

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 I 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. Administración de Empresas: Santiago Morales Cortez

Asesores:

Graciela Del Carmen Velasco

Montserrat Del Carmen Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, México, Julio 2019

Índice

REPORTE PAP	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	3
2. Desarrollo	4
2.1. Sustento teórico y metodológico	4
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Resultados del trabajo profesional	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	16
5. Conclusiones	25
6. Bibliografía	25

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 proyecto requería identificar un país en el cual la empresa pudiera realizar exportaciones de manera estratégica y que el producto tuviera aceptación por los consumidores. Primeramente, se realizó un diagnóstico a la empresa para valorar el estado, intenciones y razones para exportar el producto al igual que las opciones de países sugeridos por la empresaria para llevar a cabo la exportación.

Debido a que la empresa ya había realizado ventas con clientes en países extranjeros, se realizó una investigación para conocer si había seguimiento en las ventas a dichos clientes, por lo tanto, se buscó además de las opciones que la empresaria tenía en mente, y en base a un estudio de mercado, una tercera opción, definiendo como resultado de esta investigación el país meta de la República de Colombia.

Posteriormente, se hizo un análisis en cuanto a las ventajas y desventajas que se podrían presentar en un proceso de exportación a los tres países evaluados Estados Unidos de América, Japón y Colombia.

También se buscaron instituciones que facilitaran identificar posibles distribuidores, se buscaron plataformas que ayudan con la conexión entre compradores y vendedores, así como apoyos gubernamentales en donde la empresa pudiera aprovechar las oportunidades y recursos de promoción internacional.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Definir el mejor destino para exportar la colección próxima a lanzamiento de Joyería Citlali.

Identificar las dificultades que pueden encontrarse en el camino para poder prevenir a la empresa y evitar contratiempos en el proceso de exportación.

1.2. Justificación

El desarrollo de este proyecto, así como proyectos similares, es importante ya que son empresas 100% mexicanas y que aportan directamente a la economía del país y de las familias que laboran en las empresas y este tipo de proyectos ayudan a que dichas empresas puedan crecer sin necesidad de invertir desmesuradamente, además de que estas empresas en muchas ocasiones apoyan a comunidades desfavorecidas y mejoran sus condiciones de vida.

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, hacía países como Alemania, Estados Unidos, 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 se quiere buscar la expansión a nuevos mercados. El más reciente esfuerzo se da debido a una oportunidad que

se le presentó a la empresa de poder obtener la licencia de la marca de Frida Kahlo, siendo este un gran valor agregado para sus productos al tener un distintivo cultural y ejemplo a seguir, anclado a un proyecto tanto nacional como internacional.

Con los datos arrojados por las herramientas de diagnóstico de YO Exportó, se pudo analizar la situación de la empresa en general, así como de su conciencia exportadora.

Citlali es una empresa pequeña, sin embargo, está bien sustentada y organizada, hay puntos que mejorar, como el ambiente laboral y los procesos productivos deberían estar más estandarizados, así como formatos específicos de fichas técnicas de los productos, mantener información de producción, entre otras cosas.

Si bien la empresa cuenta con presencia en otros países, el volumen de exportación no es relevante para ser tomada en cuenta como una empresa altamente exportadora, es por eso que con el avance del proyecto se logró determinar la viabilidad de una incursión directa en el mercado internacional.

Con el avance del proyecto fue posible analizar y seleccionar un mercado meta para comenzar a exportar directamente. Asimismo, se utilizó una Matriz de selección para definir el país óptimo y trabajar con una herramienta de PESTEL, logrando determinar como mejor opción para exportar a Colombia.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Metodología

Para poder cumplir con el propósito del proyecto, se generó 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, República de Colombia se logró identificar el país meta, los perfiles de consumidor, así como sus hábitos de consumo, además de una investigación en la que se establecieron diferentes clientes potenciales y sugerencias de los mismos.
- Se realizó un diagnóstico empresarial y diagnóstico exportador con el fin de analizar las diferentes áreas de gestión de la empresa, para poder encontrar de forma práctica los problemas.
- Se realizó una búsqueda y se identificaron las regulaciones arancelarias y no arancelarias, así como los documentos necesarios para exportar.

