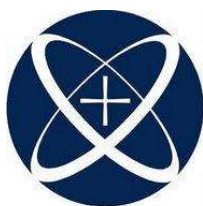


**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE  
OCCIDENTE**

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones  
sustantivas de las empresas**



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas  
CEDECOM**

**“Plan de exportación Morena Custom Leather”**

**PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y negocios globales. Ivanna Cortés Reynoso

Lic. en Comercio y negocios globales. Juan Daniel Jiménez Barba

Lic. en Comercio y negocios globales. Michelangelo Mazzacurati

Lic. en Comercio y negocios globales. Alejandro Medina Castro

Profesor PAP: Ing. José Manuel Allera M.

Tlaquepaque, Jalisco, Diciembre de 2022

# REPORTE PAP

## ÍNDICE

REPORTE PAP	1
REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto.	7
3. Desarrollo	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	48
5. Conclusiones y recomendaciones	53
Bibliografía	58

# REPORTE PAP

## Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

## Resumen

El objetivo principal del PAP fue el desarrollar un plan de negocios de exportación para la empresa Morena Custom Leather investigando el mercado de EUA y Canadá para sus productos, bolsas, cinturones y accesorios que tienen como diferenciador que es de cuero, para el mercado Western, este trabajo se realizó con 4 personas y un asesor para cumplir con los objetivos que la empresaria nos proporcionó, el trabajo se dividió por temas y cada tema tenía subtemas, con tiempos y responsables por desarrollar.

Se investigaron las ciudades de EUA y Canadá que tienen mercado para este nicho de productos, se lograron identificar las principales ciudades, tiendas y sitios de internet que comercializan sus productos. En esta investigación se logró validar que no hay productos iguales en diseño a los que ofrece Morena, dejando la oportunidad de poder entrar a este mercado, situación que coincidió con un viaje de la empresaria a EUA obteniendo muy buena respuesta del mercado. Se le entregó una relación de la competencia, con sus precios y canales de distribución, así como una relación de posibles contactos para acercarse y promover sus productos.

## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

MORENA CUSTOM LEATHER es una empresa mexicana fundada en el año 2015 en Etzatlán Jalisco, por Stephany Preciado, que desde sus primeros diseños mostró un reconocimiento al valor de los productos artesanales de piel, con un enfoque auténtico que denota elegancia y calidad en cada pieza, MORENA es una marca que nació exitosa, y que representa el resultado del esfuerzo, trabajo y amor que caracteriza a las familias mexicanas. Fortalecida con la experiencia de cada integrante de la familia Preciado, MORENA rápidamente se posicionó en la región y en otros países, con productos de piel, como, por ejemplo, bolsas, accesorios (aretes y collares) y cinturones unisex, diseños que evolucionan constantemente para convertirse en la marca preferida por sus consumidores, permitiendo con ello seguir generando empleos para mexicanos que saben transmitir la mexicanidad en cada producto de MORENA.

La industria de pieles tiene un gran potencial en México, ya que es uno de los mayores productores del mundo en productos de piel y cuero, y además destaca por la gran calidad de estos productos. (buscar tabla de ranking mundial de pieles)

Aunque es de los mayores productores del mundo, no todos los estados cuentan con una producción a gran escala. León, es el estado que más destaca en la elaboración de este producto, ya que abarca un 83.4% de la producción del país. Por otro lado, Guadalajara queda en el segundo puesto con una producción del 10.1% de la república. Lo que deja a Jalisco bien posicionado en la elaboración de este producto y con una gran área de oportunidad.

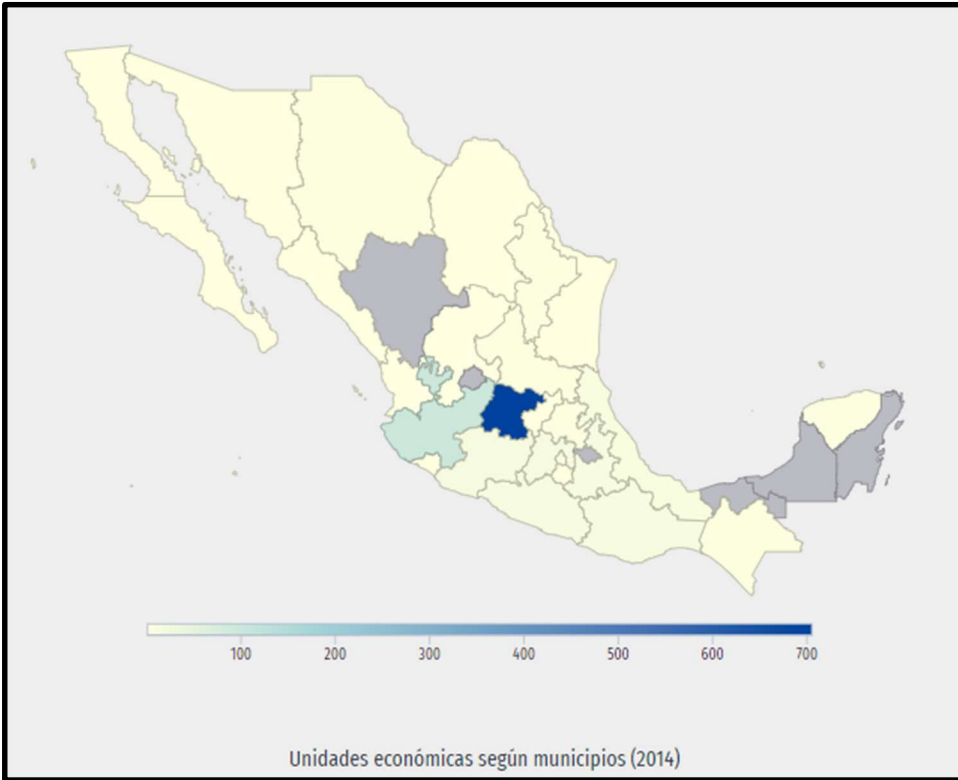


Imagen 1

En la siguiente tabla se ve reflejado el porcentaje de producción de productos de piel que se producen el país, y como vemos Guadalajara es el segundo puesto con el mayor porcentaje.

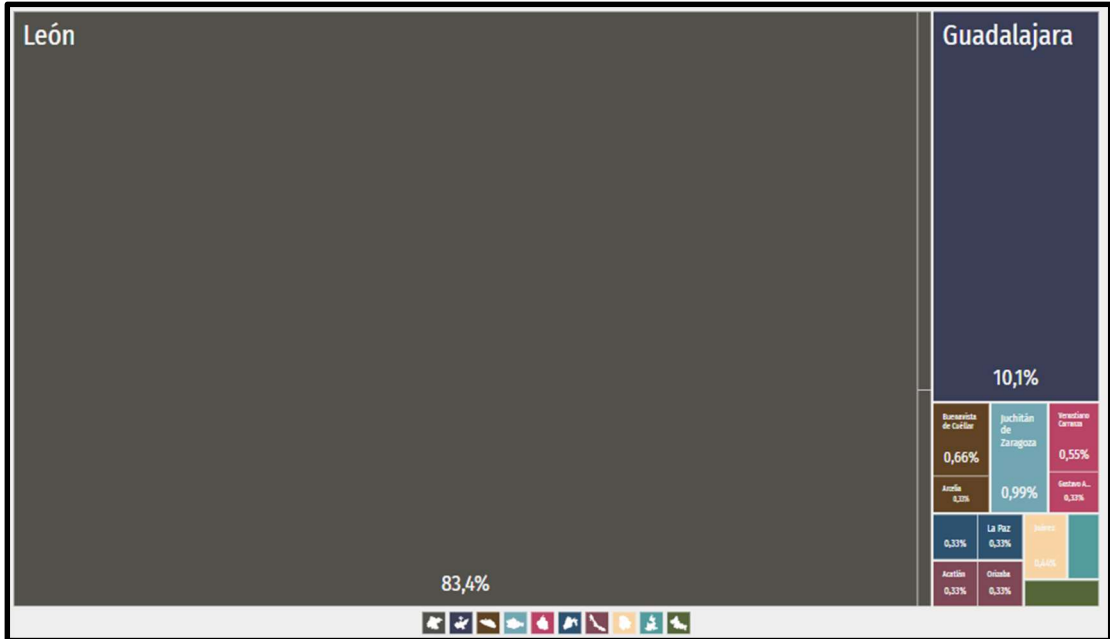


Imagen 2

Fuente: <https://datamexico.org/es/profile/industry/leather-and-hide-tanning-and-finishing>

Las principales exportaciones de productos de piel y cuero de México son para los Estados Unidos, pero también podemos ver el impacto que tienen en otros países como lo podemos ver en las tablas siguientes. Esto destaca como la empresa MORENA, tiene un gran camino al comenzar las exportaciones a otros países, ya que más allá de los países seleccionados para comenzar con este proyecto, existen muchos más países que actualmente son clientes de México en esta industria. La escala de exportaciones a los países se muestra de manera gráfica en las siguientes tablas.



Imagen 3

País/Región : México Año/Rango : 2020 Flujo comercial : Export Compañero : All Partners Producto :			
Hides and Skins			
asociados	exportación	Valor del comercio (en miles de US\$)	exportación Proporción de productos (%)
Estados Unidos		372,230.13	0.11
China		40,880.42	0.52
No especificados		30,476.32	0.25
Japón		16,855.34	0.47
Viet Nam		12,272.45	8.39
Guatemala		8,907.06	0.47
Canadá		6,956.17	0.06

Imagen 4

Fuente: [https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/MEX/Year/2020/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/41-43\\_HidesSkin/Show/asociados;XPRT-TRD-VL;XPRT-PRDCT-SHR;/Sort/XPRT-TRD-VL/Chart/top10](https://wits.worldbank.org/CountryProfile/es/Country/MEX/Year/2020/TradeFlow/Export/Partner/by-country/Product/41-43_HidesSkin/Show/asociados;XPRT-TRD-VL;XPRT-PRDCT-SHR;/Sort/XPRT-TRD-VL/Chart/top10)

## 1.2 Problemática u oportunidad detectada [Redactar cual es el problema que presenta la empresa, que por medio de este PAP se puede trabajar]

La empresa se visualiza en mercados internacionales, busca la prosperidad en la empresa con sus productos y desarrollo tanto tangible como intangible, en la búsqueda del crecimiento de las ventas tienen la oportunidad de verse envueltos en el crecimiento de la empresa y de la marca, tanto en Estados Unidos como con Canadá por el nicho de mercado western (Vaquero) por la naturaleza de sus productos.

Logrando segmentar en las ciudades más interesantes para este nicho de mercado, se busca adentrarse al mercado mediante visitas a ferias internacionales como locales, pudiendo censar el mercado con la competencia y las tendencias, para hacer ajustes y diferenciarse de la competencia.

## 1.3 Objetivo general

El objetivo general definido con la empresaria es:

Desarrollar un plan de negocios de exportación para investigar el mercado de EUA y Canadá de los productos de la categoría Western (vaquero)

## 1.4 Objetivos específicos

Los objetivos específicos acorde al plan de trabajo son:

- Realizar una investigación cualitativa y cuantitativa del mercado de EUA y Canadá para productos Western para el 16/10/22.
- Concretar una base de datos de prospectos para el 16/10/22.
- Realizar un plan de ventas y marketing para el 30/10/22.
- Determinar plan logístico, incluyendo costos y medios para el 13/11/22.
- Investigar restricciones arancelarias y no arancelarias para el 13/11/22.
- Determinar proceso legal (prácticas, contratos, etc.) para el 20/11/22.
- Proyección financiera y estado de resultados para el 27/11/22.

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

### 2.1 Metodología

La metodología del proyecto está basada en un Plan de Negocios de exportación, y apoyado en un cronograma, el cual se elabora al principio del ciclo, estableciendo fechas y roles de cada objetivo y/o punto a realizar a lo largo del proyecto.

Se tienen 3 fechas importantes por cada semana por las cuales se manejan los avances del trabajo. El primer día es el martes, en el cual se tiene una reunión virtual de con el equipo y profesor, donde se revisan avances de la semana anterior, estableciendo objetivos para la siguiente.

El segundo día es el jueves, donde se tiene reunión presencial de equipos y profesor de 2-3 horas, para trabajar en conjunto en los objetivos establecidos.

Y el tercer día es el domingo, donde antes de las 8 pm, se deben de tener en los documentos todos los avances posibles a los objetivos de la semana.

Una vez cada 2-3 semanas se tienen llamadas con la empresaria, donde se resuelven dudas y solicita información necesaria para la elaboración del proyecto.

Adicional a esto, se tiene un grupo de WhatsApp, equipo, profesor y empresa, donde se resuelven dudas más cortas. Así mismo funge como canal para envío de documentación necesaria. De esta misma forma se tiene un grupo interno con profesor y equipo para comunicación interna a lo largo del proyecto.

