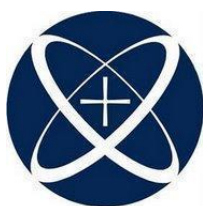


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

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**

Investigación para la exportación de calzado y bolso para dama a EE. UU.

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez

Lic. en Comercio y Negocios Globales Elena Victoria Cáceres Navarro

Lic. en Comercio y Negocios Globales Nicole Cortes Goldman

Profesor PAP: Carlos Riggen Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, mayo de 2019

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	4
1. Introducción	5
2. Desarrollo	3
3. Resultados del trabajo profesional	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	15
5. Conclusiones	32
6. Bibliografía	34
7. Anexos	38

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 este documento se encontrará los objetivos y los alcances que se obtuvieron de la investigación para el desarrollo de proyecto de exportación de calzado de la empresa “MACADA” al mercado de los Estados Unidos, al igual la metodología empleada para dicha investigación; los resultados y hallazgos importantes y las conclusiones. El objetivo principal de la investigación es investigar el mercado estadounidense para la exportación del mercado al igual que los objetivos específicos del proyecto son, investigar los mercados de Arizona, California e Illinois, para así poder encontrar un nicho de mercado. Se dará a conocer el nicho de mercado a atacar mediante las herramientas de estudios que se han realizado, así como también mediante a las estadísticas que nos brinda INEGI por parte del gobierno mexicano y el CENSUS por parte del gobierno de Estados Unidos. En base a estas herramientas, podremos llegar a una conclusión para así poder seleccionar un estado al cual se haría una exportación segura exitosamente; búsqueda de clientes prospecto y su logística.

1. *Introducción*

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Con más de 36 años de experiencia en la industria del mercado, nace MACADA con el fin de fabricar y comercializar calzado y bolsos para dama hechos en su mayoría de piel, piel sintética o una mezcla de ambos. Cuenta con presencia en las ciudades más importantes del país, así como también en aparadores internacionales de Costa Rica. MACADA es una empresa que comercializa una amplia gama de estilos de calzado y bolsos finos para dama, destinando el 80% de nuevas ventas al mercado nacional y el 20% al mercado de exportación. Cuentan con 4 colaboradores directos y 60 indirectos. Su objetivo es exportar hacia Estados Unidos específicamente a Arizona, California e Illinois para así poder expandir su marca y seguir atacando otros mercados. Para ello es importante saber cómo se comportan dichos consumidores, además de una investigación sobre los canales de distribución y puntos de venta para sus productos que son el calzado y bolsos para dama.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

El problema que se detectó a la empresa MACADA es que no se ha podido realizar la exportación hacia Estado Unidos debido a falta de contactos y de investigación de mercado. Lo que la empresa solicita es una investigación de mercado y búsqueda de clientes en los estados de Arizona, California e Illinois y poder llevar a cabo una exportación y continuar creciendo su marca hacia otros mercados competitivos.

1.3 Objetivo general

Identificar el mercado de calzado para dama dentro de los estados de Arizona, California e Illinois, los cuales se encuentran en Estados Unidos de América para así poder llevar a cabo la exportación y la venta a futuro en uno de los estados ya mencionados.

1.4 Objetivos específicos

- Identificar las tendencias de calzado y bolsa en los Estados Unidos de América
- Identificar los puntos de venta, así como los precios de cada estado.
- Identificar el canal de distribución que maneja Estados Unidos de América.
- Base de datos de prospectos cada estado.
- Identificar las regulaciones e impuestos de cada estado y país.
- Proceso legal para la exportación hacia Estados Unidos de América.

2. Desarrollo.

2.1 Metodología

Dentro de la metodología empleada en la investigación, se utilizaron herramientas y materias dentro de nuestro plan de estudio que nos ayudaron a la realización de la investigación; todas estas herramientas proporcionaron datos duros para la investigación; se utilizaron motores de búsqueda, y recursos de información específicos para este proyecto como Passport Euromonitor, WGSN, Pro Chile, Cámara del Comercio, ICEX, ICEX, Embajada de España, CICEG, IMPI, US Trademark and Patents, Gobierno Federal, Secretaría de Economía, US Census e INEGI. Las materias que nos aportaron los conocimientos para aportar a la investigación fueron:

- Consultoría Integral en negocios internacionales.
- Clasificación arancelaria.
- Prácticas desleales y barreras no arancelarias.
- Negociación Comercial.
- Investigación de Mercados.
- Logística Internacional.
- Modelos de exportación.
- Mercadotecnia en la moda.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

SEMANA 1: (21/01 - 25/01)

Lunes: Presentación del Proyecto de Aplicación Personal y cada quien escogió el proyecto en el cual trabajar. Se escogió MACADA. ponernos de acuerdo para hacer la primera cita con el empresario y hacerle la llamada para ponernos de acuerdo qué día es preferente.

Miércoles: Ponerte de acuerdo con tu equipo y conocer los antecedentes de la empresa y hablar de lo que se hablará en la cita con el empresario

Viernes: Hicimos la visita al empresario, y nos platicó de su empresa, se hicieron notas y se encontró el problema a resolver y el objetivo que hay que cubrir a final del semestre.

SEMANA 2: (28/01 - 1/02)

Lunes: Primer asesoría con el profesor Carlos Rikken, se platicó sobre lo que se comentó en la cita con el empresario y aterrizamos los temas para comenzar con el proyecto.

Miércoles: Se comenzó a trabajar con las investigaciones de mercado de Estados Unidos, Arizona, California e Illinois. Así como también el conocimiento de los productos de la empresa.

SEMANA 3: (4/02 - 8/02)

Lunes: Segunda asesoría y comentarios para empezar a hacer la primera entrega, que incluiría el primer avance de empresa, producto e investigación de mercado.

Miércoles: Se trabajó durante la clase, en el US Census, USPTO, tendencias de calzado de Estados Unidos y de cada estado. Así mismo, para hacer la primera entrega.

SEMANA 4: (11/02 - 15/02)

Lunes: Se trabajó en casa, ya que no hubo asesoría.

Miércoles: Se siguió trabajando en el primer avance, y pusimos todo en conjunto para poder llevar a cabo la entrega al profesor el sábado.

SEMANA 5: (18/02 - 22/02)

Lunes: Tercer asesoría, el profesor nos hizo comentarios para poder mejorar nuestro documento y que era lo que seguía, que siguiéramos haciendo investigación de mercado.

Miércoles: Cada uno trabajó en un tema diferente, se hicieron arreglos de la primera entrega.

