

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

3J02B Desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales CEDECOM

“Proyecto de exportación Nopable”

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Miguel Emmanuel Monroy Corazzini AE707593-Administración y emprendimiento

Alan Jesús Cervantes Romero CN705496-Comercio y negocios globales

Sara Sandoval Serés CN703683-Comercio y negocios globales

Enrique González Ríos CN699533-Comercio y negocios globales

Profesor PAP: **Mtra. Montserrat Moncada Navarro.**

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo 2020.

REPORTE PAP

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
1.1. Objetivos	2
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Resultados del trabajo profesional	17
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	17
5. Conclusiones	22
6. Bibliografía	24

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 popotes de sabores comestibles de la marca *Nopable* presentan ser un producto con potencial de éxito para el mercado extranjero. Por esta razón, la empresaria Luz Ávila ha buscado desarrollar este proyecto de exportación con apoyo del PAP CEDECOM internacional, y así poder determinar el mercado más conveniente, junto con los requisitos necesarios para lograr alcanzarlo.

1. Introducción

A continuación, se presentará la idea general del proyecto, por qué nace, qué problemática atiende y los factores externos que le afectan.

1.1. Objetivos

En este trabajo se tiene como objetivo preparar a *Nopable* para internacionalizarse y elegir el mercado meta extranjero óptimo para comercializar sus productos. Esto incluye la consolidación de la empresa, sugerencia de adaptaciones del producto/empaque, análisis de mercado y competencia, pasos clave para las operaciones de internacionalización, promoción con el extranjero y apoyos.

1.2. Justificación

La generación de basura plástica es un grave problema en el planeta, y en los últimos años se han realizado importantes esfuerzos por reducir esta contaminación. Los popotes plásticos representan una buena iniciativa para empezar a concienciar a la población y su manera de consumir desechables, ya que se han visto difundidos en los medios con artículos y vídeos sobre los daños que pueden llegar provocar estos artefactos en el mar; especialmente para las tortugas y resto de vida marina.

Nopable ha desarrollado un producto amigable para la sociedad y el medio ambiente, pues no solo da una alternativa verde al mercado en cuanto el uso de desechables, sino que también por su constitución favorecen a la buena alimentación (como un beneficio extra secundario). Todo esto dado a que ofrece variedad de sabores de popotes comestibles (chile, cocoa y neutro), naturales y sanos por su constitución. México y Estados Unidos son históricamente los principales países con mayor obesidad en el mundo según los datos publicados de La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos o por sus siglas la OECD: Estados Unidos de América con un 38.2% de la población adulta y en segundo lugar México con un 32.4%¹. Dicho esto, es de urgente necesidad ofrecer productos con esta naturaleza.

De igual manera, E.U.A presenta ser el mercado más importante en cuanto al consumo y sus alarmantes bajos porcentajes de reciclaje. Tal y como se explica

¹ Cruz, A. (2019, enero 17). Estos son los 10 países más obesos del mundo. Retrieved April 8, 2020, from <https://noticiasya.com/2019/01/17/estos-son-los-10-paises-mas-obesos-del-mundo/>

en el artículo “Estados Unidos, el país que más consume y menos recicla”, según datos de Plastic Pollution Coalition, este país solo recicla el 4.4% del plástico consumido, porcentaje que va en descenso. Se expresa que el foco de este problema reside en dos elementos clave: las bolsas de plástico y los popotes. Estados Unidos, el país que más consume y menos recicla.²

Al lograr la exportación de los popotes *Nopable* se espera tener un impacto positivo tanto para el medio ambiente como para la sociedad. Dado a que al proveer un producto alto en fibra y sin conservadores como sustituto de un producto que es usualmente usado como popote de plástico desechable, beneficiará tanto al que lo consume, como a su entorno.

1.3 Antecedentes

La evidente preocupación por el medio ambiente en los últimos años ha tenido un impacto significativo en la manera de consumir. Según el reporte World Green Building trends 2018³, las empresas están siguiendo una tendencia enfocada a ideas más verdes, puesto que el consumidor está preocupado por hacer un cambio positivo y dispuesto a comprarle a las compañías que aborden esta problemática.

De igual manera la preocupación por la contaminación se ha visto reflejada en muchos gobiernos. La aprobación de la iniciativa del Congreso de Ciudad de México de prohibir la distribución de los popotes y bolsas de plástico⁴ abrió la puerta a la búsqueda de alternativas en cuanto al uso de desechables más respetuosos con el medio ambiente. Los legisladores del estado de Jalisco también aprobaron una reforma a la Ley Estatal de Equilibrio Ecológico para impulsar la sustitución

² 2018, November 11,. Retrieved April 8, 2020, from <https://www.eluniversal.com.mx/mundo/estados-unidos-el-pais-que-mas-consume-y-menos-recicla>

³ World Green Building Trends 2018 SmartMarket Report. (2018, November 13). Recuperado en Febrero 10, 2020, de <https://www.worldgbc.org/news-media/world-green-building-trends-2018-smartmarket-report-publication>

⁴ Online, E. S. de M. (n.d.). Adiós a popotes y bolsas de plástico en la CDMX a partir del 2020. Recuperado en Febrero 8, 2020, de <https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/cdmx/adios-a-popotes-y-bolsas-de-plastico-en-la-cdmx-a-partir-del-2020-congreso-de-la-ciudad-de-mexico-ley-de-residuos-solidos-3597405.html>

gradual de bolsas de plástico y popotes por productos similares en 2020⁵.

Nopable surge a partir de esta tendencia. Con la idea de emprender y ver que en el mundo la ecología se vuelve cada vez un tema más urgente, la química farmacobióloga (Q.F.B) Luz Bertha Ávila Padilla, dueña y socia del proyecto, comenzó a desarrollar diferentes utensilios con base de nopal en agosto del 2017.

Es un hecho que la industria alimentaria ha adoptado los popotes de plástico en sus bebidas para darle al cliente la mejor experiencia posible al consumir sus productos. Sin embargo, se ha abusado de los desechables, especialmente en países desarrollados, más específicamente Estados Unidos. El país es el mercado número uno del mundo y tiene unas tasas de reciclaje muy bajas, causando así un fuerte impacto negativo en el medio ambiente. De igual manera, este presenta de los más altos porcentajes de obesidad en su población.

Hoy en día los medios y diversas instituciones han trabajado para desarrollar estrategias donde se ayude al medio ambiente, y por otro lado también ha crecido la tendencia de concienciar para la creación de un estilo de vida más saludable. Aunque siguen faltando muchos más esfuerzos para mejorar esta situación, es más que evidente que estos dos temas han cobrado una suma importancia en los últimos años.