Todo el trabajo se hace en Google Drive, donde a través de la nube y herramientas de la plataforma, se logra el trabajo en equipo en conjunto con el profesor, vía comentarios, recomendaciones, etc.

Algunas de las herramientas utilizadas para la investigación fueron el mismo Google, Trade Wizard, Euromotinor, Infolatina principalmente, siendo fuentes de información muy valiosa para el desarrollo del proyecto.



## 2.2 Cronograma o plan de trabajo

A continuación, se presenta el cronograma que se utilizó para el desarrollo del Proyecto

CRONOGRAMA PROYECTO MORENA CUSTOM LEATHER																		
ACTIVIDADES	Responsable	AGOSTO		SEPTIEMBRE					OCTUBRE				NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S-12	S-13	S-14	S-15	S-16	S-17
		15 al 21	22 al 28	29 al 04	05 al 11	12 al 18	19 al 25	26 al 02	03 al 09	10 al 16	17 al 23	24 al 30	31 al 06	07 al 13	14 al 20	21 al 27	28 al 04	05 al 06
<b>1. EMPRESA</b>																		
1.1 Información General de la Empresa.																		
1.2 Conciencia Exportadora.																		
1.3 Capacidad Financiera de la Empresa.																		
<b>2. PRODUCTO</b>																		
2.1 Características del Producto.																		
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados.																		
2.3 Proveduría.																		
2.4 Formulación de Precios de Exportación.																		
<b>3. MERCADO</b>																		
3.1 Industria.																		
3.2 Investigación de Mercado.																		
3.3 Canales de Distribución.																		
<b>4. COMERCIALIZACIÓN</b>																		
4.1 Estrategia de producto / marca.																		
4.2 Plan de Marketing.																		
4.3 Plan de Ventas.																		
<b>5. LOGÍSTICA</b>																		
5.1 Selección del Medio del Transporte.																		
5.2 Regulaciones.																		
5.3 Documentación para Exportar.																		
<b>6. LEGAL</b>																		
6.1 Prácticas Contractuales.																		
6.2 Arbitraje Internacional.																		
<b>7. FINANZAS</b>																		
7.1 Proyección Financiera Mercado de Exportación.																		
<b>8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>																		
8.1. Conclusiones																		
8.2. Recomendaciones																		

Tabla 1

**Empresa:** se desarrolló el tema para conocer más los antecedentes de la empresa, como está constituida, su estructura organizacional, su filosofía, objetivos y su situación financiera

**Producto:** se realizó una investigación, en donde se investigaron las fracciones arancelarias de los productos, información necesaria de los mismos. Posibles mercados con la categoría del producto, tanto nacionales como internacionales. Así como los costos de la realización de producto, para tener una idea de los precios que se le iba a ofrecer el producto en el extranjero.

Mercado: Se encontró información relevante como el tamaño de nuestros mercados meta, cuales eran algunas de las empresas que ya comercializan el producto en los países metas que son Canadá y los Estados Unidos, para tener una idea de a que nos íbamos a enfrentar, al igual que se tocan temas como los canales de distribución.

Comercialización: Se generaron estrategias, en donde se destacan los aspectos se la calidad del producto, que ayuda a resaltar nuestro producto y las características que el mismo contiene. Este tema se complemento con un plan de marketing, en donde se muestran posibles ferias y tipos de publicidad para que el producto pueda darse a conocer, así como un plan de ventas adecuado.

Logística: En este apartado se tomaron en cuenta la manera en que se podrá manejar la mercancía hasta su destino, tanto las rutas, como los costos, cantidad de productos que se podrán trasladar, y toda la documentación que deberá presentarse al momento de trasladar la mercancía.

Legal: Las cuestiones legales son de suma importancia para el traslado de la mercancía, ya que existen varios contratos que se tienen que tener, para poder evitar problemas o para delegar responsabilidades, en este tema se explicaron los diferentes contratos que existen, en que consisten cada uno y algunos ejemplos.

### 2.3 Productos y entregables

Los productos entregables más importantes son:

#### Plan de Negocios de Exportación de Morena Custom Leather

Se desarrollo un Plan de Negocios de Exportación para la empresa, donde se tocan como principales puntos la empresa, el producto para exportar, el mercado meta, la comercialización del producto en el mercado meta, la logística necesaria para poder mover el producto del punto de origen al destino, la parte contractual y las conclusiones y recomendaciones

#### Matriz de aseguramiento de surtido de proveedor

Los criterios para seleccionar a un proveedor son muy importantes y entender el valor que cada material le puede aportar al producto por eso se desarrolló la tabla

para la comprensión de proveedores y materiales y a su vez la forma de poderlos calificar. El principal objetivo es identificar posibles riesgos con proveedores únicos que comprometan los pedidos.

### Matriz de contactos

En esta sección, se encuentran una relación de las diferentes tiendas que se pueden tomar como contactos dentro de nuestra industria. Estas se encuentran buscando a través de mapas, utilizando palabras clave como lo fueron 'western' 'western shop'. Con esto pudimos identificar estados y ciudades donde se sitúan una gran cantidad de . Y a continuación se hizo una búsqueda dentro de las páginas para ver si iban de acuerdo con nuestros productos, las tiendas, ciudades y estados seleccionados se muestran a continuación.

### Matriz Competencia

Se realizó una investigación de productos que son competencia de los de Morena Custom Leather encontrando diferentes productos, precios. Los canales de distribución y canales de distribución.

## 3. Desarrollo

### 3.1 Sustento teórico

#### **Descripción de Puestos**

Johnny Tarcica es Fundador y CEO en Empleos.Net. Ingeniero Industrial. Max González Madriz, Licenciado en Psicología con énfasis en Negocios, egresado de la Universidad de Texas en Austin con 10 años de experiencia en las áreas de Recursos Humanos de empresa mediana.

#### **Proyecto Management Institute (PMI)**

El proyecto está basado en el desarrollo de un proyecto que el PMI marca las pautas para llevar de manera correcta un proyecto, en este caso se tiene un plan de trabajo en un cronograma con todas los puntos por desarrollar, con los tiempos y los responsables, además con reuniones de trabajo para revisar los avances de cada tema, con recursos humanos, técnicos principalmente y todas las herramientas utilizadas de búsqueda, por otro lado se utiliza una minuta para el registro de los compromisos con los empresarios

#### **Cadena de Valor de Porter**

Michael Porter, es un profesor de la reconocida escuela de negocios Harvard, el cual es conocido por sus diversas teorías económicas, por sus grandes aportes en cuestiones administrativas y modelos que han ayudado a la generación de estrategias empresariales.

En el caso de la cadena de valor de Porter, es una herramienta que ayuda a las empresas a analizar cada una de las actividades de la cadena y determinar el valor al conjunto de actividad empresarial. A continuación, mostramos esta herramienta de manera ilustrativa.

# LA CADENA DE VALOR

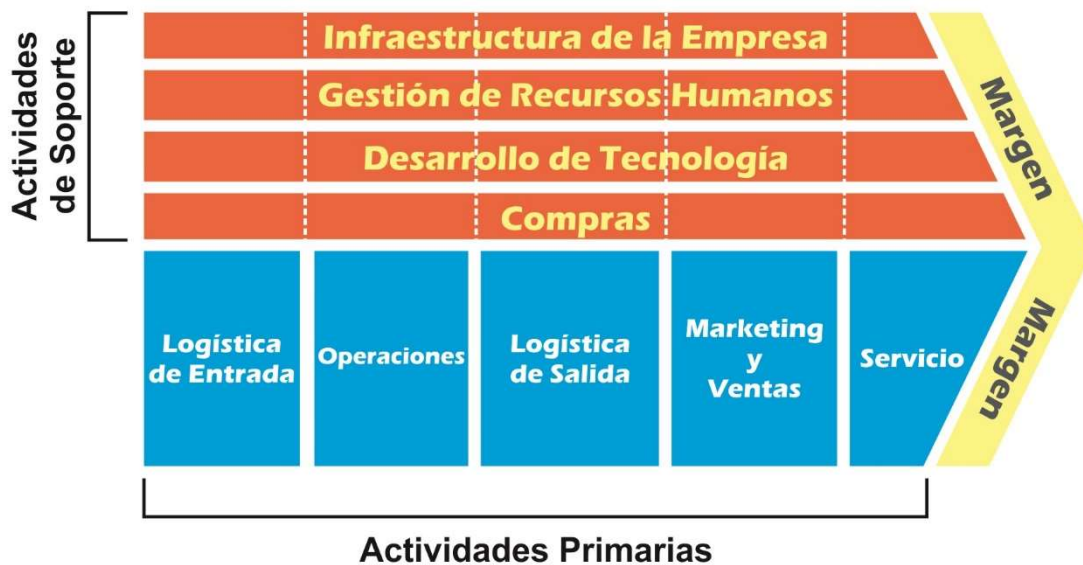


Imagen 5

Además, tomamos en cuenta otras fuentes de información, como lo es Trade Wizard, la cual ofrece información actualizada sobre temas de información, y cuestiones arancelarias y reglas comerciales en más de 120 países. Por otro lado, también se utilizaron herramientas como Euromonitor que proporciono información sobre los mercados meta y tendencias que ayudo a orientar nuestra información.

## BIBLIOGRAFÍA (páginas encontradas por alumnos)

¿Cómo solicitar el registro de marca en Estados Unidos? (s/f). iGERENT. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://igerent.com/es/como-solicitar-el-registro-de-marca-en-estados-unidos>

DOF - Diario Oficial de la Federación. (s/f-a). Gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=771542&fecha=23/02/2001](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=771542&fecha=23/02/2001)

DOF - Diario Oficial de la Federación. (s/f-b). Gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de

[https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4863829&fecha=06/01/1997](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4863829&fecha=06/01/1997)

López, A. (2021, diciembre 8). *¿Qué son los valores de una empresa y por qué importan tanto?* Blog de Ecommerce y Marketing Digital. <https://www.tiendanube.com/blog/mx/valores-de-una-empresa/>

Mundi. (2022, marzo 17). *¿Qué son los costos de exportación y cómo calcularlos?* Mundi. <https://mundi.io/exportacion/costos-de-exportacion-mexico/>

*Portal de trámites y servicios - SAT.* (s/f). Gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://www.sat.gob.mx/home>

*Secretaría de Desarrollo Económico.* (s/f). Secretaría de Desarrollo Económico. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://sedeco.jalisco.gob.mx/>

*TESS -- Error.* (s/f). Uspto.gov. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de [https://tmsearch.uspto.gov/bin/showfield?f=toc&state=4804%3A5rv1u4.1.1&p\\_search=searchss&p\\_L=50&BackReference=&p\\_plural=yes&p\\_s PARA1=&p\\_tagrepl%7E%3A=PARA1%24LD&expr=PARA1+AND+PARA2&p\\_s PARA2=Morena&p\\_tagrepl%7E%3A=PARA2%24COMB&p\\_op ALL=AND&a\\_default=search&a\\_search=Submit+Query&a\\_search=Submit+Query](https://tmsearch.uspto.gov/bin/showfield?f=toc&state=4804%3A5rv1u4.1.1&p_search=searchss&p_L=50&BackReference=&p_plural=yes&p_s PARA1=&p_tagrepl%7E%3A=PARA1%24LD&expr=PARA1+AND+PARA2&p_s PARA2=Morena&p_tagrepl%7E%3A=PARA2%24COMB&p_op ALL=AND&a_default=search&a_search=Submit+Query&a_search=Submit+Query)

Pustilnick, M. (2021, octubre 28). *Medios de pago internacionales [2021]*. Mundi. <https://mundi.io/finanzas/medios-de-pago-internacionales/>

de Economía, S. (s/f). *Comercio Exterior, Solución de Controversias.* gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-solucion-de-controversias?state=published>

### 3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

De acuerdo con lo definido con la empresaria se acordó el desarrollar un Plan de Negocios de Exportación de sus productos a Estados Unidos de América y a Canadá, que a continuación se muestra parte de este trabajo.

## Organigrama

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional y el capital humano de una organización, que muestra la línea de reporte de todos los puestos y empleados, así como la relación entre los diferentes departamentos.

