

**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

**3J02 Desarrollo de capacidades para la exportación e importación**

**“Exportación de productos de piel artesanales”**

**PRESENTAN**

Lic. Comercio y Negocios Globales Irlanda Barragán

Lic. Comercio y Negocios Globales Alejandra Hernández García

Lic. Comercio y Negocios Globales Luz Elena Ochoa López

Lic. Comercio y Negocios Globales Diana Laura Rodríguez Pulido

Profesor PAP: Carlos Riggen Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, a Mayo del 2023

# REPORTE PAP

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional  | 2  |
| Resumen  | 3  |
| 1. Introducción  | 4  |
| 2. Planeación y seguimiento del proyecto.  | 6  |
| 3. Resultados del trabajo profesional  | 9  |
| 4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto | 17 |
| 5. Conclusiones  | 26 |
| 6. Bibliografía  | 28 |
| 7. Anexos  | 29 |

## 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

En el presente documento se presentó el plan de exportación de productos de piel elaborados por Artesanías Valadez hacia Estados Unidos. En el contexto general de las artesanías, Tlaquepaque cuenta con múltiples artesanos que elaboran sus productos para la venta turística, donde Artesanías Valadez es una empresa familiar que surge en el año 1982.

El objetivo de este plan de exportación incluye un análisis minucioso del mercado donde se detectaron oportunidades de venta analizando posibles clientes a los cuales les pudieran interesar los productos en Estados Unidos, de acuerdo a las características de los productos, encontramos cuatro opciones, Nuevo México, Oklahoma, Colorado y Montana, posteriormente se llevó a cabo la evaluación de diversos prospectos mediante una matriz para identificar cuales estaban interesados y descartar a los que no mostraban interés, para darle seguimiento a la exportación, por otro lado, integramos el contexto regulatorio necesario de los productos a exportar y el desarrollo del plan logístico que se llevará a cabo.

## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La empresa de Artesanías Valadez es una empresa familiar que surge en el año 1982, donde el gusto por la piel comenzó a dar frutos creando diversos diseños, los cuales fueron un total éxito, posterior a ello el fundador comenzó a involucrar a su hijo desde muy temprana edad en el negocio, por lo que al paso de los años aún sigue teniendo mucho auge y ha incrementado su mercado. Algunos de los productos de piel con el proceso cincelado que ofrecen son cinturones, carteras, monederos, bolsas y fundas para navajas o shots tequileros, entre otros. Ellos consiguen la piel curtida y a su vez los herrajes, cierres, espejos y botones, posterior a eso elaboran sus diseños para poder cortar, respuntar y cincelar los productos, para después poder aplicar los herrajes, y para finalizar pintan los productos que lo requieran con tintas vegetales, que son libres de químicos o insumos tóxicos.

“Según el DENUE 2022, el curtido y acabado de cuero y piel y la fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedaneos, registró 13,571 unidades económicas, y entre las entidades federativas con mayor número de unidades económicas se encuentra Jalisco con 1,260 por lo que Artesanías Valadez cuenta con un gran impacto económico y tomando en cuenta que desde enero de 1999 a septiembre de 2023 entre los países que más aportaron a la inversión extranjera directa se encuentra Estados Unidos con \$173 millones de dólares (Data México, s/f), por lo que, la exportación de estos productos es viable y genera ventajas debido a la cercanía y múltiples factores que este país tiene en relación con México como lo es el tener un tratado de libre comercio con Estados Unidos.

### 1.2 Problemática u oportunidad detectada

El principal objetivo de Artesanías Valadez es introducir sus productos al mercado estadounidense de manera exitosa. Actualmente ya hacen envíos a Estados Unidos pero en lotes pequeños y a solo un comprador, por lo que, están en búsqueda de nuevas oportunidades ya que su principal problema es que no tienen el tiempo de investigar mercados y prospectos potenciales, la empresa tiene una amplia capacidad de producción, sin embargo, no cuentan con los contactos para

realizar estas ventas, por lo que este proyecto les proporcionará la solución ante esta problemática, no obstante, existe la posibilidad de crear una alianza con Spes Nova de manera que puedan ofrecer sus productos a otros clientes potenciales, mediante su sitio web y otros medios.

### 1.3 Objetivo general

Desarrollar un plan de exportación para mayo del 2024 a Estados Unidos para lograr una exportación.