1.4. Contexto

El proyecto se desarrolla en Guadalajara, Jalisco, y el lugar de fabricación único, el domicilio de la empresaria Luz Bertha Ávila. Al ver la urgente necesidad por combatir la contaminación del plástico no reciclado y la tendencia hacia un modo de vida más

⁵ Jalisco prohibirá popotes y bolsas de plástico en 2020. (2018, October). Recuperado en Febrero 9, 2020, de <http://www.plastico.com/temas/Jalisco-prohibira-popotes-y-bolsas-de-plastico-en-2020-127653>

saludable, la empresaria detecta la oportunidad y trabaja en desarrollar productos a base de nopal, que más tarde se convertirían en popotes de sabores. Con la idea de crecer su proyecto, piensa en pedir apoyo al PAP CEDECOM para trabajar en los pasos claves para llevar *Nopable* al extranjero.

En cuanto a el dato de impacto ecológico más relevante se podría decir que es el siguiente: “Solo en Estados Unidos, se estima que se utilizan más de 500 millones de popotes al día, y el objetivo es combatir la avalancha mundial de plásticos que amenaza al planeta.” (A. Fernández, Be Straw Campaign, 2019). Esto es una prueba más de lo grave que es esta problemática y cómo afecta al planeta.⁶

2. Desarrollo

A continuación, se explicará cómo se llevó a cabo el proyecto, su desarrollo y metodologías utilizadas.

2.1. Sustento teórico y metodológico

En este punto se expondrán las series de conocimientos y conceptos disciplinares aprendidos en la carrera y utilizados durante el proyecto.

Se emplearon saberes adquiridos en las clases de clasificación arancelaria para determinar la correspondiente aplicable para los productos Nopable. De igual manera la materia de consultoría integral en los negocios internacionales, pues durante el proceso y selección de metas se siguieron los lineamientos aprendidos en esta clase. La de logística internacional fue necesaria para determinar la forma más adecuada para hacer llegar el producto al país meta. Geografía económica e investigación de mercados tuvieron un papel relevante al momento de hacer la

⁶ 130 años después de patentarlos, Washington prohíbe los popotes de plástico. (2019, July 2). Retrieved April 8, 2020, from <https://www.efe.com/efe/america/sociedad/130-anos-despues-de-patentarlos-washington-prohibe-los-popotes-plastico/20000013-4013894>

matriz e investigación en la selección del país meta con el fin de conocer más a profundidad lo que el mercado espera de un producto como el que ofrece Nopable.

Lo aprendido respecto a costos fue útil para lograr dar valores más precisos de acuerdo a las necesidades del proyecto que se realizó, esta parte tiene una especial importancia porque de ahí es que se comienzan a hacer cambios y adaptaciones en los diferentes procesos para llegar a el precio conveniente.

La asignatura “manejo de la información y datos” fue de gran ayuda para analizar y plasmar de forma efectiva los datos recabados durante la fase de investigación de factores como país meta, productos, competencia y regulaciones.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- 2.2.1 Descripción del proyecto

Se iniciaron actividades la tercera semana de enero del 2020. Este proyecto presentó un apoyo al medioambiente con el uso de sustitutos de plástico como lo es este popote de nopal el cual viene a sustituir los popotes actuales.

Para iniciar nos dimos a la tarea de reunir toda la información posible de la empresa la cual se consiguió mediante reuniones y pláticas con la empresaria.

Posteriormente trabajamos con las características del producto para poder obtener los datos necesarios para poder crear un plan para la exportación del producto, se buscó la fracción arancelaria para identificar posibles aranceles a la exportación de México e importación del producto en el extranjero.

Mediante una investigación de diversos sectores como político, económico, etc., y con ayuda de una matriz buscamos las mejores opciones de países potenciales para la exportación de los popotes de nopal de los cuales se identificaron tres, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos de Norteamérica, el cual la empresaria decidió Estados Unidos de Norteamérica para comenzar esta investigación.

Con apoyo de plataformas como trade wizard se realizó una investigación a profundidad del mercado, previamente para identificar requerimientos del país destino buscar posibles negociaciones en un futuro.

Se consiguieron los requerimientos de regulaciones arancelarias y no arancelarias del producto al país destino (Estados Unidos de Norteamérica).

Y, por último, pero no menos importante se buscaron medios de transporte pertinentes para este tipo de producto al igual que al país que se enviaron y se encontró como paquetería aérea para su exportación como la opción más viable.

- 2.2.2 Metodología

Para la realización del trabajo PAP, la metodología de trabajo utilizada consistió en primeramente analizar la situación de la empresa, una vez definida su posición, capacidades y la visión de la empresaria se realizaron objetivos y se plasmaron en un acuerdo firmado por las dos partes (la empresaria, y el equipo de estudiantes de ITESO). A partir de esos objetivos, se enlistó una serie de actividades a realizar, incluyendo investigación, redacción, creación de tablas o imágenes, uso de plataformas y software, revisión del documento etc. Se elaboró un cronograma en el cual se ordenaron las actividades y tareas distribuidas de manera que el trabajo fuera lineal y con un orden cronológico. Cada tarea tenía un responsable a cargo de que se realizará correctamente, sin impedir que más de un alumno colaborará en la misma. Se trabajó semana con semana, teniendo revisiones continuas con la Asesora del proyecto, y consultando información con la empresaria cuando fue necesario. Se trabajó en conjunto, utilizando herramientas digitales como google drive y Dropbox, mientras la comunicación fue por medio de correos, llamadas y mensajes de texto. Se realizaron varias consultas en herramientas como TradeWizard, Euromonitor, Trade Map, Yo Exporto, Siicex, además de consultar diversas fuentes para completar la información. Durante la elaboración del trabajo, los avances y resultados se fueron plasmando en el Documento Empresarial, y se fue revisando cada semana. Por último, se realizó una revisión final antes de entregarse.

- 2.2.3 Plan de trabajo

Siguiendo la metodología de trabajo antes explicada, se elaboró una lista de los puntos en los que se trabajó posteriormente, se asignaron fechas límite y un responsable por actividad. Inicialmente, se hicieron diversas investigaciones que serían necesarias para poder resolver las incógnitas, cumplir los objetivos del PAP y tener un mejor entendimiento general de los puntos que podrían afectar o relacionarse con la internacionalización de Nopable. seguido se eso, se emplearon los siguientes puntos:

- Actividades:
 - Tareas Técnicas: Investigación, consultas con fuentes y plataformas, consultas con instituciones oficiales, investigación de mercados, consultas con empresas que ofrecen servicios de logística internacional, fotografía de producto, edición de fotografía, benchmarking, cotización de envíos, búsqueda y análisis de competidores, identificación de tratados de comercio y aranceles relacionados con el producto, análisis de la situación actual de la empresa, análisis del producto, análisis de requerimientos legales para la importación y exportación, investigación y selección de país meta,
 - Tareas Operativas: desarrollo de documento, revisión de redacción y ortografía, división de trabajo, toma de fotografías, juntas de equipo, llamadas y video llamadas de organización interna, distribución de actividades,
 - Recursos necesarios: Aulas de trabajo, alrededor de 20 horas semanales, los mismos miembros del equipo, conocimientos de la carrera, computadoras, internet, plataformas como, Yo Exporto, Siicex, Euromonitor, Trade Map, TradeWizard, cámaras, programas de edición,

plataformas digitales para comunicación y trabajo en línea de manera remota, instalaciones de ITESO, consultas con maestros de ITESO (humanos, materiales, económicos, tecnológicos, tiempos.)