Sustento teórico

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

Logística Internacional: Facilitó la comprensión de los conceptos relacionados con la logística, la cadena de suministro y la forma en que ésta brinda soporte para lograr los objetivos del negocio, por ejemplo, tipos y naturaleza de la carga, envase y embalaje, tipos de transporte y su documentación, almacenes y centros de distribución, las tecnologías de la información y la comunicación existentes, el cubicaje como herramienta para la optimización del flete, tarifas, consolidación de carga, las responsabilidades logísticas en relación con los Incoterms, entre otros; así como para asegurar el cumplimiento de la entrega de pedidos en tiempo, forma y con costos competitivos, y a su vez determinar el método de transporte que se utilizaría sería el mismo (paquetería) ya que es el método más económico y eficiente debido al tipo de producto que es.

Consultoría Organizacional: 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.

Clasificación Arancelaria: Agilizó la forma de identificar la fracción arancelaria del producto y así consultar y aplicar correctamente las notas explicativas de la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación. Así como prevenir y resolver problemas que se presentan en las operaciones de importación y exportación.

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.

Barreras no Arancelarias: Nos facilitó la comprensión de las diferencias entre las restricciones arancelarias y las barreras, así como prevenirnos ante la posibilidad de encontrarnos con cualquiera en un proceso de comercialización al extranjero. Además, facilita la toma de decisiones para escoger los lugares más apropiados y menos problemáticos para enviar mercancía. Esto permitió que encontráramos que el producto clasificado no tiene ninguna restricción ni barrera para poder ser exportado a la República de Colombia.

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.

Promoción Internacional: Ayudó a entender cómo funcionan las ferias y la importancia que tiene participar en distintas exposiciones tanto a nivel nacional como internacional y los beneficios que puede obtener una empresa a través de participar como expositor o visitante y poder plantearlo como una posibilidad a la empresa.

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 un diagnóstico empresarial y exportador, con los resultados obtenidos de los diagnósticos pudimos encontrar las necesidades de la empresa y en función a esto, pudimos generar el objetivo general y específicos que nos permitieron atender las necesidades de la empresa.

Al ver que la visión actual que tiene la empresa ya no representa lo que se desea alcanzar, se propuso replantear una visión a 2025.

Por otra parte, el proyecto planteaba la necesidad de tener la marca de la empresa protegida en el país meta, por lo que se investigó el procedimiento para realizarlo mediante el protocolo de Madrid.

Se realizó una investigación de mercado comparando distintos elementos entre Estados Unidos, Japón y Colombia. Lo que nos permitió seleccionar el país meta para este proyecto que fue Colombia.

Se identificaron elementos cualitativos y cuantitativos del mercado meta en Colombia. Asimismo, se investigó la percepción de los colombianos sobre Frida Kahlo, se investigó el perfil del consumidor, competidores, canales de distribución, se propusieron estrategias de posicionamiento.

Se realizó una ficha técnica de los productos con la finalidad de que la empresa utilizara este formato como referencia en la producción de todos sus modelos. Se investigaron regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias requeridos por los productos de la empresa como parte del desarrollo y correcta identificación del mercado. Como parte de las regulaciones no arancelarias, se investigaron las normas de etiquetado requeridas en Colombia, buscando prevenir a la empresa sobre las implicaciones de información comercial.

El proyecto permitió realizar el registro en Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano de manera exitosa. Complementamos la investigación con la integración del expediente legal para exportación y aprovechamos para sugerir posibles proveedores del complemento de facturación de comercio exterior para exportación. Por último, se realizaron las recomendaciones necesarias para continuar con el proyecto en el futuro.

- 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.

Se analizaron los productos de la empresa para conocer sus dimensiones, composición y características. Se utilizaron páginas oficiales de gobierno tanto mexicanas como del mercado meta para la búsqueda de información.

Gracias a la información encontrada y al amplio conocimiento profesional del equipo, se le pudo entregar a la empresa un documento para la viabilidad de exportar al país meta.