### 1.4 Objetivos específicos

- Análisis de los productos y sus regulaciones
- Desarrollar un análisis de mercado al que se quiere exportar.
- Identificar prospectos y crear un directorio de contactos.
- Comunicarse con los prospectos para presentar los productos.
- Incluir un análisis regulatorio y legal de las mercancías a exportar así como el proceso logístico.
- Lograr una primera venta y enviar el producto al mercado correspondiente.

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

### 2.1 Metodología.

El equipo tuvo una primera sesión para establecer la manera en la que se llevaría a cabo el proyecto, en donde se acordó tener 2 reuniones semanales en formato presencial: una para revisión de avances, y otra para el desarrollo del proyecto.

La comunicación, tanto interna del equipo como con la artesana, se decidió llevar a través de mensajes por whatsapp principalmente, así como videollamadas ocasionales.

Se creó un documento compartido, al que todos los miembros del equipo y el profesor tuvieron acceso para desarrollar el plan de trabajo. Asimismo se crearon otros archivos digitales según fueron necesarios.

### 2.2 Plan de trabajo

A continuación, se presenta el plan de trabajo con los puntos que se desarrollaron a lo largo del semestre:

#### I. Empresa

Organización:

- a) Origen.
- b) Procesos y cadena de abastecimiento.

Capital humano:

- a) Gente clave.

#### II. Producto:

Características del Producto:

- a) Fracciones Arancelarias, descripción cualitativa y cuantitativa del producto.
- c) Empaque.

#### III. Mercado:

Investigación de Mercado:

- a) Perfil del Consumidor.

Mercado y segmentación:

- a) Mercado meta.

Canales de Distribución:

- a) Directorio de contactos.

IV. Comercialización

Datos del producto:

- a) Lista de precios.
- b) Políticas y términos de venta.
- c) Portafolio de productos.

V. Logística:

Medio del Transporte:

- a) Identificación del medio adecuado.
  - Tabla comparativa.
  - Selección de transporte.
- b) Diseño de la Ruta.
  - Embalaje.
  - Cubicaje.
  - Determinación de los Agentes Aduanales.

Regulaciones.

- a) Arancelarias.
- b) No Arancelarias.

Documentación para Exportar.

VI. Conclusiones y Recomendaciones.

### 2.3 Productos y entregables

Se elaboró un plan de exportación para la empresa Artesanías Valadez en el que se seleccionaron mercados potenciales para la exportación, se identificaron las fracciones arancelarias y sus regulaciones tanto arancelarias y no arancelarias, y se elaboró un catálogo de productos.

El plan de exportación se entregó al artesano y no se comparte en este reporte por motivos de confidencialidad.

### 3. Resultados del trabajo profesional

#### 3.1 Sustento teórico

A continuación se mencionan algunas de las materias que sirvieron de apoyo para desarrollar de forma efectiva todas las actividades.

**Clasificación arancelaria:** Los conocimientos adquiridos en esta materia, así como las bases de datos digitales facilitadas por el ITESO, nos permitieron clasificar correctamente cada uno de los productos que pretendemos exportar, así como clasificar el producto para su importación en Estados Unidos.

**Promoción internacional:** Los aprendizajes de esta materia nos dieron herramientas para saber incursionar en otros mercados, promocionando un producto o servicio con distintas estrategias y entendiendo otros mercados para poder entrar a ellos.

**Tratados internacionales:** esta materia me ayudó a entender cuáles países podrían ser aliados comerciales en relación a economizar y beneficiarnos arancelariamente, por ejemplo, la cercanía que existe con Estados Unidos nos beneficia de múltiples maneras ya que gracias a los tratados diversas mercancías cuentan con preferencias arancelarias, también se deben considerar las certificaciones de origen para obtener mayores beneficios, por otro lado, también es importante realizar un análisis del mercado al que se va a dirigir la mercancía para saber de qué manera beneficiarnos.

**Plan de exportación:** los conocimientos adquiridos en esta materia ayudaron a poder hacer un análisis a la empresa y considerar si era viable o no la exportación de los productos. Analizar la oferta exportable, y hacer investigaciones sobre el mercado meta que se quiere hacer la operación y también un perfil del consumidor para ver a quién se va a dirigir. Cosas logísticas, para conocer cuál es el más conveniente y más eficiente. Conocer los riesgos que tiene exportar y que se debe de hacer una amplia investigación previamente antes de querer hacer la operación.

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

Comenzamos este proyecto contactando a la artesana dueña de la empresa “Cinturones Valadez” Karina Kioskos, que nos compartió la información general de la

empresa, nos contó la antigüedad de esta, quiénes conforman la empresa y algunos de sus procesos de producción y venta.