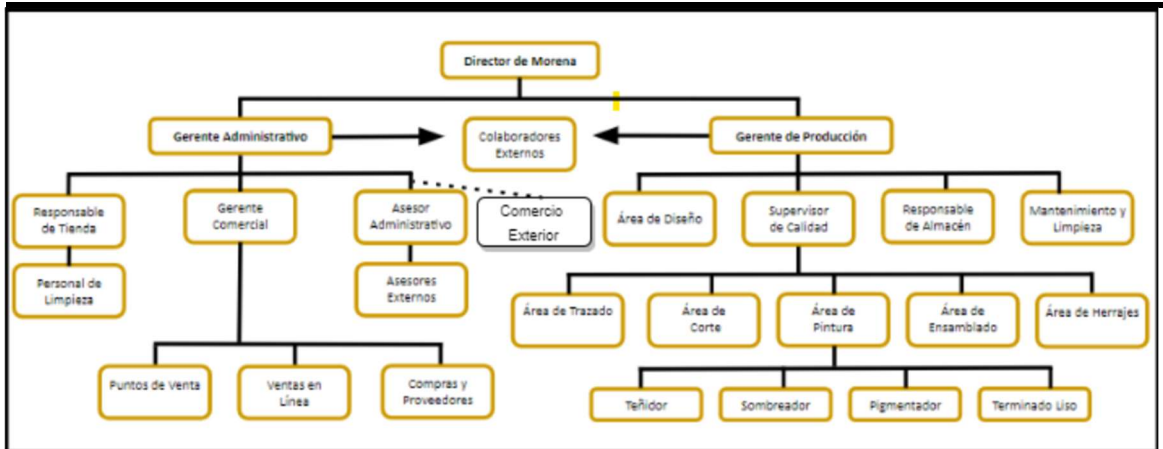


Imagen 6

El organigrama con las funciones principales a modo de un plan a mediano plazo de crecimiento, no todos los puestos mencionados tienen ocupante

- Director General

Jefe directo	Accionistas
Objetivos del puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollar y dirigir la ejecución de las estrategias empresariales de la compañía</li> <li>2. Proporcionar información a los accionistas de los resultados de la empresa</li> <li>3. Preparar e implementar planes para todas las áreas de la empresa para facilitar el logro de los objetivos</li> <li>4. Maximizar las utilidades de la empresa así como su valor.</li> </ol>
Funciones principales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El desarrollo y la implementación de proyectos, así como de políticas de toda índole, así como el monitorear su actualización según sea necesario.</li> <li>2. Monitorear con frecuencia toda la operación, tanto administrativa como productiva que realizan los trabajadores y asegurarse de que lo desempeñan de manera adecuada.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Asegurarse de que los objetivos que se ha marcado la empresa se cumplen.</li> <li>4. Desarrollar y fomentar el Trabajo colaborativo. Es decir, colaborar con los trabajadores de la empresa, los socios, incluso con otras compañías con el fin del buen funcionamiento.</li> <li>5. Ejecutar y transmitir los acuerdos en las mejoras de toda la compañía a todos los trabajadores.</li> <li>6. Recibir y revisar los resultados de la operación y la administración analizando los resultados contra los esperados.</li> <li>7. Asesorar a cada una de las Gerencias en la toma de sus decisiones.</li> <li>8. Aprobar y revisar los planes de trabajo de cada Gerencia.</li> <li>9. Preparar y presentar los reportes de cumplimiento de producción y financiero para los accionistas.</li> <li>10. Realizar reuniones semanales con todas las gerencias.</li> <li>11. Realizar reuniones constantes con los asesores, contables, fiscales y legales de la empresa.</li> <li>12. Asistir a congresos relevantes a la industria y extender la cadena de contactos.</li> <li>13. Velar por la maximización de las utilidades de la empresa.</li> <li>14. Mantener contacto directo con las entidades financieras.</li> <li>15. Analizar los reportes de cada una de las gerencias.</li> <li>16. Mantener relaciones constantes con los clientes más representativos para la empresa.</li> </ol>
--	--

Tabla 2

- Gerente administrativo

Jefe directo	Director General
Objetivos del puesto	Mantener la dirección del departamento en todas las áreas a su cargo. Mantener el flujo de información a todos los niveles de la empresa para que fluya y facilite la toma de decisiones.



Funciones principales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Realizar los reportes de asistencia de todo el personal de la empresa. Realizar los cambios necesarios para cubrir al personal libre, en caso de ser necesario.</li> <li>2) Realizar el análisis de los resultados administrativos diarios, semanales y mensuales</li> <li>3) Monitorear y controlar los costos y los egresos de la empresa, realizando los informes correspondientes.</li> <li>4) Llevar el control y el manejo de la Caja Chica.</li> <li>5) Realizar reuniones informativas y motivacionales con su personal a cargo.</li> <li>6) Supervisar y reentrenar a su personal a cargo de forma periódica para velar por el buen funcionamiento de la empresa.</li> <li>7) Realizar el control de inventarios de materia prima y de suministros de la empresa.</li> <li>8) Realizar el pago a proveedores y llevar el control de la entrada de productos o suministros al inventario.</li> <li>9) Elaborar los reportes de cierres mensuales de la operación de la empresa.</li> </ol>
-----------------------	--

Tabla 3

- Gerente de producción

Jefe directo	Director General
Objetivos del puesto	Encargado de supervisar y velar que los planes de producción establecidos se cumplan, maximizando el uso de todos los recursos para la producción
Funciones principales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Supervisar los planes de producción diarios / semanales / mensuales.</li> <li>2) Velar por la calidad de la producción en los productos y procesos.</li> <li>3) Realizar ajustes en la línea de producción para cumplir con las metas diarias.</li> <li>4) Coordinar con el departamento de mantenimiento las revisiones y reparaciones de las maquinarias.</li> <li>5) Supervisar la calidad de la materia prima que ingresa y la buena manipulación de la existente.</li> </ol>

	<p>6) Elaborar los análisis de la producción y crear los reportes de resultados para su jefe directo</p> <p>7) Solicitar el material de producción a bodega.</p> <p>7) Velar porque se cumplan las medidas de seguridad.</p> <p>8) Promover los incentivos de producción a los empleados.</p> <p>9) Organizar reuniones con su personal y capacitarlos.</p> <p>10) Elaborar los reportes de funciones e incidencias.</p> <p>11) Supervisar el desperdicio de materia prima.</p>
--	---

Tabla 4

- Gerente comercial

Jefe directo	Gerente Administrativo
Objetivos del puesto	<p>Coordinar y supervisar al personal de ventas para que logren los objetivos de ventas, buscando siempre la mejor rentabilidad para la empresa.</p> <p>Revisar y definir junto con las Gerencias General, Administrativa y de Producción los objetivos de ventas a corto, mediano y largo plazo.</p>
Funciones principales	<p>1) Mantener constante comunicación con su equipo de trabajo.</p> <p>2) Mantener comunicación frecuente con las diferentes áreas para la toma de sus decisiones.</p> <p>3) Presentar y solicitar la aprobación del plan de ventas a la Gerencia General.</p> <p>4) Preparar y presentar los reportes de ventas a la Gerencia General.</p> <p>5) Sondear a la competencia lo que está haciendo en el mercado con sus productos.</p> <p>7) Investigar las tendencias de moda en el mercado para transmitir las al grupo gerencial y generar acciones.</p> <p>8) Asistir a exposiciones y congresos relevantes para el mercado meta que se atiende.</p> <p>9) Mantener actualizada la base de datos de los clientes.</p> <p>10) Mantener constante comunicación con los clientes.</p>

	<p>12) Administrar maximizar el correcto uso de los recursos proporcionados para la publicidad y promoción.</p> <p>14) Mantener relaciones constantes con los clientes más representativos para la empresa.</p>
--	---

Tabla 5

- Área de diseño

Jefe directo	Gerente de Producción
Objetivos del puesto	Se encarga de desarrollar el proceso de diseño, comunicación y puesta en práctica de los productos o servicios de una empresa, asegurándose de mantener la estrategia y coherencia de la marca o del producto.
Funciones principales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1) Desarrollar conceptos creativos.</li> <li>2. 2) Establecer fechas de entrega y repartir roles entre su equipo.</li> <li>3. 3) Monitorea, evalúa y corrige la creación del producto.</li> <li>4. 4) Se encarga de presentar la propuesta a las áreas necesarias y hacer los ajustarla en caso de ser necesario.</li> <li>5. 5) Se encarga de mantener la comunicación interna y externa de la empresa / marca .</li> </ol>

Tabla 6

- Supervisor de calidad

Jefe directo	Gerente de Producción
Objetivos del puesto	Supervisar y dirigir eficazmente los procesos de calidad, implementando mejoras constantes.
Funciones principales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Supervisar la calidad de los productos.</li> <li>2) Llevar a cabo las implementaciones de calidad de los procesos.</li> </ol>

	<p>3) Revisar los productos finales para la aprobación.</p> <p>4) Implementar capacitaciones de los controles de calidad.</p> <p>5) Realizar y velar por las implementaciones de las normativas mundiales de calidad establecidas.</p> <p>6) Elaborar los reportes de desecho de producto con su previa explicación.</p> <p>7) Supervisar el cumplimiento de las prácticas ambientales.</p> <p>8) Monitorear e informar sobre el desempeño de los procesos de calidad.</p> <p>9) Elaborar los reportes de funciones e incidencias mensuales.</p> <p>10) Elaborar los reportes estadísticos de los procesos de calidad contra la producción total.</p>
--	---

Tabla 7

- Responsable Comercio internacional

Jefe directo	Gerencia General
Objetivos del puesto	Desarrollar los trámites de importación y exportación de las mercancías provenientes del exterior, así como de enviadas en las venta de productos a distintos destinos fuera de México.
Funciones principales	<p>1) Controlar las importaciones desde el momento que se realiza el pedido hasta que ingresa la carga al almacén.</p> <p>2) Controlar la exportación desde la elaboración del pedido hasta la entrega en destino.</p> <p>3) Velar por que los montos cancelados al estado sean los correctos y que los pagos a terceros sean los convenientes para los intereses de la empresa.</p> <p>4) Definir con cuáles agentes aduanales y operadores logísticos está de acuerdo el grupo Gerencial de la empresa.</p> <p>5) Supervisar que los despachos de exportaciones y los ingresos de importaciones sean debidamente ingresados al sistema.</p> <p>6) Elaborar los reportes de exportaciones e importaciones para presentar a su jefe directo.</p>

	<p>7) Cotizar y valorar diferentes alternativas de envío, basado en presupuesto y en fechas de entrega.</p> <p>8) Realizar la cronología de las importaciones y exportaciones.</p>
--	--

Tabla 8

## Misión, visión y valores

La misión es la aportación que la empresa le hace al entorno. Se redacta en forma genérica que sería tal cual lo que hace la empresa, o de manera estratégica cual es la contribución que se logra realizar a través de la fabricación de los productos o servicios.

Morena Custom Leather se autodefine con esta misión:

“Transformar materia prima de calidad en productos artesanales, que representen la mexicanidad con elegancia y estilo. Crear diseños originales con el cariño y la dedicación que caracteriza a las familias mexicanas, ofreciendo nuestros productos dentro y fuera del país. Generando empleos dignos para nuestros colaboradores “.

La visión es una referencia para todos los individuos que componen la organización, de forma que, ante las diversas alternativas o situaciones que puedan presentarse durante el trabajo dentro de la empresa, los individuos puedan tomar las mejores decisiones que se apeguen a la visión. “La visión es un sueño alcanzable”, sueño porque se plantea a futuro alcanzable ya que la historia de la organización valida que existen las herramientas y bases necesarias para su logro.

Morena Custom Leather se autodefine con esta misión:

“Conquistar cada vez más clientes de todo el mundo creando e innovando productos y diseños mediante la incorporación de nuevas materias primas, así como evolucionando nuestros procesos y distribución para que la marca MORENA esté presente en todo México y otros países, promoviendo con ello el desarrollo de nuestros colaboradores “.

Los valores de una empresa son el conjunto de principios y creencias que guían a una organización para que esta pueda alcanzar un objetivo concreto. Una manera de ver y entender los valores es como una serie de parámetros que tu empresa tomará en cuenta para actuar de la mejor manera posible en su camino hacia el éxito, y que además, la distinguen de sus competidores.

Morena Custom Leather se autodefine con estos valores:

- Mexicanidad: Llevamos la esencia de México en cada uno de nuestros productos.
- Excelencia: Trabajamos con la más alta calidad en cada uno de nuestros procesos.
- Desarrollo: Fomentamos el crecimiento de nuestra marca y de toda la familia MORENA.

## Producto

### Bolsos

La fracción arancelaria para los bolsos actualizada y con el NICO incluido será 4202.21.0100

- **42** Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa
  - **02** Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los porta documentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o armas y continentes similares; sacos de viaje, bolsas (sacos) aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, mochilas, bolsos de mano (carteras), bolsas para la compra, billeteras, portamonedas, portamapas, petacas, pitilleras y bolsas para tabaco, bolsas para herramientas y para artículos de deporte, estuches para frascos y botellas, estuches para joyas, polveras, estuches para orfebrería y continentes similares, de cuero natural o regenerado, hojas de plástico, materia textil, fibra vulcanizada o cartón, o recubiertos totalmente o en su mayor parte con esas materias o papel.
    - **21** Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas: 420221 -- Con la superficie exterior de cuero natural o cuero regenerado.