- Fechas previstas: Reuniones semanales con la asesora del PAP, consultas con la empresaria, presentación intermedia, revisión de avances semanal, y los avances de cada punto del documento empresarial que se pueden encontrar en la Tabla1: Cronograma de trabajo. de reuniones de los equipos y/o asesorías con la profesora, o bien con otras personas, durante el desarrollo del Proyecto.

A continuación, se plasma en un cronograma la distribución de tiempos y tareas que se utilizó en este proyecto

FECHAS PLANEADAS DÍAS DE REALIZACIÓN	Cronograma													
	ENERO		FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S-12	S-13	S-14
	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D
	19 al 25	26 al 01	02 al 08	09 al 15	16 al 22	23 al 29	01 al 07	08 al 14	15 al 21	22 al 28	29 al 04	12 al 18	19 al 25	26 al 02
1. EMPRESA -														
1.1 Información General de la Empresa.														
2. PRODUCTO -														
3. MERCADO -														
Industria														
Investigación de Mercado.														
Canales de Distribución.														
4. Ferias y promoción.														
5. LOGÍSTICA														
Selección del Medio del Transporte.														
Regulaciones.														
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES														
Conclusiones														
Recomendaciones														

Tabla 1: Cronograma de Trabajo, Elaboración propia

2.2.4 Desarrollo de propuesta de mejora

Para poder identificar más a fondo donde existían los puntos de oportunidad de la empresa se realizaron dos diagnósticos.

Gráfica de resultados

A continuación se presentan los resultados del diagnóstico realizado. En la gráfica se visualiza de manera general la situación de la empresa y de cada una de las áreas analizadas.



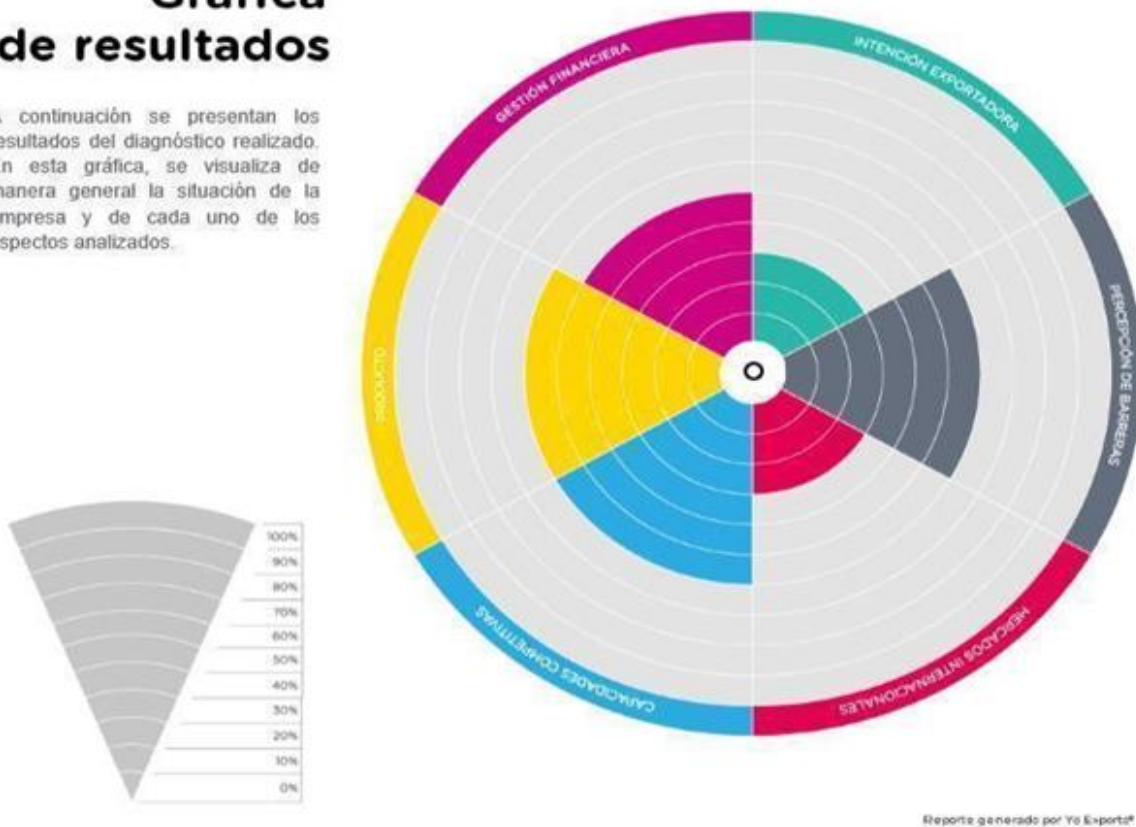
Reporte generado por Yo Exporto®

Gráfica 1. Yo Exporto. (2020). Diagnóstico Empresarial. 10 febrero 2020, de Yo Exporto Sitio web: <https://www.yoexporto.mx/curso/diagnostico/diagnostico-empresarial>

Como se puede observar la empresa va iniciando operaciones de manera formal por lo que tiene varios puntos de oportunidad como lo es la comercialización el cual se encuentra en un 20% de su máxima capacidad, pero la ventaja aquí es que es un producto innovador con lo cual cubre el 70% así que habla que falta poco por mejorar en este punto, al igual que recursos humanos y producción cuentan con la misma capacidad que es 70%. Sus finanzas y su cultura empresarial cuentan con un 50% por lo que es recomendable trabajar en eso dentro de la misma empresa para identificar errores en específicos.

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.



Gráfica 2. Yo Exporto. (2020). Diagnóstico exportador. 10 febrero 2020, de Yo Exporto Sitio web: <https://www.yoexporto.mx/curso/diagnostico/diagnostico-exportador>

Por otra parte, también se realizó el diagnóstico exportador para identificar nuevamente las áreas de oportunidad en el sector de comercio exterior.

La gráfica nos muestra cómo es que el área de producto, capacidades competitivas y percepción de barreras, son los más altos con un 60% por lo que entendemos que se encuentra en una sección aceptable pero que todavía se puede mejorar estos para llegar al 100% de efectividad, le sigue gestión financiera con 50% el cual es estable pero para poder dirigirse a la exportación necesitan pulir esta área y por último los que cuentan con menor porcentaje son intención exportadora y mercados internacionales con 30% esto muy probablemente debido a que la empresa va iniciando operaciones y se están adentrando a conocer el mercado nacional pero el

30% para comenzar operaciones es aceptable pero se tiene que enfocar más en estos sectores de la gráfica para poder desempeñarse mejor en negociaciones en comercio exterior.