SEMANA 6: (25/02 - 1/03)

Lunes: Asesoría, se hizo entrega de las notas de todas las investigaciones realizadas. Así como tendencias, estudios de mercado y estadísticas. Para así de ahí poder anexar al documento lo más importante y separarlos por temas.

Miércoles: Se trabajó en separar el documento de las notas y ponerlo en el documento final.

SEMANA 7: (4/03 - 8/03)

Lunes: Se corrigió lo que se trabajó en clase y durante la semana para acomodar el documento final.

Miércoles: Comenzamos a buscar en sitios web como Yellow Pages tiendas de cada estado

SEMANA 8: (11/03 - 15/03)

Lunes: Asesoría de la entrega de clientes prospectos

Miércoles: Siguiendo buscar en Yellow Pages y otras páginas para detectar tiendas que se pueda vender el producto

SEMANA 9: (18/03 - 22/03)

Lunes: Asesoría del documento final junto con su formato

SEMANA 10: (25/03 - 29/03)

Lunes: Se platicó dónde estamos parados y qué es lo que sigue. Comenzamos ya a detectar distribuidores

Miércoles: Se siguió buscando distribuidores

SEMANA 11: (1/04 - 5/04)

Lunes: Se habló de la dificultad que hubo para encontrar distribuidores en cada estado.

Miércoles: Corrigiendo el documento final para tenerlo listo para la presentación con los empresarios.

SEMANA 12: (8/04 - 12/04)

Lunes: Planeación de qué se dirá a los empresarios y búsqueda de distribuidores.

Miércoles: Presentación a los empresarios. Se les presentó todo el proyecto hasta donde teníamos avanzado y se hicieron sugerencias y que se continúe el seguimiento de contactar a los distribuidores.

SEMANA 13: (15/04 - 19/04)

Semana Santa, no se trabajó más que en el Reporte PAP a distancia.

SEMANA 14: (22/04 - 26/04)

Profesor no pudo asistir a clase por tema de trabajo, pero en contacto con él se sugirió seguir trabajando en el reporte PAP y en darle final a nuestro proyecto

SEMANA 15: (29/04 - 3/05)

Lunes: Asesoría de dónde estamos parados, y se agendaron las fechas de entrega del documento final y reporte PAP. Seguir trabajando en ambos durante la semana

Miércoles: Día del trabajo

SEMANA 16: (06/05 - 11/05)

Entrega de proyecto

2.3 Entregables

Se entrego en físico al empresario y a la academia la investigación junto con un CD donde se encontrará tres documentos: investigación en PDF, carpeta con los anexos y un documento de las bibliografías Los productos entregables son:

- El proyecto que es la Investigación para exportación de calzado y bolso para dama para el mercado de los EE. UU, en este documento viene todo lo que se ha trabajado durante el semestre de la investigación que se realizó a la empresa cumpliendo con los objetivos.
- Anexos donde vienen investigación y documentos que nos proporcionaron información para la investigación.
- Bibliografías correspondientes en formato APA.

3. Resultados del trabajo profesional

3.1 Sustento teórico

Al momento de realizar el Proyecto junto con la empresa MACADA Exporta, se lograron varios objetivos. Para empezar, al momento de la investigación de mercado se encontró mucha información en la web. Uno de nuestros objetivos fue, que teníamos que descifrar a qué mercado irnos mediante su distribución geográfica, tamaño de mercado, composición, perfil de consumidor, competencia, y por último las tendencias. Todo esto nos dio una conclusión de optar por elegir a California y Chicago. Dos mercados con muchas ventajas para la exportación del calzado. Se descartó Arizona, debido a que no se contaba con la información suficiente en las fuentes ni existían estudios de mercado de dicho estado.

Por otro lado, logramos identificar la propuesta de valor de la compañía, o séase la oferta de la empresa y oferta de producto. Era necesario hacerlo para ver en qué era en lo que se destacaban de entre los demás y cuál era su ventaja competitiva; aquí les asignamos muchas características como la calidad, comodidad y elegancia, ya que Macada también usa estos adjetivos como sus prioridades en los productos elaborados.

Se descubrieron tendencias en el mercado sobre qué están usando en cuanto al calzado y se vio que el estampado animal, los detalles de tacón con joyas de imitación, la temática de los 80's y colores neones están regresando a la moda. Por lo que, sería de gran utilidad que se usarán productos con estas características, mismas que pueden ir cambiando conforme al tiempo y que siempre hay que estar al día con la moda.

Así como también, se detectaron varios distribuidores se logró obtener esta información con mucho tiempo de búsqueda ya que la información es escasa y no es gratuita. Se consiguieron varios para cada estado, incluyendo Arizona.

Por último, se hicieron de varias recomendaciones a la empresa de lo que nosotros pudimos ver, que ellos pudieran hacer mejor. Entre ellas está el seguir en búsqueda de distribuidores, que registren su marca en Estados Unidos o Protocolo de Madrid, debido a que sin esto no podrán utilizar su marca o una venta. Regulaciones y especificaciones que el país exige al momento de exportar, utilizar la NOM. Así mismo, seguir enfocándose en el segmento de mercado de las mujeres entre los 25 a 49 años. Esto fue un buen logro ya que en base a todo lo que teníamos de información de las fuentes confiables, nos dimos cuenta de todo lo ya mencionado.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Debido a que se hizo un contrato de confidencialidad y firmado por nosotros los alumnos, está prohibido decir cualquier información con relación a la empresa, y solo poder hablar de nuestro propio proyecto sin revelar información de la misma empresa MACADA.

Para empezar con el proyecto, la primera parte que se realizó fue la de: Empresa. En ésta, nosotros nos basamos en la información que nos proporcionó Macada sobre sus catálogos, productos, historia, etc. para identificar su información y los datos generales. Esto se hizo con el fin de lograr familiarizarnos más con la empresa para poder entender más sus ideologías y sus ofertas.

Posteriormente, se analizó el producto de la empresa más a fondo: sus características, descripción técnica y arancelaria, normatividad local y registro de marca. Aquí se vio que la marca sí cuenta con su registro en el IMPI, lo que ayuda mucho ya que sus productos y la compañía están bajo protección legal.

A pesar de que la empresa nos proporcionó sus fracciones arancelarias, se corroboraron y se le asignaron las fracciones adecuadas a cada producto para que

no hubiera problemas al momento de la exportación con su clasificación. También, para lograr esto, se identificaron las normatividades locales que deben de tener, ya que, principalmente, los productos deben cumplir con los requerimientos nacionales, para considerar entrar a los demás mercados.