Cronograma								
ACTIVIDADES	MAYO		JUNIO			JULIO		
	S1 L-D	S2 L-D	S3 L-D	S4 L-D	S5 L-D	S6 L-D	S7 L-D	S8 L-D
1. EMPRESA -	1.1 Información General de la Empresa.							
	1.2 Conciencia Exportadora.							
2. PRODUCTO -	2.1 Características del Producto.	2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos						
3. MERCADO -		3.1 Industria.						
		3.2 Investigación de Mercado.						
		3.3 Canales de Distribución.						
4. COMERCIALIZACIÓN				4.1 Estrategia de producto / marca.				
				4.2 Plan de Marketing / My trade				
				4.2.1 Lista de precios.				
				4.2.2 Políticas y términos de venta.				
				4.2.3 Ferias y promoción				
5. Regulaciones.					5.2.1 Arancelarias.			
					5.2.2 No Arancelarias.			
					5.3 Documentación para Exportar.			
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES							8.1 Conclusiones.	
							8.2 Recomendaciones.	
9. Reporte PAP							Entrega	Presentación

Imagen 1 “Cronograma de trabajo”

Resultado/Entregable

A la empresa se le entregó un documento con la información necesaria para cumplir con los objetivos.

En la sección de empresa se habla de:

- La información general de la empresa, antecedentes y situación actual de la empresa
- Los diagnósticos empresarial y exportador que se hicieron en la plataforma de “Yo exporto”
- Razón social, organigrama, descripción de puestos clave.
- Misión, visión y valores
- Objetivos generales y específicos.

En la sección de producto de habla de:

- Características del Producto, Descripción Técnica y Fracción Arancelaria.
- Descripción Cualitativa.
- Registros de Marca y Patentes.
- Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados. (Cumplir normas de etiquetado en Colombia: que estén en español y muestre forma de uso y composición)

- Capacidad de Producción y Oferta Exportable.

En la sección de mercado se habla de:

- Industria, Información General del Sector o Industria, Tamaño, Tendencias de Crecimiento.
- Investigación de Mercado PESTEL de los tres países candidatos.
- Perfil del Consumidor, Identificación cuantitativa del Mercado, Tamaño del segmento: Actual y tendencias, identificación Cualitativa del Mercado, Aspectos Generales de Mercado, Competidores.
- Canales de Distribución, Estrategias de Distribución.

En la sección de comercialización se habla de:

- Estrategia de producto / marca.
- Propuesta de valor / Estrategia de posicionamiento
- Plan de Marketing en la plataforma My trade
- Lista de precios, políticas y términos de venta.
- Listado de ferias y promoción

En la sección de Regulaciones y Restricciones Arancelarias y no Arancelarias se habla de:

- Impuestos de importación de Colombia para la fracción 7113.11.99
- Aplicación del Certificado de Origen
- Proceso documental de exportación
- Proveedores de facturas de Comercio Exterior
- Registro en ventanilla única de comercio exterior mexicano
- Expediente aduanero para la exportación

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

- Desarrollo de propuesta de mejora

Se realizaron dos diagnósticos uno empresarial y otro exportador esto para conocer la actualidad de la empresa, sus áreas fuertes y en las que puede mejorar.

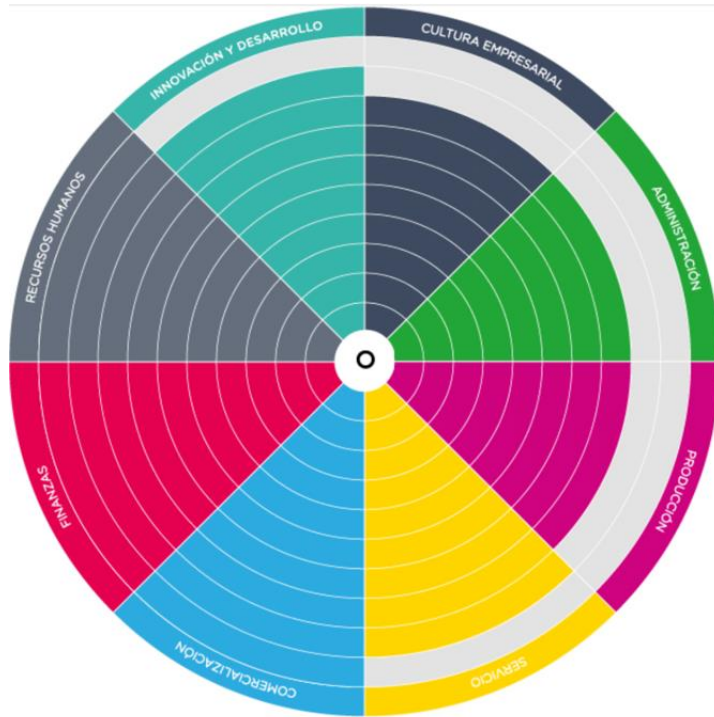


Imagen 2 “Diagnóstico empresarial”