Una vez que entendimos el funcionamiento de esta empresa, su origen y sus procesos, comenzamos a conocer más a fondo sus productos, nos basamos en 3 productos principales: cartera de piel, cinturón de piel y monedero de tela; de los cuales indagamos en sus características tanto cualitativas como cuantitativas, que son las siguientes:

**Cartera de piel:**



Cartera 100% de piel vacuna con color vegetal con grabado cincelado, hecho a mano y pespunteado de vista con hilo en el exterior. Con compartimentos para tarjetas, monedero y espejo en el interior. Con cierre botón de presión. Sus medidas son 10x20x4.

Fracción arancelaria en México: 42023101

No tiene restricciones a la exportación

**Cinturón de piel:**

Cinturón vaquero elaborado 100% en piel, fabricado por artesanos, cincelado con diseños únicos. Sus medidas de cintura son 34 largo y van escalonadas hasta 44 de largo y 4 centímetros de ancho.



Cinturón de piel Fracción Arancelaria (FA) México: 42033002

No tiene restricciones a la exportación.

**Monedero:**

Cartera de bolsillo, con medidas 11 x 10 x 2 centímetros, por el frente piel vacuno y la parte trasera tela sintética, hechos a mano.



Monedero FA México: 42022101

No tiene restricciones a la exportación.

Posterior a describir los productos, estudiamos la necesidad de un empaque individual para cada producto, ya que la empresa no cuenta con ello en la actualidad, y decidimos que un empaque individual le da un valor agregado al producto y es conveniente, por lo que comenzamos a analizar empaques de productos similares y proponer ideas de empaques que sean sencillos pero protejan y den una mejor estética al producto, los siguientes son los tipos de empaque propuestos, que llevarían el logotipo de la empresa en la parte superior impreso con un sello:



Empaque para cartera:



Empaque para cinto:



Empaque para monedero:

Una vez establecidas tanto la descripción como el empaque de los productos, comenzamos la investigación de mercado para decidir de forma acertada a qué mercado entrar. Desde un principio se decidió el país, que es Estados Unidos, por la proximidad del país, los tratados comerciales que tenemos con este, y sobre todo, porque es el país de interés de la empresaria y al que realmente le gustaría llevar sus productos, es por esto, y porque encontramos ventajas en llevar los productos a Estados Unidos, que no consideramos otros mercados.

Para elegir los mejores estados y ciudades para exportar estos productos, consideramos las características de estos y el estilo de vida y preferencias que tienen las personas que los consumen, por lo que decidimos que nuestro mercado meta serían ciudades donde existe una cultura country y cowboy, donde sean populares actividades como rodeos.

Los estados elegidos fueron los siguientes 4: Colorado, Montana, Oklahoma y Nuevo México, de las cuales buscamos tiendas donde se ofrezcan productos similares a los de la artesana con la que trabajamos, creamos un directorio con los contactos, seleccionamos las que nos parecieron una mejor opción y las contactamos, primero a través de los correos electrónicos que compartían las tiendas en sus páginas web, y una vez que no obtuvimos ninguna respuesta satisfactoria, decidimos intentar el contacto vía telefónica. De esta forma fue como obtuvimos más respuesta, pero solo una de las tiendas se mostró interesada, y una vez que les mandamos el catálogo, no obtuvimos respuesta, por lo que esta tienda queda con una opción para el siguiente equipo del proyecto, al que se le recomendará establecer contacto de nuevo con esa tienda en Oklahoma para una posible venta.

Además de estas tiendas, se envió información de los productos de esta artesana a Spes Nova, que es una asociación civil en Estados Unidos, creada por la universidad de Fordham, en Nueva York, cuya finalidad es dar oportunidad en el mercado estadounidense a artesanos de otros países, se ha colaborado con esta asociación con éxito en semestres anteriores, así que se decidió considerarlo como un cliente potencial también. De ellos obtuvimos muy buena respuesta, se interesaron por uno de los tres productos, el monedero, por el precio de venta que es bajo, y porque representa muy bien a las artesanías mexicanas.

Siguiendo esta línea, mantuvimos la comunicación con Spes Nova a la vez que hacíamos intentos de contactar las tiendas que elegimos en los 4 estados seleccionados. En una de estas tiendas mostraron interés y les enviamos el catálogo de productos, pero no recibimos más respuesta, y por el tiempo que quedaba del semestre para ese punto, decidimos dejar pendiente el contacto con ellos para el siguiente equipo que trabaje con Karina, a los cuales se les recomendará contactar con esa tienda de Oklahoma para una posible venta.

