

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

**Departamento de, Economía, Administración y Mercadología**

**Proyecto de Aplicación Profesional (PAP)**



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**3J02B PROGRAMA DE DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS INTERNACIONALES II CEDECOM**

**“Plata y Oro Citlali S.A de C.V, Guadalajara, Jalisco”**

**P R E S E N T A:**

**Lic. Comercio y Negocios Globales: Carlos Esteban De la Torre Parada**

**Lic. Comercio y Negocios Globales: Michael Weber Vázquez**

**Lic. Comercio y Negocios Globales: María Fernanda González Arias**

**Lic. Comercio y Negocios Globales: Orly Daniela Palencia Álvarez**

**Lic. Comercio y Negocios Globales: Arely Eduwiges Portugal Zumaya**

**Asesores:**

**Graciela Del Carmen Velasco Gutiérrez**

**Montserrat Del Carmen Moncada Navarro**

**Tlaquepaque, Jalisco, México, noviembre 2019**

## Índice

	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes y Contexto	4
2. Desarrollo	4
2.1. Sustento teórico y metodológico	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Resultados del trabajo profesional	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	12
5. Conclusiones	25
6. Bibliografía	26

## REPORTE PAP

### Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

### Resumen

El presente proyecto tenía un contexto y antecedentes de desarrollo desde periodo de PAP en verano. Durante el verano, se trabajó con el objetivo de conseguir un buen mercado para realizar exportaciones de su producto, joyería fina de plata con diseños inspirados en la belleza de lo mexicano. Como resultado de trabajo e investigación realizados a lo largo del verano se obtuvo que era viable y conveniente exportar el producto a Colombia.

El proyecto que se realizó en este semestre de otoño 2019, requería identificar un nuevo país al que se destinaría la joyería. Esto ya que la empresaria no consiguió los derechos para la marca Frida Kahlo, por lo tanto, Colombia, el país que se había elegido durante el verano, ya no era tan viable como se tenía contemplado.

Por otra parte, la empresaria mostró el deseo de introducir su marca en los Estados Unidos de América, motivo por el cual se tuvo que realizar una investigación más profunda del país definido en relación a la que se había hecho

previamente en el periodo de verano para poder identificar los posibles aliados comerciales y las estrategias a seguir para poder establecerse en el mercado.

Ya que la colección que se pretende utilizar es nueva, también hubo que asegurarse que los empleados de Citlali estuvieran conscientes de la esencia la marca, por lo tanto, se realizó una serie de entrevistas con base en un cuestionario que indicaría que tan acertada era la imagen que tenían los empleados acerca de la empresa en relación con la que tiene la empresaria.

Una vez concluida la parte de investigación, se hizo contacto con distintos distribuidores en el país destino que eran considerados clientes potenciales. Para poder tener contacto directo con los clientes de comercio internacional, se creó una cuenta de correo específica para dicha actividad con el dominio de la empresa.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivos

Buscar la mejor manera de poder establecerse en el mercado estadounidense y definir las estrategias a seguir para poder penetrar en el mercado de forma estable, esto quiere decir, de forma en la que exista reconocimiento de la marca y lealtad hacia la misma.

Buscar socios comerciales y posibles clientes que puedan distribuir los productos en Estados Unidos de América y con los que se pueda tener una relación de largo plazo.

### 1.2. Justificación

El desarrollo de este proyecto, así como proyectos similares, es importante ya que las empresas 100% mexicanas aportan directamente a la economía del país y de las familias que laboran en dichas empresas. Este tipo de proyectos ayudan a que estas puedan crecer sin necesidad de invertir desmesuradamente, dando

a conocer productos mexicanos en mercados extranjeros y ayudando a que la imagen de lo producido en México se vuelva positiva.

Este proyecto sigue las recomendaciones del verano pasado, además de continuar con los intereses de la empresa, se evaluaron los escenarios con mayor peso para comenzar con la internacionalización de la empresa Citlali, dando como resultado la falta de preparación para expandirse a mercado internacionales, y concluyendo que la marca debe de trabajar más en una planeación de marketing y publicidad en el mercado nacional, que sirva de preámbulo para ingresar posteriormente de una manera más sólida a mercados extranjeros.

### 1.3 Antecedentes y Contexto

Citlali es una empresa familiar que se fundó en 1968 por Francisco Sánchez Sahagún. Actualmente, cuenta con 16 empleados y es dirigida por Rosana Sánchez Arias quien durante los últimos 5 años ha buscado constantemente el poder comercializar sus productos en el extranjero. Estos esfuerzos, le han permitido concretar algunos envíos a través de empresas de paquetería como DHL, hacia países como Alemania, Estados Unidos de América, Colombia y Australia. La razón por la que se ha querido explorar los mercados internacionales es porque ya hay amplia presencia en territorio nacional y en vista de su éxito se quiere buscar la expansión a nuevos mercados.

En el proyecto del verano pasado, se decidió tomar a Colombia como mercado meta y se trabajó en la forma de exportar producto a dicho país, sin embargo, la empresaria decidió poner en pausa este proyecto y enfocarse a la exportación a Estados Unidos de América. Durante este semestre se trabajó sobre todo en conocer el comportamiento del cliente final al que llegaría el producto por medio de los distribuidores en Estados Unidos de América, así como sus hábitos de consumo y lo que buscan en productos de la categoría de joyería fina.