4202.21.0100	4202.21.01	00	Con la superficie exterior de cuero natural o cuero regenerado.
--------------	------------	----	---

Tabla 9

La información que nos compartió la empresaria en base a su ficha técnica es la siguiente:



## FICHA TECNICA

*PRODUCTO TERMINADO*

---

**FOTOGRAFIA FRENTE**



**FOTOGRAFIA PERFIL**



**FOTOGRAFIA ACCESORO**



-----

**NOMBRE DE PRODUCTO**  
ITATI BAG

**MODELO**  
BO-IT-CM-CHS-LV

**DESCRIPCION DE PRODUCTO**  
BOLSO DE PIEL GENUINA CINCELADO Y CONFECCION ARTESANAL.

**LUGAR DE ELABORACIÓN**  
ETZATLAN JALISCO MEXICO.

**DIMENSIONES**  
35 X 19 x 11 cm

**PESO NETO**  
1.200 KG

**PESO BRUTO**

**COMPOSICIÓN**  
CORTE: VACUNO  
FORRO: VACUNO  
HERRAJE : ALEACION DE ZINC  
HILO: POLIESTER

INCLUYE FUNDA PROTECTORA:  
POLIÉSTER

**PRECIO : \$6000.00 MXN.**

**MORENA**  
- CUSTOM LEATHER -

Imagen 7



## FICHA TECNICA

*PRODUCTO TERMINADO*

---

### FOTOGRAFIA FRENTE



### FOTOGRAFIA PERFIL



### FOTOGRAFIA ACCESORO



### NOMBRE DE PRODUCTO

ITZEL BAG

### MODELO

BO-IT-CM-CHS-LV

### DESCRIPCION DE PRODUCTO

BOLSO DE PIEL GENUINA CINCELADO Y CONFECCION ARTESANAL.

### LUGAR DE ELABORACIÓN

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

### DIMENSIONES

27 x 18 x 7 CM

### PESO NETO

.625 KG

### PESO BRUTO

### COMPOSICIÓN

CORTE: VACUNO  
FORRO: VACUNO  
HERRAJE : ALEACION DE ZINC  
HILO: POLIESTER

INCLUYE FUNDA PROTECTORA:  
POLIÉSTER

**PRECIO : \$3000.00 MXN.**

**M O R E N A**  
- CUSTOM LEATHER -

Imagen 9





## FICHA TECNICA

*PRODUCTO TERMINADO*

---

### FOTOGRAFIA FRENTE



### FOTOGRAFIA PERFIL



### NOMBRE DE PRODUCTO

CANEK BAG

### MODELO

BO-CA-CM-CHS-LV

### DESCRIPCION DE PRODUCTO

BOLSO DE PIEL GENUINA CINCELADO Y CONFECCION ARTESANAL.

### LUGAR DE ELABORACIÓN

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

### DIMENSIONES

23 X 12 X 3 CM

### PESO NETO

.236 KG

### PESO BRUTO

### COMPOSICIÓN

CORTE: VACUNO

FORRO: VACUNO

HERRAJE : ALEACION DE ZINC Y

METAL

HILO: POLIÉSTER

INCLUYE FUNDA PROTECTORA:  
POLIÉSTER

**PRECIO : \$2000.00 MXN.**

**M O R E N A**  
- C U S T O M L E A T H E R -

Imagen 13

## Cinturones

La fracción arancelaria para los cinturones actualizada y con el NICO incluido será 4203.30.0200

- **42** Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa
  - **03** Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de cuero natural o cuero regenerado.
    - **30** Cintos, cinturones y bandoleras.

4203.30.0200	4203.30.02	00	Cintos, cinturones y bandoleras.
--------------	------------	----	----------------------------------

Tabla 10



### FICHA TECNICA

PRODUCTO TERMINADO

FOTOGRAFIA FRENTE



**NOMBRE DE PRODUCTO**

INDIANA BELT

**MODELO**

CIN-CFF-CHS-3-HW

**DESCRIPCION DE PRODUCTO**

CINRURILLA DE CUERO CINGELADO ARTESANAL

**LUGAR DE ELABORACIÓN**

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

**ANCHO**

3" CON TERMINACION 1 1/2"

**PESO NETO**

.315 KG

**PESO BRUTO**

**COMPOSICIÓN**

CORTE: VACUNO

FORRO: VACUNO

HERRAJE: ZAMAC

INCLUYE FUNDA PROTECTORA: POLIÉSTER

PRECIO : \$3200.00 MXN.

MORENA  
- CUSTOM LEATHER -

Imagen 14



## FICHA TECNICA

*PRODUCTO TERMINADO*

---

### FOTOGRAFIA FRENTE



#### **NOMBRE DE PRODUCTO**

HOUSTON BELT

#### **MODELO**

CI-PE-BAR-11/4-2H-HW

#### **DESCRIPCION DE PRODUCTO**

CINTURON DE CUERO DOBLE HEBILLA CON TEXTURA EN PIEL CON PELO

#### **LUGAR DE ELABORACIÓN**

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

#### **ANCHO**

1 1/4 " / UNA PULGADA UN CUARTO

#### **PESO NETO**

.290 KG

#### **PESO BRUTO**

#### **COMPOSICIÓN**

CORTE: VACUNO

FORRO: VACUNO

HERRAJE : ZAMAC

INCLUYE FUNDA PROTECTORA: POLIÉSTER

**PRECIO : \$2300.00 MXN.**

---

**M O R E N A**  
- C U S T O M L E A T H E R -



# FICHA TECNICA

*PRODUCTO TERMINADO*

---

## FOTOGRAFIA FRENTE



### **NOMBRE DE PRODUCTO**

TEXAS BELT

### **MODELO**

CI-CFF-CH-13/4-HTX

### **DESCRIPCION DE PRODUCTO**

CINTURON DE CUERO CINCELADO ARTESANAL

### **LUGAR DE ELABORACIÓN**

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

### **ANCHO**

1 3/4" / UNA PULGADA TRES CUARTOS

### **PESO NETO**

.310 KG

### **PESO BRUTO**

### **COMPOSICIÓN**

CORTE: VACUNO

FORRO: VACUNO

HERRAJE: ZAMAC

INCLUYE FUNDA PROTECTORA: POLIÉSTER

**PRECIO : \$2600.00 MXN.**

M O R E N A  
- CUSTOM LEATHER -



## FICHA TECNICA

*PRODUCTO TERMINADO*

---

### FOTOGRAFIA FRENTE



**NOMBRE DE PRODUCTO**

WESTERN BELT

**MODELO**

CI-CFF-CHS-11/2-HW

**DESCRIPCION DE PRODUCTO**

CINTURON DE CUERO CINCELADO ARTESANAL

**LUGAR DE ELABORACIÓN**

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

**ANCHO**

1 1/2 " / UNA PULGADA Y MEDIA

**PESO NETO**

.235 KG

**PESO BRUTO**

**COMPOSICIÓN**

CORTE: VACUNO

FORRO: VACUNO

HERRAJE : ZAMAC

INCLUYE FUNDA PROTECTORA: POLIÉSTER

**PRECIO : \$2400.00 MXN.**

---

**M O R E N A**  
- C U S T O M L E A T H E R -

## Accesorios

La fracción arancelaria para collares y aretes actualizada y con el NICO incluido será 7117.90.9900

- **71** Perlas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas
  - **17** Bisutería
    - **90** Las demás.

7117.90.9900	7117.90.99	00	Las demás.
--------------	------------	----	------------

Tabla 11



## FICHA TECNICA

PRODUCTO TERMINADO

### FOTOGRAFIA FRENTE

#### NOMBRE DE PRODUCTO

HERRADURA NECKLACE

#### MODELO

AC-CO-HE-CA-LV

#### DESCRIPCION DE PRODUCTO

CONJUNTO COLLAR Y ARETES DE PIEL CON DIJES

HERRADURA

#### LUGAR DE ELABORACIÓN

ETZATLAN JALISCO MEXICO.

#### DIMENSIONES

LARGO DE COLLAR : 25 CM

LARGO DE PENDIENTES : 12 CM

#### PESO NETO

.35 KG

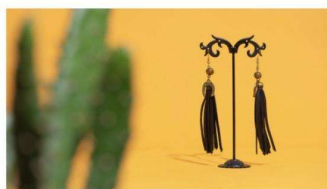
#### PESO BRUTO

#### COMPOSICIÓN

CORTE: OVINO

HERRAJE : LATON

PRECIO : \$1000.00 MXN.



MORENA  
-CUSTOM LEATHER-

Imagen 22

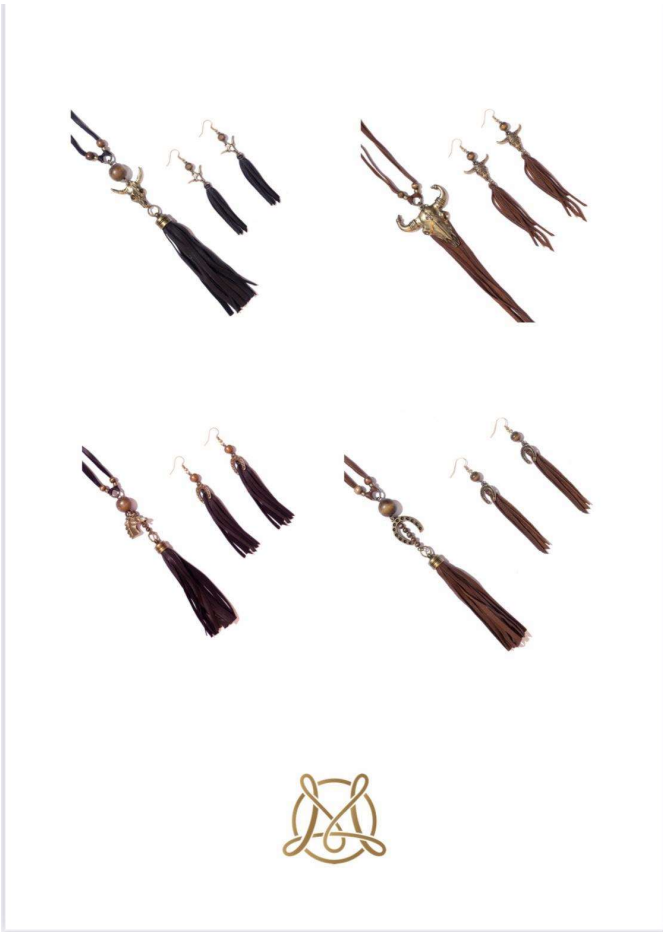


Imagen 23



## Diagrama de flujo

“El diagrama de flujo o flujograma o diagrama de actividades es la representación gráfica de un algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva.” Con la información proporcionada por la empresaria plasmamos los procesos desde el área contable hasta el proceso de producción. Una vez recibida la mercancía y aprobada por el control de calidad se prosigue con el área de trazado, corte, pintura, ensamblado, posteriormente se da la venta.

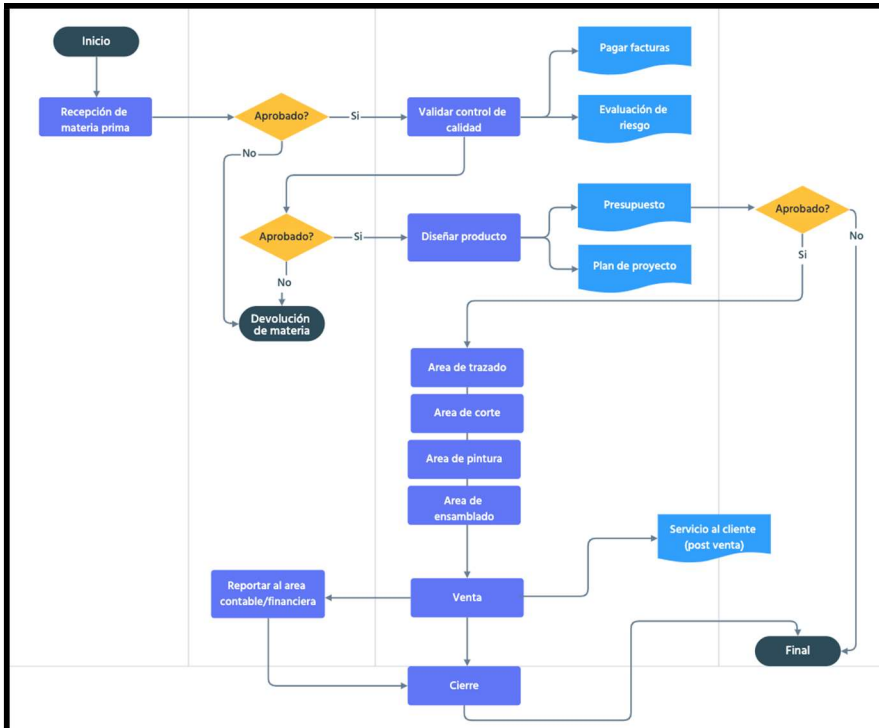


Imagen 24

## Matriz de Aseguramiento de Surtido de suministros

La información de los proveedores para la empresa es fundamental, al momento de internacionalizarse, los plazos son muy importante y es por eso que es necesario tener opciones al momento de la venta si se llega a tener problemas con proveedores tener varias opciones para seguir produciendo y no parar el flujo de producción que puede a llegar a ser contraproducente en las ventas internacionales.