Se ideó un plan de mínimos y máximos a la exportación de acuerdo a la capacidad de producción para hacer cotizaciones y aproximados más reales al momento de hacer proyecciones, ya sean logísticas o de costos.

Se realizaron fotografías de producto para completar el apartado respectivo, mejorar la presentación y dar un apoyo visual a la descripción del mismo. Las imágenes se entregaron a la empresaria para proveerla de material visual de su producto para que lo pueda aprovechar de la manera que crea conveniente.



Imagen 1: Popotes Comestibles, Elaboración: propia

Para el apartado de Mercado, se hicieron investigaciones en varias herramientas digitales y diversas fuentes. Con la información recabada, se compararon una serie de países para elegir el cual fuera idóneo para que la empresa comercializara en este. Este análisis se plasmó en la siguiente matriz.

Matriz para la selección del ranking de países candidatos

PARÁMETROS EXTERNOS		PAÍSES CANDIDATOS					
		CALIFICACIÓN OBTENIDA					
DIMENSIÓN	Coeficiente de ponderación	Estados Unidos		Alemania		Reino Unido	
POLÍTICA & LEGAL		Calificación	Resultado	Calificación	Resultado	Calificación	Resultado
Estabilidad Política	2	3	6	4	8	2	4
Normatividad aplicable (ARANCEL y RRNA)	3	5	15	5	15	3	9
Requisitos específicos país/	3	3	9	3	9	4	12
Número documentos para despacho de mercancías	2	4	8	4	8	3	6
Facilidad de hacer negocios.	2	5	10	4	8	4	8
Normas y Leyes	3	3	9	3	9	3	9

ECONÓMICA							
Volumen de importación	3	5	15	4	12	4	12
Tendencia del ingreso per cápita	2	4	8	4	8	3	6
Tendencia económica en el mercado meta	2	3	6	4	8	2	4
TLC	3	5	15	5	15	3	9
Infraestructura logística	2	5	10	5	10	4	8
Valor de la industria en país destino	1	4	4	4	4	4	4
Arancel	3	5	15	4	12	3	9
Riesgo país	2	4	8	5	10	3	6
SOCIOCULTURAL							
Proximidad cultural	2	4	8	3	6	3	6
Idioma	2	4	8	3	6	4	8
Conciencia ecológica	3	3	9	4	12	4	12
Mexicanos/Latinos viviendo en destino	3	5	15	4	12	3	9
TECNOLÓGICA							
Internet	2	5	10	5	10	3	6
Tendencias	2	5	10	5	10	4	8
DEMOGRAFÍA							
Ubicación	2	5	10	3	6	3	6
Tamaño de la población	3	5	15	4	12	3	9
Distancia medida con los países	2	5	10	3	6	4	8
Calificación Final			225		206		178

Tabla 3. Matriz de selección de país, Fuente: Elaboración propia

Una vez elegido el país meta entramos en la parte logística, en la cual analizamos diferentes formas de envío considerando las capacidades de la empresa.

Método	Tiempo de tránsito	Costo⁷	Ventajas	Desventaja
Aéreo	3 horas – 4 horas	Elevado	Poco tiempo de tránsito. Bueno para productos frágiles, No hay exposición a humedad, no solo tiene acceso a costas a diferencia de la vía marítima	Se tiene que transportar la mercancía de otra manera antes y después del vuelo
Terrestre	3 días – 5 días	Moderado	Entrega directa a planta o tienda. Acceso a prácticamente cualquier punto	Riesgo, de accidentes, robos, velocidad sujeta a tráfico, tiene mayor riesgo para productos frágiles.
Paquetería	4 - 5 días	Moderado	La paquetería se encarga de la parte logística y documentos de envío, se puede rastrear el producto en tiempo real, entrega directa en la dirección destino	Depende de la paquetería, el trato de la mercancía puede variar.

⁷ Consulta con Vantec Logistics (2020) sitio web: <https://www.vantec-gl.com/mx-es/>

Tabla 4. Comparación de métodos de envío. Fuente: elaboración propia (rangos de tiempo aproximados)

Con toda la información recabada se hizo un análisis y en conjunto determinamos cuál sería la estrategia recomendada para Nopable, los pasos que debería seguir y cómo podría aprovechar las oportunidades accesibles para la empresa y utilizar todos los activos tangibles e intangibles a su disposición para obtener mejores resultados.

3. Resultados del trabajo profesional

Se lograron los objetivos expuestos en el documento empresarial de determinar los pasos claves para internacionalizar Nopable. Esto dado a que se investigó y determinó el mercado meta óptimo, se le entregaron las instrucciones a seguir para la adaptación de sus productos y cumplir con los lineamientos impuestos por las leyes de EUA y poder cruzar la frontera, también de México en cuanto a exportación. De igual manera se contribuyó a la formalización de la empresa, y se le brindaron diferentes opciones para promocionarse y encontrar apoyos.

A continuación, se presentan los hallazgos principales relacionados con el proceso de exportación de México e importación hacia E.U.A.; además de las características de este mercado y sus tendencias relacionadas a los popotes desechables.

- **Clasificación arancelaria y regulación arancelaria:**

Sección:	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborado
Capítulo:	19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería
Partida:	1905	Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con adición de cacao; hostias, sellos vacíos de los tipos utilizados para medicamentos, obleas para sellar, pastas secas de harina, almidón o fécula, en hojas, y productos similares.
SubPartida:	190590	- Los demás.
Fracción:	19059099	Los demás.

Exportación	Ex.				
-------------	-----	--	--	--	--

Siicex. (2020). TIGIE. 10 de marzo de 2020, de Siicex Sitio web: <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>

En esta tabla se puede observar la clasificación arancelaria de los popotes Nopable. De igual manera se expone que este producto no debe pagar ningún arancel de exportación.

NAFTA Duties and Taxes

Description	Explanation or Formula
Duty	0% OF FOB

Tabla 13 Fracción arancelaria libre de impuestos a la importación en Estados Unidos de Norteamérica, Trade wizard. (2020). <https://wizards.amberroad.com/tw/mdi/html/desktop/desktop.jsp>

En esta tabla se puede observar que en la sección de “Duty”, los países que conforman el NAFTA, o el T-Mec (Tratado de Libre Comercio entre E.U.A., México y Canadá) no deben pagar ningún impuesto de importación al cruzar la aduana en EUA.