Después de haber hecho este análisis interno e identificación de ciertos aspectos, se pasó a los factores externos. Se empezó con el análisis de mercado de los estados de Arizona, California e Illinois; estos fueron elegidos por la empresa y tuvimos la tarea de corroborar cuál era la mejor opción concorde a lo que la empresa buscaba.

Se investigaron características de todos los estados y de Estados Unidos en general la composición, distribución geográfica, tamaño de mercado, perfil de consumidor, origen de producto y competencia, tendencias, canal de distribución y precios. Con esto, se corroboró que Estados Unidos sí cumplía con lo que se buscaba, a pesar de ser un mercado con mucha competencia en el sector, especialmente con China y Brasil.

Con base en estudios de mercado realizados por Pro-Chile, WGSN, Euro monitor, CICEG, ICEX y otras fuentes, se pudieron conocer las tendencias entre los consumidores del calzado, desde los colores que están de moda (identificamos el blanco, rojo, estampados de animales y los colores neones) y los estilos (con plataforma alta, con joyas de imitación, tacón cónico, etc.).

Al analizar cada estado de manera individual, se seleccionaron los mercados de California (con los condados de California, Los Ángeles, Orange, Ventura y San Bernardino) e Illinois (con los condados de DuPage y Cook), a estos ser los que cumplen con las características que se buscaban y los condados que más gastan en calzado. Arizona fue descartado debido a la escasez de información sobre el sector, por lo que, no pudo considerarse como un estado potencial.

Cuando se escogieron los condados, se empezó con la búsqueda de posibles compradores o tiendas que puedan distribuir los productos de Macada. Se encontraron algunas opciones que fueran conforme al rango de precio de la empresa, su posicionamiento de marca y que estuvieran en una buena ubicación.

El proyecto concluyó debido a falta de tiempo en esta parte, por lo que, el siguiente equipo se ocupará de finalizar el contacto con ellos e identificar la mejor opción para medio de transporte, diseño de la ruta y encontrar todos los documentos necesarios para su exportación.

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

Nicole Cortés Goldman:

Aprendizajes:

Este proyecto PAP fue una experiencia muy gratificante. Para empezar, me llamó mucho la atención éste en específico porque era el que estaba más relacionado con mi carrera, comercio internacional y eso es en lo que me gustaría enfocarme en mi futuro laboral.

Al principio estaba muy nerviosa porque lo que investigáramos y los resultados que tuviéramos ya tendrían uso real; no como en otras materias que hacías simulaciones o propuestas de lo que más conviene. Tuve la dicha de trabajar con la empresa Macada, que siempre estuvo dispuesta a ayudar y proporcionar los datos que necesitábamos, lo que apoyó a que el trabajo fuera más ameno y con una buena comunicación.

Honestamente todo el trabajo me enriqueció mucho, y el haber tenido a compañeros que nos apoyábamos entre todos en cualquier situación, fue aún mejor. Una de las cosas que este proyecto me dejó muy marcada, es que se necesita organización, para lograr tener buenos resultados. Me refiero en esto a que, a pesar de la división de tareas (pero a la vez mucho trabajo en equipo), se necesita tener muy en claro lo que se hará y los objetivos que se deben cumplir. Cuando uno los tiene claros, resulta más fácil realizar los procesos ya que se tiene una estructura y sabes por dónde partir y cómo hacerlo.

Tomando esta experiencia, puedo decir que, en un futuro, esa será una prioridad al momento de hacer un trabajo; la organización y buena estructura es una parte sumamente importante. Asimismo, me quedo con que la presentación también lo es, y siempre hay que cuidarla; el trabajo que entregas habla mucho de ti como persona. Entonces, si se fusiona la buena organización, con la buena presentación, te suma puntos. Esto siempre lo tomaré en cuenta, no solamente para el ámbito laboral, sino para también para todos los demás.

Durante el proceso de realización del proyecto pude entender muchas cosas más a fondo. Por ejemplo, un impedimento que se continuaba presentando era si una fuente de consulta era fidedigna o no, ya que, para proyectos reales, es fundamental saber si los datos que pondrás son verdaderos. En el caso de que no lo fueran, se pone a la empresa en una posición de riesgo, por lo que se debía corroborar.

Como este tipo de proyectos me interesan mucho y me gustaría seguir trabajando y apoyando a empresas a conseguir exportaciones exitosas, me di cuenta de la importancia que tiene la investigación de mercados, leyes, logística y de la propia empresa. Relacionado a esto, un aprendizaje que considero que siempre hay que tomarlo en cuenta es el de siempre preguntar; nunca quedarse con la duda. Durante el proyecto nos surgieron algunas preguntas o teníamos puntos que no quedaban del todo claros, por lo que, siempre nos dirigimos a la empresa para preguntarle. Esto con el fin de, nunca suponer ni poner información errónea que podría perjudicar los resultados del proyecto.

Lo que nos ayudó mucho en esta parte fue que siempre mantuvimos muy buena comunicación con la empresa, anunciando avances y manteniéndolos al tanto también.

Aparte de ello, al momento de investigar las opciones que se tenían, pude darme cuenta de la importancia que tiene analizar profundamente cada una, ya que pueden parecerse en muchos aspectos, pero difieren en algunos importantes; por lo que, hay que profundizar mucho y comprarlos para así hacer la mejor elección.

Otro tema del que no tenía mucho conocimiento fue de la manera de registrar las marcas y sus precios, tanto de manera nacional, como internacional. Por ejemplo, yo no sabía que era muy recomendable registrar tu marca en el país al que exportáramos, ni tenía idea de las facilidades que da el Protocolo de Madrid. Capté la gran importancia que tiene hacerlo para así proteger a tu marca y que puede ser muy sencillo; por lo tanto, si llego a realizar un trabajo así nuevamente, propondré realizarlo.

Implicaciones éticas:

Al trabajar con una empresa ya desarrollada como Macada, logré comprender el compromiso que uno tiene con la empresa y con impulsarla a crecer. El hecho de realizar este trabajo significó la máxima discreción conforme a los datos importantes y a siempre dar lo mejor.

Pienso que este trabajo me ayudó mucho a reforzar mi responsabilidad, ya que, la teníamos con la empresa y teníamos que poner todo nuestro esfuerzo. A pesar de que en algunos productos o elecciones no estábamos del todo convencidos de que funcionarían, se hicieron adecuaciones para que logran ajustarse a los objetivos.

Considero que, (hasta el punto de que alcanzamos a realizar) de este proyecto fue muy fructífero, ya que logramos concretar cuáles eran los mercados potenciales para empezar a exportar. Esto requirió de constante trabajo en equipo, consejos y propuestas entre todos, para tener los mejores resultados.