En general se obtuvo una evaluación positiva en el diagnóstico empresarial, pero resulta importante potenciar las siguientes áreas. Se observa una puntuación baja en la cultura empresarial donde se destaca que la filosofía organizacional no se encuentra formalizada ampliamente y solo la conocen los directivos. También se identifica una baja puntuación en el área de producción donde la administración de insumos y materia prima se realiza mediante registros manuales que resultan difíciles de analizar, afectando la eficiencia y secuencia de producción.

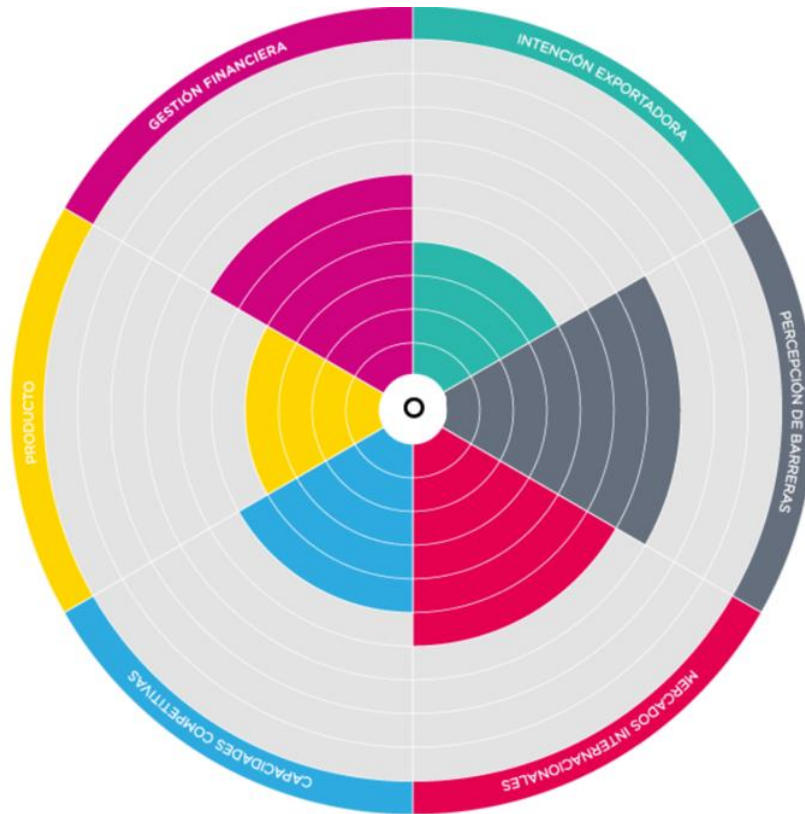


Imagen 3 “Diagnóstico exportador”

En la imagen 3 se observa el resultado del diagnóstico exportador con una puntuación baja en intención exportadora donde la empresa ha exportado, pero por medio de intermediarios, las probabilidades de éxito en mercados internacionales son inciertas y desfavorables sin objetivos claros y exportaciones sin concretar y estrategias no definidas.

También destaca una valoración baja en mercados internacionales ya que la empresa no tiene claramente identificado su mercado meta por lo cual sus esfuerzos no van enfocados a ningún mercado en específico y las exportaciones representan menos del 10% de las ventas totales de la empresa. De igual forma obtenemos un puntaje bajo en la gestión financiera ya que no se conocen con exactitud los costos actuales ni los gastos logísticos implícitos en una exportación.

Se realizó el registro en ventanilla única de comercio exterior mexicano. Esto beneficia a la empresa ya que facilita y agiliza algunos procesos de comercio exterior. En las siguientes imágenes se muestra la aceptación del registro en el portal, proporcionando a la empresa un usuario y una contraseña para su acceso al portal y poder facilitar la comunicación y sus operaciones próximas de exportación.