- Regulación no arancelaria:

Como regulación no arancelaria es crucial tener el certificado de FDA, ya que los popotes son de consumo humano. Esto puede confirmarse en el semáforo mostrado en la siguiente imagen:

Import Controls Summary	
Control Type	Result
Embargo/Sanction	● No Controls
Prohibition	● No Controls
Licenses, Permits, etc.	● No Controls
ADD/CVD	● No Controls
Absolute Quota	● No Controls
Tariff Rate Quota	● No Controls
Other Controls	● Controls Apply

Imagen 6. Trade wizard. (2020). Controles de importación. 23 de marzo de 2020, de Trade wizard Sitio web: <https://wizards.amberroad.com/tw/mdi/html/desktop/desktop.jsp>

- **Sobre el mercado:**

¿Según el artículo “Están los consumidores listos para dejar los popotes de plástico?” realizado a partir de un estudio en EUA estos fueron los resultados al respecto:

- La mayoría de los consumidores estadounidenses de mayor de 13 años de edad están de acuerdo con la decisión de eliminar los popotes de plástico.
- Las personas que están de acuerdo con prohibirlos son más propensas a apoyar a negocios más socialmente conscientes.
- Según los resultados de las encuestas realizadas en este estudio:
 - En general, es más probable que los estadounidenses estén de acuerdo que en desacuerdo con la eliminación de los popotes, lo cual es alentador, considerando que el 37% de los estadounidenses usa un popote de plástico cada vez que cenan en un restaurante.
 - Sorprendentemente, el 41% de las personas que usan popotes de plástico cada vez que cenan están listas para deshacerse de ellas. El uso de un popote es una rutina para este grupo, sin embargo, muchos apoyan el abandono del plástico. Más de la

mitad de los usuarios de popotes a veces están a favor de la eliminación.⁸

(Diehl, E. (2018, July 25). Find Market Research Companies, Facilities, Jobs, Articles, More. Retrieved March 16, 2020, from <https://www.quirks.com/articles/are-consumers-ready-to-ditch-plastic-straws>

- **Estados en EUA y compañías que han hecho un cambio:**
 - Según “Be Straw Campaign” se estima que en Estados Unidos se utilizan 500 millones de popotes al día, (1.6 por día por persona).⁹
 - En julio del 2018, la ciudad de Seattle en EUA fue la primera ciudad grande en prohibir los popotes de plástico.¹⁰
 - A partir del 2019 en el estado de California los restaurantes no servirán bebidas con popotes a menos que el cliente lo pida específicamente.¹¹
 - Según fastcompany.com, estos estados están trabajando para resolver este problema: New York City, Hawaii, California (Alameda, Carmel, San Luis Obispo, Davis, Malibu, Manhattan Beach, Oakland, Richmond,y Berkeley), Washington: Seattle

- **Compañías en EUA que cambian:**

Según un artículo de National Geographic y otros artículos publicados varias empresas importantes en EUA están planeando eliminar los popotes plásticos¹²:

⁸ (Diehl, E. (2018, July 25). Find Market Research Companies, Facilities, Jobs, Articles, More. Retrieved March 16, 2020, from <https://www.quirks.com/articles/are-consumers-ready-to-ditch-plastic-straws>

⁹ (Bailey, K. (2016). FAQs and Links: Milo's Be Straw Free Campaign. Retrieved March 12, 2020, from <https://www.ecocycle.org/bestrawfree/faqs>)

¹⁰ West-Rosenthal, L. B. (2020, January 13). 22 Big Companies That Are Getting Rid of Plastic for Good. Retrieved from <https://www.rd.com/culture/companies-getting-rid-plastic/>

The real reason why so many cities and businesses are banning plastic straws has nothing to do with straws at all. Retrieved March 15, 2020, from <https://www.businessinsider.com/plastic-straw-ban-why-are-there-so-many-2018-7?r=MX&IR=T>

¹¹ After straw ban, California builds a non-plastic future. (2019, April 9). Retrieved March 16, 2020, from <https://www.latimes.com/home/la-hm-california-straw-ban-update-20190409-story.html>

¹² Gibbens, S. (2019, January 3). A brief history of how plastic straws took over the world. Retrieved March 15, 2020, from <https://www.nationalgeographic.com/environment/2018/07/news-plastic-drinking-straw-history-ban/>
Alaska Airlines Sustainability. (n.d.). Retrieved from <http://www.flysustainably.com/>

- McDonald's planea conseguir que en 2025 todos sus desechables sean de materiales más amigables con el medio ambiente (certificados como reciclados, reusables, con materiales sustentables).
- Bon Appétit Management (compañía de servicios alimenticios con 1000 ubicaciones en EUA) anunció eliminar los popotes plásticos en 33 estados del país para septiembre del 2019.
- Según el reporte sobre sustentabilidad de Alaska Airlines, en 2018 esta fue la primera aerolínea en eliminar los popotes de plástico.
- American Airlines también quiere dejar de ofrecer popotes a sus pasajeros.
- Disney anunció eliminar los popotes de plástico para mediados de 2019 (excepto en Tokio por ser administrado por otros dueños).

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

- Aprendizajes profesionales:
 - Sara Sandoval: este PAP me ayudó a desarrollar habilidades usando diferentes herramientas como plataformas digitales, aprender sobre requisitos de etiquetado para E.U.A. y los impactos económicos y ambientales que tiene el producto con el que se trabajó para exportación. Aprendí que en la práctica desarrollar un proyecto de este tipo cambia mucho, ya que hay más factores importantes en tomar en cuenta y esto requiere un trabajo duro e inversión.
 - Miguel Monroy: Para mi este PAP fue un gran impulso a mi formación académica y profesional, ya que la parte medular del proyecto salía totalmente de lo que estoy acostumbrado a trabajar, tanto en mi carrera de Administración en ITESO como en mi puesto de trabajo en

una agencia de mercadotecnia. Aprendí todas las variables, procesos y requisitos que implica una venta internacional, todos los ajustes que se tienen que hacer en el producto y su contenido. Este trabajo me ilustró en materias que eran totalmente desconocidas para mí, como la manera de investigar y seleccionar países meta o las consideraciones especiales que se tienen que hacer para un producto, su empaquetado y su envío. Aprendí también como las condiciones entre un país y otro pueden afectar la operación de las empresas de manera individual. Conocí herramientas y plataformas que te pueden facilitar la información importante sobre el mercado y cómo opera. El PAP Me ayudó a reforzar algunas otras competencias, como la logística internacional, y me aclaró puntos sobre los cuales conocía, pero no entendía en su totalidad, como los tratados entre países y el cómo se asignan impuestos a cada producto. Al final todo esto es información que puede ser aplicada en mi carrera en el ámbito de gestión y toma de decisiones de negocio, pero son cosas que sin la ayuda de la tutora del PAP y mis compañeros de equipo, no hubiera aprendido durante mis estudios en ITESO. Además de todo esto, también empleé conocimientos de mi carrera, ya que se tenía que hacer una sugerencia de la estructura de la empresa, y definir cosas como: misión, visión y objetivos. Practique también un poco de costos y estructuras financieras, e incluso materias complementarias como fotografía y edición digital de imágenes

- Enrique González: Gracias a este PAP llegué a utilizar principalmente lo que es clasificación arancelaria que nos permitió como equipo buscar e identificar la fracción arancelaria de nuestro producto, otra parte que también lleve de la práctica al trabajo es la logística identificando la mejor opción para exportar el producto.