El trabajar con Macada fue muy interesante y una experiencia muy buena, pude darme cuenta de cómo sería un proyecto de exportación y lo que implica. Me gustó mucho e inclusive disfrutaría seguirlo haciendo en un campo laboral. El hecho de que hayamos tenido al profesor para aconsejarnos fue de suma ayuda, ya que gracias a él pudimos orientarnos de manera correcta; especialmente porque era la primera vez que lo hacíamos para una empresa real.

Me hubiera gustado que se lograra abordar el tema de logística y contacto, ya que, así tendría más bases de distintos temas, pero lamentablemente, por falta de tiempo no alcanzamos. La próxima vez que realice algún trabajo así, será por mi cuenta y creo que absorbí los conocimientos necesarios sobre los requerimientos para realizar uno adecuadamente. Me siento muy satisfecha con lo realizado, esto logró reforzar mi responsabilidad, dedicación, compromiso, trabajo en equipo y esfuerzo como persona.

Aportes sociales:

El proyecto realizado será una gran oportunidad para todos los que fuimos parte de él. Esto para impulsar a la expansión de la marca y para ayudarnos a nosotros mismos a enriquecernos de experiencia. Así, la próxima vez que se realice un proyecto de exportación podrá ser más fácil ya que sabremos dónde buscar y qué hacer con la información. Con esto también podemos ayudar a más personas para que así ellas tampoco caigan en fuentes erróneas o den por certero algún dato sin verificarlo antes.

Aparte de ello, pienso que trabajos como éste pueden impactar en distintas personas. México es un país reconocido por las exportaciones que tiene, especialmente de productos del sector automotriz, manufacturero o perecederos; de moda no se escucha tanto. Al Macada ser una empresa mexicana fabricante de calzado y accesorios para dama, y que considere la oportunidad de llevar su producto a diferentes partes, es algo sumamente grande. Me refiero a grande porque, el hecho de que una marca lleve su nacionalidad a otros países hace que el país crezca consigo.

Proyectos así van de la mano con las empresas para que sean más reconocidas y México necesita este tipo de acciones. Considero que estos se pueden traducir como innovación, emprendimiento y esfuerzo. También, creo que las personas como nosotras, que tenemos conocimiento de los temas que se necesitan dominar para realizar esto, deberíamos apoyarnos entre nosotros para crecer; eso es algo que el país necesita.

Asimismo, esto ayuda a la sociedad brindándole un apoyo para lograr verificar a dónde quieren mandar sus productos y cuál es el mercado y la mejor manera para hacerlo. Es muy común que se escuche que uno quiere mandarlo a un país en específico por alguna razón sin fundamento; por lo que, este tipo de proyectos ayuda a orientar a las empresas de cuál sería la mejor dirección para tomar y qué procesos realizar.

Elena Victoria Cáceres Navarro:

Aprendizajes Profesionales

Las competencias desarrolladas que se obtuvieron durante el Proyecto de Aplicación Personal fueron varias. Para empezar, una de ellas es el trabajo en equipo. Para poder realizar este proyecto fue necesario trabajar en equipo y estarse apoyando en lo que cada uno estaba trabajando. Por otro lado, está el

haber trabajado con contextos internacionales. Como se sabe, se hizo primero una investigación de mercado en Estados Unidos, con los estados específicos de Arizona, Illinois y California. Se necesitó buscar un contexto geográficamente, y análisis de estudios para poder decidir el mercado a dirigir el producto. Así como también, habilidad para obtener información de diversas fuentes. Al momento de buscar tendencias y estudios nos hizo de mucha ayuda obtener la información de fuentes confiables como, por ejemplo, Passport, WGSN y estudios que son por la cámara del calzado de Guanajuato. También de tener la capacidad de planeación. Esto fue muy importante ya que, aunque el semestre tiene una duración de 4 meses, pues mientras se está haciendo un trabajo de investigación, estos meses son pocos, así que se tuvo que planear el tiempo. Para poder tener un entregable bien realizado y avanzado al final del semestre. Nos hizo falta llegar en cómo se va a mandar el producto y hacer el paso de contactar al cliente o distribuidor y hacer todo para que pronto se realice las operaciones de mandar el producto al destino escogido. Por último, se obtuvo el compromiso con un empresario. Ya no era con un profesor, de entregarle un trabajo final y dejar el proyecto a un lado al final del curso. Si no, que necesitábamos de fuentes reales, entregables formales, y tener un compromiso de que sí estábamos trabajando en su proyecto. Así como también darles un seguimiento continuo de dónde estábamos parados y hacerles una presentación de cómo estaba su proyecto y qué fue lo que encontramos en las fuentes y estudios para tener un respaldo de que su exportación si puede triunfar si hacen los pasos necesarios.

Mis aprendizajes más importantes, fue que te das cuenta que allá afuera no es fácil de obtener la información gratuita. Así como también, el hecho de buscar fuentes confiables y que el internet no te da muchas bases. Nos dimos cuenta que es de mera importancia, visitar el campo al cual quieres dirigirte, para poder obtener datos más reales. Porque los datos que se obtuvieron es del 2010, entonces, han pasado 9 años, los cuales sabemos que el mercado cambia constantemente. En la parte sociopolítica, nos dimos cuenta, que cual decisión que ponga el presidente de Estados Unidos puede afectar en las exportaciones.

Por ejemplo, si se impone algún impuesto o se sale del tratado esto va a afectar en el tema de costeo. Hasta ahorita tenemos el Tratado de Libre Comercio lo cual nos beneficia mucho y hay que aprovechar de ello. Así como también, al momento de registrar la marca, estamos asociados con el Protocolo de Madrid el cual hace que no solo en Estados Unidos esté nuestra marca si no en otro país con este dicho convenio.

Los saberes que se pusieron a prueba, fue el hecho de trabajar en equipo, siempre he sido individual y me gusta hacer a veces las cosas, pero aquí nos dimos cuenta que si era de muy necesario el trabajo en equipo y también estar checado lo que otros también hicieran su trabajo. Por otro lado, se tomó la parte de liderazgo, creo que cada uno tomó esa parte en algún momento. El hecho de estar pendiente que, si hiciéramos nuestra parte, el hecho de reunirnos y decir quién buscaba qué parte. Por último, el compromiso, antes solo se entregaban proyectos a los maestros y como ya lo había dicho, se hace un compromiso con una empresa activa, la cual espera un buen proyecto y análisis.

