

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Economía Solidaria y Trabajo Digno

Programa de Desarrollo de Estrategias Comerciales e Internacionales



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J02 Desarrollo de capacidades para la exportación e importación

SPES NOVA

PRESENTAN

Lic. Comercio y Negocios Globales. Tensi Paola Meza Carrillo
Lic. Comercio y Negocios Globales. Danha Paola Orduño Mendoza
Lic. Comercio y Negocios Globales. Fernanda Azucena Gonzalez de la torre
Lic. Comercio y Negocios Globales. Anette Iliana Lopez Mendieta
Lic. Comercio y Negocios Globales. Andres Tolentino Lau
Lic. Diseño Ithzel Cabrera Flores

Profesor PAP: Carlos Rikken Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, a Diciembre del 2024

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	3
1. Introducción	4
2. Planeación y seguimiento del proyecto.	10
3. Resultados del trabajo profesional	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	17
5. Conclusiones	29
6. Bibliografía	30
7. Anexos	31

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) desarrollado en colaboración con Spes Nova México tuvo como objetivo empoderar a artesanos locales mediante la promoción de sus productos en mercados nacionales e internacionales, buscando incrementar sus oportunidades de venta y fomentar el desarrollo sostenible. El proyecto se enfocó en la creación de un plan de negocios, estrategias de marketing en redes sociales, logística, exportación y valuación del impacto social.

La metodología incluyó reuniones periódicas para la planeación y seguimiento, desarrollo de fichas técnicas para evaluar productos, gestión de redes sociales y colaboración constante con la Universidad de Fordham. También se realizaron visitas a los artesanos para garantizar la calidad de las artesanías y preservar sus procesos tradicionales.

Entre los resultados destacados se encuentra la implementación de una identidad de marca, una estrategia en Instagram para aumentar la visibilidad, el diseño de un sitio web para la comercialización de productos, y la selección de un producto clave (pulseras de piel) para exportación. Asimismo, se desarrolló un sistema automatizado para medir el impacto social del proyecto.

Como conclusión, el proyecto cumplió con su propósito de conectar a los artesanos con nuevos mercados y ofrecerles ingresos justos. Se recomienda continuar fortaleciendo las estrategias digitales y explorar alianzas internacionales para maximizar el alcance y sostenibilidad del modelo

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Spes Nova México como empresa y proyecto en el PAP el cual está en colaboración con la red global de universidades jesuitas para promover el desarrollo sostenible. A través de su expansión en México en 2022 con ITESO, Spes Nova se dedica a la comercialización de artesanías empoderando a artesanos locales de diferentes partes del mundo y promoviendo sus productos en mercados nacionales e internacionales. Destacando su compromiso con la integridad, el respeto cultural y la calidad, y aspira a consolidar su presencia y aumentar sus ventas en línea para 2026

En el contexto de la globalización actual, los artesanos de países en desarrollo a menudo se enfrentan a considerables desafíos. Muchos carecen de acceso no solo a mercados locales y regionales, sino también a los internacionales. Esta falta de alcance se acompaña de una carencia de recursos financieros, capacitación especializada en áreas críticas como análisis de mercado, diseño y desarrollo de producto, así como la seguridad empresarial necesaria para transformar sus pequeños negocios en empresas prósperas. Es aquí donde Spes Nova desempeña un papel fundamental.

Spes Nova, cuyo nombre en latín significa "Nueva Esperanza", es una Asociación Civil (501 c3) sin fines de lucro y exenta de impuestos. Fundada en Nueva York por Erick W. Rengifo, Ph.D. y Steven W. Carlsen, Ph.D., académicos de la Universidad de Fordham. La misión de Spes Nova es fomentar el desarrollo sostenible e inclusivo en las regiones económicamente más vulnerables del mundo. Esto se logra mediante la colaboración con una amplia red global de instituciones académicas, que forman parte del sistema de universidades jesuitas; aprovechando su conocimiento y recursos para un impacto positivo.

Las operaciones de Spes Nova comenzaron hace unos años en Estados Unidos y a inicios del 2022 se estableció una alianza estratégica entre la Universidad de Fordham, en Nueva York, y el ITESO. Esta alianza se centró en la comercialización de artesanías mexicanas en Estados Unidos y dentro de la zona de influencia del ITESO, permitiendo a Spes Nova ampliar aún más su alcance y fortalecer su compromiso con el desarrollo de comunidades artesanales, abriendo caminos hacia nuevos mercados y oportunidades de crecimiento.

Desde que se creó esta alianza con ITESO, los alumnos de este PAP han ido trabajando con este proyecto, se creó un documento que contiene la información que se ha ido recabando durante estos años que Spes Nova lleva en México. También se inició con la implementación de redes sociales, en este caso Instagram, para que se hiciera difusión y comenzara a ser reconocida en el país, para esto realizaron sesiones fotográficas a las artesanías.

Además, se creó una identidad de marca, tomando como referencia el logo de Spes Nova Estados Unidos, para mantener su esencia. Para esto contamos con un manual de identidad donde se especifica todo sobre la marca desde su logo hasta colores, tipografía e imágenes, para que conforme el proyecto vaya avanzando, este no se modifique.

Los estudiantes diseñaron una matriz de evaluación que incluye ciertas preguntas, para que al concluir el semestre los alumnos puedan evaluar el desempeño del equipo, la satisfacción del artesano y el impacto que tuvo este proyecto en sus ingresos y ventas.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

El proyecto como ya fue mencionado anteriormente busca promover el desarrollo sostenible, comercializando artesanías. La necesidad de Spes Nova, proporcionan algunas ideas de artesanías que desean vender en el extranjero. Se les proporciona un catálogo de los artesanos disponibles. Si Spes Nova no queda convencida con

ninguna de las artesanías del catálogo, se busca a los artesanos para ver si pueden aplicar algunas de las ideas dadas por Spes Nova. Una vez que se tiene claro qué productos desea comercializar Spes Nova, se comienza a contactar a los artesanos.

Este PAP trabaja en la búsqueda de artesanos, se establece comunicación con los proveedores a fin de identificar aquellos que puedan satisfacer las necesidades planteadas por Spes Nova. Una vez localizado un artesano que parece adecuado al perfil deseado, se lleva a cabo una reunión informal para evaluar su capacidad técnica y su disposición para colaborar en el proyecto. Esto nos permite conocer de cerca el estilo de trabajo del artesano y determinar qué ajustes o mejoras podrían ser necesarios para garantizar la calidad y la viabilidad del producto final.

