresa y espero que lo consiga. Y en cuestión del último, no se esperaba porque no estaba planeado, el objetivo era hacer el registro ante el padrón, pero debido a que la empresa no pudo conseguir un requisito, modificamos el objetivo y creo que salió muy buen resultado. Beneficiándose principalmente la empresa y sus trabajadores como lo mencioné anteriormente ya que ellos no tenían los recursos para hacerlos por su cuenta, pero también nosotros como estudiantes debido a los nuevos aprendizajes adquiridos.

Los bienes de carácter público producidos podrían ser dos, el análisis de las tendencias de mercado para esta industria y el manual para registro ante el padrón de importadores sectorial siempre y cuando se omitan los ejemplos aplicados a la empresa. Si esto sucede, generaría un gran impacto para muchas empresas exportadoras e importadoras chicas y medianas, no solo de la industria de impresiones digitales, cualquiera que tenga intenciones de crecer y ampliar sus servicios y no pueda pagar a un especialista en el tema, puede usar esta información.

Lo anterior generaría un gran impacto económico en México, pero, de cualquier modo, si sólo Megaprint se queda como beneficiario del proyecto, ya existe un apoyo a la economía del país porque tendrá una empresa que crecerá y ese dinero que tomará del extranjero, lo derramará en gran cantidad en México.

Para que lo anterior ocurra en gran medida, habría que darles seguimiento a estos resultados públicos obtenidos para promocionarlos y personalizarlos a los nuevos interesados, cosa que incluso podría convertirse en una nueva oportunidad de negocio que sea social, pero a la vez rentable para que conserve su actualización y confianza.

Con todo esto mi visión social se ha visto modificada, no diré que, para regalar todo el trabajo, porque nadie en una realidad como en la que ahora vivimos puede sobrevivir sin recibir algo a cambio, sobretodo en esta pandemia que no nos permite planear a futuro; pero para que, con el objetivo de siempre generar impacto, puedan existir proyectos con valores y una buena visión que quiera crecer a ser cada vez más accesible para quienes lo necesitan.

4.2.3 González López, Ximena

En cuanto al aspecto social en el que contribuyó el proyecto, considero que la consultoría ayuda a que todo tipo de empresas pueda lograr sus objetivos y consiga un desarrollo sólido hacia el panorama correcto, ya que se proporcionan herramientas y soluciones creativas con base en la realidad que le acontece a la industria respectiva. El guiar a los clientes hacia el camino adecuado genera que puedan mejorar no solo internamente, sino que también impulsen la economía regional, ya que el impacto local va escalando debido a que las compañías a su paso van apoyando a otras con quienes tienen trato.

Lo interesante de este PAP fue la diversidad de empresas con las cuales pudo haber trabajado cada equipo, ya que generalmente se llevan a cabo proyectos para compañías jaliscienses y en esta ocasión, nosotros pudimos asesorar a una PYME de otro estado. En lo particular, considero que la experiencia fue enriquecedora al tener presentes otros escenarios y poder poner nuestro granito de arena en este tipo de negocios, que, al ser formales, son los que sostienen la economía mexicana y quienes tienen más oportunidad de crecimiento.

Realmente al inicio se tuvieron las intenciones de llevar a cabo ciertos procesos, no obstante, no fue posible a causa de la carencia de documentos o una intervención legal formal. A pesar de que no se pueden evidenciar dichos elementos

que aportamos, considero que se hicieron observaciones y recomendaciones de suma relevancia a la empresa, ya que se realizarán posteriormente y esto generará un bien permanente para ellos, correspondiente para progresar. En caso de ser necesario, se puede dar seguimiento al estar en contacto y dar acompañamiento al empresario para llevar a concluir las sugerencias que se le realizaron.

Ahora bien, al haber creado un impacto positivo para la empresa, generará que posteriormente se corra la voz y haya más negocios que se quieran verse beneficiados mediante la consultoría de los estudiantes de ITESO, que al final, es un ganar-ganar ya que nos ayuda a nosotros también para poner a prueba nuestros conocimientos y aprender más.