En conclusión, lo que aprendí para mi vida profesional, fue que siempre hay que entregar las cosas a tiempo, que una investigación conlleva tiempo y paciencia. También que hay muchas fuentes no confiables y que te puedes encontrar con mala información o con escasa información que hará que hagas una visita de campo. Por último, vuelve el tener el compromiso y darle seriedad siempre a lo que va a entregar y ser exigentes con lo que estás buscando.

Aprendizajes sociales

En la actualidad gracias a los Tratados de Libre Comercio y globalización es más fácil llegar a otros mercados y por realizar exportaciones. Así como también gracias eso se pueden comercializar los productos y así hacerlos llegar al consumidor final.

Ahora soy capaz de preparar un proyecto, de dirigirlo, hacer el seguimiento y evaluar su puesta en práctica de manera eficaz, con un impacto social no al cien por ciento, pero para mí esto fue una introducción y un buen avance para seguir aprendiendo del compromiso que se necesita, pero al ponerlo en práctica en mi vida profesional será más fácil. Al momento de poner a prueba todos mis conocimientos, te das cuenta de que uno es capaz de hacerlo. Si te propones a hacerlo, eres capaz de eso y muchas cosas. Hay que siempre tener el compromiso, el tener un impacto social positivo es muy bueno, ya que ayudas a tu propio país a seguir creciendo.

Las prácticas sociales sabemos es aportar a la sociedad, en conjunto con la comunidad. En el caso específico de MACADA que dedica a la comercialización y fabricación de calzado. Se debe cuidar el proceso de fabricación para cuidar la calidad de los productos para el consumidor final. Para así poder innovar hay que tener esto en cuenta y que se realice una práctica social. Una de ellas es lo que está haciendo TOMS que con un par de zapatos le regalan otro a una persona que no tiene.

Los impactos que podemos evidenciar es la fuerte competencia, las fuentes de información, el mercado cambiante. El conseguir clientes y/o distribuidores que puedan ayudarnos a penetrar el mercado de Estados Unidos. Así como también, no podemos evidenciar las innovaciones que se harán. No sabemos el día de mañana qué tipo de zapato estará a la moda, pero sí podemos saber sus tendencias y el comportamiento de los consumidores. Pero hay que adaptarse a ello. Las marcas reconocidas, no sabemos qué tipo de zapato estará lanzando, así que el modelo que ellos siempre sacan es lo que estará de moda. Esto significa que siempre estaremos atrasados.

Los impactos que eran probables, es que sabíamos que existe mucha información y que las fuentes, la mayoría no son confiables. Así como también se esperaba que fuera un poco difícil encontrar información gratuita. Así como

también que la competencia está muy fuerte allá afuera y más en los estados seleccionador pero que también existe una oportunidad para poder entrar a ellos. Sabemos que el mercado crece y crece, y que no es fácil penetrar a un mercado de calzado porque es lo que usamos todos día con día. Las marcas ya están establecidas en los países. Sabemos que el hecho de traer una nueva marca a otro país es de tener contactos fuertes y que nuestra publicidad funcione. Cuando la gente comience a usarlos y que sabemos que el calzado es de muy buena calidad, eso irá creciendo. Por el momento, el ingresas a un mercado nuevo que es el Estados Unidos, sabemos que es un impacto social al cual voltear a ver.

Los grupos sociales que fueron beneficiados en este proyecto son y serán los trabajadores de la empresa, ya que al momento de una futura exportación de ellos serán necesarios para poder realizar las ventas. Aparte de que están generando oportunidades de trabajo. Por otro lado, también a los directores, ya que se están dando más oportunidades de trabajo en otras áreas. Por último, a la familia, la cual es la más importante, ya que las familias de los trabajadores dependen de ellos y es para mejorar su calidad de vida.

Mi servicio de consultoría conllevó el hecho de ayudar a la empresa con el proyecto para así poder realizar el estudio de mercado y que así puedan realizar una exportación con éxito. Aparte de que éste va a ayudar a la economía de México, haciendo de este país como uno de los mejores países de exportación de calzado. Así como trayendo dinero al país debido a estas ventas. Así como también aumentando el PIB, haciendo así mismo un flujo de dinero entre un país a otro.

Los indicadores de exportación ayudarán aquello ya que habrá incremento en las ventas, esto se puede confirmar un análisis horizontal del estado de resultado y balance general. Desde el punto de vista mercadológico, el crecimiento de la marca debe ser notorio ya que expandirá sus operaciones. Por otro lado, de la logística, los gastos incrementarán y se deberán de buscar estrategias que

permitan conllevar con éxito las operaciones con el cliente final. Para que así, el cliente o consumidor final acepten tu producto con su calidad excelente.

La visión que tengo ahora del mundo social si ha cambiado. Es importante saber la economía de tu país y contribuir a ella. Existen muchas fugas de cerebro y tenemos que aportar más a nuestro país que a otros. Las exportaciones ayudan mucho al crecimiento y al reconocimiento mundial. Sabemos que somos los líderes con conjunto con China del calzado, pero hablando de calidad somos como mexicanos los mejores productores. Para esto, hay que aprovechar de estas oportunidades y a contribuir en la sociedad. Hay que seguir utilizando de nuestra mejor calidad. Por otro lado, hay que apoyar a los trabajadores para que exista una mejor calidad de vida, que es lo que necesitamos hoy en día. El mundo hoy en día está cambiando y hay que aportar todos los días un granito de arena para que nuestro país continúe creciendo y no se quede siendo el 3er mundo. Así como también te das cuenta de que nuestro país tiene mucho que ofrecer a la sociedad, solo lo tenemos que poner en práctica. En este proyecto me di cuenta de que México es muy grande en el calzado y hay que obtener este beneficio o ventaja para poder llevar nuestros productos a otro lugar y que existan más trabajos.

Aprendizajes éticos

Las principales decisiones que se tomaron fue el hecho de quitar a Arizona del mercado. Para empezar, se tuvo que realizar una investigación de mercado, para poder tomar esta decisión. Las consecuencias no son notorias debido a que la información no se encontró en internet, así que el hecho de decir que tenemos que dejarlo a un lado podría tener consecuencia en un futuro si no se visita el campo, ya que puede ser un lugar para realizar la exportación. Aunque, por el momento no se tuvo ninguna consecuencia. En nuestra experiencia, creo que tuvimos un proyecto positivo sin ninguna consecuencia gracias a la buena consultoría del profesor. A lo mejor si hubiéramos llegado a la parte de logística

ahí se toman más decisiones, por el momento la única decisión tomada fue la de descartar a Arizona.