Al igual que me permitió trabajar como equipo e identificar mis puntos débiles o puntos a mejorar al momento de desempeñarse en un proyecto real. Al igual que me hizo reafirmar mi creencia que lo más

esencial es la constante práctica para desarrollar mayores habilidades y seguir creciendo personalmente en este tipo de ambiente de trabajo.

- Alan Romero: El proyecto me sirvió en lo personal a comenzar a aplicar en un caso real lo que he ido aprendiendo a lo largo de mi licenciatura, me di cuenta de lo diferente que es ir construyendo un proyecto paso a paso, conocer todas las variables antes de tomar alguna decisión en diferencia a lo ya estructurado que había estado viendo en las diferentes materias donde todo está listo para resolver sin analizar mucho. El proyecto requirió de mi parte el análisis e interpretación de mucha información para llegar a un resultado concreto y adecuado para lo propuesto durante el semestre, aprender a diferenciar información relevante fue también una parte interesante de lo que aprendí durante el trabajo de investigación.

- Aprendizajes sociales:

- Sara Sandoval: Como sociedad todos tenemos una responsabilidad con nuestro entorno, pues la manera en la que actuamos y pensamos hará que este cambie. Hablando específicamente del hecho de trabajar con un producto que propone mejorar dos problemáticas de manera simultánea; el dejar de usar popotes de plástico y consumir productos saludables, conlleva una responsabilidad de realmente hacer que este proyecto avance y así que más personas se puedan ver beneficiadas con él.
- Miguel Monroy: Creo que el proyecto como tal no tenía un enfoque social, sin embargo, la empresa si, fabricando popotes que no dañan el medio ambiente, no solo descomponiéndose en menos miles de años, si no en cuestión de horas o días. A pesar de que no recayó en nosotros la formación de la idea con un enfoque social, creo que el contacto que el trabajo que realizamos con ella me ayuda a dimensionar el impacto que tiene un enfoque de este tipo al querer comercializar algo. Con base en nuestro proyecto se puede hacer crecer a la empresa para que el producto llegue a más personas

y se reduzca el uso de plásticos a donde sea que llegue, que al final es algo que nos beneficia a todos.

- Enrique González: A mi parecer es muy importante lo que esta empresa está haciendo el buscar crear conciencia social al cambiar los popotes convencionales de plástico a unos comestibles que apoyan el medioambiente. Es muy probable que, con el envío de los productos se haga un poco de contaminación, pero como todo tiene sus pros y contras, pero poco a poco esto irá ayudando al crecimiento personal de todos nosotros, al igual que apoyando al planeta donde vivimos.
- Alan Romero: Compartir mis conocimientos y en base a ellos construir un plan de trabajo es un indicador de que he sabido aprovechar las clases que he tomado, el hecho de que una empresaria tome el consejo y confíe en nosotros que somos unos desconocidos y tenga una fe en que lo que estamos haciendo es a conciencia es una gran responsabilidad pero al mismo tiempo es bueno saber que hay gente que aún apuesta por los jóvenes y nos da una oportunidad de llevar a la práctica nuestras habilidades y que mejor viéndose beneficiadas ambas partes.
- Aprendizajes éticos:
 - Sara Sandoval: Este PAP me remarcó la importancia de hacer las cosas bien, completas y a retomar conciencia sobre mis acciones como agente de cambio y responsable de llevar adelante el trabajo. La experiencia vivida me invita a entender de mejor manera el impacto de mi trabajo y su calidad en los proyectos de otras personas, tanto hoy, como el día de mañana, en la vida profesional.
 - Miguel Monroy: Lo que aprendí en este ámbito fue enfocado al compromiso y el trabajo, cumplir con tu parte para que el equipo entero puede avanzar y entregar conforme fue acordado, también el manejo de información el trato con los compañeros y la comunicación abierta, para un ambiente de trabajo más sano y efectivo.

- Enrique González: Lo que comprendí en este PAP es la importancia de compartir las ideas y escuchar las demás, cumplir con lo que me toca y trabajar en tiempo y forma para que todo resulte de la mejor manera posible, al igual que cumplir y tomar la decisión de apoyar a otros en lo que necesiten que esté al alcance de mis manos para poderlos ayudar y no sólo cerrarme en lo mío y mis actividades, a fin de cuentas, es seguir trabajando en equipo buscan un mismo fin.
- Alan Romero: El proyecto requirió de mi parte seriedad y compromiso el estar trabajando en conjunto con personas externas a la institución, compromiso en relación a la confidencialidad de la información y sabiendo que las decisiones que tomamos iban a repercutir directamente en el desarrollo de la empresa.

- Aprendizajes en lo personal

-Sara Sandoval: A trabajar en equipo, aprender a organizarse y comunicarse mejor, además de intentar entender la parte del tercero. Este proyecto sumó a mis aprendizajes de proyecto de vida, ya que este tipo de productos innovadores, con tal potencial me motivan a hacer futuros planes que siguen esta corriente sustentable. Es interesante como la creatividad al innovar pueda lograr resolver más de una problemática a la vez. Aprendí lo relevante que es promover el cambio en la sociedad mediante nuevas propuestas y el impacto que estas puedan tener para seguir construyendo un futuro con mejor calidad de vida. De igual manera entendí lo importante que es la comunicación asertiva, pues la forma en la que se dicen las cosas muchas veces pueden hacer la diferencia.

- Miguel Monroy: Estuvimos en un ambiente de trabajo mucho más formal y profesional que cualquier clase que haya tenido, por lo cual me adentro un poco en el mundo de la comunicación dentro de la empresa, desde los medios de comunicación, hasta las diferentes

maneras en las que tienes que dirigirte a los demás dependiendo del tipo de relación que se tiene, el cómo se habla diferente con un compañero, con un superior y con el cliente y lo importante que es al ser claro en los acuerdos y tener siempre un registro de ello. También aprendí a trabajar en una situación donde no fui yo el que más sabía sobre los temas y mayor control tenía del proyecto, a diferencia de lo que normalmente experimento, me ayudo a poder trabajar de diferente manera, y a darme una perspectiva opuesta que me ayudará a trabajar en equipo de mejor manera a futuro.