En lo personal, considero que sin duda puedo volver a llevar a cabo un proyecto con la misma índole, dirigiendo y dando seguimiento apropiado a sus objetivos, ya que han sido las competencias que se nos fomentado en las materias de nuestra carrera. No obstante, considero que el trabajo en equipo siempre es interesante y un tanto necesario, debido a que se presentan diferentes perspectivas y es más fácil evaluar en conjunto; tal como la metodología de revisión que se aplicó en el entregable, en donde hubo encargados por área y se pudieron notar más fácilmente las oportunidades de mejora, que posteriormente fueron útiles para la toma de decisiones.

Por último, quiero destacar que el realizar mi último Proyecto de Aplicación Profesional en tiempo de pandemia, ha cambiado mi visión del mundo. Ahora considero que en realidad todos en conjunto formamos una cadena, y cuando fortaleces un eslabón, ayudas al funcionamiento de otros. Es por esto, por lo que vale la pena apoyar siempre que sea posible y entablar buenas relaciones, ya que al final es fructífero para nuestro entorno también.

4.2.4 Reyes García, Ángela

El PAP está diseñado de cierta forma en que los alumnos sean capaces de proponer estrategias de mejora para diferentes áreas de la empresa, de esta forma nosotros podemos proponer soluciones por medio de la innovación, con creatividad y orientado a la realidad.

Me considero suficientemente capaz de desarrollar un proyecto para la puesta en práctica y toma de decisiones, sin embargo considero que como alumnos, siempre tenemos una lista de requisitos o apartados que se deben cubrir durante el proyecto, la cual se modifica conforme a la identificación de necesidades empresariales, sin embargo, creo que podría ser más enriquecedor si el alumno trabaja desde la identificación de requisitos, hasta el armado de propuesta sin tener ya un indicador de lo que el proyecto deberá incluir, de esta manera es más probable que se desarrolle en el alumno la capacidad de preparación del proyecto y propuesta de servicios de manera más efectiva.

Debido a que por la pandemia el proyecto se desarrolló vía remota, con un empresario que se encontraba fuera de Jalisco, se tuvieron sesiones virtuales y esto favoreció algunas de las prácticas sociales que utilizamos. Ya que tuvimos una buena relación con la empresa, las prácticas sociales protocolarias en las reuniones no fueron muy necesarias, sin embargo, siempre mantuvimos una actitud profesional y de trabajo.

Todo el proyecto se basó en sugerencias de mejora y prospección de escenarios para la internacionalización de la empresa, por lo que los resultados se verán reflejados a largo plazo conforme la empresa los vaya implementando. Desde que el proyecto se puso en marcha se reconoció que el impacto del proyecto dependería de lo que se retroalimentara, investigara e implementara por parte de la empresa.

En el proyecto se desarrolló un manual para la inscripción al padrón de importadores de sectores específicos, en donde se desglosan los 7 pasos que se deben seguir para lograr la inscripción de manera exitosa. El manual hace referencia a que la persona moral que haga el trámite de inscripción deberá estar al corriente de sus contribuciones, de esta manera aseguramos que la empresa cumplirá en tiempo y forma con los requisitos gubernamentales para llevar a cabo sus procesos de compra venta internacional.

En general, la empresa tiene mucho potencial de crecimiento y si trabaja en la mejora de sus procesos y sus áreas puede comenzar a aportar más de manera social,

como ofreciendo empleos y participando en causas sociales conforme vaya creciendo. De igual forma, el proyecto si logró contribuir a la percepción del contexto social en el que me encuentro y a tener una visión más clara de la realidad.

4.3 Aprendizajes éticos

4.3.1 Chelala Andrade, Rodrigo

Creo que una de las principales decisiones que tomé fue tener una comunicación clara con mi equipo de trabajo, al principio no podíamos comunicarnos de la mejor manera, tuvimos que tener una plática respecto a esto, para llegar a un acuerdo y entendernos mejor, creo que gracias a la plática que se tuvo cada uno de nosotros actuó de la mejor manera para desarrollar el proyecto y sacarlo adelante, cada uno poniendo de su parte logrando crear un ambiente de trabajo sano con los mejores resultados.

Me invita a creer en mí mismo y a saber cómo tener un buen equipo de trabajo y una comunicación eficaz, me lleva a realizar mis propios proyectos cambiando partes que se tenían planteadas, pero no eran las correctas, siempre estar en contacto con el trabajo de equipo para evitar malentendidos y siempre estar abierto a nuevas ideas y opiniones.