Lo que me lleva o invita a esta experiencia vivida es que se podrá trabajar en una consultora o en propio proyecto al momento de exportación. Fue un ejercicio como introducción a ser una investigación de mercado. La experiencia que se vivió te das cuenta de que no es fácil y que necesitas de mucho tiempo para conllevar una buena investigación de mercado. Para todo esto, me lanza a poder tener mi propio proyecto en un futuro. Ahora sabemos cómo se estructura y como se empieza. El contenido realizado por el proyecto servirá de mucha ayuda ya que es el formato indicado para empezar. Por último, te da de un buen currículum ya que la empresa escogida es una gran empresa, lo cual en un futuro cuando esté buscando trabajo me ayudará a desempeñar esa área de mejor manera, y uno tendrá el plus ante otros candidatos.

Se podrá ejercer en mi profesión en varias partes. Como, por ejemplo, en el área de logística y en consultoría de exportaciones y apertura de nuevos mercados. Las empresas grandes tienen estas áreas la mayoría, así que gracias a este PAP fue una breve introducción a lo que hacen las grandes empresas para poder introducir su producto a otro país lo cual genera una gran experiencia dicho Proyecto.

Aprendizajes en lo personal

Para empezar, lo que el PAP me dio para conocerme a mí, fueron varias oportunidades. Por ejemplo, me di cuenta de que si puedo conllevar un trabajo de investigación y de exportación en conjunto con un equipo. Que fue un buen trabajo en equipo y equitativo. Que tienes que tomar liderazgo, para que así puedas distribuir el trabajo y que todos trabajen por igual. También, me dio para conocer, el hecho de tener una buena formalidad, y seriedad, me dio a conocerme en mi compromiso como alumna y en un futuro como profesionista. Por otro lado, las

ganas de trabajar, que si algo te gusta lo vas a disfrutar que, aunque no, es un entregable, y que tienes que cumplir con lo que ya estás haciendo. Una vez que empiezas algo, hay que terminarlo y entregarlo de la mejor manera. Por último, me dio a conocerme, en el sentido de que no puedes entregar algo que no tiene formalidad, me dio a conocer en qué puedo hacer esto y realizarlo con formalidad y que se puede hacer mejor y mejor en un futuro poniendo esto en la práctica.

El PAP me dio para conocer y reconocer a la sociedad en que puedes apoyar en los servicios de consultoría. Puedes apoyar a mucha gente con tus estudios y conocimiento de ello. Podría aportar a la sociedad con conjunto con la economía de México. Una exportación es muy buena para nuestro país. Por otro lado, te da a reconocer en que puedes ayudar a muchas personas que no tienen trabajos, que las familias no tienen cómo comer, si no que teniendo oportunidades de trabajo tú puedes mejorar todo esto. La sociedad tiene mucho que ver en nuestras vidas. Tienes que estar al tanto de ellos porque ellos son los que consumen tu producto entonces tienes que reconocerlas, haciendo el bien, como haciendo productos de calidad, productos que no dañen al medio ambiente, etc. entonces siempre debemos tener en cuenta de ellas.

El PAP me ayudó a convivir en la pluralidad y para la diversidad en el sentido de ayudar en un proyecto gratuitamente que ellos si toman nuestros consejos y nuestro proyecto, pues van a generar utilidades, y esto también ayudará a nuestro propio país. Por otro lado, se aprendieron ciertos valores, como el compromiso, la puntualidad, y la responsabilidad. En mi caso, no se tuvo contacto con otras culturas, pero si aprendimos a que, si podemos ayudar a generar más oportunidad de trabajo, es ayudar a la diversidad cultural.

En conclusión, lo que aprendí para mi proyecto de vida fueron varios aspectos muy importantes. Para empezar, se aprendió a realizar una consultoría que en su futuro si yo quiero ayudar a alguien a hacerlo, creo que esto fue una base. Por otro lado, lo que más aprendí fue el compromiso, que, aunque fue

gratuito sabemos que esto conlleva seriedad. Por ser gratuito no significa que vas a dejar el compromiso y la responsabilidad a un lado. Así como también que el mercado de allá afuera no es nada sencillo. Te das cuenta que para poder entrar a un mercado conlleva de una larga investigación de mercado primero, después de seleccionar a donde te quieres ir, y así mismo encontrar clientes para conllevar con éxito tu venta. Vimos que al parecer no es nada sencillo encontrar información en internet, y que es muy necesario visitar el campo. Por último, aprendí que hacer las cosas con formalidad y dándole un buen formato a las cosas, y buscando bien, te llevará a tener éxito en tu negocio. Si tú eres honesto y presentas información tal y como es, la gente tomará de ello en cuenta. El proyecto me gustó mucho y doy gracias por dicha oportunidad porque pones en práctica todo lo teórico aquí. El profesor es sólo un asesor, y no está detrás de ti. Así como también tú tienes que buscar las fuentes. Esto fue de gran ayuda porque allá afuera así será no tendrás a alguien guiándote todo el tiempo. Recomiendo plenamente al profesor y al proyecto.

Sergio Alejandro Bañuelos Sánchez

Aprendizajes profesionales:

En la realización de este proyecto profesional logre desarrollar mis facultades profesionales que he aprendido dentro de la carrera. La investigación me permitió desarrollar mi ética profesional, métodos de investigación, capacidad crítica analítica para así tener mi propio criterio que me permitirá realizar toma de decisiones. Este tipo de prácticas me permite entender como está conformado el entorno laboral, ya que me dio la oportunidad de tener el tacto con empresas que buscan internacionalización. Muchas de las competencias desarrolladas dentro de este PAP aportaron para que el día que yo egrese, yo pueda ejercer de manera profesional un consultor dentro del campo de comercio exterior y de negocios internacionales.

Dentro de este proyecto de calzado desarrolle y utilice métodos de investigación diferentes al igual que fuentes alternativas que nunca había utilizado dentro mi carrera. Dentro de este semestre lleve a la par del PAP la materia de Mercadotecnia en la moda, esta materia me brindo gran contenido para poder aportar al proyecto y a mi equipo. De tal manera considero que se logró recabar mucha información al utilizar fuentes como WGSN e instituciones que pertenecen al sector del calzado como lo es SAPICA o CICEG. Logre contactarme con gente de cámara del calzado en Guanajuato que me brindo estudios sobre el mismo producto para así poder lograr el objetivo de conseguir como está conformado el mercado del calzado para dama en los EE. UU.