Con Spes Nova tampoco se concretó la exportación este semestre por la misma situación del tiempo, pero ellos sí mostraron mucho interés y el proceso se continuará con el siguiente equipo para concretar la venta de los monederos.

Antes de hacer el contacto con los potenciales compradores de los productos de la artesana, definimos los que serían los precios de venta de cada producto, los cuales nos fueron proporcionados por Karina y los convertimos a dólares tomando en cuenta que las fluctuaciones no afectaran a la artesana, definiendo también precios de mayoreo de cada producto.

Además de esto se delimitaron las políticas y términos de venta para estos productos, los cuales son los siguientes:

- Para la elaboración de producto se requiere un anticipo del 50% en productos existentes y un 75% para productos personalizados.
- Se aceptan pagos por medio de transferencia o efectivo.
- No hay cambios o devoluciones.
- Una vez realizado el pago se comienza a elaborar la mercancía.
- El mayoreo aplica dependiendo la cantidad de piezas y modelo, se realiza mediante tabulador.

Se creó también un catálogo de los 3 productos que la artesana está interesada en llevar a Estados Unidos, donde se incluyen fotografías del producto, medidas y precios.

Una vez determinadas estas condiciones y precios, establecimos que se requiere un apartado de logística, pero solo se pueden definir estos aspectos una vez que

tengamos un comprador de los productos confirmado, por lo que quedó pendiente este apartado para quienes continúen con este proyecto.

Este apartado incluye definir el medio de transporte adecuado, la comparación de los distintos tipos de transporte y justificación del medio seleccionado, así como el diseño de la ruta que se seguiría desde el punto de salida hasta el destino en Estados Unidos. Se incluirían también aspectos como el embalaje, cubicaje y determinación de agentes aduanales.

Investigamos también las regulaciones arancelarias y no arancelarias para la exportación de estos productos, lo cual fue necesario para definir los precios de venta que les ofrecemos a los compradores, sin que al final se vieran afectadas las utilidades netas de la artesana, y encontramos lo siguiente:

#### Regulaciones arancelarias

- Ninguno de los tres productos cuenta con restricciones arancelarias para la exportación.

#### Regulaciones no arancelarias

- La ley federal exige que en el caso de las pieles, las etiquetas deben de revelar el nombre del animal, país de origen, información sobre el tratamiento del artículo, por ejemplo si está blanqueado o coloreado, un número de identificación registrado y otra información relevante. A su vez hay unas Fur Rules que establecen estándares para el tamaño y durabilidad de las etiquetas, las letras y el orden de la información.

Las reglas de etiquetado de cuidados, deben proporcionar instrucciones para que los consumidores sepan cómo limpiar los productos que compran.

Después de esto investigamos la documentación necesaria para la exportación de este tipo de productos y obtuvimos que se requieren los siguientes documentos:

- Padrón de exportadores sectorial (según sea el caso)
- Factura comercial
- Carta de instrucciones al agente aduanal (información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal)
- Lista de empaque

- Certificado de origen
- Documentos del transporte
- Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados de calidad, permisos, etc.
- Encargo conferido (Se hace antes de la primera exportación)

Finalmente, dimos conclusiones personales del proyecto y recomendaciones en las que se incluyen sugerencias al siguiente equipo para continuar con el proyecto y se pueda realizar con éxito la exportación de los productos de esta artesana, que mostró interés por continuar con el proceso de venta a Estados Unidos.

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

- Aprendizajes profesionales

**Alejandra Hernández:**

Este proyecto me ayudó profesionalmente a tener un análisis previo sobre lo que conlleva realizar una exportación, ya que no solo es pensar en exportar, es ver si es viable hacer la operación, si el producto es competitivo en el mercado, evaluar los canales de distribución para la venta del producto, conocer el contexto de la empresa, saber dónde se encuentra posicionada, se buscaron los respectivos clientes que se le puede vender el producto, aquí también se tuvo que hacer un análisis profundo, porque muchos negocios ya hacían su producto, y no estaban interesados en tener un proveedor. Pero otros negocios que solo vendían sí eran posibles clientes para los artesanos. Aprendí que también al marcarle a los clientes, se necesitaba realizar un catálogo de producto, para poder proporcionar a los clientes. Fue difícil hablar a los clientes, ya que algunos colgaban, volvíamos a marcar y no contestaban, y otros clientes rechazaban la propuesta, pero hay dos posibles interesados en comprar, que pasaremos al próximo equipo que le dará continuidad al proyecto, ya que no alcanzaremos a realizar una exportación.