## 2. Desarrollo

## 2.1. Sustento teórico y metodológico

### Metodología

Para poder cumplir con el propósito del proyecto, se planteó un objetivo general y objetivos específicos. Asimismo, y en conjunto con los diagnósticos realizados a la empresa se lograron definir las necesidades de información y alcances del proyecto.

Se realizó un análisis del mercado meta en Estados Unidos de América, los perfiles de consumidor, sus hábitos de consumo, clientes potenciales y sugerencias de los mismos, también estadísticas y el valor del mercado joyero en dicho país.

Se realizó un diagnóstico del entendimiento y apreciación de la marca de forma interna en la empresa.

Se realizó una búsqueda y se identificaron los clientes potenciales y sugerencias de vinculación.

Se sugirió también un contrato de compraventa internacional con las cláusulas específicas que necesita la empresa y se exploraron distintas opciones en cuanto a formas de pago que puede manejar la empresa Citlali.

### Sustento teórico

En este apartado se muestran los conceptos en los que se basó el marco teórico del proyecto.

Logística Internacional: En este periodo ya se conocía el producto y la forma en la que generalmente se traslada hasta el destino final, sin embargo, también nos ayudó a comprender el tipo de tiendas que manejan la mercancía de forma similar

para poder definir cuáles serían algunos de los posibles aliados comerciales y de esta forma no tener que cambiar la forma en la que el producto es desplazado.

Clasificación Arancelaria: Ya que se contaba con la fracción arancelaria nos ayudó a reafirmar la información que se tenía sobre producto y el lugar de origen, así como las preferencias arancelarias con las que contaría en el nuevo país destino.

Mercadotecnia Integral: Nos sirvió para analizar los elementos que integran el marco mercadológico: oferentes, demandantes, procesos de intercambio y los diferentes entornos que influyen en las decisiones de mercado.

Consultoría Integral en Negocios Internacionales: Nos sirvió para poder entender el proceso y los elementos que conlleva desarrollar un proyecto de negocios internacionales, así como la forma en la que se tiene que entregar un proyecto al cliente y como tiene que ser el trato al mismo, de esta manera se dio un trato adecuado a la empresaria. Permite describir los fundamentos de intervención en materia consultoría, y de aplicarlos en un trabajo de campo a través de la asesoría. De manera general implica contenidos como: consultoría y cambio; procesos y modelos de intervención; diagnóstico de las organizaciones e implantación del cambio y presentación de resultados.

Investigación de Mercados y Análisis del Mercado del Consumidor: Ayudó a conocer mejor el mercado al que se tiene que dirigir el producto antes de comercializarlos para alcanzar el mayor grado de éxito posible. También ayudó a profundizar la investigación para no solamente quedarnos con la búsqueda de los clientes finales sino también de buscar el tipo correcto de distribuidores que podrían ser utilizados. En la materia de Investigación de Mercados se revisaron también temas estadísticos como tamaño y selección de muestra para la aplicación de entrevistas y encuestas, se utilizaron estos conocimientos cuando se tuvo que aplicar el cuestionario empresarial.

Modelos de Exportación y Comercialización: Ayudó a entender las distintas formas en las que la empresa puede operar, así como los distintos tipos de alianzas comerciales o tratados que se pueden hacer entre empresas de forma nacional o internacional para concretar mejores negociaciones y un beneficio mutuo.

## 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

### Descripción del proyecto

Se realizó una serie de encuestas a los empleados de Citlali para conocer si estaban todos en el mismo entendimiento de lo que significa y es la marca en esencia de acuerdo a lo explicado por la empresaria.

Se hizo una investigación general sobre el mercado de la joyería en Estados Unidos de América y posteriormente una más específica en cuanto a la joyería fina de plata.

Con este marco teórico se logró definir quiénes son los mayores compradores del producto en cuanto a país de ascendencia. Además, se logró identificar a los mayores vendedores de la industria y empatar la forma en la que estas empresas operan en cuanto a la compra venta del producto, así como lo hace Citlali. Una vez definidos los posibles distribuidores, se buscó hacer contacto con los mismos.

Se encontraron también distintos aspectos a mejorar de la empresa para poder comercializar mayores volúmenes y tener mayor alcance. Esto, ya que el principal cliente que se había encontrado ya había sido contactado con anterioridad y no se pudo crear una fidelización a la marca del modo que la empresaria hubiera querido.

## Plan de trabajo

Para poder tener un control eficiente del cumplimiento de las actividades establecidas durante el proyecto, fue necesario crear un cronograma. Con esto el equipo llevó una organización de forma correcta para la búsqueda de información, visitas a la empresa y asesorías con el profesor. (Ver Gráfico 1).