Después de esta experiencia en mi papa logro entender más cómo funciona la importación y la exportación, ya que era un tema del cual no tenía nada de conocimiento y me va a ayudar a crecer mis proyecto personales, si es que en algún momento quiero exportar mi producto o servicio, seguiré con mis proyectos con una visión más clara y con una mejor organización sabiendo que cada detalle importa, aprendiendo a colaborar con otras personas viendo la manera de darle un enfoque social a cualquier emprendimiento que intente lograr.

4.3.2 Corona Flores, María Fernanda

Una de las principales decisiones que tomé fue ir adelantando lo que podía ir haciendo para anticiparme a cualquier aspecto que podría retrasarnos, como lo referente al trámite de propiedad intelectual que la empresa deseaba, lo que ayudó a que el empresario pudiera irse moviendo con tiempo. Otra decisión importante fue al

principio de semestre, donde propuse modificar las preguntas de los diagnósticos que debíamos hacer para que fuesen más digeribles y ahorráramos tiempo sin perder calidad en la captación de información, lo que ayudó muchísimo a comprender y analizar bien la empresa desde un inicio.

Toda esta experiencia dentro de este PAP me lleva a darme cuenta que un profesionalista puede afectar mucho a las empresas cuando trabaja como consultor, depende de nuestros valores y ética si este impacto será positivo o negativo. Y, como el sentimiento de saber que le ayudamos mucho al empresario fue muy gratificante, me invita a seguir haciendo mis trabajos con toda la dedicación posible, siempre definiendo bien qué sí puedo hacer, qué no y hasta dónde pretendo llegar.

Mi profesión en comercio y negocios globales pretendo ejercerla una vez que crezca mi negocio actual a nivel que pueda exportar y, cuando tenga la experiencia necesaria, me gustaría ayudar a otros emprendedores mexicanos a alcanzar esa internacionalización mucho más rápido. Por lo pronto utilizaré los conocimientos estratégicos en negocios nacionales y las metodologías de investigación aprendidas a lo largo de mis PAP's.

4.3.3 González López, Ximena

En el caso particular de este proyecto, considero que una de las decisiones más importantes que no solo yo, sino cada uno de los integrantes tomó, fue de manejar siempre una honestidad con mucho tacto para evitar conflictos por malentendidos y al mismo tiempo, poder comentar “temas polémicos” sin generar controversia.

Considero que materias anteriores, era distinto porque únicamente una persona equipo era la que se relacionaba con el empresario, mientras que, en este caso, se optó por generar un grupo de discusión en el que todos teníamos que interactuar con el director para darnos a conocer y generar una relación de confianza para facilitar la comunicación y compartir información.

Realmente fue un preámbulo totalmente distinto el que se manejó, ya que no hubo un único responsable ante el proyecto, sino que todos los miembros del grupo lo fueron y por lo mismo, fue indispensable la comunicación de equipo para proyectar

lo estipulado en las reuniones con el empresario y poder apoyarnos, lo que al final se vio reflejado en los avances que se tenían.

Esta experiencia me invita a la colaboración con otros y, sobre todo, a fomentar una buena comunicación dentro del área profesional, ya que incluso, hubo momentos en donde fue necesaria para armonizar el ambiente de trabajo y poder laborar de una manera más óptima.

Al final, la experiencia de mi último Proyecto de Aplicación Profesional trajo consigo muchos aprendizajes y experiencias que enriquecieron mi formación y educación como profesional. Considero que todo lo que pude absorber, se va a ver reflejado en mi trabajo y mi ambiente, que espero que impacte con la misma positividad que se generó en mí.

4.3.4 Reyes García, Ángela

En el proyecto se tomaron decisiones en conjunto con el equipo, el empresario y la maestra a cargo. Esta forma de trabajo me ayudó a mejorar mi capacidad de trabajo en equipo, tomando en cuenta la opinión de los demás para el desarrollo óptimo de este. Se trabajaron con documentos sensibles e información confidencial de la empresa, con la que se tuvo mucha responsabilidad y madurez. El empresario siempre mostró confianza con el equipo y disposición a la hora de compartir información. Durante este tipo de proyectos, es importante cuidar la información que se comparte ya que podría poner en riesgo la identidad de las empresas si no maneja de manera ética.