Spes Nova realiza un estudio de mercado, utilizando como base diversas universidades jesuitas. El objetivo de este estudio es determinar la viabilidad y el potencial de éxito de los productos artesanales en estos entornos específicos, permitiendo así tomar decisiones informadas sobre la estrategia de comercialización y distribución a seguir.

Tras recibir la retroalimentación de Spes Nova, se programa una segunda reunión formal con el artesano, esta se enfoca en discutir cómo integrar esta retroalimentación en la artesanía del artesano. Posteriormente, se establece una fecha para revisar el prototipo con las modificaciones sugeridas. En la última reunión, se examina el último prototipo para determinar si cumple con la retroalimentación proporcionada por Spes Nova. Si es aprobado, se procede a revisar el precio de venta con el artesano. Una vez validado el cumplimiento de los criterios mencionados, se evalúa la viabilidad comercial del artesano para asociarse con Spes Nova.

Para el caso de productos para su venta en Mexico se trabaja con los mismos artesanos solo que los productos que se solicitarán se adecuaran al mercado Mexicano en especifico a alumnos, profesores, empleados y visitantes a ITESO.

El PAP también aborda, el modelo operativo y las estrategias comerciales las cuales son compra, pedido, logística, venta al cliente, costeo, y marketing en redes sociales, En el área de marketing, el enfoque principal se dirige a las redes sociales, especialmente Instagram. Al mantener estas plataformas activas, se facilita el inicio de ventas a través del sitio web. Para incrementar las interacciones, se considera esencial mostrar contenido que destaque la conexión entre los artesanos y sus obras de arte.

Encontramos oportunidad en la Zona Metropolitana de Guadalajara Tlaquepaque y Tonalá para la selección de artesanías y productos a exportar y para tiendas físicas en Mexico. Tonalá, con una historia que se remonta a tiempos prehispánicos, es célebre por su gran centro artesanal, donde se puede apreciar una amplia variedad de artesanías, primordialmente los artesanos trabajan con cerámica y barro. Tlaquepaque se destaca no solo por su rica oferta artesanal. En este lugar, es posible encontrar talleres de artistas artesanos de renombre, que producen piezas de alto valor artístico. También podemos encontrar diversos talleres y exposiciones de distintos artesanos locales que buscan un reconocimiento por su trabajo. En estas zonas, se encuentra todavía la artesanía pura prehispánica característica de México que representan cientos de años de historia, y son reconocidas de manera internacional. Las artesanías, predominantemente de cerámica o barro, son elaboradas a mano por artesanos de la zona metropolitana de Guadalajara. Cada pieza es única, diseñada y creada individualmente por los artesanos, reflejando su habilidad y creatividad inigualables. Spes Nova valora profundamente esta autenticidad y se compromete a mantener la esencia de los diseños y procesos tradicionales en su colaboración con los artesanos, asegurando que cada creación no solo sea un producto, sino también una expresión de cultura y arte.

1.3 Objetivo general

El objetivo general del proyecto de Spes Nova México es empoderar a los artesanos locales de la Zona Metropolitana de Guadalajara, promoviendo la comercialización de sus artesanías tanto a nivel nacional como internacional, con un enfoque en el respeto y la preservación de la autenticidad de sus diseños y procesos artesanales.

Este proyecto tiene como fin mejorar la calidad de vida de los artesanos a través del incremento de sus oportunidades de venta, conectando su arte con mercados globales, lo que les permitirá obtener ingresos justos y sostenibles por su trabajo, mientras se preservan sus tradiciones culturales.

Una de las principales iniciativas será la optimización y expansión de su página web, a través de la cual se comercializarán los productos de los artesanos en un mercado global. Asimismo, se busca fortalecer su presencia local mediante la tienda física en Soy Iteso, donde se incorporarán nuevas y exclusivas mercancías que atraigan a una base de consumidores más amplia. Con estas iniciativas, Spes Nova aspira a alcanzar un hito de ventas significativo para el año 2026, consolidándose como una asociación reconocida y valorada por su contribución al desarrollo y bienestar de los artesanos locales.

Otro aspecto fundamental de este proyecto es la implementación de un sistema automatizado de evaluación de impacto social, el cual permitirá medir de manera cuantitativa y precisa el nivel de influencia que Spes Nova tiene en la vida de los artesanos con los que trabaja. Este sistema se basa en una matriz de evaluación que abarca diversas áreas de la vida y el trabajo de los artesanos, evaluando factores clave como el aumento en sus ingresos, las mejoras en sus condiciones laborales, y el impacto en su bienestar general, tanto a nivel personal como comunitario. El objetivo es garantizar que las acciones emprendidas por Spes Nova realmente generen un impacto positivo y duradero en las vidas de estos artesanos, permitiendo un monitoreo continuo de los avances y ajustando las estrategias cuando sea necesario.

En definitiva, el fin último del proyecto es no solo aumentar las ventas de los artesanos, sino también contribuir de manera significativa a su desarrollo económico, social y cultural, asegurando que su arte tradicional encuentre un lugar en el mercado global sin perder su esencia ni valor original. Al hacerlo, Spes Nova México se propone consolidarse como una organización distinguida y valorada tanto por los artesanos como por los consumidores, desempeñando un papel crucial en la preservación de la cultura artesanal mexicana y el empoderamiento de los creadores locales. Para el año 2026, se espera que este modelo de negocio haya logrado un impacto medible y positivo, posicionando a Spes Nova como un referente en el sector y un aliado estratégico para los artesanos de la región.

1.4 Objetivos específicos

- Aumentar la comercialización de artesanías en mercados nacionales e internacionales: Spes Nova busca consolidar su modelo de negocios como un puente efectivo entre artesanos locales y mercados nacionales e internacionales. Aumentar las ventas y la comercialización en los mercados nacionales e internacionales es uno de los objetivos específicos de Spes Nova. Para ello, se enfoca en estrategias como el diseño y operación de plataformas digitales, incluyendo un sitio web para comercio electrónico, y la implementación de campañas de marketing digital y redes sociales. Para cumplir este objetivo establece alianzas con instituciones como la Universidad de Fordham e ITESO para promover la venta de productos en tiendas físicas y eventos culturales. Este también contempla la identificación de productos con mayor potencial exportable y la capacitación a artesanos para cumplir con estándares de calidad y formalidad requeridos por mercados globales y así poder aumentar la comercialización de los productos.