Al investigar sobre el mercado estadounidense, me logre percatar de la situación actual por la que vive la industria del calzado mexicano en dicho país. Mi mayor aprendizaje fue que el calzado mexicano tiene una gran ventaja competitiva en cuestiones de relación precio-calidad sobre el calzado que proviene de los países asiáticos.

El zapato chino es más barato, pero no cuenta con la misma calidad del que ofrece el mexicano. Estados Unidos es un país que no protege dicho sector para sus productores y eso genera que haya una gran monopolización del mercado por parte de los chinos. México puede lograr posicionarse dentro del top 3, creo que todo depende si se logran vender y exportar calzado al país vecino.

Al ya entender como está conformado la industria tuve que poner a prueba los saberes que he aprendido dentro de la carrera y aplicarlo en un escenario real de la manera más profesional, tomando en cuenta las necesidades que tenía la empresa, sabiendo su problemática y los objetivos que querían lograr tanto nosotros como equipo para poderles entregar un trabajo para que ellos puedan aplicar dicho trabajo de manera real para su empresa. Los saberes puestos a prueba fueron temas de legislación aduanal y operación, conocimiento de barreras no arancelarias, negociación comercial, logística, toma de decisiones,

capacidades de exportación. Todos estos saberes aplicados fueron parte esencial para yo poder ser consultor para la empresa y aportar mi visión a mi equipo.

El aprendizaje que me llevo para mi proyecto de vida profesional es que este PAP en conjunto con la carrera de Comercio y Negocios Globales, me brindo las herramientas y el aprendizaje para lograr desarrollarme como profesionista. Al ser este mi segundo PAP me he percatado que lo aprendido en clase es un poco más difícil de poderlo aplicar a la vida profesional, este PAP tiene la certeza de poder logras una mejor relación con los aprendizajes a la profesión. Considero que al día que yo egrese pueda ejercer lo he desarrollado aquí para poder aplicarlo en mi próximo trabajo como profesionista.

Aprendizajes sociales:

El PAP apporto para mis aprendizajes sociales la capacidad de como preparar un proyecto con base a objetivos que permitan ayudar a la empresa, dichos objetivos permitirán facilidades al empresario para su toma de decisiones para la exportación de su producto a Estados Unidos. Esto genera que un impacto social de manera que se esta generando riquezas de manera como empleos que ayuden a que muchas familias tener ingresos para un mejor desarrollo. Considero que para la continuación de este proyecto es que se logre un seguimiento correcto de los objetivos y establecer metas que permitan evaluar a cómo empezó con el como se finalizó la exportación.

Al ser un PAP que se enfoca más en el ámbito empresarial ayudándole de manera social a una empresa no se puede medir muy a fondo los ámbitos generados, ya que mucha de la información es confidencial, pero puedo suponer que el trabajo que se realizó aportara una ayuda significativa para las ventas de esta empresa que lograra generar una mayor cantidad de empleos. Me siento muy orgulloso de poder aportar ayuda al empresario para que este genere dichas riquezas mediante la exportación además de promocionar los valores que tiene

una empresa mexicana y el extranjero pueda mirar más hacia México para la realización de calzado.

De los impactos esperados al principio inicial del proyecto era que el producto se lograría vender de buena manera al mercado de EE. UU. Y de un principio teníamos la certeza en que se descartaría el estado de Arizona, este estado era muy atractivo para el empresario, como equipo determinamos que no iba a ser viable ya que hay muy poca información sobre este. Éticamente logramos brindarle información al empresario y que este cambiara su postura al respecto de este estado y se enfocara la investigación en los estados de California e Illinois.

Mi servicio dentro de este proyecto considero que aportara a la economía de este país, ya que México es un país que su PIB depende mucho de la manufactura. Al ser un país manufacture, las exportaciones de dichos productos transformados aportan alrededor del 27% al PIB nacional. Si el país genera riqueza mediante la exportación, ayuda a la economía nacional. Parte de la filosofía que me enseñó el ITESO es que uno como jesuita debe de aportar a generar riquezas, me siento orgulloso de poder generarlas y sabiendo que de esta manera aporto a la economía mexicana.

La visión social que me llevo de este proyecto es que no importa si eres emprendedor, una PyME, Grande empresa, siempre necesitaras ayuda y que mejor manera que puedas aportarles con conocimiento para que este logre generar riquezas.

5. Conclusiones y recomendaciones

Partiendo del trabajo realizado, Macada tiene muchas oportunidades para ingresar al mercado de Estados Unidos. Detectamos que se debería enfocar únicamente en los dos estados de Illinois y California; ya que, con la información obtenida, son los que más características cumplían conforme al mercado que se buscaba. Así mismo, se identificó que las tendencias son cambiantes. Se dejó a un lado a Arizona porque no se encontró información suficiente de clientes potenciales como para considerarlo prospecto. Esta búsqueda se realizó por Yelp, Yellowpages, Facebook, Google, propias páginas web, donde se identificó que los estados elegidos sí cuentan con ellos, mientras que Arizona no.

Todo lo investigado fue obtenido por diversas fuentes, como, por ejemplo, estudios realizados por Passport, US Census, Cámara del Comercio de Guanajuato y WGSN. Estos nos ayudaron a adentrarnos más en el mercado y lograr ver cómo funcionaba, cómo estaba dividido, sus tendencias, dónde compra la gente, cómo, etc. El hecho de que México y Estados Unidos estén en un Tratado de Libre Comercio hará que la exportación sea mucho más fácil, lo que también representa un beneficio para Macada.

Para evitar situaciones imprevistas (ya que esto está fundamentado con investigaciones con resultados reales), se recomienda:

- Seguir contactando a distribuidores en base a los siguientes parámetros, que cumplan con el giro del calzado, que tengan de 5 años en adelante en el mercado, dentro del estado, condados con mayor población hispana, precios similares a la empresa, mayoristas, etc.
- Que registren la marca en Estados Unidos ó en el Protocolo de Madrid, para que así ésta quede protegida.
- Producción de etiquetas conforme a las regulaciones y especificaciones estadounidenses.
- Visitar los distritos de calzado dentro de los condados.

- Enfocarse en el segmento de mercado de mujeres entre los 25 - 49 años; ya que éste es el que más gasta en calzado en Estados Unidos.
- Verificar las tendencias que se presentan por temporada, ya que es un mercado cambiante en cuestión de éstas.
- Realizar las exportaciones con INCOTERM DDP, para que el cliente tenga mayor facilidad y haya mayor interés en cerrar la compra.
- Verificar cuestiones de calce y horma con el cliente al momento de las negociaciones.
- Analizar la opción de las ventas a través del E-Commerce, ya que es una tendencia hoy en día y seguirá en crecimiento en conjunto con las redes sociales.