Esta experiencia me invita a reflexionar en la confianza que tuvo el empresario con nosotros y la confianza que yo tengo con la gente a mí alrededor, me invita a ser una persona un poco más abierta cuando alguien tiene intenciones de ayudarme, siempre siendo consciente y manteniendo el profesionalismo para lograr los objetivos.

Después de haber desarrollado este proyecto, me doy cuenta que mi profesión es versátil y puede tener enfoques diversos. En primera instancia podría decir que va enfocada a la internacionalización de las empresas, procesos consultivos referentes

a esto y consultoría empresarial relacionado a la mejora de áreas de las organizaciones, sin embargo, creo que puede ir ligado al emprendimiento y me gustaría que mi profesión tuviera este enfoque.

4.4 Aprendizajes en lo personal

4.4.1 Chelala Andrade, Rodrigo

En lo personal me hizo darme cuenta de que no soy tan paciente a como yo pensaba que era, me ayudó a comprender como trabajan las personas que no son parte de mi carrera como cada perfil es diferente y siempre hay que ver la manera de entendernos entre todos, identificar campo de mejora como hacer las cosas más limpias y estar en contacto en todo momento para evitar malentendidos, darme cuenta de que realmente lo que estoy estudiando y ejerciendo es lo que me gusta hacer.

Pude notar de la importancia que tiene escuchar a los demás y cómo cada idea suma, como mis compañeros tenían puntos de vista diferentes a los míos pero supimos trabajarlos en conjunto analizarlos y valorar los mejores, siempre estar abierto a retroalimentaciones tanto de mi equipo y de la maestra, es bueno reconocer que aspectos te falta mejorar para tener una mejora continua, reconocer cuando alguien lo hace bien o retroalimentando si es que tienes un punto de vista, siempre opinar si estás de acuerdo o en desacuerdo para que todo sea claro y los problemas se puedan solucionar de la mejor manera posible.

Aprendí, que mi proyecto de vida lo quiero hacer con un enfoque social, es un proyecto el cual estoy desarrollando en base a la pandemia al cual le quiero dedicar todo mi esfuerzo, creo que con lo aprendido a lo largo de mi carrera tengo las bases y conocimientos necesarios para poder lograr algo bueno por la sociedad, los conocimientos aprendidos en este PAP me reforzaron a seguir de una manera más organizada y abierta.

Por último, aprendí a que siempre se tienen que tener objetivos en la vida para poder cumplirlos, nunca estar completamente satisfecho con lo que has hecho siempre saber que se puede hacer mejor, nunca darte por vencido si vez que algo no

va como planeado verle por otro lado, teniendo un balance en la vida laboral, familiar, social, espiritual para lograr ser un persona exitosa, no de dinero sino exitoso en la vida.

4.4.2 Corona Flores, María Fernanda

Este PAP me ayudó a entender que la comunicación y la tolerancia son habilidades que debo mejorar, ya que muchas veces tiendo a mandar con el motivo de agilizar los procesos en vez de liderar. También me di cuenta que disfruté mucho haciendo el manual paso a paso porque me gusta facilitarle las cosas a las personas, lo cual me da una idea de que sí podría vivir como consultora profesional.

Así mismo, me ayudó a reconocer que si hay muchas empresas y personas cambiando sus métodos para ayudar al medio ambiente y por eso su publicidad se ha vuelto más digital que análoga. En cuestión de mis compañeros, me ayudó a reconocer que uno no lo puede hacer todo por sí solo, siempre se necesita del conocimiento, tiempo e ideas de personas distintas a tu área de estudios o de tu contexto o historia para poder generar mejores resultados.

Con lo anterior, el PAP me ayudó a ser más comprensiva con mis compañeros y a valorar las fortalezas de cada uno, porque quizá uno tenga áreas de oportunidad en algún aspecto, pero esa persona puede apoyar en gran valor en otra área y todo aporta y pesa igual.