- Consolidar a Spes Nova como una organización valorada y reconocida por los artesanos: El fortalecimiento de la identidad de Spes Nova implica desarrollar una relación de confianza con los artesanos basada en valores como la integridad,

respeto cultural y responsabilidad social. El objetivo de la organización es en garantizar condiciones comerciales justas, eliminando intermediarios y asegurando que los artesanos reciban beneficios directos por su trabajo. Spes Nova trabaja en visibilizar el impacto social de su modelo a través de historias de éxito, promoviendo el reconocimiento de los artesanos y sus creaciones en plataformas internacionales y locales, como la tienda Soy ITESO y exposiciones en universidades asociadas. Busca llegar a un alcance mucho más grande, que así Spes Nova logre ser más reconocido por su trabajo y proyectos y así que los artesanos conozcan las oportunidades que ofrecen.

- Impulsar el desarrollo sostenible de comunidades artesanales preservando la autenticidad cultural: Este objetivo se alinea con la misión central de Spes Nova de preservar las tradiciones culturales y mejorar la calidad de vida de los artesanos. Para ello, promueve procesos productivos que respetan las técnicas artesanales tradicionales, busca ayudar a más artesanos y lograr las prácticas comerciales con la mayoría que sea posible para así poder ayudarlos y también tener la oportunidad de proporcionarles una mejor calidad de vida. Además, busca minimizar el impacto ambiental de las artesanías, fomentando el uso de materiales sostenibles y métodos de producción responsables. La autenticidad de cada pieza es respaldada y garantizada de que reflejan la identidad cultural de las comunidades donde se originan.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

Este proyecto tiene como propósito promover la comercialización de artesanías mexicanas tanto en mercados nacionales como internacionales, con el firme objetivo de empoderar a los artesanos locales y garantizarles ingresos justos.

Para lograrlo, hemos trabajado en la creación de un plan de negocios que busca demostrar y exponer la viabilidad del proyecto, incorporando procesos que ya se han concretado, como la gestión de redes sociales y la búsqueda constante de productos innovadores con alto potencial de ventas para satisfacer a nuestros compradores. Un ejemplo destacado de nuestro trabajo es la colaboración con la Universidad de Fordham, con quienes hemos trabajado no solo este semestre, sino también en semestres anteriores. Aunque hemos alcanzado algunos objetivos importantes, seguimos esforzándonos para fortalecer y mantener estas conexiones.

Como parte del proceso, realizamos una evaluación exhaustiva del potencial de los productos de los artesanos, desarrollando fichas técnicas que fueron revisadas por la universidad para tomar decisiones sobre los productos que consideraban más viables para ser consumidos en su mercado.

En cuanto a nuevos productos, se enviaron diversas fichas técnicas para su revisión, lo que abrió nuevas oportunidades para implementar diseños innovadores. Este avance ha requerido una constante comunicación entre los artesanos y la universidad, permitiéndonos acordar cantidades, colores y diseños, siempre respetando las normas y tradiciones de los artesanos.

Posteriormente, se siguió en el proceso de seguimiento del plan de exportación, incorporando actualizaciones de productos que no solo representan una oportunidad de crecimiento para más artesanos, sino que también fortalecen el desarrollo general del proyecto.

Adicionalmente, a lo largo del semestre se diseñó y desarrolló una página web dedicada a la comercialización local y nacional de la figura de la mascota del ITESO, representada por un tlacuache llamado "Nachito". Este sitio web, que fue elaborado durante el semestre, ya está listo para su lanzamiento y uso, marcando un paso significativo en la proyección de nuestro proyecto.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

El equipo se reúne dos veces por semana acumulando tres horas con el objetivo de revisar y discutir los avances de cada integrante en los temas que le corresponden. Durante estas reuniones, se presentan actualizaciones detalladas de las responsabilidades asignadas, se toman decisiones importantes y se acuerdan fechas específicas para los próximos avances. Además, se cuenta con una parrilla de contenidos que organiza las publicaciones en redes sociales, la cual establece tres publicaciones por semana, acompañadas de un reel cada quince días. Esta planificación asegura una estrategia de comunicación constante y alineada con los objetivos del proyecto.

Actividades/ Estrategias	Responsable	STATUS	fecha de ultimo update	colores
Plan de negocio	Danha			DONE
Final del plan de trabajo			11-nov	PENDING
Revisión semanal			11-nov	URGENT
redes sociales	Anette e ithzel			
Parrilla mensual				
Post semanales			21-nov	
post quincenales			22-nov	
Pagina web	Andres			
Preguntas de la pagina web			02-oct	
Comunicación artesano y comprador (nachito)	Andres			
contacto cesar tienda sobre pedido				
contacto con cesar artesano (pedido realizado)				
Comunicación con los artesanos nuevos	Tensi			
comunicar con las artesanas de pulseras de piel			04-nov	
estar pendiente y relizar pedido				
Seguimiento con la universidad de Fordham	Azucena			
Mandar fichas tecnicas			18-sep	
relizar seguimiento y compartir el feedback			22-oct	
preguntar a spes nova sobre la pagina web			02-oct	
mandar catalogo de producto seleccionado acordar el pedido			06-nov	
seguimiento del pedido				
primera entrega RPAP	AZU		21-oct	
ENTREGA FINAL RPAP				

Toda la comunicación del equipo se gestiona a través de un grupo dedicado, en el cual se mantiene un diálogo constante para compartir y comentar los avances obtenidos en cada área de trabajo.

2.3 Productos y entregables

El entregabe cuenta de un plan de negocios estructurado durante el semestre.