**Diana Rodríguez:**

Este proyecto profesionalmente me ayudó a entender más la realidad del proceso de una exportación, ya que inició a raíz de conocer los antecedentes de la empresa para entender el contexto en el que se encuentra para posteriormente de ahí partir en buscar clientes a los cuales les pudiese interesar el producto ya que son productos para un sector muy específico, por lo que entender el proceso que implicó buscarlos, contactarnos con ellos, entender lo que implica la búsqueda de clientes, hacer llamadas, que te rechacen y continuar buscando, me resultó la parte más difícil, tristemente no podremos concretar la

exportación debido a la falta de tiempo, sin embargo, hay dos posibles clientes, por lo que el proyecto tendrá continuidad ya que proporcionaremos la información necesaria para ello, incluyendo las restricciones arancelarias y no arancelarias, así como la documentación que se requiera.

#### **Irlanda Barragán:**

Con la realización de este proyecto, desarrollé competencias tanto genéricas: trabajo en equipo, comunicación efectiva con la artesana, búsqueda de clientes potenciales, como propias de mi profesión, como fueron el desarrollo de un plan de exportación, el análisis de los posibles mercados a elegir para la exportación, la elección del mercado más factible a incursionar, y la toma de decisiones asertiva cuando se nos presentaron problemas. Entre los conocimientos más importantes destacaría que me hice más consciente del contexto actual al que se enfrenta una persona que busca exportar sus productos a Estados Unidos, y los retos a los que puede enfrentarse alguien como empresario local sin tener conocimiento de exportaciones y procesos de venta internacionales, es ahí donde más apliqué conocimientos que he adquirido a lo largo de la carrera y pude junto con mi equipo, facilitar este proceso para la artesana.

#### **Luz Elena Ochoa:**

Desarrollar este Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), tal como su nombre lo dice, me permitió poner en práctica muchos de los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera, especialmente en clases como clasificación arancelaria, plan de exportación e importación, y logística internacional. Además de poder poner en práctica mis conocimientos, este proyecto me reafirmó la relevancia de la carrera de comercio en un mundo en el que gracias a la globalización, los mercados meta de cada empresa han aumentado, y con ello, la competencia, que ya no solamente es a nivel local o regional, sino global. Es por eso que es de vital importancia para un empresario contar

con asesoría en temas logísticos y aduaneros, que le permitan mantener el precio más competitivo en el mercado, tanto a nivel local como global.

- **Aprendizajes sociales**

**Alejandra:**

Este proyecto hizo que tuviera un aprendizaje social ya que hubo un apoyo de la universidad al artesano para poder llevar su producto a otro mercado, que probablemente llevaban de una forma esporádica, consiguiendo clientes potenciales donde estos pedidos puedan ser más recurrentes. Esto dándoles la oportunidad de expandir su negocio, tener mayores ingresos y posicionarse más. Este producto puede ser diferenciado ya que es un artículo de piel y son hechos a mano por artesanos con un proceso cincelado, dándole un valor agregado que le puede despertar un interés al mercado americano, dirigido al estilo cowboy o western.

**Diana:**

En el rubro social, este proyecto es un apoyo mutuo entre los artesanos a los que ayudamos a crecer y expandir su negocio a otro país de forma gratuita, como el que ellos confían en nosotros a aplicar todo lo aprendido a lo largo de la carrera; los productos a exportar tienen un alto valor y no hago referencia a lo monetario, sino al sacrificio que implica su elaboración ya que son hechos a mano totalmente, por otro lado, este proyecto ayuda a la economía local y por ende al crecimiento económico, por lo que darle continuidad sería de gran relevancia.

**Irlanda:**

Al realizar este proyecto tuve que hacer uso de mi creatividad, innovación y mi empatía, me hizo reflexionar bastante de los cambios sociales que se pueden generar con este tipo de proyectos, lograr la exportación de artesanías de la empresaria con la que trabajamos significaría un cambio positivo en su economía y en su crecimiento como

persona y como empresaria, y aún cuando no se logró la exportación este semestre, descubrimos el gran potencial que tienen estas artesanías y que definitivamente se puede llevarlas a Estados Unidos con un buen margen de ganancia para la artesana.