Bibliografía

- CAAAREM. (2018). Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación. Recuperado 11 mayo, 2019, de <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>
- Chong, D. (2018). *And Now, the Chicago Street Style You Need to See. Who What Wear.* <https://www.whowhatwear.com/chicago-street-style-2018/slide6>
- CICEG. (2017). Condiciones y propuestas para incrementar las exportaciones de calzado y su valor de México a Estados Unidos. <http://www.dusselpeters.com/121.pdf>
- Diario Oficial de la Federación. (1998, 27 abril). NORMA Oficial Mexicana NOM-020-SCFI-1997. Recuperado 11 mayo, 2019, de http://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?cod_diario=209173&pagina=17&seccion=0
- ESTADOS UNIDOS: LLEGAR AL CONSUMIDOR. (2019, abril). <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Etiqueta Flexi [Foto]. (s.f.). <http://www.unionguajuato.mx/sites/default/files/styles/galeria/public/field/image-gallery/flexi-1.jpg?itok=p-vqsqYm>
- Euromonitor International. (2019). Designer Apparel and Footwear (ready to wear) in the US - Analysis. Passport. <https://www.euromonitor.com/designer-apparel-and-footwear>

- Euromonitor. (2018). Footwear in the US (Footwear in the US). Recuperado de Euromonitor International.
- Euromonitor. (2018). Womens Footwear in the US (Womens Footwear in the USA). Recuperado de Euromonitor International
- GOB. (2018). *Servicios que ofrece el IMPI | Tarifas | Protocolo Concerniente al Arreglo de Madrid.* <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-impi-tarifas-protocolo-concerniente-al-arreglo-de-madrid>
- Guiomar Minguez de Arroita, J. (2013). EL MERCADO DEL CALZADO FEMENINO EN EEUU (Calzado Fememino Nov 2013 new york). Recuperado de Recuperado de Documentos de la empresa.
- IMPI. (2016). Registro de Marcas. 11 de mayo del 2019, de Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual Sitio web: <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi>
- ITESO. (2019). *SOLICITUD DE SERVICIO CEDECOM MACADA(SOLICITUD DE SERVICIO CEDECOM MACADA).* Recuperado de Documentos de la empresa.
- Kompass. (s.f.). Kompass International. Recuperado 11 mayo, 2019, de https://mx.kompass.com/searchCompanies?acClassif=&localizationCode=US_04&localizationLabel=Arizona&localizationType=region&text=%22Comercio+al+por+menor%2C+de+zapatos+y+art%C3%ADculos+de+cuero%22&searchType=SUPPLIER
- MACADA EXPORTA SA. DE CV.. (-). *CATÁLOGO MACADA(CATÁLOGO MACADA).* Recuperado de Documentos de la empresa.

- Marco Jurídico / Normas Oficiales Mexicanas / Profeco. (2015, 18 octubre). <https://www.profeco.gob.mx/juridico/noms.asp>
- Notas técnicas y regulaciones EE.UU. Requisitos de importación de vinos y otras bebidas alcohólicas en Estados Unidos 2018. (2018, agosto). https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/4496839.html?fbclid=IwAR2Mn94Zn2xZprtEL5GYD1Zd8fLlqYj_o_AgwdrLSPdUd0KuJmkl37y7UM
- ProChile. (2017). Estudio de Mercado Calzado de Moda/Autor (Estudio de Mercado Calzado de Moda/Autor). Recuperado de <https://www.prochile.gob.cl/documento-biblioteca/estudio-de-mercado-de-calzado-de-moda-autor-en-estados-unidos/>
- Protocolo de Madrid. (2013). *¿Qué es el Sistema de Madrid?* <http://protocolodemadrid.impi.gob.mx/Antecedentes4.html>
- The U.S Footwear Industry Market Drivers. (2015, septiembre). <http://fdra.org/wp-content/uploads/2015/11/Quartly-Sales-Analysis.pdf>
- US Census. (2018). US Census: Arizona. 11 de mayo del 2019, de United States Census Bureau Sitio web: <https://www.census.gov/quickfacts/az>
- US Census. (2018). US Census: California. 11 de mayo del 2019, de United States Census Bureau Sitio web: <https://www.census.gov/quickfacts/ca>
- US Census. (2018). US Census: Illinois. 11 de mayo del 2019, de United States Census Bureau Sitio web: <https://www.census.gov/quickfacts/il>

- USITC. (2017). Mexico. 11 de mayo del 2019, de United States International Trade Commission Sitio web: https://www.usitc.gov/research_and_analysis/trade_shifts_2017/mexico.htm
- ViTRADE. (2009). El punto de venta de calzado en ILLINOIS estrategia y costeo. CICEG, 1(1), 1–39.
- WGSN. (2018). Análisis de tiendas: Mujer y mujer joven Calzado. WGSN.
- World Freight Rates. (2019). World Freight Rates Calculator. 11 de mayo del 2019, de World Freight Rates Sitio web: <https://worldfreightrates.com/en/freight>
- Yellow Pages. (s.f.). Best 30 Retail Women Shoe in Arizona with Reviews - YP.com. Recuperado 11 mayo, 2019, de https://www.yellowpages.com/search?search_terms=retail+women+shoe

Anexos

- Accesorios y calzado, cuero y otros materiales primavera/verano 2020.
- Análisis de tiendas calzado invierno fiesta 2018.Apparel and Footwear in the U.S. analysis.
- Bags and luggage in the U.S.
- Calzado de diseño de autor en Estados Unidos.
- Condiciones y propuestas para incrementar las exportaciones de calzado y su valor agregado de México a Estados Unidos.
- Designer apparel and footwear ready to wear in the U.S. analysis.
- El mercado del calzado femenino en E.E.U.U.
- El punto de venta de calzado en California.
- El punto de venta de calzado en Illinois.
- Estadística a propósito de la industria del calzado.
- Estados Unidos: llegar al consumidor.
- Estudio de mercado: Artículos de cuero en los Estados Unidos.
- Estudio de mercado calzado de moda/autor.
- Estudio de mercado sobre la exportación de marroquinería desde Argentina hasta Estados Unidos.
- Euromonitor International Interview Series: Q&A with Milton Pedraza CEO of the Luxury Institute.
- Footwear in the U.S.
- Luxury leather goods in the U.S.
- Notas técnicas y regulaciones EE. UU.
- The U.S. footwear industry market drivers.
- U.S. Census: Arizona.
- U.S. Census: California.
- U.S. Census: Illinois.
- Womens footwear in the U.S.A.