Actividades/ Estrategias	Responsable	STATUS	fecha de ultimo update	colores
Plan de negocio	Danha			DONE
Final del plan de trabajo			11-nov	PENDING
Revisión semanal			11-nov	URGENT
redes sociales	Anette e ithzel			
Parrilla mensual				
Post semanales			21-nov	
post quincenales			22-nov	
Pagina web	Andres			
Preguntas de la pagina web			02-oct	
Comunicación artesano y comprador (nachito)	Andres			
contacto cesar tienda sobre pedido				
contacto con cesar artesano (pedido realizado)				
Comunicación con los artesanos nuevos	Tensi			
comunicar con las artesanas de pulseras de piel			04-nov	
estar pendiente y relizar pedido				
Seguimiento con la universidad de Fordham	Azucena			
Mandar fichas tecnicas			18-sep	
relizar seguimiento y compartir el feedback			22-oct	
preguntar a spes nova sobre la pagina web			02-oct	
mandar catalogo de producto seleccionado acordar el pedido			06-nov	
seguimiento del pedido				
primera entrega RPAP	AZU		21-oct	
ENTREGA FINAL RPAP				

3. Resultados del trabajo profesional.

3.1 Sustento teórico

Apoyar a los artesanos mexicanos es esencial para preservar el patrimonio cultural del país, fomentar la sostenibilidad económica y fortalecer la identidad nacional. Las artesanías mexicanas, que combinan tradición, creatividad y habilidades transmitidas por generaciones, representan una forma de arte única y una conexión con las raíces culturales de las comunidades. Este apoyo no solo ayuda a mantener vivas técnicas ancestrales, sino que también refuerza el orgullo y la cohesión cultural en un mundo cada vez más globalizado.

Hablar de los artesanos es hablar del arte popular mexicano, quien desempeña una función dinámica, lo encontramos en muchos de los objetos que rodean la vida diaria de nuestros pueblos; en su indumentaria tradicional: huipiles, blusas, gabanes, fajillas, sombreros, huaraches, rebozos, morrales; en sus hogares: loza, cazos, petates, muebles, sarapes, macetas, canastas; en los instrumentos de trabajo: telares, hornos, arados, sillas de montar; en sus ritos: decoración de altares, ofrendas a los muertos, adornos en las fiestas, mercados; en los cantos, danzas, música, teatro. También hablar de los artesanos es hablar de las comunidades indígenas. Aunque las principales labores de los pueblos indígenas difieren de país en país, se encuentra el común denominador de que son poblaciones ricas en expresiones culturales y técnicas artesanales, que representan una increíble oportunidad de empleo y crecimiento sostenible.

El creador artesanal, la mayoría de las veces anónimo, es capaz de encontrar en la naturaleza que le rodea, no sólo los materiales para crear sus diseños y construir su obra, sino también la inspiración para lograr formas y texturas originadas en tradiciones, ritos, mitos, leyendas y lenguajes que configuran su pensamiento creativo. Resultado de la creatividad de los artesanos, se tiene una gran variedad de objetos artesanales que implica lo funcional, plasma las formas de la naturaleza donde es creado y los valores estéticos que la frescura y la sensibilidad

del artesano le imprimen. Los artesanos son mexicanos virtuosos que, con sus manos, pasión y corazón, expresan en cada artesanía el patrimonio cultural de nuestro país manteniéndolo vivo hasta nuestros días.

Económicamente, las artesanías ofrecen una fuente de ingresos clave para muchas comunidades rurales que enfrentan desafíos como el desempleo y la migración. Al comprar productos directamente de los artesanos, se contribuye a su sustento, promoviendo prácticas de comercio justo y evitando la explotación por intermediarios. Además, las ferias y mercados locales no solo benefician a los productores, sino que también atraen a turistas, generando un impacto positivo en la economía local.

En nuestro País, según datos del INEGI, existen cerca de 12 millones de artesanos, el 10 % de la población que contribuyen a la economía de nuestro país; lo que arroja importantes cifras que destacan la importancia de los artesanos y la comercialización de sus piezas, en el Sector Cultura aportan al PIB, el 20.3%, equivalente a poco más de 91 mil millones de pesos; en cuanto, al Sector Turismo su aportación es poco más de 62 mil millones de pesos; lo que hace del artesano, un generador de economías locales contribuyendo al desarrollo de las regiones. Por ello, el gobierno de la república ha estado muy atento a la atención de este sector de la población, del 2012 al 2016 aumentó el presupuesto que se otorga en subsidio, en un 85.41% lo que ha permitido atender en estos años a más del doble de beneficiarios.

México, a nivel mundial, es el tercer país más importante en la actividad artesanal, competitivo en calidad, variedad y belleza; las artesanías nos representan dentro y fuera del País con orgullo. Es así, que en el marco internacional, México preside el Programa Iberoamericano de las Artesanías, Iberartesanías, que tiene por objetivo unir esfuerzos que permiten fortalecer la actividad de cada uno. Las acciones que FONART ha puesto en marcha, permiten fortalecer al artesano, contribuyen a su dignificación y desarrollo social, hoy en este día, debemos reflexionar sobre la

importancia que tiene el artesano y su trabajo en nuestra sociedad, de cómo debemos celebrarlo y apoyarlo.

Desde una perspectiva ambiental, la producción artesanal suele ser sostenible, ya que emplea materiales locales y biodegradables, minimizando el impacto ambiental en comparación con la producción industrial en masa. Esto también refuerza el compromiso con prácticas responsables que respetan los recursos naturales.

Finalmente, en el contexto contemporáneo, las plataformas digitales han abierto nuevas oportunidades para que los artesanos muestren su trabajo a nivel global, conectando directamente con consumidores interesados en productos auténticos y significativos. Esto no solo amplifica su visibilidad, sino que también les otorga mayor autonomía para contar sus historias y proteger sus tradiciones frente a la industrialización y la comercialización masiva.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Durante este semestre, las actividades se dividieron entre seis personas, cada una con una responsabilidad específica, y siguiendo un cronograma para asegurar avances y actualizaciones constantes en el proyecto. Se llevaron a cabo visitas con los artesanos, lo que nos permitió conocer más a fondo el proceso de elaboración de las artesanías y entender mejor la relación y el apoyo que Spes Nova brinda a los artesanos con quienes colabora.

Estas experiencias enriquecieron nuestra perspectiva sobre el impacto del proyecto y la importancia de la colaboración y el reconocimiento justo hacia el trabajo artesanal.

Se organizó y se llevó a cabo una estrategia de redes sociales que se basa en una parrilla (Anexo 1) donde se pusieron fechas y publicaciones específicas con el fin de dar a conocer el proyecto y la historia detrás de todo el trabajo de los artesanos.



Estamos en la búsqueda de nuevos artesanos que puedan aportar productos de interés para ampliar nuestra oferta. Así, brindamos a estos artesanos la oportunidad de ser visibles ante posibles consumidores, como la Universidad de Fordham, con la cual mantenemos comunicación continua para presentarles estos nuevos productos y recibir retroalimentación.