Se presenta una muestra de la tabla que se desarrolló.

Producto	Proveedor	Precio	Créditos	Calidad( Buena, regular, mala)	Ubicación del proveedor	Seguro	Descuentos	Facilidad para realizar pedidos	Devoluciones	Promociones
Piel vaqueta res	Tenería Preciado		Si	Regular	Eztatlán	Si	Si	Si	Si	Si
Piel vestimenta cabra	Curtidos Gabriela		Si	Buena	Guadalajara	Si	Si	Si	Si	No
Anilinas solventes y	Piel color		No	Buena	Guadalajara	Si	No	Si	No	No
Anilinas solventes y	Samhe		No	Buena	Guadalajara	Si	No	Si	No	No
Lacas	Color index		Si	Buena	Guadalajara	No	No	No	No	No
Herrajes	Peletería San Crispin		No	Buena	León Gto.	Si	No	No	No	No
Herrajes	Carlos cruz		No	Regular	León Gto.	No	No	No	No	No
Bisuteria	Nancy		No	Buena	Guadalajara	Si	No	No	No	No
Herramienta general	Peletería oro		No	Buena	Guadalajara	Si	Si	Si	Si	No
Herramienta general	Tilichería		No	Regular	Guadalajara	Si	No	Si	No	No
Troqueles	Grabados y ,Atrices de Occidente		No	Regular	Guadalajara	Si	No	Si	No	No

Producto	Proveedor	Precio	Créditos	Calidad( Buena, regular, mala)	Ubicación del proveedor	Seguro	Descuentos	Facilidad para realizar pedidos	Devoluciones	Promociones
Suajes	Suajes México		No	Regular	Guadalajara	No	No	Si	Si	No
Maquinaria	Taga		No	Buena	Guadalajara	Si	No	Si	Si	No
Mecánico Suajadora	Mundo		No	Buena	Guadalajara	Si	No	Si	Si	No
Empaque exportación	Empaques y embalajes		No	Buena	Guadalajara	Si	Si	Si	Si	No


Tabla 12

En la siguiente tabla se muestran los insumos con los cuales se tiene un solo proveedor, que son los que pueden generar algunos problemas

LACAS
BISUTERÍA
TROQUELES
MECANICO MAQUINA SINGER
MECANICO SUAJADORA

Tabla 13

Se investigo la competencia que existe en el mercado de EUA y Canadá de productos similares western, es importante comentar que no hay productos similares a los de Morena y de los aretes no se encontró nada, a continuación se presenta una muestra de lo encontrado:

Competidores	Precio	Distribución	Foto de accesorio
Cavenders Boot City <a href="https://www.cavenders.com/american-darling-womens-genuine-leather-sunflower-tooled-leather-wallet-with-crossbody-">https://www.cavenders.com/american-darling-womens-genuine-leather-sunflower-tooled-leather-wallet-with-crossbody-</a>	\$ 120.00 USD	Tiendas físicas Texas  e-commerce internacional	




Competidores	Precio	Distribución	Foto de accesorio
<a href="#">strap/ADBGA247C.html</a>			
Buckle <a href="https://www.buckle.com/sts-tooled-leather-crossbody-purse/prd-20413STS31269/sku-966000000">https://www.buckle.com/sts-tooled-leather-crossbody-purse/prd-20413STS31269/sku-966000000</a>	\$ 152.00 USD	Tiendas físicas Texas  e-commerce internacional	
Bootbarn <a href="https://www.bootbarn.com/tony-lama-mens-tooled-leather-belt/120153.html?dwvar_120153_color=7049#start=7">https://www.bootbarn.com/tony-lama-mens-tooled-leather-belt/120153.html?dwvar_120153_color=7049#start=7</a>	\$ 1,350.00 MXN	Tiendas físicas USA  e-commerce internacional	
Hides Canada <a href="https://hidescanada.com/collections/belts-1/products/leather-money-belt-distressed">https://hidescanada.com/collections/belts-1/products/leather-money-belt-distressed</a>	\$ 79.00 CAD	Tienda física Toronto  e-commerce nacional	

Tabla 14

## Directorio de contactos

Se trabajo un directorio de contactos en donde se realizó una búsqueda del mercado Western en todo Estados Unidos de América y Canadá encontrando las siguientes ciudades

## Ciudades y estados de Estados Unidos

Estados	Ciudad	Tienda	Página / teléfono
Wyoming	Douglas	City Shoe & Saddle Shop	<a href="http://www.cityshoeandsaddleshop.com/contact-us/">http://www.cityshoeandsaddleshop.com/contact-us/</a>
	Casper	Boot Barn	<a href="https://www.bootbarn.com/">https://www.bootbarn.com/</a>
	Cheyenne	Murdoch's Ranch & Home Supply	<a href="https://www.murdochs.com/category/">https://www.murdochs.com/category/</a>
Texas	Dallas	Wild Bill's Western Store	<a href="http://www.wildbillswestern.com/">http://www.wildbillswestern.com/</a>
		Rivera Western Wear	<a href="https://riverawesternwear.com/">https://riverawesternwear.com/</a>
	Mesquite	Cavender's Boot City	<a href="https://www.cavenders.com/">https://www.cavenders.com/</a>
	Houston	Gomez Western Wear Uvalde	<a href="https://gomezwesternwear.com/">https://gomezwesternwear.com/</a>
Cavender's Boot City		<a href="https://www.cavenders.com/">https://www.cavenders.com/</a>	
Kansas	Kansas city	Nessabel Western Boots	<a href="https://nessabel.com/">https://nessabel.com/</a>
	Olathe	Boot Barn	<a href="https://www.bootbarn.com/">https://www.bootbarn.com/</a>
Illinois	Chicago	Alcala's Western Wear	<a href="http://www.alcalas.com/">http://www.alcalas.com/</a>
	Frankling park	Los Jerezanos Articulos para Caballo Y Charrería	<a href="https://losjerezanosfranklinpark.com/">https://losjerezanosfranklinpark.com/</a>
California	Sacramento	Guadalajara Western Wear	<a href="https://www.guadalajarawesternwear.com/">https://www.guadalajarawesternwear.com/</a>
	Bakersfield	Emporium Western Store	<a href="http://www.emporiumwesternstore.com/">http://www.emporiumwesternstore.com/</a>
	Fontana	Botas Bronko	<a href="http://botasbronko.com/">http://botasbronko.com/</a>
	Redlands	West of Texas	<a href="http://westoftexas.net/">http://westoftexas.net/</a>

Tabla 15

## Ciudades y estados de Canadá.

Estados	Ciudad	Tienda	Página / teléfono
Alberta	Spruce Grove	Lammle's Western Wear & Tack	<a href="https://www.lammles.com/?utm_source=GMB&amp;utm_medium=organic&amp;utm_campaign=store30">https://www.lammles.com/?utm_source=GMB&amp;utm_medium=organic&amp;utm_campaign=store30</a>
	Wetaskiwin	Mike's Western Wear Ltd	<a href="https://www.mikeswesternwear.ca/">https://www.mikeswesternwear.ca/</a>
Saskatchewan	Saskatoon	Lammle's Western Wear & Tack	<a href="https://www.lammles.com/?utm_source=GMB&amp;utm_medium=organic&amp;utm_campaign=store45">https://www.lammles.com/?utm_source=GMB&amp;utm_medium=organic&amp;utm_campaign=store45</a>
Columbia Británica	Williams Lake	Cariboo Spurs Apparel & Tack	12503988886
	Camloop	Lammle's Western Wear & Tack	<a href="https://www.lammles.com/?utm_source=GMB&amp;utm_medium=organic&amp;utm_campaign=store33">https://www.lammles.com/?utm_source=GMB&amp;utm_medium=organic&amp;utm_campaign=store33</a>

Tabla 16

## Comercialización

### Plan de Marketing.

### Políticas y términos de venta.

Las políticas de venta serán las mismas aplicadas a nivel internacional, un 50% de anticipo y el otro 50% restante será pagado a la hora de la entrega de la mercancía, igualmente cabe aclarar que todos los detalles y responsabilidades de

cada parte serán negociados y plasmados en un contrato de compra venta y estipulando el incoterm acordado.

## Publicidad

Los medios de publicidad nos podrán ayudar a promocionar nuestras marcas en las diferentes ciudades de nuestros países metas. Esto ayudará a llegar a más personas que no tengan nuestros productos de manera física, puedan buscar nuestros productos en medios digitales.

La revista Cowboys & Indians, es una revista de los Estados Unidos que cuenta con productos de nuestra categoría, y cuenta con revista física y digital. Esta revista nos ayudará a llegar a nuestro mercado más focalizado, ya que las personas que consumen este tipo de contenido, tienen a mostrar un interés en nuestros productos. Esta página también cuenta con redes sociales, lo que puede ayudar al momento de que publiquen fotografías de nuestros productos para poder tener mayor publicidad.