Después de este proyecto me siento capaz de participar e incluso dirigir otros proyectos de este tipo, que tengan un impacto social, que beneficie a segmentos de la población que normalmente no volteamos a ver o no les damos la relevancia que tienen en nuestra sociedad. En lo personal cambió mi forma de ver a los artesanos mexicanos, valoré más su trabajo y entendí las necesidades que tienen y el potencial de sus productos en el país y en el extranjero.

**Luz Elena:**

Este proyecto se realizó con la intención principal de generar un impacto positivo en la economía de un artesano local. Al ser un proyecto que dio inicio este semestre, considero que era esperado el no poder concluir con la exportación de los productos, ya que en primera instancia se establecen canales de comunicación y se sientan las bases de cómo se llevará a cabo el proyecto, tanto en el semestre presente como en los futuros.

Algo que me parece importante de recalcar, es que estos proyectos priorizan la economía del artesano, es decir, se procura contar con un adelanto del total monetario de la mercancía para que no se descapitalice en la fabricación. Gracias a esto, el artesano no siente un desequilibrio que le impacte negativamente, o que incluso le impida cubrir sus gastos fijos.

- Aprendizajes éticos

**Alejandra:**

En este proyecto obtuve muchos aprendizajes éticos ya que al trabajar en equipo tuvimos que actuar de manera responsable, honesta,

organizada y respetuosa. Aprendí a ser paciente ya que al marcar a los clientes para venderles algunos colgaban, otros no contestaban y saber que no solo por marcar significa que ya te vayan a comprar, tienes que investigar más sobre el cliente para mostrarle algo parecido que si pueda comprar y pueda meter en sus tiendas. También aprendí que se le debe de dedicar tiempo al proyecto, ya que al no tener buena comunicación con la artesana porque se le complicaba contestar y poder reunirnos podía hacer un poco difícil el seguimiento del proyecto. Es un proyecto que debe de tener mucha dedicación para que puedan resultar las cosas y poder hacer la operación de exportación.

### **Diana:**

Por el lado ético, trabajar profesionalmente con una empresa de otro giro en comparación con otras empresas con las que he trabajado me permitió adaptarme a nuevas formas de comunicarme con ellos, a desarrollar el proyecto de manera profesional pero a la vez entendible, la manera de transmitir ciertos términos a un lenguaje más coloquial sin dejar de lado el profesionalismo me resultó un poco controversial, sin embargo, considero que me ayudó a saber tener contacto con diferentes organizaciones siempre partiendo del respeto mutuo, acoplándome a las necesidades y tiempos que estos requieran, brindando siempre un trabajo de calidad y transparencia.

### **Irlanda:**

Este proyecto me pareció una oportunidad única, al promover algo tan mexicano como son las artesanías creo que tenemos una gran responsabilidad ética con los artesanos, el respetar sus diseños y su creatividad, aún cuando los compradores tengan ciertas condiciones para adquirir los productos, el no imponerle nada a la artesana y darle libertad de que se exprese de la forma que lo decida en su arte. Aunque en algunos momentos fue un reto la comunicación con Karina, nunca tomamos una decisión sin comunicárselo y consultarlo con ella antes, y

siempre respetamos sus deseos y sus ideas sobre la venta internacional de sus productos.

Esta experiencia me invita a dar visibilidad en lo que esté a mi alcance a este sector de empresarios que son marginados e ignorados por nosotros mismos como país, por las grandes empresas y en ocasiones por el gobierno, creo que las artesanías son parte fundamental de nuestra cultura y es imprescindible que se les dé más relevancia y apoyo.

**Luz Elena:**

A pesar de no haber conseguido concretar la exportación, me siento orgullosa de estar en una institución que promueve el apoyo para este sector de la población, que suele estar marginado y olvidado por las grandes empresas, y que realmente no cuentan con el capital para invertir en asesorías de comercio exterior, sino que algunos solamente pueden soñar con la idea de vender en el extranjero, o simplemente no les parece dentro de sus capacidades.

Es muy interesante ver cómo los artesanos tienen un sentido de comunidad muy desarrollado. Tanto en este PAP como en el que realicé el semestre pasado, que igualmente fue con artesanos, me di cuenta que para los artesanos es muy importante la representación. Es decir, por la cercanía que se tiene, la concientización exportadora se expande y el ver a uno de sus colegas logrando exportar sus productos, les motiva y les hace creer que ellos también son capaces de hacerlo, pero claro, esto de la mano de alguien que los guíe en el camino.