Enviamos información detallada sobre los productos de los artesanos a la Universidad de Fordham. Con esta información, la universidad evaluó las opciones y se tomaron decisiones sobre cuáles productos continuar promoviendo. Con base en los comentarios recibidos, decidimos enfocarnos en un producto en particular: las pulseras de piel, que destacan tanto por su calidad como por la aceptación que podrían llegar a tener en el mercado potencial.



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

- Aprendizajes profesionales

Ithzel: Durante este semestre, el programa PAP Cedecom Internacional me permitió adquirir valiosas experiencias en el manejo de redes sociales. A lo largo de cuatro meses, aprendí la estrategia y el proceso necesario para gestionar redes sociales con el fin de atraer más público. En este caso, nuestra principal intención fue dar a conocer los productos que se venden en la tienda ITESO, los cuales provienen de los artesanos con los que hemos trabajado.

Andres: Al continuar en el proyecto de Spes Nova pude desarrollarme más en lo profesional porque estuve en contacto de primera mano tanto con los artesanos y con la tienda donde se distribuyen las piezas lo cual me ayudó a entender mejor cómo es que funciona bien un negocio desde el tener un proveedor, realizar un pedido, recoger la mercancía y entregarla para su distribución. En cuanto a habilidades que gane o mejore a lo largo del proyecto, yo creo que la habilidad donde más noté una mejora fue en tener que organizarse tanto con el tema de levantar un pedido y coordinar el tema de los pagos al artesano para después coordinar la entrega con la tienda y a siempre cuidar que cada paso del proceso de cumpla en tiempo y orden.

Danha: Durante este proyecto PAP desarrollé ciertas habilidades como el trabajo en equipo, la responsabilidad y la dedicación, ya que fueron esenciales en el semestre para lograr los objetivos planteados. Sobre el contexto sociopolítico, noté que el apoyo que ofrecimos a los artesanos puede llegar a generar un impacto significativo en ellos como pequeños productores. En lo económico, aprendí que los artesanos se encuentran en una posición vulnerable debido a la falta de oportunidades de crecer, vender y darse a conocer. Y más relacionado a nuestro campo profesional, pude

entender que es esencial para este proyecto, tener una buena logística, utilizar buen marketing, manejar correctamente las finanzas y ejecutar buenas negociaciones comerciales.

Azucena: En este PAP desarrollé y aprendí habilidades clave como el trabajo en equipo y la comunicación continua, no solo con mi equipo, sino también con nuestras terceras partes. Me desenvolví en otro idioma, lo que me permitió sentirme más segura de mí misma, ya que pude comunicarme de manera formal y seria con nuestros compradores. Además, este proceso me permitió mejorar en la redacción de correos en inglés, lo que fue un reto muy positivo. También aprendí a realizar lluvias de ideas cuando algo no salía como esperábamos, lo que nos impulsaba a pensar en nuevas soluciones para continuar funcionando y trabajando de manera efectiva.

Anette: Este proyecto me permitió fortalecer habilidades clave como la planeación, desarrollo y ejecución de estrategias de difusión, utilizando las redes sociales como herramienta principal. Aprendí a analizar el entorno sociocultural y económico para conectar empáticamente con la audiencia mediante imágenes y textos atractivos, enfrentando el desafío de captar y mantener su atención en un entorno competitivo.

Además, trabajar en un entorno multidisciplinario me brindó nuevas perspectivas y herramientas para resolver problemas, como el análisis de tendencias de consumo y la adaptación de mensajes a distintos públicos.

A nivel personal, puse a prueba mis habilidades de comunicación estratégica, creatividad y adaptabilidad, mientras profundizaba en las dinámicas sociopolíticas y económicas del entorno profesional. Este aprendizaje enriquece mi desarrollo académico y profesional, y refuerza mi visión sobre el impacto positivo de la comunicación en el cambio social.

Tensi: Mis aprendizajes personales fueron las competencias desarrolladas en el PAP; las cuales fueron la disciplina, la paciencia, la comunicación, participación, trabajo en equipo y la resolución de problemas, estas las desarrollé en cuanto entre a este PAP ya que requerí de estas para sacar adelante el trabajo y dar el mejor desempeño para el mismo. En cuanto hablo de la profesión Como estudiante de Negocios y Comercio Globales, este proyecto fortaleció mis conocimientos en estrategias de comercialización, plataformas digitales y gestión de mercados internacionales. Puse en práctica conceptos de sostenibilidad y comercio justo al trabajar con artesanos locales, diseñando soluciones para expandir sus ventas en el mercado estadounidense. De diferentes disciplinas pude desarrollar más habilidades en cuanto la ética de la empresa, comunicación, desarrollé habilidades interculturales al colaborar con comunidades locales, entendiendo sus tradiciones y formas de trabajo, y adaptando propuestas respetuosas sobre las esculturas de barro.

En cuanto el contexto sociopolítico y económico y la problemática del campo profesional, entendí que el desarrollo sostenible no es solo un concepto, sino una necesidad en contextos de desigualdad. Enfrentamos desafíos como las barreras comerciales en mercados internacionales. También aprendí cómo las políticas públicas, o su ausencia, influyen en las oportunidades de crecimiento para los pequeños productores.

Con mis saberes pude poner en práctica habilidades de planificación, organización y ejecución, asegurándome de cumplir con los objetivos del proyecto, a igual que identificar los posibles artesanos y productos para el proyecto. Este proyecto reafirmó mi interés por trabajar en el desarrollo sostenible desde un enfoque empresarial. Aprendí que la verdadera innovación ocurre cuando se combina la responsabilidad social con estrategias comerciales efectiva, el que me ayuda mucho para desarrollar en

mi carrera profesional y tener más profesionalismo a la hora de tomar decisiones.

- Aprendizajes sociales

Ithzel: El impacto que logramos fue a través de las redes sociales, ya que al promover y difundir los productos elaborados por nuestros artesanos, no solo buscamos impulsar la venta de sus productos, sino también crear conciencia sobre el esfuerzo y la dedicación que hay detrás de cada pieza. Queríamos que las personas conocieran quiénes son los artesanos y el trabajo que realizan. Fue muy gratificante ver cómo los artesanos se beneficiaron directamente gracias a la promoción y las ventas generadas.