- Enrique González: Este proyecto me permitió aplicar los conocimientos previos de la carrera que personalmente pensé haber olvidado, pero no, me ayudo a poder trabajar con las demás personas de mi equipo de una forma más directa y profesional al igual que tener tolerancia con los diversos tipos de pensamientos, iniciativas y formas de trabajo para desempeñarnos de la mejor forma posible, complementándonos unos con otros.
También aprendí a tener una mayor administración de tiempos y a realizar actividades de manera formal y todo a tiempo.
- Alan Romero: Aprendí la importancia de los equipos multidisciplinarios y de lo que cada quien puede llegar a aportar al proyecto, también a siempre tomar en cuenta la opinión de los demás y a respetar distintas maneras de pensar y hacer las cosas.

5. Conclusiones

- ❖ Sara Sandoval: El proyecto logró los principales objetivos señalando los pasos a la internacionalización: selección de mercado meta, mencionar sus barreras arancelarias y no arancelarias y contribución a la formalización de la empresa. Nopable ha ideado un producto altamente interesante para las necesidades del mundo actual, ya que además de ser amigable con el medio

ambiente, también es nutritivo y lo ha logrado proponiendo sabores diferentes, haciéndolo aún más atractivo. Se dirá que esta creativa propuesta aún tiene cuellos de botella en los cuales trabajar; como es la capacidad de producción y mejor adaptación en sabor para tener mejor aceptación en el mercado. El hecho de tener más máquinas haría que, por el principio de volumen/costo, Nopable pueda ofrecer un precio más competitivo. De igual manera es clave hacer adaptaciones al empaque enfocado al mercado meta, pues forma una parte importante en la toma de decisiones del consumidor, y evidentemente en cuanto el cumplimiento de las regulaciones marcadas en aquel país. Por otra parte, buscar socios, apoyos y asistir a ferias internacionales (una vez formalizada la empresa) representan una interesante oportunidad para Nopable, pues serían de los primeros en el mercado en ofrecer un producto con tales cualidades.

❖ Miguel Monroy

Durante la realización del proyecto nos dimos cuenta que, si la empresa iba a realizar ventas internacionales, tendría que ser a una escala moderada debido a la etapa de desarrollo en la que se encontraba. De parte de nuestro equipo, cumplimos los objetivos, hicimos un arduo análisis para encontrar los requisitos que tendría que considerar la empresa para poder llevar su producto al extranjero, esto después de haber elegido cuál país sería idóneo para realizar exportaciones y la manera de hacerlo. Además del proceso de formalización, la empresa tiene que pensar en fomentar poder realizar ventas internacionales, este punto no formó parte de nuestro proyecto, pero considero que le sería de utilidad crear un catálogo informativo sobre su producto y tal vez un paquete de prueba, con el fin de tener más elementos que aseguren la venta. Una vez establecida la empresa, debería inscribir un segundo PAP en CEDECOM internacional, para que ya en un contexto más avanzado y real de la situación de la empresa, le den información más exacta sobre cómo internacionalizarse.

- ❖ Enrique González: En este proyecto se cumplieron los objetivos principales que se nos proporcionaron, se identificaron las áreas de oportunidad que la empresa tiene, tanto a mejorar como para buscar un mayor desarrollo, encontramos la fracción arancelaria de este producto, encontramos las opciones de internacionalización y exportación del producto. Se presentaron posibles ferias a las cuales asistir para dar a conocer mayormente su producto. Se investigó información específica del país destino su investigación de mercado pertinente para iniciar operaciones. Pero a mi parecer esta empresa debería de llevar más tiempo en el PAP de CEDECOM nacional por lo menos 2 semestres para poder tener información concreta y poder entregar información actual y que pueda llevar a cabo todos los planes que nosotros le proporcionamos en mediano y corto plazo y tenga menos posibilidades de errores. Es un proyecto bastante interesante con demasiado potencial a futuro por lo que lo mejor sería trabajar con datos precisos para tener el mayor de los éxitos posibles en el PAP de CEDECOM internacional.
- ❖ Alan Romero: En conclusión, me voy satisfecho con mi participación en este proyecto y con lo aprendí. Me quedo feliz esperando que lo aportado sea de gran ayuda para el proyecto que apenas comienza Nopable y agradezco a la empresaria por habernos dado la oportunidad de trabajar con su producto y siempre haber estado abierta a cualquier cambio o sugerencia, de igual manera agradezco a la maestra Montserrat por el acompañamiento y la guía durante el semestre.

6. Bibliografía

- (Bailey, K. (2016). FAQs and Links: Milo's Be Straw Free Campaign. Retrieved March 12, 2020, from <https://www.ecocycle.org/bestrawfree/faqs>)
- (Diehl, E. (2018, July 25). Find Market Research Companies, Facilities, Jobs, Articles, More. Retrieved March 16, 2020, from <https://www.quirks.com/articles/are-consumers-ready-to-ditch-plastic-straws>)

- (n.d.). Retrieved March 16, 2020, from <http://www.siicex-caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/76139c8ec2e1d72906256b92005227a1/b69d369108552faa86256ca20060eb0a?OpenDocument>
- ¿Qué hacemos? (7AD, July). Retrieved March 23, 2020, from <https://sedeco.jalisco.gob.mx/acerca/que-hacemos>
- 2020 American Food Fair. (n.d.). Retrieved March 16, 2020, from <https://www.nasda.org/trade-shows/2020-american-food-fair>
- After straw ban, California builds a non-plastic future. (2019, April 9). Retrieved March 16, 2020, from <https://www.latimes.com/home/la-hm-california-straw-ban-update-20190409-story.html>
- Americas Food & Beverage Show: Americas Food & Beverage Show. (n.d.). Retrieved from <https://www.americasfoodandbeverage.com/>
- Antad. (n.d.). Asociacion Nacional De Tiendas De Autoservicio Y Departamentales. Retrieved March 16, 2020, from <https://antad.net/>
- Brueck, H. (2018, October 22). The real reason why so many cities and businesses are banning plastic straws has nothing to do with straws at all. Retrieved March 15, 2020, from <https://www.businessinsider.com/plastic-straw-ban-why-are-there-so-many-2018-7?r=MX&IR=T>
- Center for Food Safety and Applied Nutrition. (2016). Guidance on the Use of the Term "Healthy" in the Labeling Food. Retrieved March 24, 2020, from <https://www.fda.gov/regulatory-information/search-fda-guidance-documents/guidance-industry-use-term-healthy-labeling-human-food-products>
- Center for Food Safety and Applied Nutrition. (n.d.). The New Nutrition Facts Label. Retrieved March 24, 2020, from <https://www.fda.gov/food/nutrition-education-resources-materials/new-nutrition-facts-label>
- Certificado para exportación libre venta de alimentos, bebidas alcohólicas, no alcohólicas, entre otras. (n.d.). Retrieved March 23, 2020, from <https://www.gob.mx/tramites/ficha/certificado-para-exportacion-libre-venta-de-alimentos-bebidas-alcoholicas-no-alcoholicas-etc/COFEPRIS3992>