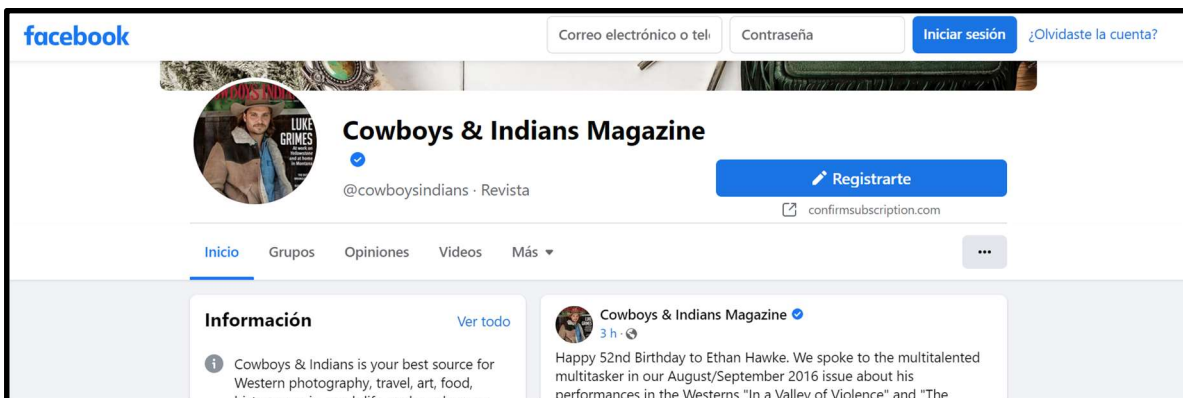


Imagen 25

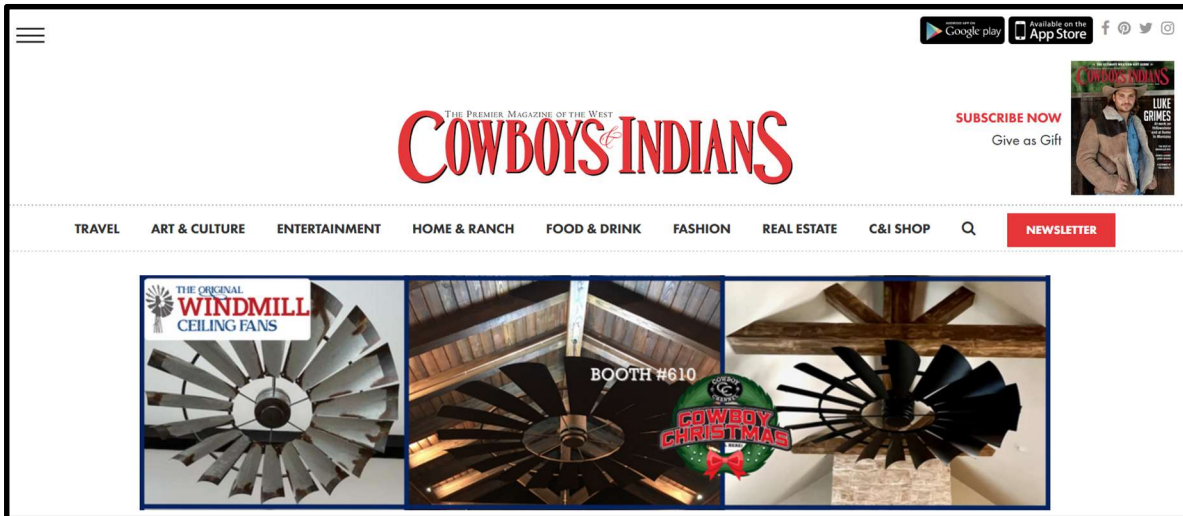


Imagen 26

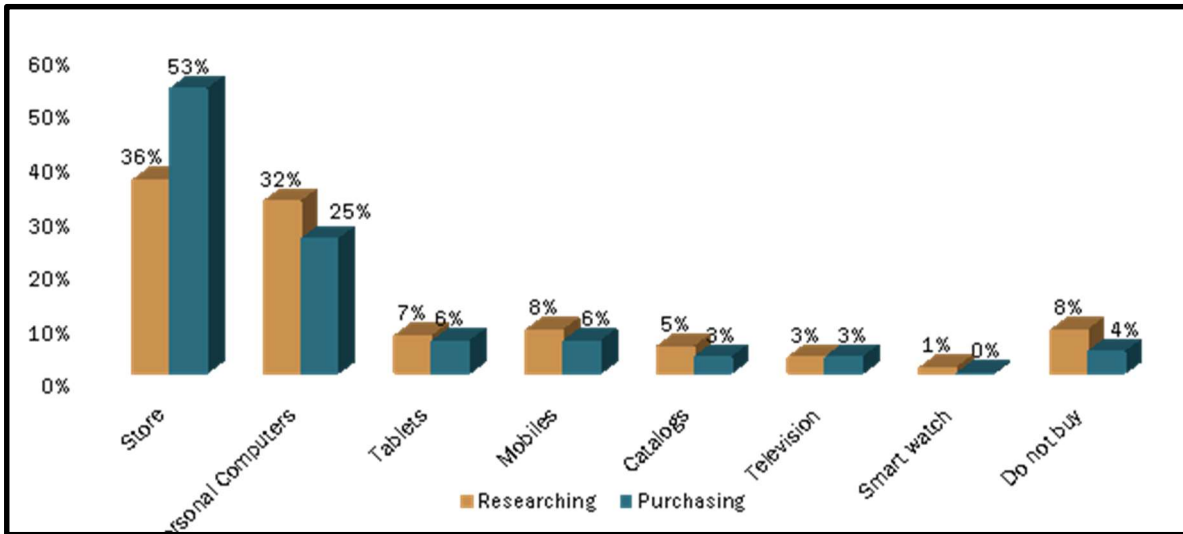
Muchos de los contactos que mencionamos en el documento anteriormente, cuentan también con páginas web y redes sociales. Por lo que se promociona el producto de alguna manera, al igual que se podían llegar a acuerdos con los lugares de distribución, para que se incluyan imágenes de nuestros productos en la publicidad.

### **Herramientas de venta.**

Como sabemos, actualmente no contamos con productos físicos en el extranjero, aunque es el plan a futuro para poder estar más cerca de nuestros clientes y puedan vivir una experiencia más cercana con el producto. Por otro lado, Morena, cuenta con páginas web, que podrán ayudar a la agilización de contacto con personas que muestren interés, y no solo clientes finales, si no también intermediarios que quieran distribuir nuestro producto.

Dentro de la página web se puede crear un portal de suscripciones para que los clientes puedan obtener ofertas o las noticias de la tienda antes que nadie, además se puede crear una cercanía con los clientes. Por otro lado, en la página web se puede crear una sección de contacto para atender a los clientes interesados de manera personalizada.

Otra herramienta para que nuevos clientes nos puedan contactar de manera frecuente es a través de LinkedIn. Ya que hay muchas oportunidades de empleo y de contacto con otras empresas y podemos crear una comunicación directa.



Fuente: Grand View Research

Imagen 27

El CRM se define como “La gestión o administración de relaciones con el cliente, más conocida por sus siglas en inglés CRM, puede tener varios significados: Administración o gestión basada en la relación con los clientes: un modelo de gestión de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente”, estas herramientas son de gran uso ya que organizan toda la información en un solo lugar, todo esto con afán de mejorar la experiencia del cliente y generar más ventas, las ventajas más claras son las siguientes:

- Automatiza los procesos.
- Gestiona los datos.
- Personaliza servicios.
- Incrementa las ventas.
- Aumenta la productividad.
- Brinda una experiencia positiva para el cliente.
- Reduce los costos.
- Aumenta el flujo de caja.








MOST RECOMMENDED			
 <b>Freshsales</b>	<p>Trusted by 40,000+ customers 21-day free trial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ One of the easiest CRM to use</li> <li>✓ Take action with real-time tracking</li> <li>✓ Easy built-in communication tools</li> </ul>	<p><b>9.8</b> Outstanding ★★★★★ <a href="#">Read Review »</a></p>	<p>Disponible en Español</p> <p><b>VISIT SITE</b> Start Now</p>
 <b>monday sales CRM</b>	<p>Entire customer life-cycle in one place **14-day free trial**</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Over 200 ready-made templates</li> <li>✓ No-code automations eliminate manual work</li> <li>✓ Flexible drag-and-drop interface</li> </ul>	<p><b>9.4</b> Excellent ★★★★★ <a href="#">Read Review »</a></p>	<p><b>VISIT SITE</b> Start Now</p>
 <b>pipedrive</b>	<p>All-in-one sales platform for growing revenue **14-day free trial**</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Easy to implement and use</li> <li>✓ Highly rated by thousands of customers</li> <li>✓ Customer support response in 60 secs or less</li> </ul>	<p><b>9.1</b> Excellent ★★★★★ <a href="#">Read Review »</a></p>	<p><b>VISIT SITE</b> Start Now</p>
 <b>HubSpot</b>	<p>Organize &amp; automate your database &amp; sales Free trial available</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Quick setup and time-saving CRM</li> <li>✓ Automatically track customer interaction</li> <li>✓ Visualize &amp; customize your sales funnel</li> </ul>	<p><b>8.9</b> Good ★★★★☆ <a href="#">Read Review »</a></p>	<p><b>VISIT SITE</b> Start Now</p>
 <b>InfoFlo</b>	<p>Top CRM for outlook Free trial available</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ InfoFlo integrates seamlessly with Outlook</li> <li>✓ Trusted by over 20,000 companies</li> <li>✓ Complete VoIP phone and SMS integration</li> </ul>	<p><b>8.4</b> Good ★★★★☆ <a href="#">Read Review »</a></p>	<p><b>VISIT SITE</b> Start Now</p>

Imagen 28

Las 5 CRMS mas utilizadas y mejor puntuadas a nivel mundial son las anexadas en la tabla anterior.

## Ferías y promoción.

Las ferias y lugares de promoción en nuestros países meta son de gran ayuda para poder comenzar a comercializar el producto, y contactar posibles contactos interesados. Dentro de las ferias que se investigaron fue Cowboy Christmas. Esta feria se lleva a cabo en Las Vegas: lugar reconocido por tener constantemente ferias. Esta feria se lleva a cabo de 1-10 de diciembre del 2022.

Al ser una feria concurrida, se tiene una lista de espera en donde se pregunta información para poder ser candidato a exhibir los productos. Para ello se deberá de mandar la información en el siguiente link.  
[https://fp37.a2zinc.net/clients/LVE/CC2022/Public/e\\_Login.aspx?FromPage=e\\_ExhibitorConsole](https://fp37.a2zinc.net/clients/LVE/CC2022/Public/e_Login.aspx?FromPage=e_ExhibitorConsole)



Imagen 29

### Costo del viaje

Vuelo	Precio	Fechas	Hotel
Volaris	\$9,052 MX	Ida: 30 noviembre 2022 Regreso: 11 diciembre 2022	\$30,000 aproximado.

Tabla 17

Dentro de la búsqueda que hicimos acerca de esta exposición, no encontramos los costos exactos por stand y espacio. Por lo que dentro de los costos se deberá de contemplar este gasto extra.

### Plan de Ventas.

#### Objetivos de venta:

De acuerdo con la información proporcionada por la empresaria se presentan las siguientes capacidades de producción que tiene de cada uno de los productos seleccionados:

- 200 cinturones producidos/mensualmente
- 200 bolsos producidos/mensualmente

- 200 accesorios producidos/mensualmente

## Logística

La logística es algo fundamental para comenzar la exportación de productos, y el medio de transporte puede ser un dilema al momento de encontrar el más óptimo y el que se adapte más a las necesidades del cliente, se tienen que tomar varios aspectos en cuenta, así como la distancia, los territorios, la fragilidad de producto, entre otros puntos a considerar.

Modo de transporte	Factores a tener en cuenta para la elección del medio de transporte				
	Naturaleza de la mercancía	Capacidad de carga	Coste del servicio	Seguridad del medio	Plazos de entrega
Carretera	Cualquiera	Baja	Bajo	Media	Cortos y medios
Por vías férreas	Gran volumen y a granel	Alta	Medio	Alta	Medios y largos
Marítimo	Cualquiera	Alta	Bajo	Alta	Largos y muy largos
Aéreo	Pequeño volumen, alto valor, perecederas	Baja	Alto	Alta	Urgentes y cortos

Imagen 30

## CUBICAJE

	Peso y cantidad de bolsas	Peso y cantidad de cinturones	Peso y cantidad de accesorios
Houston	100 bolsas (60 kg)	60 cinturones (20 kg)	140 accesorios (5 kg)
Vancouver	100 bolsas (60 kg)	60 cinturones (20 kg)	140 accesorios (5 kg)

Tabla 18

Cubicaje caja 1: En centímetros / pallet			Cubicaje caja 2: En centímetros / pallet		
120	120	100	120	120	100
30.5	19.5	8.5	35.5	23.5	10
3.93442623	6.15384615	11.7647059	3.38028169	5.10638298	10
3	6	11	3	5	10
<b>198 cajas / pallet</b>			<b>150 cajas / pallet</b>		
Cubicaje caja 3: En centímetros / pallet			Cubicaje caja 4: En centímetros / pallet		
120	120	100	120	120	100
45.5	31.5	14	49	34.5	15.5
2.63736264	3.80952381	7.14285714	2.44897959	3.47826087	6.4516129
2	3	7	2	3	6
<b>42 cajas / pallet</b>			<b>36 cajas / pallet</b>		

Imagen 31

## Regulaciones

FRACCIÓN DÍGITOS	6	Producto	País	Arancel	Tratado
420221		BOLSOS	EUA	5.30%	T-MEC
420221		BOLSOS	CANADÁ	10%	T-MEC
420330		CINTURONES	EUA	2.70%	T-MEC
420330		CINTURONES	CANADÁ	9.50%	T-MEC
717790		ACCESORIOS	EUA	11%	T-MEC
717790		ACCESORIOS	CANADÁ	8.50%	T-MEC

Tabla 19

FRACCIÓN DÍGITOS	6	Producto	País	# RRNA
420221		BOLSOS	EUA	8
420221		BOLSOS	CANADÁ	7
420330		CINTURONES	EUA	7
420330		CINTURONES	CANADÁ	7
717790		ACCESORIOS	EUA	7
717790		ACCESORIOS	CANADÁ	9

Tabla 20

## Legal

Un contrato de compraventa internacional es un instrumento que refleja el acuerdo entre dos partes domiciliadas en diferentes países con el fin de crear, transferir, modificar o exigir derechos y obligaciones bajo el amparo de una ley.

Las cláusulas más importantes son;

- Tiempos de pago,
- Tiempos de entrega,
- Formas de pago,
- Costos,
- Penalizaciones,
- Responsabilidades (incoterm).

Fuente: <https://mundi.io/exportacion/contrato-compraventa-que-es/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20la%20Secretar%C3%ADa%20de%20Econom%C3%ADa,el%20amparo%20de%20una%20ley.>

## Formas de Pago.

Existen modalidades de pago internacional en el comercio exterior. Estas son las principales:

1. Pago anticipado
2. Pago a la vista o documento contra pago
3. Cartas de crédito
4. Cuenta abierta
5. Consignación
6. Factoraje financiero

### **1. Pago anticipado**

Esta forma de pago consiste en hacer el pago al exportador antes de efectuar el embarque. Este es uno de los medios de pago internacionales más seguros, ya que estás en tu derecho de mandar la mercancía al comprador hasta que recibas la transferencia de fondos.

### **2. Pago a la vista o documento contra pago**

Cuando se realiza un contrato de compraventa de mercancías en México bajo el esquema de pago a la vista o documento contra pago, un banco, en representación del exportador, presenta los documentos al importador para que pueda recibir la mercancía. Esto tiene por objetivo lograr que el comprador realice el pago correspondiente lo más inmediato posible.

### **3. Cartas de crédito**

Este es uno de los medios de pago en el comercio internacional más seguros tanto para el exportador como para el importador. Está sujeto a regulaciones internacionales y es gestionado por instituciones financieras. La modalidad de esta forma de pago compromete al importador a pagar a través de un banco al exportador siempre y cuando se cumpla con la entrega de mercancías pactada.

Los beneficios de la carta de crédito para los exportadores es brindar confianza de recibir el pago por lo que está vendiendo y dar certeza sobre los términos y condiciones a cumplir para obtener su pago.

Los tipos de Cartas de Crédito

- Carta de crédito de Importación/Doméstica.
- Carta de crédito de Exportación.
- Carta de crédito Stand-by.
- Garantías a Primer Requerimiento.