Andres: Socialmente me ayudo bastante el proyecto por que se platicaban las cosas con el equipo sobre todo lo que se estaba haciendo y de los pendientes que había por cumplir y cada integrante del equipo daba su retroalimentación sobre lo que estaban haciendo los demás integrantes, por ejemplo, al trabajar con mis compañeras encargadas de las redes sociales era en donde podía dejar que fluyera mi creatividad para poder ayudarles con ideas para la cuenta de instagram.

Aunque lo que definitivamente me ayudó más fue el poder tener contacto directo con los artesanos y poder platicar con ellos como es el proceso de sus piezas o de dónde es que sacan inspiración para crear piezas tan únicas, también me ayudo a tener un mejor acercamiento a las personas involucradas para así generar una buena comunicación y que los artesanos se sientan cómodos al participar en este proyecto.

Danha: En este proyecto, el artesano se ha visto beneficiado gracias a los pedidos realizados no solo por la Universidad de Fordham, sino también por ITESO. A través de esta experiencia, he aprendido que resulta altamente satisfactorio observar cómo, mediante este trabajo, contribuimos al

crecimiento de las ventas de los productores y al reconocimiento de su labor en diversas regiones.

Azucena: El proyecto tiene como objetivo principal asegurar que el trabajo de los artesanos de México no sea sobrevalorado, sino que se le dé la seriedad y el respeto que merece. Sin duda, ellos son la principal motivación y el sector que más se ve beneficiado por este proyecto. Esta misión me impulsa a que el proyecto continúe por mucho más tiempo, ya que este enfoque es fundamental y necesario para apoyar a los artesanos y valorar adecuadamente su trabajo y su cultura.

Anette: Este proyecto fue un desafío, especialmente en el manejo de redes sociales, donde, junto a mi compañera Itzel, logramos reflejar tanto nuestra creatividad como la de los artesanos con los que trabajamos. Su talento y esfuerzo se tradujeron en piezas únicas que buscamos dar a conocer y valorar a través de nuestras publicaciones.

Con los conocimientos adquiridos, ahora me siento preparado para trabajar interdisciplinariamente y transformar ideas en proyectos con impacto social. A través de la tecnología y las redes sociales, logramos compartir información sobre la riqueza cultural de nuestro estado, generando conexión con la comunidad. En términos de resultados, alcanzamos 8,433 visualizaciones y 607 interacciones en 30 publicaciones realizadas en 16 semanas, cumpliendo así con el objetivo inicial de aumentar la visibilidad y el reconocimiento de los artesanos.

Este impacto beneficia directamente a una comunidad talentosa que, sin recursos para promocionarse, encontró en este proyecto una plataforma para ampliar su alcance. Además, las estrategias aplicadas son replicables en otros contextos y pueden continuar generando valor social si se da seguimiento a la iniciativa, integrando nuevas herramientas digitales y ampliando su alcance. En resumen, este proyecto fortaleció mi capacidad

para liderar iniciativas creativas e innovadoras orientadas al bienestar colectivo, mientras contribuyó al reconocimiento de los artesanos y al fomento del talento local.

Tensi: Como aprendizaje social y análisis del impacto social, Este proyecto me permitió ser parte de una iniciativa de transformación de la realidad al conectar a artesanos locales con mercados globales mediante estrategias de comercio. A través de la creatividad y la innovación, diseñamos soluciones que no solo mejoraron la visibilidad de sus productos, sino que también respetaron y valoraron su identidad cultural.

Para la capacidad de preparar un proyecto, agarré mucha experiencia en el PAP ya que pude mejorar en cuanto a la toma de decisiones y trabajo en equipo, dividirnos y apoyarnos en el trabajo me ayudo para hacer mejor seguimiento y poder concretar las cosas, como impacto social fue positivo ya que fuimos capaces de darle cuerda a este proyecto ya iniciado por otros y así poder tomar cartas en el asunto y encaminar el proyecto al éxito. En el ámbito social con las prácticas sociales logre conectar más con los artesanos y con la cultura mexicana en la que no estaba familiarizada y aprender más de donde venimos y preservar esta cultura, innovamos a prueba y error con modelos basados en esculturas buscando alternativas de hacerlas más atractivas a otros mercados. Los impactos que pudimos evidenciar fue la venta de Nachitos la mascota de ITESO en escultura en la tienda SOY ITESO, logramos mejorar mucho las ventas hasta para el artesano y también un primer pedido de pulseras de piel de otra artesana, encontramos artesanos que cumplieron con lo que buscábamos y darle visibilidad a su trabajo, en cuanto a las no logradas tuvimos otros artesanos que por el material del producto o cuestiones de diseño no se logró la exportación con ellos pero es parte de encontrar lo que buscamos y lo que ellos buscan también el indicador para encontrar al artesano . Era probable en el caso de la artesana de macetas que no se pudiera la exportación ya que era una

maceta a base de concreto y era muy pesada para enviar volúmenes grandes, y en cuanto a Cesar y Karina los otros artesanos se veía esperado ya que es un producto más pequeño y sencillo de mandar aparte el diseño los colores y las ganas que tenían ellos de ser parte de se notaba desde un inicio con el interés que se mostró. El proyecto benefició principalmente a artesanos locales, quienes, al no disponer de recursos ni acceso directo a mercados internacionales, enfrentaban barreras significativas para el crecimiento de su negocio.

Mis servicios profesionales ayudaron a grupos que no disponen de recursos para generar bienes sociales, en este caso los artesanos, al apoyar la comercialización de productos mexicanos en mercados internacionales, contribuimos al fortalecimiento de la economía local y al posicionamiento de las artesanías como parte de la identidad cultural del país.

Estas herramientas son adaptables y pueden implementarse en iniciativas que busquen empoderar a grupos vulnerables en diferentes contextos.

Mis saberes aplicados a esta aportación social son transferibles, porque hay mucho comercio mexicano ni valorado donde hay muchos creadores que no solo crean escultural o accesorios es una cantidad inmensa de artículos que soy hechos a mano y hechos por diseñadores mexicanos, por supuesto que pude ser transferible y esencial ayudar y consumir local desde la industria alimenticia y manufacturera. Para dar seguimiento podría implementarse la creación de redes de apoyo entre artesanos para intercambiar conocimientos y recursos. Mejorar las plataformas digitales para dar más visualización y alcance al igual que el mismo PAP, los siguientes en trabajar en este proyecto con los materiales y recurso necesarios.