Por último, como mencioné anteriormente, al final del proyecto me di cuenta de que mi proyecto de vida está enfocado en cierto modo al apoyo de emprendedores y empresas que buscan crecer o implementar aspectos que ayudarán a personas o a la naturaleza. Esto por medio de la consultoría y el liderazgo de equipos multidisciplinarios para generar un alto impacto principalmente en mi región y luego a nivel nacional.

4.4.3 González López, Ximena

En mi caso, este Proyecto de Aplicación Profesional generó algunos retos para mí que sirvieron para conocer los hábitos que debía retomar, tal como la investigación y el mantenerme informada constantemente, adicionalmente a la identificación de

algunos conocimientos que no tenía tan frescos, para posteriormente poder fortalecer esas áreas.

En cuanto al panorama que me generó el proyecto con respecto a la sociedad, pude apreciar que los distintos puntos de vista son indispensables, ya que lo que cada individuo aporta es un complemento al producto final y esto genera plusvalía a las propuestas entregadas, por lo que considero que, en lugar de generar un abismo con las diferencias, sean un pretexto para la colaboración.

En cada equipo de trabajo, siempre habrá pluralidad y diversidad, cada quien tiene habilidades y opiniones diferentes que deberíamos considerar en lugar de debatir cuando son opuestas a las propias. Pero para que esto sea posible, es necesario aprender a escuchar para entender, no para responder. Teniendo este principio en cuenta, nos haremos más empáticos y poco a poco, se creará un entorno a nuestro alrededor lleno de respeto, tolerancia y apoyo en sociedad.

4.4.4 Reyes García, Ángela

Este proyecto me ayudó a conocerme más a la hora de trabajar en equipo, a conocerme a la hora de adaptarme a situaciones nuevas y a la hora de superarme con distintos retos, como lo fue aprender de manera autónoma para la realización de esto. De igual forma me permitió conocer la forma de adaptarse de mis compañeros y maestros, a la nueva normalidad a la que nos vemos enfrentados. En general pudimos reflexionar en algunas sesiones respecto a esta normalidad y compartir ideas de cómo nos adaptamos a los cambios y a los retos que nos hemos enfrentado.

El proyecto se presta a que se sigan puliendo las habilidades del alumno para trabajar en equipo de manera inclusiva, así como mejorar las habilidades de comunicación. En general estos aprendizajes adquiridos de manera práctica, me ayudarán a consolidar más adelante mis proyectos de vida, a manera en que siempre sea consciente de la importancia de la comunicación efectiva, la responsabilidad del trabajo en equipo, la ética empresarial a la hora de tratar con terceros y el compromiso que implica sobrellevar todos estos elementos para el cumplimiento de objetivos.

5. Conclusiones.

Este tipo de proyectos de aplicación profesional que se desarrollan semestre a semestre con equipos multidisciplinarios son de gran impacto no solo para las empresas que solicitan el apoyo de estudiantes, ya sea porque no tienen los recursos para hacerlo de manera propia o porque no pueden pagar lo que cobran los especialistas en el tema, sino que también es de gran ayuda para nosotros, los estudiantes que estamos por graduarnos.

Esto debido a que a lo largo del PAP logramos aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, lo que será de gran ayuda cuando comencemos nuestra vida laboral, de igual forma, nos permite repasar aquellos conocimientos que quedaron muy atrás en el tiempo y con ello logramos entender que todo lo que vimos tiene utilidad aun cuando en su momento no lo veíamos así.

No obstante, es de suma importancia que en estos proyectos exista un compromiso total entre las partes involucradas, de lo contrario el alcance del proyecto dejará mucho que desear. Por una parte, sin la participación del empresario, no se pueden tener alcances profundos debido a la falta de información por parte de la empresa; por la otra, sin el debido involucramiento de los estudiantes, los resultados obtenidos podrían ser de muy poca confianza y, por ende, riesgoso para la toma de decisiones de la empresa.

Por lo anterior, estamos muy orgullosos de nuestro entregable y por supuesto, muy agradecidos con el empresario por siempre estar al tanto de lo que necesitábamos. Esperamos de todo corazón que el proyecto sea puesto en marcha y que los resultados sean como los proyectados.