#### **4. Cuenta abierta**

Si en una venta de mercancía a crédito pactan como forma de pago una cuenta abierta, esto obliga al exportador a enviar los bienes sin garantía alguna. El periodo de pago acordado empieza a correr en cuanto la mercancía llega al destino del comprador, siempre y cuando esta cumpla con sus expectativas. Esto puede tardar entre 30, 60 o 90 días después de recibido el embarque y no existe ningún documento de alguna institución financiera que intervenga. Por lo tanto, este proceso de compraventa internacional es uno de los más arriesgados para el exportador.

#### **5. Consignación**

Entre las formas de comercio internacional la consignación se basa en un acuerdo contractual por el cual un distribuidor extranjero o un agente independiente recibe y vende los bienes del exportador. Este tiene derecho a dichos bienes hasta que son vendidos. Sin embargo, esta opción no garantiza ningún pago para el exportador.

#### **6. Factoraje financiero**

El factoraje financiero, más que fungir como un cheque internacional se consolida como una herramienta que emplean algunas empresas exportadoras para obtener liquidez de manera inmediata a partir de las venta de sus facturas por cobrar a entidades financieras.

Su funcionamiento consiste en que el exportador emite al comprador (importador) la factura de la venta que realizó. Posteriormente, el mismo exportador se pone en contacto con la financiera para solicitar una línea de factoraje sobre la tasa de comisión del monto total de la factura que dicha financiera cobrará por el servicio.

Fuente: <https://mundi.io/finanzas/medios-de-pago-internacionales/>

### **Arbitraje Internacional.**

Para poder tener un arbitraje y apoyar en el procedimiento de solución de controversias, hay ciertos reglamentos, leyes, documentos, secretarías y demás elementos que pueden ayudar en la solución de los mismos, mostraremos algunos a los cuales se puede acudir.

- Tratado de Libre Comercio de América del Norte
  - Capítulo XX
    - Historia de las negociaciones
    - Comercio Transfronterizo de Servicios
    - Medidas de Salvaguarda Impuestas a las Escobas de Mijo
  - Capítulo XIX
    - Revisiones por Paneles del TLCAN Capítulo XIX
- Casos en contra de Estados Unidos de América

- U.S. Department of State
- Casos en contra de Canadá
  - Foreign Affairs and International Trade Canada
- Negociación del capítulo XI del TLCAN
- CNUDMI (Comisión de las Naciones para el Derecho Mercantil Internacional)

Fuente: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-solucion-de-controversias?state=published>

## **Descripción Proceso.**

Para comenzar el arbitraje, perímtero se debe de considerar el tipo de arbitraje que se llevará a cabo, pero se pueden tomar en cuenta algunos aspectos en general.

1. Haber intentado resolver el problema previamente con la contraparte.
2. Se deberá tener una constancia escrita en donde se muestre el trámite previo
3. Cuando se establece la relación comercial de las partes, se debe de firmar con convenio arbitral en donde menciona por escrito que cualquier diferencia comercial, se somete a un arbitraje
4. Se deberá tener en cuenta como el idioma en el que se llevaba a cabo, el lugar, el cual es de suma importancia por que aplicaran las leyes del país en el que se encuentren.
5. El órgano arbitral podrá tomar la decisión de tomar o no el arbitraje. En caso de no aceptarlo se deberá exponer la razón.
6. Se da una fecha y lugar específico en donde se llevará a cabo el arbitraje.
7. Se concluye con la resolución del arbitraje y el cumplimiento de obligaciones de ambas partes.

Fuente: <https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/arbitraje-internacional-resolucion-conflictos-traspasa-fronteras>



#### 4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

**Ivanna Cortés:**

##### **Aprendizaje profesional**

En este proyecto PAP, realmente fue una recopilación de todos mis aprendizajes a lo largo de mi carrera, porque se toman en cuenta temas de comercial, logísticos, de marca, del producto y demás. Ya que muchas veces aprendemos todo de manera práctica, o con casos simulados, pero en este caso hicimos todos los ejercicios de las maneras aplicadas en la vida real.

Nos enfrentamos a problemas que vivía la empresaria en su intento por emprender un negocio, las complicaciones que tenía, y en este caso nos tocó a nosotros, encontrar las maneras de poder aportar a la solución o de alguna manera poderla encaminar a formalizar su negocio y cumplir su deseo de comenzar a exportar su producto a Estados Unidos y Canadá.

También nos afrontamos a la estructura de la empresa, ya que aunque esta lleva 6 años desde fundación, la estructura de la empresa a tenido varios problemas para poder estabilizarse, por lo que también se le brindaron a las empresa posibles soluciones para poder establecerse de maneras más estable y de ahí proceder a la comercialización del producto.

##### **Aprendizaje social**

Este proyecto, tomó 4 meses aproximadamente para poder realizarlo se necesitó de un trabajo en equipo continuo y mucha investigación. Esto en la vida laboral puede ser un proyecto bastante caro por la cantidad y la calidad de la información que se presenta. Para una empresaria joven y una empresa que apenas comienza, este tipo de proyectos con información valiosa pueden llegar a tener un precio muy alto y se le puede complicar acceder a este tipo de productos, por lo que este trabajo ayudará a la empresaria sin realmente haber hecho una inversión económica, lo cual complementará el crecimiento y la buena estructura de la empresa. Además, este proyecto ayudará a una empresa mexicana a poder dar a conocer su producto en otras partes del mundo, lo que le ayudará con un crecimiento económico, y contribuirá a que los emprendedores mexicanos se puedan motivar a crecer su negocio y poder generar ingresos al país.

##### **Aprendizaje ético**

Al presentarle el proyecto a la empresaria, me motivó mucho ver la alegría que le generó poder tener un proyecto tan bien investigado como el que entregamos. Realmente fue una manera de expresar mi conocimiento y los de mis compañeros a una empresaria que no tenía esta información, así que fue un compartir de información. Así que esto me cautiva para poder compartir mis experiencias profesionales en un futuro, para que otras personas puedan crecer en sus negocios y profesionalmente.

### **Aprendizaje personal**

Finalmente, estas prácticas aportaron a ver cómo me puedo desarrollar en la vida profesional, llevando a cabo un proyecto que abarca gran parte de mi carrera, mostrando las habilidades que he desarrollado a lo largo de estos 4 años lo que me da confianza en desenvolverme en el mundo laboral y poder llevar a cabo todos mis conocimientos sin dudar de mi misma, al mismo tiempo pensando en ideas que además de que desempeñen mis capacidades, también contribuyan al crecimiento de mi entorno.

### **Alejandro Medina:**

#### **Aprendizaje Profesional**

El estar participando dentro de una empresa en un plan de desarrollo implica investigación fuerte y precisa para enfocar los objetivos que se deben adquirir, entender que el cambio que una investigación puede dar a la empresa es bastante eficiente si se incrementa y se toman todas las medidas, mediante el esfuerzo y la colaboración dentro de un equipo de trabajo en donde la comunicación es primordial el desarrollo de un proyecto toma un camino excepcional hacia los objetivos trazados al comienzo de la elaboración de un plan, el contexto en el que se desarrolló el proyecto donde la virtualidad sigue siendo parte primordial y tener esa misma comunicación constante nos permite que el trabajo se pueda realizar en cualquier momento del día y esto facilita, la repartición de temas también es muy eficiente y que entre el grupo se pueda retroalimentar y seguir el desarrollo del proyecto. El aprendizaje es bastante amplio desde el trabajo en equipo como investigación que la información aporta demasiado a la empresa, el tener límites de tiempo para la propia investigación ejercita el crecimiento y te desarrolla para poder ser un profesional en todo sentido.

#### **Aprendizaje Social**

La experiencia es bastante buena enfoca muy bien el conocimiento adquirido a lo largo de la carrera y te permite seguir creciendo de manera social y profesional , en la retroalimentación final por parte de la empresaria se siente una buena retroalimentación y eso genera tanto confianza como credibilidad en el propio

proyecto, el impacto generado es muy eficiente por las palabras y la confianza que la propia empresaria tiene, el propio enfoque del proyecto crea una buena retroalimentación y crecimiento de la empresa y genera información que va ser de provecho para la empresa.

### **Aprendizaje Ético**

Tener la confianza de la empresa en brindarte la información necesaria para enfocar el proyecto, seduce de manera efectiva que la toma de decisiones se facilita, porque la estructura propia te dice por dónde guiarte, tener enfoque en hacer investigación que pueda proteger a la empresa antes de una toma de decisión que en un futuro implicaría un costo innecesario si no tiene un respaldo teórico o mínimo informativo para selección de cuestiones que puedan incrementar el costo y reduzca el enfoque rentabilidad del trabajo y es algo muy importante que se toma en cuenta para la vida profesional.

### **Aprendizaje Personal**

Por último enfocar el aprendizaje que me llevó a nivel personal es bastante, me da un poco el enfoque de la vida profesional y desgaste que se puede llegar a tener si no hay actividades realizadas y más cuando se trata de un equipo, me ayuda a valorar las cualidades que tengo y a reducir los defectos y enfocar en trabajarlos para evitar problemas o inconvenientes, entender cuál es el rol a tratar y enfocarlo y que todos lo enfoquen, y sacar el mejor provecho de todas las experiencias y señalar lo que se hace bien y lo que no se está haciendo bien ratificar ya que todo el tiempo estoy en crecimiento y en aprendizaje continuo.

### **Michelangelo Mazzacurati:**

#### **Aprendizaje Profesional**

A lo largo de la carrera varias materias se llevan a cabo de la mano de un proyecto, sin embargo, casi siempre se queda en la línea teórica, mientras que en este caso la compañía además de ser real, se encuentra involucrada de forma directa y el interés es real en la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que se le da por parte del proyecto PAP.

#### **Aprendizaje Social**

Este es mi segundo proyecto PAP, debido a mi carrera (comercio), el primero decidí que fuera distinto, algo fuera de mi carrera para aprender algo distinto y

nuevo, complementando lo visto a lo largo de toda la carrera que he cursado. Esto para complementar con este segundo PAP el cual es plenamente de mi carrera y es un proyecto muy parecido a los ya elaborados anteriormente en varias materias, pero mucho más completo, y sobre todo práctico.

### **Aprendizaje Ético**

Para estos proyectos con empresas reales y externas, hay mucha información confidencial que algunas veces la compañía dándole la confianza a la universidad comparte. Informaciones de mercado que ya conocen, y sobre todo financieras, de costos y procesos. Es muy importante darle la debida importancia y respeto ético a la información que se clasifica como confidencial y/o delicada.

### **Aprendizaje Personal**

Este proyecto se lleva a cabo de la mano de un cronograma, y en equipos, lo cual es muy parecido a cómo se lleva a cabo la vida profesional que nos espera para el resto de nuestra carrera. La organización, planeación, adaptabilidad, que se debe llevar a cabo para realizar una investigación y un proyecto como este, es compleja y avanzada. Esto creo que es muy útil para el desarrollo personal y profesional de todos los miembros.

**Daniel Jiménez:**

### **Aprendizaje Profesional**

Este siendo mi primer Proyecto de aplicación profesional de la carrera pude empaparme de conocimientos teóricos y mucho más importante los conocimientos prácticos que tiene nuestra carrera, durante toda la carrera el alumno adquiere conocimientos variados que en su momento son muy ambiguos o muy poco especializados, una vez cursando un PAP, el alumno se da cuenta de que todos los conocimientos previos tienen un porque y cuando, la metodología implementada por el profesor consta con un seguimiento que hace muy interesante el autoaprendizaje, más que trabajar con temas financieros, comerciales, etc. El programa requiere y fortalece cosas mucho más importantes en la vida laboral, el trabajo en equipo, la comunicación, entre muchas cosas más.

### **Aprendizaje Social**

El hecho de llevar por 5 meses un proyecto como lo fue Morena nos brinda un panorama real de la vida laboral y el día a día de una emprendedora, podría hablar en nombre de todos mis compañeros cuando digo que el hecho más gratificante para uno es poder ayudar a una empresaria con una Mype, darle un poco de nuestro conocimiento con herramientas que nos brinda la universidad, que por su elevado costo no es muy factible que todos tengan acceso a ellas.

### **Aprendizaje Personal**

Durante el proceso nuestro equipo e igualmente el docente nos afrontamos a muchas adversidades y problemáticas que no teníamos presupuestadas, así mismo tocando el punto anterior, a mi parecer el principal aprendizaje personal y profesional que adquiere el alumno de este proyecto es el hecho de poder empaparse de un ritmo laboral real, desarrollar habilidades intangibles como la resolución de problemas y liderazgo, estas son algunas de las que en el mundo laboral se aprecian mucho más que un simple ejercicio de Excel.