Cambio mi visión del mundo social al darme cuenta lo difícil que puede ser crecer y emprender un negocio, se necesitan años de experiencia y contactos para lograrlo y más cuando ni hay apoyo o recurso económico, es

importante tener en cuenta que no porque sea de Mexico es malo, al contrario, que puedes ayudar, este aprendizaje me ha hecho más consciente de mi responsabilidad como profesional para diseñar soluciones inclusivas y sostenibles.

- Aprendizajes éticos

Ithzel : Aprendí mucho de mi profesor y de mis compañeros, y considero que formamos un gran equipo. Aprecio profundamente la capacidad de nuestro profesor para identificar las fortalezas de cada uno de nosotros y guiarnos para que pudiéramos desempeñarnos de la mejor manera en nuestras respectivas áreas. Esto permitió que, como equipo, alcanzáramos los objetivos planteados al inicio del semestre.

Andres: La verdad es que en cuanto a la ética se refiere creo que este es un proyecto en el cual desarrollamos mucho el área ética ya que tienes que tomar decisiones en base a lo que es mejor tanto para el proyecto, el equipo de trabajo y el artesano, por lo cual debes de tener siempre presente los valores éticos a la hora de tomar decisiones o caminos a seguir para cumplir con el objetivo.

Danha: Una de las principales decisiones que tomé en este proyecto fue encargarme del documento, esto lo decidí porque me considero una persona organizada, dedicada y lo suficientemente responsable para hacerme cargo de él. Honestamente, fue un trabajo complicado, ya que le hicimos bastantes modificaciones y si me tomó mucho tiempo realizar estos cambios, además que me hizo tomar el rol principal en el equipo debido a que tenía que checar que hacía cada miembro del grupo. Finalmente fue una decisión muy importante en el proyecto y algo que si estoy orgullosa de haber realizado.

Azucena: Mi rol en este PAP fue gestionar la comunicación con la tercera parte, es decir, con la Universidad de Fordham. Tomé decisiones sobre los correos y la información que se les enviaría, lo cual considero que fue clave para asegurar que contáramos con la información necesaria para avanzar en el proyecto. Esta experiencia me ha permitido visualizar cómo será mi vida profesional fuera de la universidad, en el contacto directo con los clientes y en el seguimiento de pedidos. El contacto constante con ellos es esencial, y he aprendido lo importante que es estar bien preparado, saber qué decir y cómo actuar, incluso cuando las cosas no salen como se habían planeado. Creo que estar preparada para los cambios constantes es fundamental para tener éxito en cualquier entorno profesional.

Anette: En este proyecto, mis decisiones se centraron en la creatividad y la transmisión de un mensaje significativo. Busqué que cada publicación reflejara la visión del proyecto, transmitiendo no solo imágenes y texto, sino también un sentido de pertenencia y conexión con la comunidad. Estas elecciones fueron clave para posicionar nuestra iniciativa de manera auténtica y efectiva.

La experiencia me permitió valorar el trabajo en redes sociales como un medio poderoso para generar impacto social. Comprendí que cada publicación puede ser una herramienta para apoyar a comunidades y transmitir mensajes con propósito.

Este aprendizaje me motiva a ejercer mi profesión de manera ética y comprometida, utilizando el conocimiento adquirido para beneficiar a otros. Además, fortaleció mis habilidades en el posicionamiento de marcas digitales, algo esencial en un mundo donde las plataformas sociales son vitales para conectar y generar cambios positivos.

Tensi: Mi rol en el PAP fue la comunicación con los artesanos y visitas con una artesana en específico, me encargué de la comunicación las preguntas y hacer las fichas técnicas de los productos para la universidad de Fordham , las principales decisiones que tome fue preguntar cuántos tiempos de producto manejaban el costo del mismo, y que otros productos podrían considerarse o ser viables para vender en tienda o exportar, también me encargue de las decisiones del grabado en el caso del producto de la maceta y las consecuencias que tuvieron fueron buenas ya que gracias a estas decisiones tuvimos más opciones para mandar y descartar o darle foco, buscar una solución y poder hacer el proyecto arrancar.

Esta experiencia vivida me invita a ser más consciente, optar por la sostenibilidad y mejorar en la comunicación, aprender a tener citas más formales y mandar mensajes adecuados para igualmente no incomodar o invadir y más bien dar confianza y seguridad a la persona a con la que estamos haciendo el negocio. Después de esta experiencia, estoy convencida que quiero ejercer mi profesión con un enfoque de impacto social y sostenibilidad. Trabajaré para diseñar estrategias comerciales inclusivas que fortalezcan a grupos vulnerables, pequeñas empresas locales y otros actores que carecen de acceso a recursos y mercados globales. Buscaré colaborar con organizaciones y proyectos que promuevan el desarrollo sostenible, el comercio justo y el respeto por las tradiciones culturales.

- Aprendizajes en lo personal

Ithzel: Este semestre fue especialmente enriquecedor para mí, ya que me enseñó a valorar aún más el trabajo de nuestros artesanos y a reconocer la importancia de sus artesanías como representaciones culturales. Fue una experiencia de gran crecimiento personal el poder decir que las piezas de nuestros artesanos fueron enviadas a otros países, contribuyendo al

reconocimiento de nuestra cultura y apoyando el trabajo de los artesanos jaliscienses.

Andrés: Este proyecto me ayudó mucho a comprender cómo es que trabaja una organización y lo importante que es cuidar cada área para que haya un buen funcionamiento tanto del proyecto como del equipo de trabajo, el tener una retroalimentación de mis compañeras a la hora de que se tomarán decisiones ayudó mucho a ver las cosas de distintas perspectivas y así poder llegar a un acuerdo entre todos.

Danha: Este PAP me permitió ver la situación de los artesanos, conocer su proceso de producción y valorar su trabajo. Sobre mi equipo pude conocer las aptitudes y habilidades de mis compañeros, descubrir sus fortalezas para sacar lo mejor de cada uno. El proyecto hizo que me conociera más, resaltando ciertas cualidades, aprendiendo a trabajar en equipo, reconociendo que soy una persona capaz. Para mi proyecto de vida, con este proyecto aprendí que me gustaría seguir haciendo actividades para apoyar a pequeños productores, tener un impacto positivo en ellos e influir en sus logros.