FECHAS PLANEADAS DÍAS DE REALIZACIÓN			Cronograma													
			Agosto		Septiembre				Octubre				Noviembre			
			S1 L-D	S2 L-D	S3 L-D	S4 L-D	S5 L-D	S6 L-D	S7 L-D	S8 L-D	S9 L-D	S10 L-D	S11 L-D	S12 L-D	S13 L-D	S14 L-D
			19-23	26-30	02-06	09-13	16-20	23-27	30-04	07-11	14-18	21-25	28-1	4-8	11-15	17-21
<b>1. EMPRESA -</b>																
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>																
1.1 Cuestionario a la empresa																
1.2 Objetivos.	Carlos															
1.3 Generales	Carlos															
1.4 Específicos	Carlos															
<b>2. MERCADO -</b>																
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>																
<b>2.1 Industria.</b>																
2.1.1 Información General del Sector o Industria	Orly															
2.1.1.1 Tamaño.	Orly															
2.1.1.2 Tendencias de Crecimiento.	Orly															
<b>2.2 Investigación de Mercado.</b>																
2.2.1 Perfil del Consumidor.	Weber															
2.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado.	Weber															
2.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias.	Weber															
2.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado.	Mafer															
2.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado.	Mafer															
<b>2.2.3.2 Competidores:</b>																
2.2.4 Listado.	Arelly															
2.2.4.1 Precios.	Arelly															
2.2.4.2 Distribución.	Carlos															
<b>2.3 Canales de Distribución.</b>																
2.3.1 Estrategias de Distribución.	Carlos															
2.3.2 Directorio de contactos y Base de Datos	TODOS															
2.3.3 Tiendas de souvenirs	Carlos															
<b>3. COMERCIALIZACIÓN</b>																
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>																
3.1 Propuesta de valor / Estrategia de posicionamiento	Orly															
3.2 Estrategia de vinculación y compra	Orly															
<b>4. LEGAL</b>																
<b>Tiempo Real de la realización del apartado</b>																
4.1 Prácticas Contractuales.	Carlos															
4.1.1 Contrato de Compra-Venta Internacional.	Carlos															
4.1.2 Formas de pago	Carlos															



3. En la sección de investigación de mercado se habla de:

Perfil del Consumidor.

- Identificación cuantitativa del Mercado.
- Tamaño del segmento: Actual y tendencias.
- Identificación Cualitativa del Mercado.
- Aspectos Generales de Mercado.

4. En la sección de competidores se habla de:

- Estrategias de Distribución.
- Directorio de contactos y Base de Datos
- Tiendas de souvenirs

5. En la sección de comercialización se habla de:

- Propuesta de valor/ Estrategia de posicionamiento
- Estrategia de vinculación y compra

6. En la sección de legal se habla de:

- Prácticas contractuales
- Contrato de compra-venta internacional.
- Formas de pago

Finalmente, se presenta una sección de conclusiones y recomendaciones por parte del equipo a la empresa.

### Desarrollo de Propuesta de Mejora

La propuesta de mejora que se desarrolló para la empresaria fue principalmente basada en la mercadotecnia que se lleva en el mercado local.

En general se identificó, que la baja en ventas no era ocasionada por la poca cartera de clientes y posibles compradores, sino por la falta de una publicidad

adecuada en la empresa para dar a conocer la marca, así como una falta de consistencia en cuanto a la organización para pagos internacionales, que daban como resultado desconfianza a compradores en el mercado meta: Estados Unidos de América.

Como propuesta principal, fue la de establecer una forma de pago en Estados Unidos de América, es decir, establecer una cuenta a nombre de la empresa en el país meta, porque de acuerdo con la empresaria, los compradores estadounidenses, son muy desconfiados de realizar depósitos en cuentas foráneas.

Como segunda propuesta, fue la de participar en un PAP de mercadotecnia que se enfoque principalmente en el marketing y la promoción en redes sociales, página web, entre otras.

Como última propuesta se realizó un registro en la bolsa de trabajo ITESO, para que la empresa postule puestos de becarios en áreas importante de la empresa, como mercadotecnia, diseño, entre otras, lo que permitirá a la empresa desarrollarse y seguir trabajando en los puntos antes mencionados.

### 3. Resultados del trabajo profesional

Se logró hacer el cambio del plan de trabajo direccionado a Colombia y establecerlo a Estados Unidos de América ya que con el cambio de colección se realizó un cambio en cuanto al posible mercado comprador.

Al hacer el cambio se tuvo que volver a hacer una investigación en la que se obtuvieron los resultados del mercado en cuanto al consumidor final, así como al distribuidor.

Se encontraron distintas opciones con las que se podían trabajar como socios comerciales para poder distribuir el producto no solo en Estados Unidos de América sino también en Canadá y en Reino Unido. Sin embargo, se encontró

que uno de los socios de la empresa ya trabaja con la plataforma por lo cual se descartó.

La segunda opción Ávila Retail, está siendo fusionada por otra empresa de Phoenix, y se encargará de realizar el seguimiento a futuro de proveedores que se tenían con anterioridad, así como los prospectos de clientes que se tenían, como Citlali, de igual manera es responsabilidad de la empresa realizar seguimiento de esta fusión, para ponerse en contacto con la nueva administración.

Una vez analizando todo lo que se encontró durante el desarrollo del proyecto, se puede establecer que el problema de la marca realmente no es el encontrar clientes sino el poder darles seguimiento, así como el alcance que se le da a cada cliente. Esto significa que la empresa tiene que buscar asesoría en cuanto al campo mercadológico y publicitario.

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

##### Aprendizajes profesionales

Carlos De la Torre:

Este PAP fue un vistazo más de la realidad profesional y de trabajo que existen allá afuera, fue frustrante ver como el proyecto anterior no había servido de mucho para la empresa, pero agradecido que Citlali haya confiado en nosotros para seguir con su proyecto, porque siento que demostramos que somos comprometidos con el trabajo y somos capaces de trabajar de una manera clara y sobre todo profesional, cumpliendo objetivos e informando a la empresaria lo que se está trabajando.