### **Aprendizaje Ético**

Tener la confianza de una empresaria y poder brindar soluciones reales a la mesa nos hace crecer a todos como personas y como profesionales, nuestro proyecto final nos deja buen sabor de boca a todos y nos da la seguridad como alumnos de poder seguir nuestro camino laboral y profesional con mucha más firmeza en nuestros pasos.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

### **Empresa**

Dentro de la investigación que tuvimos a lo largo de este trabajo, nos pudimos percatar del gran área de oportunidad que tiene Morena en los diferentes mercados, ofrece productos de gran calidad y categoría, lo que abre oportunidades a grandes mercados como lo es el mercado americano y canadiense. Morena cuenta con las herramientas necesarias y una excelente ubicación de distribución, lo que ayudará al crecimiento de la empresa y la introducción a nuevos clientes.

### **Producto**

De acuerdo con las características de cada producto tienen diferentes estilos y sus propios rasgos distintivo, de esta manera ejerce una cierta complejidad en la búsqueda de las acciones necesarias para la comercialización, el tener la ficha técnica y la descripción detallada aporta en la búsqueda de la fracción arancelaria que es la base para la exportación teniendo esta se facilita el camino que cada producto debe recorrer hasta llegar a su destino.

El producto de Morena, está fabricado cuidando todos los detalles para entregar al cliente un producto de excelente calidad, podrá cumplir con los gustos de su mercado meta, además cuenta con una gran variedad de productos que podrán llamar la atención de posibles distribuidores y clientes, lo que contribuirá al crecimiento del mercado y de la empresa. Por otro lado, si existen productos similares al de Morena, pero puede ser una ventaja ya que los mercados están acostumbrados al producto y además los diseños, así que los diseños de Morena destacaron por la autenticidad.

En cuanto al cumplimiento de normas, tienen que estar en orden dentro del país de origen las mercancías para que producto esté apto para su comercialización fuera del país. Se trabajaron los procesos producción y se identificaron las actividades que agregan valor, tienen claro la capacidad de producción y cual es la capacidad exportadora,

De acuerdo con la información proporcionada por la empresaria se presentan las siguientes capacidades de producción que tiene de cada uno de los productos seleccionados 200 cinturones producidos mensualmente, 200 bolsos producidos mensualmente, 200 accesorios producidos mensualmente. teniendo en cuenta los proveedores ya que son parte fundamental para llevar a cabo la exportación del producto ya que depende de ellos la capacidad de producción y las exigencias que estos puedan llegar a tener como plazos y créditos.

## **Mercado**

En la búsqueda de un mercado potencial para los productos Western, se sugirió por parte de la empresaria ir a los vecinos países del Norte como lo es Estados Unidos y Canadá, con la cual se validó el mercado mediante una investigación tanto cualitativa como cuantitativa de si realmente son mercados en los cuales el producto pueda tener cierta competitividad hablando de consumidores, la investigación nos indica que si, la competencia es un punto muy importante esta da entrada a que si es viable el mercado y los costos que puedan llegar a manejar si es rentable. La industria de pieles a nivel mundial nos arroja la siguiente información, datos a rescatar que nos ayudan a dar un mejor nivel de comprensión del mercado son los siguientes: Tamaño de mercado (2022): 424.6 billones USD, Crecimiento anual grueso: 6.9%, Previsión de ingresos (2030): 743.50 billones USD

En Estados Unidos y Canadá existe un gran mercado Western para este tipo de productos, ya que hay gran cantidad de anglosajones y latinos entre ellos mexicanos, que usan este tipo de producto y que además van con sus tradiciones y hobbies. Y por otro lado, en estos dos países hay ciudades en donde la cultura western se vive en el día a día, ya que dentro de sus costumbres y maneras de vivir tienden a consumir productos derivados de pieles naturales. Además, tienden a asistir a eventos en donde la vestimenta tiene tendencia western. Las ciudades seleccionadas fueron Houston en Estados Unidos y Vancouver en el país de Canadá. Estas se encuentran buscando a través de mapas de Google Maps, utilizando palabras clave como lo fueron 'western' 'western shop'. Con esto pudimos identificar estados y ciudades donde se sitúan una gran cantidad de Y a continuación se hizo una búsqueda dentro de las páginas para ver si iban de acuerdo con nuestros productos, las tiendas, ciudades y estados

Los canales de distribución ejercen un gran papel para el manejo de las mercancías y la búsqueda de socios comerciales dentro del nuevo mercado al que se quiere adentrar, el retail sigue siendo muy importante para el mercado, pero la tecnología y los cambios que se han experimentado el mundo mediante la pandemia lo ha cambiado a un mundo donde la compra mediante el internet lo hace cada vez más sencillo para el consumidor. De acuerdo con la investigación los canales se van a seleccionar mediante la capacidad de producción de la misma, también se toma en cuenta la competencia y de cómo el consumidor decide hacer la compra de los productos.

Uno de los canales sería por e-commerce desde la página web de la empresa o a su vez identificar una tienda en línea en el extranjero que puedan vender de diferentes marcas y hacerlo mediante alguna comisión, también se puede buscar el poder abrir una sucursal en algunas de las plazas seleccionadas de acuerdo a la densidad de población que tienen las ciudades. La búsqueda de contactos en los países fue fundamental para el proyecto ya que dejó una relación de 3 contactos en la Ciudad de Houston y 2 en la Columbia Británica que es donde se encuentra la ciudad de Vancouver, investigar e identificar posibles aliados forjan el desarrollo comercial con la venta de los productos de Morena, la venta se puede hacer directa o indirecta con apoyo de los socios, los contactos identificados pueden jugar un papel muy fuerte para la búsqueda de un posicionamiento dentro del mercado.

### **Comercialización**

En este punto se identificaron las herramientas de venta más adecuadas que soporten la estrategia de basarse en una de las ventajas competitivas de calidad para sobresalir sobre la competencia, especificando el segmento Western que se basa en dos mercados objetivo con clientes que tienen características muy similares, ambos mercados con fuerte poder adquisitivo en la segmentación tanto en Estados Unidos como en Canadá.

Dos estrategias que buscan ser eficientes y maximizar un mercado muy específico, el western. La primera se basa en la amplificación de su e-commerce directo de su web, implementando el marketing digital necesario, así como la logística, para realizar ventas, entregas y envíos a nivel internacional (MX, EU y CA).

La otra estrategia se trata de entrar al mercado por medio de negocios locales ya establecidos, es decir, integrar la marca en tiendas ya sea físicas o en línea, ya existentes que forman parte de este mercado. Siendo estas su cliente, más no el consumidor de los productos.



La publicidad en este punto es bastante importante, los medios publicitarios que pueden aportar son La revista Cowboys & Indians, es una revista de los Estados Unidos que cuenta con productos de nuestra categoría, y cuenta con revista física y digital. Esta revista nos ayudará a llegar a nuestro mercado más focalizado, así como las redes sociales de la misma. También es muy importante enfatizar los CRM's ya que sirven para la administración de la relación con el cliente. Las ferias son buenos lugares para la búsqueda de socios comerciales e implementa la comercialización y el crecimiento de la marca y el producto dentro de los mercados, además de ver a la competencia en acción y conocer tendencias del mercado. Las plazas seleccionadas fueron a partir de la investigación con la competencia y enfoca las características mismas de los segmentos que están en las plazas/ciudades seleccionadas para adentrarse en el consumidor.

### **Logística**

Esta parte es primordial cuando se habla de realizar alguna exportación, en este caso el entendido de los tiempos y la cantidad de producto es sumamente importante comprende la geografía y las limitantes que pueda tener, a su vez como los factores externos fuera de ello como la inseguridad el contexto propio de los territorios, se analizan a costos y tiempos que es lo que más convenga, por cuestión geográfica se seleccionó el transporte terrestre vía carretera ya que la conexión con Estados Unidos tiene todas las facilidades para realizar la operación, se hizo la cotización mediante eso a una ciudad del estado de Texas y para Vancouver para Canadá.

Para el empaque y embalaje se siguieron las indicaciones de la empresaria y se buscó la optimización de espacios para el transporte de las mercancías, Solicitando información a la empresaria nos percatamos como es el funcionamiento de embalaje y empaque, al principio se trato de ahorrar espacio al darse cuenta que en un pallet había mucho espacio muerto sin utilizarse, esto se trató de solucionar introduciendo accesorios o incluso aún más bolsas dentro de las mismas bolsas, resultando en daño a la mercancía, con evidencia fotográfica nos informó el actual embalaje de los productos, este cambia dependiendo el producto pero en esencia es el mismo, se recubre por dentro una caja de cartón con material de empaque y se distribuyen los productos según la venta, en el caso de los cinturones, estos se recubren de película stretch, en el caso de las bolsas, se introduce más material de empaque para que no pierdan su forma original, una vez concluido este proceso, se cierra y se da por finalizado con cinta de embalaje para posteriormente subirlo al pallet. así como las regulaciones que tienen cada una de las mercancías y da enfoque al incremento de costo que esta llega a tener, se elaboró también una tabla con los documentos necesarios para la exportación de dichas mercancías.

## **Legal**

Los contratos en los tratados comerciales son extremadamente importantes, para tener fundamentos legales y escritos sobre cualquier acuerdo, a nivel internacional pueden ser aún más fundamentales y específicos ya que las leyes de comercio internacional son distintas. Es importante determinar, acordar y firmar cualquier contrato ya sea de servicio o compra-venta, antes de realizar cualquier operación, para que de esta forma se haga de forma correcta y efectiva.

Para poder tener un arbitraje y apoyar en el procedimiento de solución de controversias, hay ciertos reglamentos, leyes, documentos, secretarías y demás elementos que pueden ayudar en la solución de los mismos, mostraremos algunos a los cuales se puede acudir.

El seguro de transporte es aquel contrato por medio del cual el asegurador asume los daños y pérdidas materiales sobrevenidas al material de transporte y/o a los objetos transportados durante el traslado por vía fluvial, férrea, aérea o marítima. Aunque el seguro de transporte no es obligatorio es muy recomendable asegurar los bienes transportados ante cualquier riesgo que pueda existir durante el tránsito de estos desde el origen hasta el destino final.

Las acciones legales en el comercio juegan un papel muy importante y tener claro lo que se desarrolla en cada movimiento, estar asegurando la mercancía y la inversión junto con los costos que tiene el hacer los trámites siguen siendo incrementales para la rentabilidad del producto puesto en un mercado internacional, tener claro qué es lo que la ley nos pide y que es necesario para cumplir con todos los lineamientos que se tienen para la continua transacción que se busca hacer.


## Bibliografía

*¿Cómo solicitar el registro de marca en Estados Unidos?* (s/f). iGERENT. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://igerent.com/es/como-solicitar-el-registro-de-marca-en-estados-unidos>

*DOF - Diario Oficial de la Federación.* (s/f-a). Gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=771542&fecha=23/02/2001](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=771542&fecha=23/02/2001)

*DOF - Diario Oficial de la Federación.* (s/f-b). Gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de [https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4863829&fecha=06/01/1997](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4863829&fecha=06/01/1997)

López, A. (2021, diciembre 8). *¿Qué son los valores de una empresa y por qué importan tanto?* Blog de Ecommerce y Marketing Digital. <https://www.tiendanube.com/blog/mx/valores-de-una-empresa/>

Mundi. (2022, marzo 17).  ¿Qué son los costos de exportación y cómo calcularlos? Mundi. <https://mundi.io/exportacion/costos-de-exportacion-mexico/>

Portal de trámites y servicios - SAT. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://www.sat.gob.mx/home>

Secretaría de Desarrollo Económico. (s/f). Secretaría de Desarrollo Económico. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://sedeco.jalisco.gob.mx/>

TESS -- Error. (s/f). Uspto.gov. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de [https://tmsearch.uspto.gov/bin/showfield?f=toc&state=4804%3A5rv1u4.1.1&p\\_search=searchss&p\\_L=50&BackReference=&p\\_plural=yes&p\\_s PARA1=&p\\_tagrepl%7E%3A=PARA1%24LD&expr=PARA1+AND+PARA2&p\\_s PARA2=Morena&p\\_tagrepl%7E%3A=PARA2%24COMB&p\\_op ALL=AND&a default=search&a search=Submit+Query&a search=Submit+Query](https://tmsearch.uspto.gov/bin/showfield?f=toc&state=4804%3A5rv1u4.1.1&p_search=searchss&p_L=50&BackReference=&p_plural=yes&p_s PARA1=&p_tagrepl%7E%3A=PARA1%24LD&expr=PARA1+AND+PARA2&p_s PARA2=Morena&p_tagrepl%7E%3A=PARA2%24COMB&p_op ALL=AND&a default=search&a search=Submit+Query&a search=Submit+Query)

Pustilnick, M. (2021, octubre 28).  Medios de pago internacionales [2021]. Mundi. <https://mundi.io/finanzas/medios-de-pago-internacionales/>

de Economía, S. (s/f). Comercio Exterior, Solución de Controversias. gob.mx. Recuperado el 29 de noviembre de 2022, de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-solucion-de-controversias?state=published>

## Anexos



120 Descripciones de Puestos.pdf



Morena.pdf