Azucena: Para mí, este PAP me brindó una visión más realista sobre cómo a menudo nos dejamos llevar por lo que vemos superficialmente, sin detenernos a pensar en lo que hay detrás: las historias, el esfuerzo y el trabajo que conllevan las creaciones de los artesanos. Esto también ocurre en muchos otros aspectos de la vida, con las personas, las experiencias, etc. Es muy bonito descubrir, a través de este trabajo, la importancia de valorar la oportunidad de conocer el proceso detrás de todo lo que vivimos y viviremos. Gracias a este PAP, siento que me llevo conmigo la emoción y las ganas de trabajar en algo que realmente me inspire, y de convertirme en la mejor versión de mí misma.

Anette: Este proyecto me brindó la oportunidad de conocerme mejor y explorar mis preferencias respecto al contenido en redes sociales. Me permitió descubrir el tipo de mensajes con los que me identifico y, a su vez, asumir la responsabilidad de diseñar estrategias que generen empatía y conexión con una audiencia. También aprendí a observar con mayor atención qué desean ver los consumidores en los medios digitales, qué les atrae y cómo adaptar mis estrategias para captar su interés y fortalecer el impacto del proyecto.

Además, esta experiencia me ayudó a reconocer y valorar profundamente la riqueza cultural de la comunidad artesanal de Jalisco, una faceta que desconocía por completo. Pude conectar con los artesanos, apreciar el valor de su trabajo más allá de lo monetario, y reconocer cómo cada pieza refleja esfuerzo, creatividad y tradición. Este aprendizaje no solo me enseñó a reconocer el impacto social de estos artistas, sino también a aplaudir y apoyar su contribución a nuestra identidad cultural.

En cuanto a mi proyecto de vida, esta experiencia me hizo más empática y consciente de la importancia de valorar y promover los productos locales. Me ayudó a abrir los ojos ante el potencial de mi comunidad y a comprender cómo puedo contribuir, desde mi profesión, al reconocimiento y apoyo de quienes forman parte de ella. En definitiva, este proyecto me dejó aprendizajes que van más allá del ámbito profesional, marcando un impacto duradero en mi visión personal y mi compromiso con el desarrollo social.

Tensi: Con este PAP pude conocerme a mi, ya que me di cuenta el como soy capaz de trabajar colaborando con mis compañeros y el trato con las personas, logre trabajar con personas que aunque para mi pudiera ser un proyecto realmente es un impacto en sus vidas y una ayuda gigantesca y oportunidad para ellos, a mi me sirvió para reflexionar hacia que enfoque me gustaría aplicar en mi vida profesional, al tener la oportunidad de ayudar a

estos grupos sociales y saber que igualmente puedo colaborar y usar mis habilidades como estudiante de negocios y comercio global, al conocerme me permitió reconocer mis fortalezas, como mi capacidad de análisis, liderazgo y resolución de problemas. Al mismo tiempo, identifiqué áreas donde puedo mejorar, como mi habilidad para gestionar mejor la incertidumbre y adaptarme a los imprevistos. Este proyecto me ayudó a entender mejor los problemas sociales y económicos que enfrentan las comunidades vulnerables. Me di cuenta de las dificultades que tienen para crecer, pero también descubrí lo fuertes, creativas e innovadoras que pueden ser. Trabajar con artesanos me enseñó a valorar sus historias y tradiciones, y a ver cómo sus productos representan su cultura e identidad. Es de suma importancia aprender a convivir en la pluralidad y para la diversidad, el respeto es la clave y la ganas de crecer que es algo que aprendí en el PAP, la importancia de la empatía, el convivir y compartir con ellos me transmitió lo que ellos sienten al hacer su arte. Para mi proyecto de vida me di cuenta que mi propósito va más allá de lo personal; quiero contribuir a construir una sociedad más consiente, ayudándonos entre nosotros y que somos personas, que podemos ayudar y que podemos crear algo juntos.

5. Conclusiones y recomendaciones

Este semestre en el programa PAP Cedecom Internacional ha sido una experiencia enriquecedora para todos. El aprendizaje en el manejo de redes sociales nos permitió comprender la importancia de la estrategia digital para dar visibilidad a los productos artesanales, promoviendo no solo la venta, sino también el reconocimiento del esfuerzo y la tradición detrás de cada pieza. La experiencia nos enseñó a valorar profundamente el trabajo de nuestros artesanos y a sentirnos parte de un proyecto que contribuye al fortalecimiento de nuestra cultura y la economía local.

Durante este proceso, entendimos la relevancia de trabajar en equipo y reconocer las habilidades de cada integrante, lo cual resultó fundamental para alcanzar los objetivos planteados. Nos vamos con una gran satisfacción por haber colaborado en la promoción de productos que representan nuestra identidad cultural y por haber sido parte de su impulso hacia el reconocimiento internacional. Esta experiencia no solo nos permitió crecer profesionalmente, sino que también fortaleció nuestro sentido de responsabilidad y aprecio por el trabajo artesanal y su impacto en la sociedad.

Concluimos que este proyecto es un excelente PAP, ya que nos brindó la oportunidad de aplicar todo lo aprendido en la carrera. El trabajo en equipo fue esencial, lo que nos permitió desarrollar nuestras habilidades de interacción y colaboración. A pesar de no haber recibido la respuesta esperada de la Universidad de Fordham, nos sentimos satisfechos con el trabajo realizado. Esperamos que los próximos alumnos que participen en el PAP continúen con el seguimiento al plan de negocio, asegurando su continuidad y éxito. Continuar promoviendo y valorando el trabajo artesanal será clave para fortalecer este proyecto y contribuir al reconocimiento de la cultura mexicana a nivel internacional.

Bibliografía

De las Artesanías, P. A. F. N. P. E. F. (s. f.). ¿Por qué festejamos a los artesanos en México? gob.mx. https://www.gob.mx/portal_anterior_fonart/prensa/dia-del-artesano?idiom=es

El Viejo Artesano. (n.d.). La globalización en México: ¿Cómo afecta al mercado artesanal?. Recuperado de <https://elviejoartesano.com>

Mexico Histórico. (n.d.). El impacto cultural de las artesanías en México. Recuperado de <https://mexicohistorico.com>

La Reina de Tonalá. (n.d.). La importancia de la artesanía en México. Recuperado de <https://lareinadetonala.com>

Anexos