- Aprendizajes en lo personal

**Alejandra:**

El proyecto de aplicación personal me dio muchos aprendizajes, como el tener otra experiencia real para así poderlo aplicar en otros proyectos

a futuro, que personalmente me da las herramientas o alguna idea para aplicarlo en el negocio familiar e implementar el uso de piel en el calzado, me ayudó a saber como hacer un plan de trabajo, y tener ese análisis de ver si es viable o no exportar y de no ser así cuales son las mejoras que se pueden implementar para poder hacerlo y mejorar el negocio. También me permitió enfrentarme a algunos desafíos como lo fue vender completamente en ingles y contestar las llamadas que nos hacían, buscar alternativas para poder resolver las situaciones, esto me ayudo a poder tener competencias transferibles en futuras experiencias en proyectos propios o en alguna empresa en la que labore. Me ayudó a darme una idea de como buscar a posibles clientes, y es haciendo la tarea de investigarlos y no teniendo miedo de marcarles, ni de ser rechazados, pero me ayudó a perder ese miedo y a atreverme más.

**Diana:**

A mi en lo personal este proyecto me gustó bastante en el sentido de apoyar al comercio local, aunque a lo largo de la carrera trabajé con muchas empresas para desarrollar proyectos, únicamente los PAP son proyectos realmente aplicados, ya que las empresas son las interesadas en obtener apoyo de la universidad y por ende también la universidad requiere desarrollar este tipo de proyectos, por lo que es un apoyo mutuo, me alegró el hecho de que encontramos posibles clientes para enviar los productos, sin embargo, como no teníamos el tiempo suficiente, me hubiese gustado poder llevar a cabo toda la exportación del producto y concluído exitosamente los objetivos esperados, en el tiempo que se tenía planeado, aunque esto no se pudo lograr, el entregable cuenta con todo lo necesario para poder llevarlo a cabo.

**Irlanda:**

Este proyecto me ayudó a reconocer en mí misma mis capacidades, no solo a nivel profesional sino a un nivel personal, me ayudó a desarrollar más mi paciencia, mi tolerancia con los demás, mi trabajo en equipo, aun cuando todas trabajamos a ritmos distintos y de maneras muy

diferentes, logramos adaptarnos y hacer un proyecto con buenos resultados.

También aprendí que no puedo esperar resultados inmediatos en procesos de este tipo, que hay que tener muchas paciencia en cada paso, desde la comunicación inicial con la artesana me di cuenta que tendríamos que trabajar a su ritmo y no más rápido, como en algunos momentos hubiéramos querido, de la misma manera sucedió con el contacto con los prospectos, que fue muy lento, y esto me ayudó a darme cuenta de que un proyecto de esta magnitud toma tiempo y que no debo desesperarme.

Me quedo con una sensación de satisfacción a pesar de no haber concretado la exportación, dejamos un gran avance y tengo la certeza que más adelante se logrará, y me siento bien de haber elegido este proyecto que tiene un gran impacto no solo en la sociedad y en la empresaria, si no en mi misma, me ha dado un panorama más amplio de este tipo de empresas y me ha motivado a seguir participando en proyectos de este tipo más adelante.

**Luz Elena:**

A nivel personal, este PAP contribuyó a mi entendimiento de que todos trabajamos de maneras distintas, y que todos tenemos capacidades desarrolladas de manera diferente. Este aprendizaje es muy importante porque precisamente así funciona la vida, cada quien va a su ritmo, con sus propios métodos y habilidades, pero a final de cuentas al trabajar en equipo se tiene una misma meta, y es importante asegurarse que todos los miembros de ese equipo lleguen a la meta juntos.

También puedo rescatar que el hecho de no haber concretado la exportación, me mostró que este tipo de proyectos toman tiempo, especialmente cuando no cuentas con toda la disponibilidad para dedicarle horas de trabajo diarias, por lo que se vuelve un proceso lento, hasta que el plan quede tan detallado que funja, tanto para el artesano

como para los siguientes equipos, como una guía que puedan seguir paso a paso, y realizar únicamente los ajustes pertinentes.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

El equipo concluyó que los productos que ofrece Artesanías Valadez tienen potencial para la exportación a Estados Unidos, especialmente a los estados con influencia de la cultura vaquera, y donde predominen las actividades relacionadas con el campo, la ganadería, rodeos, y afines. Además de los cuatro estados seleccionados, se podrían evaluar otros mercados que cumplan con las características del segmento de mercado definido, por la oportunidad que esté representa.