Creo que el desafío más grande que viví en este proyecto fue la saturación de trabajo, ya que a veces la empresaria no estaba disponible, o algún miembro del

equipo, por lo tanto, el trabajo se saturaba para unos días y era un poco complicado mantener el ritmo, pero a fin de cuentas siento que el trabajo salió a flote, con el apoyo de mis compañeros y nuestra asesora.

Michael Weber:

El haber trabajado en este proyecto de nuevo, dio un panorama distinto ya que el hecho de que fuese un seguimiento y no fuese un comienzo de cero, hizo que comprendiera ciertas cosas que ni siquiera experimente en el periodo pasado. Tratamos con una empresaria que pasaba por momentos personales difíciles, que la desorientaron del objetivo inicial y sin tener una idea clara de lo que esperaba de este proyecto. Esto me ayudó para poder comprender con qué tipo de personas se puede tratar en el mundo profesional siendo consultor. Con la guía de la maestra también el saber cómo tratar con la frustración que esto puede generar y darle la atención necesaria para que de esta manera el resultado del proyecto se satisfactorio.

Esto también ayudó a entender que el proceso de un proyecto puede ser cambiante y que hay que estar preparados para cualquier tipo de imprevistos que se puedan presentar.

En resumen, entre lo que aprendí el semestre pasado y lo que aprendí este semestre, creo que estoy un poco mejor preparado para poder ejercer mi profesión en el mundo real y no salir totalmente desarmado a un campo laboral que es bastante difícil.

Arely Portugal:

Durante el transcurso de este PAP, pude aprender muchísimas cosas nuevas. Duramos años en la escuela, leemos acerca de las empresas, vemos películas, trabajamos sobre casos prácticos y aprendemos la teoría de cómo se deben de hacer las cosas. Nos damos una idea de cómo es el manejo de una empresa en la vida real, sin embargo, al comenzar a trabajarlo realmente me di cuenta de que no es nada parecido a lo que nos pudiéramos imaginar.

En muchas ocasiones comenzamos un proyecto con una idea en mente, muy decididos sobre lo que queremos hacer y cómo queremos hacerlo, sin embargo, sobre la marcha podemos irnos dando cuenta de que tal vez lo que nos planteamos en un inicio no es la mejor opción, aprendí que debemos de estar abiertos a los cambios, debemos de ser flexibles y hacer lo que sea mejor para la empresa, siempre y cuando tengamos un objetivo firme y se trabaje para alcanzarlo.

Otro aprendizaje muy valioso fue valorar la importancia de todas las áreas dentro de la empresa. No se puede trabajar sobre el paso número 2 sin haber trabajado y concluido el paso número 1. Muchas veces se le resta importancia a alguna de las áreas de la empresa, en el caso de Citlali fue al área de mercadotecnia, pero es muy importante que todas las áreas trabajen de la mano, que estén enteradas de lo que hacen las otras, que todos estén trabajando juntos por un mismo objetivo, cada quien, enfocado en su especialidad, pero el hacer que todos sean un equipo es primordial en una organización. Aprendí la importancia de tener un objetivo muy claro y un plan de trabajo bien elaborado y trabajar sobre este, no desviarse ni distraerse con otras cosas, hasta cumplir el objetivo.

Por último, el sueño de muchos es llegar a exportar, inclusive, muchas empresas se crean exclusivamente para exportar ciertos productos, otras empresas, como es el caso de Citlali, llevan años en el mercado nacional y deciden comenzar a exportar por diversas razones. Existen empresas que deciden comenzar a exportar con la intención de generar mayores utilidades, y esto es una muy buena razón para hacerlo, lo que aprendí es que no pueden proceder a exportar cuando las finanzas actuales de la empresa no son sanas. Se deben de tener cimientos firmes, una base sólida en el mercado nacional para poder proceder a explorar nuevos mercados en el extranjero.

María Fernanda González:

Al llevar a cabo este PAP me doy cuenta lo diferente que es tratar con un cliente real a resolver casos hipotéticos en una clase, el trabajar para una empresa real pone todo en una perspectiva diversa, sobre todo en una empresa como Citlali que es familiar y tiene muchos años desde su fundación.

La dueña de Citlali es una gran persona, apasionada por su negocio y que se esfuerza día a día por cumplir las metas que tiene para su empresa. Además de lo que pude aprender sobre mi carrera y mi camino profesional, aprendí de la empresaria el nivel de dedicación y pasión que se debe tener por un proyecto para poder sacarlo adelante.

Todos estos aprendizajes, en conjunto con mi PAP anterior y mis clases universitarias me preparan para entrar a la vida profesional con una visión muy amplia y capacidades de resolución de problemas que considero valiosas ya que difícilmente se podrían aprender en otro lugar.

Orly Daniela Palencia Álvarez:

El PAP me hizo adentrarme a como debes tratar con tu cliente y buscar las formas de complacerlo rescatando la poca o mucha información de los objetivos que busca para su empresa. En ocasiones fue muy difícil debido a que no nos brindaban objetivos como tal o iban cambiando durante el desarrollo del proyecto.

En la parte de la investigación me ayudó mucho a darme cuenta cuales son las preguntas que debo hacer yo como consultor para entender al cliente y empezar a trabajar en el proyecto para después iniciar una investigación profunda que le sea útil a la empresa y no cometa errores comunes como entrar a un mercado extranjero sin estar preparado o sin conocer a su competencia.

Muchas veces el no hacer una investigación de mercados previa puede hacer que tu empresa quiebre al momento de invertir ya que por creer que tienen un producto estrella van a tener una penetración fácil.