- CFR - Code of Federal Regulations Title 21. (2019). Retrieved March 24, 2020, from <https://www.accessdata.fda.gov/scripts/cdrh/cfdocs/cfcfr/CFRSearch.cfm?fr=101.54>
- Commissioner, O. of the. (n.d.). ¿Qué hace la FDA? Retrieved from <https://www.fda.gov/about-fda/fda-basics/que-hace-la-fda>
- Consejo Estatal de la Promoción Económica. (2019). Retrieved March 23, 2020, from <http://cepejalisco.com/>
- Coughlin, J. (2018, May 7). Greener Than You: Boomers, Gen X & Millennials Score Themselves On The Environment. Retrieved March 23, 2020, from <https://www.forbes.com/sites/josephcoughlin/2018/05/05/greener-than-you-boomers-gen-x-millennials-score-themselves-on-the-environment/#309ae2334d8b>
- Economía Hoy. (2018). Así es el sustituto natural de los popotes de plástico. ., de . Sitio web: <https://www.economiahoy.mx/empresas-eAmexico/noticias/9322392/08/18/Asi-es-el-sustituto-natural-de-los-popotes-de-plastico-los-productores-de-trigo-ya-se-frotan-las-manos.html>
- Economía Hoy. (2018). Mexicanos utilizan 73 popotes al año Sitio web: <https://www.economiahoy.mx/empresas-eAmexico/noticias/9272927/07/18/Mexicanos-consumen-73-popotes-al-ano-industria-del-plastico-insta-a-usarlos-responsablemente.html>
- Elizabeth Márquez. (Febrero, 2018). evaluar el costo-beneficio de prohibir los popotes. De Manufactura.mx
- Forbes. (2019). Empresas de popotes en México, en vías de extinción. ., de , Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/empresas-de-popotes-en-mexico-en-vias-de-extincion/>
- Forbes. (2019). Empresas de popotes en México, en vías de extinción. ., de , Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/empresas-de-popotes-en-mexico-en-vias-de-extincion/>
- Gibbens, S. (2019, January 3). A brief history of how plastic straws took over the world. Retrieved March 15, 2020, from

<https://www.nationalgeographic.com/environment/2018/07/news-plastic-drinking-straw-history-ban/>

- Hernández, S. (2019, September 7). Popotes biodegradables, una opción exitosa. Retrieved from <https://www.elsoldemorelia.com.mx/local/popotes-biodegradables-una-opcion-exitosa-4149065.html>
- Hernández, S. (2019, September 7). Popotes biodegradables, una opción exitosa. Retrieved from <https://www.elsoldemorelia.com.mx/local/popotes-biodegradables-una-opcion-exitosa-4149065.html>
- Jalisco prohibirá popotes y bolsas de plástico en 2020. (2018, October). Recuperado en Febrero 9, 2020, de <http://www.plastico.com/temas/Jalisco-prohibira-popotes-y-bolsas-de-plastico-en-2020> 127653
- Jalisco prohibirá popotes y bolsas de plástico en 2020. (2018, October). Recuperado en Febrero 9, 2020, de <http://www.plastico.com/temas/Jalisco-prohibira-popotes-y-bolsas-de-plastico-en-2020+127653>
- La Mirilla. (n.d.). Retrieved from <https://www.lamirilla.com.mx/>
- Lmg. (n.d.). FDA Food Registration Regulations. Retrieved March 24, 2020, from <https://www.fdahelp.us/fda-food-registration.html>
- Locker, M. (2018, June 1). Here are the U.S. cities that have banned plastic straws so far. Retrieved March 16, 2020, from <https://www.fastcompany.com/40580132/here-are-the-u-s-cities-that-have-banned-plastic-straws-so-far>
- Mundo, M. en el. (2017, August 1). ¿Cómo registrar una marca en EEUU?. Registro de marcas en USA. Retrieved March 23, 2020, from <https://marcasporelmundo.com/registrar-una-marca-eeuu/>
- Online, E. S. de M. (n.d.). Adiós a popotes y bolsas de plástico en la CDMX a partir del 2020. Recuperado en Febrero 8, 2020, de <https://www.elsoldemexico.com.mx/metropoli/cdmx/adios-a-popotes-y-bolsas-de-plastico-en-la-cdmx-a-partir-del-2020-congreso-de-la-ciudad-de-mexico-ley-de-residuos-solidos-3597405.html>
- Press, R. M. (2019, July 9). Uso de productos biodegradables incrementará hasta un 50% en 2023. Retrieved February 20, 2020, from

<https://www.mypress.mx/negocios/uso-de-productos-biodegradables-incrementara-hasta-un-50-en-2023-5733>

- Press, R. M. (2019, July 9). Uso de productos biodegradables incrementará hasta un 50% en 2023. Retrieved February 20, 2020, from <https://www.mypress.mx/negocios/uso-de-productos-biodegradables-incrementara-hasta-un-50-en-2023-5733>
- Programa para acceder a incentivos de proyectos para la organización de ferias, exposiciones y encuentros de negocios dirigidos a Gobiernos Municipales. (n.d.). Retrieved March 23, 2020, from <https://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas-apoyo/18883>
- Programa para acceder a incentivos de proyectos para la organización de ferias, exposiciones y encuentros de negocios dirigidos a Gobiernos Municipales. (n.d.). Retrieved March 23, 2020, from <https://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas-apoyo/18883>
- QuimiNEt. (2019). Precios popotes de plástico, de , Sitio web: <https://www.quiminet.com/productos/popotes-de-plastico-1606834143/precios.html>
- Rainey, J. (2019, March 1). How business groups are fighting a wave of anti-plastic straw laws. Retrieved from <https://www.nbcnews.com/news/us-news/how-business-groups-are-fighting-wave-anti-plastic-straw-laws-n977196>
- Sheila Sánchez Fermín. (Marzo, 2018). Los fabricantes de popotes de plástico resienten caídas en sus ventas. De Manufactura.mx <https://manufactura.mx/industria/los-fabricantes-de-popotes-de-plastico-resienten-caidas-en-sus-ventas/>
- Sitio: <https://manufactura.mx/industria/2018/02/22/fabricantes-piden-evaluar-el-costos-beneficio-de-prohibir-los-popotes>
- Valeria Enríquez. (2019), "Alternativas de popotes para no contaminar" de Animal Gourmet Sitio web: <https://www.animalgourmet.com/2018/08/22/siete-alternativas-de-popotes-ecologicos>

- Vector. (2019). Representa la industria del plástico más del 3% del PIB Nacional, Sitio web: <http://www.revistavector.com.mx/2019/03/29/representa-la-industria-del-plastico-mas-del-3-del-pib-nacional/>
- World Green Building Trends 2018 SmartMarket Report. (2018, November 13). Recuperado en Febrero 10, 2020, de <https://www.worldgbc.org/news-media/world-green-building-trends-2018-smartmarket-report-publication>