6. Bibliografía

- Andrew D. Paparozzi. (2020). Breaking Down the Trends from SGIA's 2019 Industry Benchmarking Reports. 2020, de wide format impressions Sitio web: <https://www.wideformatimpressions.com/article/breaking-down-the-trends-from-sgias-2019-industry-benchmarking-reports/>
- Barnacent (2020). Qué es la impresión digital, características y sus ventajas. 2020, de barnet Sitio web: <https://www.barnacent.com/impresion-digital/>
- Canon. (2020). La impresión digital está cambiando el sector de la decoración. 2020, de canon Sitio web: <https://www.canon.es/business/insights/articles/digital-print-industry-disruption/>
- Denué (2020) Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Obtenido de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denué/>
- El Heraldo (2020). Desplaza la tecnología a imprentas tradicionales. Obtenido de: https://www-emis-com.ezproxy.iteso.mx/php/search/doc?pc=MX&dcid=670152112&range=365&indu_local_class=naicsbyid&similar=hide&coverage=all&title=0&rpp=25&sort_by=relevance&query_entry=start_page&display=1&search_selected_tab=all&search_log_id=567cde18-972c-4745-bc19-9071dbeabf1&profile_type=0&keyword=impresion&numresult=4
- Euromonitor (abril 2018). Hot Drinks in Mexico. capturado el 11 septiembre 2019. Sitio Web: <http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/related>
- Gobierno de México (s.f.) Certificación de solicitud internacional de marca, para los efectos del Protocolo del Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas. Obtenido de: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/certificacion-de-solicitud-internacional-de-marca-para-los-efectos-del-protocolo-del-arreglo-de-madrid-relativo-al-registro-internacional-de-marcas/IMPI3178>
- IDC. (4 de abril de 2016). *Qué es la 'renta del padrón de importadores'*. Obtenido de IDC Online: <https://idconline.mx/comercio/2016/04/04/qu-es-la-renta-del-padrn-de-importadores>

- Radio Llamas. (2020). La impresión digital, ¿online u offline?. Octubre 12, de neotrix Sitio web: <https://neotrix.es/la-impresion-digital-online-u-offline/>
- Laura wood. (2020). GCC Interior Design Services Market 2020 - Growth, Trends & Forecasts. 2020, de research and markets Sitio web: <https://www.globenewswire.com/news-release/2020/07/31/2070980/0/en/GCC-Interior-Design-Services-Market-2020-Growth-Trends-Forecasts.html>
- Leyva, I. (2 de abril de 2019). Todo (lo que no sabías) de la industria gráfica en México. Texto obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/todo-lo-que-no-sabias-de-la-industria-grafica-en-mexico/>
- Market Watch. (2020). global industry size. 2020, de market watch Sitio web: <https://www.marketwatch.com/press-release/interior-design-market-2020-global-industry-size-share-future-challenges-revenue-demand-industry-growth-and-top-players-gensler-gold-mantis-hok-analysis-to-2026-2020-07-22>
- Mesa Editorial. (2018). Crecimiento de bebidas calientes en los próximos años. 2018, de meca 2.0 Sitio web: <https://www.merca20.com/category/grafica-del-dia/>
- Monica Charraga. (nov 2017). Tweet Compartir LinkedIn Correo electrónico ¿Cuál es el siguiente paso de los impresores en México? Obtenido de: <https://negocioideas.blogs.xerox.com/2017/11/30/cual-es-el-siguiente-paso-de-los-impresores-en-mexico-apostar-por-la-impresion-digital/>
- Packaging. (2017). Mercado de impresión digital para embalaje muestra crecimiento 2017, de packaging Sitio web: <http://www.packaging.enfasis.com/notas/77916-mercado-impresion-digital-embalaje-muestra-crecimiento->
- Secretaría de Economía. (s.f.). *El consorcio de exportación*. Obtenido de Secretaría de Economía: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=5&sg=38#:~:text=Las%20funciones%20de%20un%20departamento,contactos%20con%20consultores%2C%20contactos%20con>
- Universidades, P. F. (28 de marzo de 2018). *Así es la estructura de un departamento de exportación*. Obtenido de Retos en Supply Chain:

<https://retos-operaciones-logistica.eae.es/asi-es-la-estructura-de-un-departamento-de-exportacion>