El proyecto también aborda aspectos importantes como una lista de precios, de contactos, políticas y términos de venta, portafolio de productos, demostrando una preparación para la comercialización de los productos en el mercado objetivo. A su vez se mencionan todos los requerimientos necesarios que se podrían utilizar para generar la operación de exportación.

A continuación se muestran una lista de recomendaciones para darle seguimiento a este proyecto.

### Recomendaciones:

1. Dar seguimiento al contacto con la tienda “Tener’s Boots” en Oklahoma para una posible venta, ya que mostraron interés en los productos de la artesana, toda la información de contacto se encuentra en la matriz de contactos en el punto III. Mercado inciso a).
2. Buscar y contactar nuevos prospectos, definiendo de forma más detallada sus características, y tomando en cuenta que quienes no estuvieron interesados son las tiendas que fabrican sus propios productos o que ofrecen en su mayoría productos nacionales.
3. Considerar como prospectos tiendas de retail, no especializadas y de venta de artículos mexicanos.
4. Continuar el proceso de venta con Spes Nova para concretar la exportación de monederos.
5. Contactar a Karina para que elabore muestras físicas de los productos en los que esté interesado la/él comprador.

6. Una vez estableciendo un acuerdo con un comprador, definir el medio de transporte y logística de la exportación que se encuentran ubicados en el punto V de este documento.
7. Definir el diseño del empaque y buscar proveedores para surtir el material necesario.
8. Utilizar para el contacto con posibles compradores la siguiente cuenta de correo electrónico, que fue creada para enviar el catálogo de productos y contactar algunos clientes por ese medio: el correo es [exportkarinamx@gmail.com](mailto:exportkarinamx@gmail.com), su contraseña es exportaciones 2024 y la cuenta de respaldo es de Spes Nova.
9. Para contactar a Artesanías Valadez el número telefónico es el siguiente, 33 1133 4303.

## Bibliografía

Curtido y Acabado de Cuero y Piel, y Fabricación de Productos de Cuero, Piel y Materiales Sucedáneos. (s/f). Data México. Recuperado el 1 de abril de 2024, de <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/industry/leather-and-allied-product-manufacturing?fdiInvestmentSelector1=Investment%20type&investmentFdiTime=Year>

LegisComex. *Sistema de Inteligencia Comercial*. (s. f.). <https://www.legiscomex.com/documentos/perfil-consumidor-eeuu-legiscomex-2013>

Laugen, T., & Frisbee, M. (2019, 30 marzo). *What Makes a Cowboy?* Pressbooks. <https://pressbooks.pub/coloradohistorydetectives/chapter/what-makes-a-cowboy/>

Administrador. (2024, 13 febrero). *Historia de la moda vaquera*. Colorado Country. <https://tiendascolorado.com/historia-de-la-moda-vaquera/>

*La cultura vaquera de Oklahoma y el National Cowboy and Western Heritage Museum*. (s. f.). Visit The USA. <https://www.visittheusa.mx/experience/la-cultura-vaquera-de-oklahoma-y-el-national-cowboy-and-western-heritage-museum>

SNICE. (s/f). Gob.Mx. Recuperado el 16 de abril de 2024, de [https://www.snice.gob.mx/AdminSNICE/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/paginasPublicas/publicHome.jspx;jsessionid=cFhmkHWDhmfqSzy3qvNQx8PRnJXFjvpbL6vxT88G2pXfwDyR0dtx!497507894?\\_adf.ctrl-state=1dqvxqtugl\\_4&\\_afLoop=31523752430238139&\\_afWindowMode=0&\\_afWindowId=null](https://www.snice.gob.mx/AdminSNICE/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/paginasPublicas/publicHome.jspx;jsessionid=cFhmkHWDhmfqSzy3qvNQx8PRnJXFjvpbL6vxT88G2pXfwDyR0dtx!497507894?_adf.ctrl-state=1dqvxqtugl_4&_afLoop=31523752430238139&_afWindowMode=0&_afWindowId=null)

*Apparel and labeling*. (2018, octubre 31). *Federal Trade Commission*. <https://www.ftc.gov/news-events/topics/tools-consumers/apparel-labeling>

## Anexos

Anexo 1: Directorio de contactos

Anexo 2: Catálogo de productos

Anexo 3: Fichas técnicas de producto