## Aprendizajes sociales

Carlos De la Torre:

En el RPAP anterior, había comentado, justamente, que era importante darle seguimiento a todas las recomendaciones que se le dieron a la empresaria, aunque en este nuevo proyecto, nos dijo que en realidad no le servía de mucho el proyecto que se presentó en verano, me dio gusto saber que las recomendaciones que se le dieron está aplicándolas, como una forma de crecimiento, ya que esta empresa está necesitada del conocimiento que nosotros podamos brindarles, ya que somos una parte neutral en la empresa, y vamos a hacerles las observaciones de manera clara, directa y sin partes en juego.

Esta labor social es un punto de inicio para comprender el impacto que puede tener en una empresa el trabajo bien hecho, incluso si es un trabajo mal hecho, puede tener un impacto en la empresa, por eso es importante siempre trabajar de manera objetiva e impecable, para demostrar nuestro profesionalismo y calidad como personas.

Michael Weber:

Un pequeño problema que podemos observar en la empresa es que la empresaria es diseñadora y le faltan conocimientos acerca de algunos otros temas como administración, comercialización, mercadotecnia, entre otros. Esto dificulta un poco más el poder desarrollar su marca ya que su área de experiencia es el diseño y creación del producto. Como consultor creo que fue un reto ya que se necesitó de mucha paciencia y empatía para poder compartirle ciertos puntos que a lo mejor para nosotros que nos centramos en el comercio son claros que para la empresaria no lo son tanto. Aprendí, que probablemente muchos de los empresarios que necesiten consultoría y recurran a nuestros servicios tendrán una situación tal vez no igual pero si parecida y que siempre hay que tener en

cuenta que los empresarios no pueden tener conocimiento sobre todos los temas que se tienen que desarrollar en un proyecto y que por esa misma razón se acercan a nosotros para apoyarlos a generar resultados satisfactorios en sus proyectos, entenderlos y apoyar a satisfacer las necesidades que tienen y darles la confianza de que además de que sabemos hacer nuestro trabajo y podemos entregar esos resultados, también pueden inclinarse en nosotros para tener cierto aprendizaje y crecimiento de manera profesional.

Arely Portugal:

En nuestro país, la mayoría de las empresas son MYPES y muchas se quedan estancadas ahí o incluso desaparecen por diversas razones, entre ellas la falta de conocimiento, el no saber hacer las cosas correctamente o la falta de una visión para hacerlas crecer. Tener un negocio y hacerlo crecer es bastante difícil, existen muchísimos factores que dificultan en gran medida la vida de un negocio, y más si las personas no saben cómo llevarlo. Este PAP me pareció muy productivo, pues fuimos de la mano de la empresaria trabajando para identificar cuáles eran las áreas que se deben de fortalecer, antes de comenzar a exportar, le ayudamos a abrir los ojos para ver diversas cosas en las que no había caído en cuenta y que son de suma importancia dentro de una empresa si se quiere lograr que esta sea exitosa.

También aprendí sobre la importancia de trabajar en causas sociales, en este caso, Citlali comenzó a trabajar en un proyecto enfocado en ayudar al Bosque de la Primavera, sacó toda una colección inspirada en ella y está es una situación ganar-ganar, pues además de ayudar a la sociedad y retribuir un poco de lo que recibimos, también ayuda a la empresa de diversas maneras.

María Fernanda González:

Siempre da gusto trabajar con empresas que promueven lo Hecho en México y que, llegado al extranjero, hacen que la imagen de lo mexicano cambie y sea

percibido como de buena calidad. Citlali se empeña en dar a conocer la belleza natural de México por medio de sus diseños que son plasmados en joyería fina de materiales preciosos, todo esto hace que los extranjeros que consumen el producto se formen una opinión favorable de México y de sus productos.

Además de esto, Citlali es una PYME familiar como la mayoría de las empresas en México, y en muchos casos son el principal sustento de las familias de los que ahí laboran. En este caso, la empresa tiene 16 empleados que se puede trasladar a 16 familias cuyo bienestar depende de lo bien o mal que le vaya a la empresa. Por todo lo anterior, es importante que estas empresas sean bien llevadas, para mejorar no solo su economía sino, indirectamente la de todo el país también.

Orly Daniela Palencia Álvarez:

Trabajar en equipo siempre es una herramienta muy útil dentro de los proyectos ya que en un futuro deberás hacerlo y es muy importante lograr esa empatía con tus compañeros para crear un proyecto que brinde soluciones y con investigaciones profundas las cuales se logran con la aportación de cada integrante

Muchas veces cuando un integrante no comprende al 100% los objetivos del empresario la intervención de otro puede ser la mejor opción para construir entre todos, un objetivo específico y que el cumplimiento de este se logre con éxito.

Trabajar con mi equipo y la empresaria fue una experiencia muy enriquecedora ya que al ser mi primer PAP fue un poco difícil al comienzo entender la interacción con el empresario, sin embargo, con el paso de la investigación tus compañeros te motivan a que le brindes tú la información al cliente y guían por el camino que ya han recorrido ellos en su experiencia o te apoyan.

## Aprendizajes éticos

Carlos De la Torre:

Siempre es importante trabajar de manera ética, porque así demuestras quién eres como profesionista, aunque las empresas y el mercado laboral en sí, sean un caos sin principios, lo importante es tener bien claros tus principios y ser fuertes ante las adversidades.

Como consultor en este proyecto, y de la mano de mi equipo siempre estuvimos al tanto de las acciones que hacían en la empresa, hacíamos nuestras observaciones y dábamos nuestros puntos de vista sobre situaciones que la empresa podría considerar como acciones sin algún impacto considerable, pero que si se hace un análisis más profundo podríamos darnos cuentas que se pudiera estar actuando de una manera poco ética.

Básicamente el conocimiento ético que desarrollé es el de analizar lo que uno está haciendo, y cómo es que afecta a los otros, vale la pena hacerlo, si vale la pena que se está ganando y que se está perdiendo. En el libro Negociando con el Diablo de Robert Moonkin, habla precisamente de eso, cuando negociar tus principios éticos contra alguien que va completamente en contra, y la parte importante es saber cómo negociar, cómo cambiar, cómo actuar y cuándo tomar una decisión.

Michael Weber:

En este periodo, fue interesante que la empresaria nos platicara ciertas situaciones que se le presentaron a ella y de las cuales tuvo que discernir entre tomar la decisión ética o la más conveniente para su empresa económicamente, me dio mucha curiosidad que la empresaria prefiriese el mantener una reputación como una persona íntegra y que el manejo de su empresa es de la misma manera, en vez de levantar a su empresa económicamente. Actualmente estoy desarrollando un proyecto propio y creo que es un dilema al que podría llegar a

enfrentarme en un futuro no muy lejano y creo que la forma en la que ella defiende a su empresa, su visión, y sus principios es la forma en la que cualquier persona debería defender su empresa, su familia y sus ideales.

Me quedé con un muy buen sabor de boca en especial el saber que se pueden generar proyectos y negocios exitosos siendo honestos. Este gran aprendizaje me ayudará en mi vida profesional.

Arely Portugal:

Trabajar con la empresa y con mi equipo de trabajo me ayudó a entender la importancia de poder trabajar realmente como un equipo, poder empatizar con otras personas, aunque las acabes de conocer, así como darle importancia a cada uno de los empleados de la empresa, tratarlos como personas valiosas y que sean escuchados.

Además, es indispensable la transparencia y la honestidad. Tanto con los clientes, como con los socios y los empleados. De esto depende mucho la reputación de la empresa. Si se dice que es plata .925 asegurarse de vender lo que se promete y si se dice que se harán donaciones, realmente hacerlas, pues cualquier detalle, por más mínimo que parezca puede tener grandes afectaciones en la reputación de una empresa.

María Fernanda González:

La Universidad ITESO siempre se ha destacado por promover valores en sus alumnos, el trabajar en este PAP no es la excepción. Tanto mis compañeros de equipo, la empresaria y las asesoras de proyecto siempre pusieron la ética por delante de todo, en la transparencia de los procesos y la forma de trabajar.

Citlali es una empresa en la industria joyera, dentro de esta industria hay muchas formas de sacar provecho de formas no éticas sobre todo tratándose de metales preciosos que son muy caros. Fue satisfactorio trabajar con una empresa que

tiene valores y los pone en práctica y que sobre todo le da al cliente lo que le promete.

Cuando entre a la vida profesional lo haré siempre con la idea de que los valores como la honestidad, la responsabilidad y la justicia son claves para tener éxito. Me da gusto tener en ITESO y dentro de este PAP ejemplos admirables de trabajo ético y de los frutos que esto puede tener en el ámbito laboral.

Orly Daniela Palencia Álvarez:

Estar en este proyecto fue un aprendizaje que me deja muy marcado el trabajar en equipo de manera correcta. Sin mi equipo no hubiera posible lograr los resultados que buscaba la empresaria.

El empeño que le pusimos al proyecto fue muy grande ya que pasamos de lo escolar a lo laboral, lo cual implica un compromiso con la empresaria ya que ella espera de nuestra parte para que el proyecto funcione y le demos un resultado. Este proyecto fue muy interesante ya que aprendimos un campo diferente al que estamos acostumbrados, es decir, marketing.

Trabajar con una empresa mexicana me motivó aún más debido a la empatía que hay como mexicanos y lo importante que es impulsar a las empresas mexicanas a que se adentren en el comercio exterior. Sin embargo, es importante darles las bases necesarias para lograr el objetivo de ingresar a otro mercado con seguridad y documentación necesaria.

Aprendizajes en lo personal

Carlos De la Torre:

Pude darme cuenta que es a veces agotador tener tanta presión en el trabajo, que simplemente puedes llegar a bloquearte, es importante saber manejar la

presión, creo que el conocimiento personal más importante es este, en verano era muy diferente, solo me enfocaba en mi trabajo en las mañanas y en el PAP por las tardes, pero en este semestre había muchas cosas que requerían mi atención, y a veces solo no podía concentrarme y era mucha presión de todos lados.

Personalmente creo que el trabajo en equipo es importante, nuevamente fui afortunado de tener un equipo muy profesional, que, aunque no siempre trabajamos con buen ritmo, siempre estaba dispuesto a trabajar, fue un equipo muy importante y hubo una relación mucho más cercana con la empresaria.

Las relaciones personales fueron otro punto importante que desarrollé aún más en este proyecto y de la mano con mi trabajo y las materias que llevaba hicieron un cambio en mí y en mi manejo de la presión y la ansiedad.

Michael Weber:

No me considero una persona muy paciente, y creo que este periodo por cómo se dieron las cosas, fue una de las cosas que más tuve que desarrollar, así como lo puse en mi reporte del semestre pasado, reitero que me gustó trabajar en equipo y que nuevamente fue una buena experiencia ya que hubo buena comunicación y nos apoyamos de una manera muy sólida todos. Sin embargo, si hubo ciertas cosas que pusieron a prueba mi paciencia, el trabajar bajo presión en algunas ocasiones y el comunicar ciertas cosas que no me parecían también fue difícil ya que teníamos que hacerlo de una manera profesional y es algo a lo que yo no estoy acostumbrado.

Me ayudó bastante el que en este ciclo el equipo de trabajo fuese más grande y creo que también fue beneficio para el proyecto ya que pudimos desarrollar más puntos de vista y por tanto las soluciones que pudimos conseguir fueron vistas y probadas de una forma más diversa y que al llegar a un acuerdo encontramos opciones óptimas para el proyecto.

Entendí que muchas veces los impulsos no son lo mejor para nuestra vida profesional ya que pueden generar consecuencias muy negativas y pueden incluso costarte el trabajo, nunca he pasado por una situación así, pero me hizo más consciente de todo lo que puede generar un comentario imprudente.

Salgo de este PAP siendo una persona más paciente, más analítica, más profesional y un poco más listo para entrar en el mundo laboral y empresarial.

Arely Portugal:

Este proyecto me ayudó a abrir los ojos y darme cuenta de la realidad de las cosas, ver un panorama distinto y ver la realidad de emprender, muchas veces no todo es como nos lo imaginamos, es mucho más difícil de lo que parece y nos vamos a encontrar con muchos problemas que no nos hubiéramos imaginado. También me queda muy clara la importancia del balance de la vida personal con la empresa, el buen manejo de las emociones y del estrés, pues siempre habrá muchas cosas que influyan en la persona y si te encuentras al mando de una organización, cada una de las decisiones que tomes terminarán por afectar a aquellos que están a tu mando. Tener una empresa o un buen puesto dentro de la misma conlleva una gran responsabilidad.

Este PAP representó un gran reto para mí, el trabajar con un equipo con el que nunca había trabajado, en una empresa de la que jamás había escuchado y en una industria desconocida para mí, me ayudo a mejorar mi confianza en mí misma, de saber que puedo lograr lo que me proponga, de saber conectar y empatizar con las personas y lograr los objetivos establecidos. Muchas veces tenemos un poco de miedo de no poder establecer una relación sana de trabajo con nuestros compañeros, pero tuve un gran equipo y entre todos nos apoyamos y nos ayudamos a aclarar nuestras dudas.

Me quedo muy satisfecha y agradecida con todos, aprendí de igual manera que a veces creemos que todo es competencia, y que la gente no es amable, pero me encontré con personas que, así les preguntes varias veces lo mismo, te van a explicar hasta que lo entiendas y sin juzgarte. También aprendí a ser más paciente con los clientes, en este caso con la empresaria y a utilizar la información de la mejor manera, a explicarla y a darle la importancia y el valor que se merece cada una de las investigaciones que realizamos. Muchas veces tenemos información, que por los conocimientos que hemos adquirido como profesionistas, se nos hace algo de lo más simple y sencillo, lo vemos como algo de nula importancia, sin embargo, para alguien más, alguien que lo necesita, esa misma información puede ser un gran hallazgo. La manera en la que presentas la información es de gran importancia y la manera en la que te presentas a ti mismo es la imagen que tendrán siempre de ti los demás.

María Fernanda González:

Más que aprendizajes académicos este tipo de proyectos me dejan aprendizajes personales que se pueden trasladar a varias áreas de mi vida. Mejorar personalmente y aprender desde perspectivas variadas es algo que no tiene precio y que siempre intento aprovechar al máximo.

Al haber formado parte de este equipo en el PAP, aprendí muchas cosas de mí misma. Siempre dije que no me gustaba trabajar en equipo, sin embargo, con un equipo que se compromete a trabajar y en el que todos se encuentran en la misma página, es fácil y muy satisfactorio. Aprendí a comunicarme mejor con personas que pueden o no tener la misma perspectiva que yo.

Aprendí a ser paciente con las personas y conmigo cuando algo no me sale como quiero. Aprendí a tolerar los fracasos y a darles la vuelta para que, en lugar de obstáculos, sean un punto de partida para un diferente camino.

Aprendí que tengo habilidades muy buenas de organización y estas le pueden aportar cosas buenas al equipo sobre todo en un proyecto largo que tiene la duración de un semestre puede ser aplicado. Aprendí muchas cosas gracias a mi equipo de trabajo, y aprendí a conjuntar las virtudes de muchas personas para lograr un objetivo común.

Orly Daniela Palencia Álvarez:

El proyecto me dejó una preparación muy grande en la seguridad de realizar e encaminar una investigación con un objetivo. Este objetivo no se hubiera logrado sin la ayuda de mi equipo ya que todos aportamos información que hemos adquirido a lo largo de la carrera. La unificación de nuestros aprendizajes hace que obtengamos mejores resultados por las diversas opiniones que se aportan.

Comenzando el proyecto dejamos ir muchos detalles que hacían que perdiéramos de vista el objetivo. Sin embargo, nuestra consultora nos ayudó a enfocarnos en lo principal y como podíamos llegar a ese resultado sin perder tiempo y rescatando información innecesaria.

La seguridad que me dio el proyecto para dirigir las consultas de los clientes fue un punto muy grande para mi carrera laboral ya que muchas veces no tenemos la seguridad de preguntar, informar o transmitir la información de manera correcta.

## 5. Conclusiones

En general pudimos darnos cuenta como equipo y como profesionistas, que a veces las empresas no identifican sus puntos a trabajar, pues solo se evalúan superficialmente, no van más a fondo, no se autoevalúan como deberían de hacerlo y esto nubla su juicio.

La empresa no tenía claridad sobre el enfoque que realmente quería abordar, igualmente en lo que pensaba que era sus áreas de mejora. Según la empresaria Citlali necesitaba vender más, ese sería su mayor problema, pero conforme

avanzamos en el proyecto, pudimos darnos cuenta que la baja de ventas era un problema muy grande, pero estaba siendo ocasionado por varios problemas pequeños en los que se tendría que trabajar, por eso se optó por realizar un trabajo de consultoría y recomendaciones al final, en vez de un proyecto de exportación, pues nos dimos cuenta que la empresa aún no está lista para incursionar en un mercado internacional de la forma en la que tiene pensado pues sería muy difícil mantenerse si no se tenía trabajado el problema interno.

## 6. Bibliografía

Banco Mundial 2018. Población de Estados Unidos. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2018&locations=US&start=2018&view=bar>

Bazaar del Mundo 2019. Shopping Store At San Diego. Recuperado de: <https://www.bazaardelmundo.com/bdm/>

BBC 2019. México: las cifras que muestran su verdadero poder económico en Estados Unidos. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-4670582>

BBC 2019. Trump: los ganadores y perdedores de las políticas económicas. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46073079>

Bermúdez, M. 2019. Joyería Sustentable Una tendencia mundial Recuperado de: [https://www.jewelrycooltrend.com/joyeria-sustentable/#Grandes Joyerías que afirman tener materiales de manera etica.](https://www.jewelrycooltrend.com/joyeria-sustentable/#Grandes_Joyerias_que_afirman_tener_materiales_de_manera_etica)

Dallas News 2017. Aeropuertos con más tráfico en el mundo. Recuperado de: <https://www.dallasnews.com/espanol/al-dia/noticias/2018/04/20/cuales-son-los-aeropuertos-con-mas-trafico-en-el-mundo/>

Departamento de Inteligencia de Mercados 2017. Informe Especializado: joyería de plata en Estados Unidos. Recuperado de:

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/129975608rad79ECA.pdf>

El financiero 2013. Mercado nostalgia en Estados Unidos, un potencial para México. Recuperado de:

<https://www.elfinanciero.com.mx/archivo/mercado-de-la-nostalgia-en-eu-potencial-para-mexico>

Elite Traveler 2013. Tiffany & Co. Introduce Engagement Ring Finder App. Recuperado de:

<https://www.elitetraveler.com/travel/travel-news/tiffany-co-introduces-engagement-ring-finder-app>

Ella Hoy 2017. Pandora se une a la moda verde. Recuperado de: <https://www.ellahoy.es/moda/articulo/pandora-se-une-a-la-moda-verde-de-la-mano-del-reciclaje/278865/>

Exteriores 2018. Ficha País: Estados Unidos. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf)

Gestiopolis 2019 ¿Qué es un canal de distribución? Recuperado de:

<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>

Gobierno de Perú 2010. Perfil del consumidor estadounidense de joyería de plata. Recuperado de:

[http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios\\_y\\_Perfiles/Joyer%C3%ADa/Perfil\\_de\\_Mercado\\_Joyer%C3%ADa\\_de\\_Plata\\_EEUU\\_2010.pdf](http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Joyer%C3%ADa/Perfil_de_Mercado_Joyer%C3%ADa_de_Plata_EEUU_2010.pdf)

Merca20 2018. Mexicanos en Estados Unidos, son el mercado nostalgia. Recuperado de:

<https://www.merca20.com/mexicanos-en-estados-unidos-son-el-mercado-nostalgia/>

MOLA 2019. Rumbo a una joyería sostenible. Recuperado de:

<https://universomola.com/index.php/universo-mola/item/72-rumbo-a-una-joyeria-sostenible>

Psyma 2019. Determinar el tamaño de muestra. Recuperado de:

<https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

Revekarose 2019. Joyería de Guillermo Arregui. Recuperado de:

<https://www.revekarose.com/collections/guillermo-arregui>

SIICEX 2012. Instrumentos de comercio exterior. Recuperado de: [http://www.2006-](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/siicex)

[2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/siicex](http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/industria-y-comercio/instrumentos-de-comercio-exterior/siicex)

Statista 2019. Distribución de uso de Instagram, por edades. Recuperado de:

<https://www.statista.com/statistics/398166/us-instagram-user-age-distribution/>

Tiffany & Co. Does Tiffany offer conflict-free diamonds? Recuperado de:

<https://www.tiffany.com/faq/love-engagement-faq/does-tiffany-offer-conflict-free-diamonds/>

UNICEF MARKET 2019. Handmade Jewelry From Mexico. Recuperado de:

<https://www.market.unicefusa.org/jewelry/mexico/>

URW AIRPORTS 2019. News & Gifts at LAX. Recuperado de:  
<https://www.urwairports.com/lax/retailer-category/shop/news-gifts/>

Vogue en español 2019. Tendencias en primavera 2019. Recuperado de:  
<https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/tendencias-primavera-2019-joyas-colgantes-pendientes/38551>