Ilustración 4 “Registro de VUCEM”

3. Resultados del trabajo profesional

Como un avance claro de Citlali, se renovó la visión de la empresa al año 2025, ya que actualmente la visión con la que contaba quedaba obsoleta con el enfoque de este proyecto de exportación.

Se le dio seguimiento en la plataforma de My Trade y se realizó el registro en la plataforma de VUCEM lo que le permitirá a la empresa hacer más eficientes sus procesos de comercio exterior y formalizar la estructura básica en sus operaciones de comercio exterior.

Razón Social y marca: Es un requisito para aprovechar los mecanismos de apoyo que se sugieren en el plan y desarrollo del proyecto.

Además de la razón social se cuenta con una marca, la cual tuvimos que comprobar en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y se comprobó que el logo que utiliza no ha sido registrado, por lo que se hizo la

sugerencia de hacer el registro inmediatamente para evitar mal uso del mismo o plagio.

Se le propuso a la empresa que realizará su registro en el Protocolo de Madrid (una plataforma de la OMPI) lo cual sirve para proteger tanto el nombre de la empresa como el de su marca y su logo a nivel internacional, el mercado meta definido forma parte de este acuerdo internacional, por lo que registro sugerido facilita los procedimientos de registro.

Organigrama: Se analizó y se determinaron los puestos clave. Se define como una representación gráfica de la estructura en forma esquemática, debido a que hace más fácil reconocer la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y procesos para toma de decisiones dentro de la organización.

Valores: Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones reales o que pudieran darse en algún momento en la empresa, orientados a las actitudes y posturas del personal. Sirven como sostén principal en la empresa para el buen comportamiento del personal.¹

Internacionalización: La internacionalización de una empresa es que de forma permanente cuente con un apartado que se dedique a realizar operaciones comerciales de forma internacional, de esta manera, se mantiene un constante desarrollo de ventas al extranjero y no se hace solo de manera esporádica.

Fracción Arancelaria: Con base a la información proporcionada por la empresa, se definió la correcta clasificación arancelaria aplicable a sus productos de exportación.²

¹ Expansión 2012

² SIICEX 2018

Fue por medio de dicha fracción que al buscar los requisitos que tiene el producto, solo se encuentran los aranceles que se tienen que pagar del producto, sin embargo, al contar con un tratado comercial, se puede exentar el arancel aplicable al producto al momento de la importación.

Diagnóstico Empresarial: Se realizó un diagnóstico que permite conocer las áreas de la empresa que requieren una especial atención, ayudando a descubrir el camino para lograr la mejora continua, a través de recomendaciones que clarificarán el camino para ser más competitivo.³

Diagnóstico Exportador: De igual manera se realizó otro diagnóstico que permite al empresario conocer el nivel de preparación y los aspectos que debe de considerar para aprovechar las oportunidades que derivan de la dinámica económica internacional.⁴

Investigación de mercado internacional: La investigación de Mercados Internacional es la manera de valorar los mercados internacionales para determinar la viabilidad comercial y los elementos evaluados ayudaron a determinar con facilidad el mercado meta ideal para que la empresa Citlali realice sus exportaciones.

Selección de mercado: Se seleccionó el mercado utilizando la herramienta PESTEL y matriz de selección. La selección de mercado se hace una vez que la investigación muestra los datos suficientes que justifican a uno de todas las opciones como la mejor y la más rentable y accesible para el productor o vendedor, sin embargo, también puede estar influenciada por decisión propia aun cuando no es la mejor opción. En este caso el mercado al que nos dirigimos es Colombia, ya que al investigar sobre el mercado y de indagar distintos factores que son necesarios para poder elegir el mercado, se tomó en cuenta que

³ YO EXPORTO 2019

⁴ YO EXPORTO 2019

Colombia tiene un gran apego cultural a México. Además, de que se comparte un mismo idioma, por lo que la proximidad cultural entre México y Colombia facilita las negociaciones comerciales.

Expediente Legal: Se realizó una investigación en la ley aduanera que indica en su artículo 36-A fracción II, los documentos que se tienen que expedir para poder completar una operación de comercio exterior. Además, se hizo la sugerencia de diversos proveedores de facturación electrónica para añadir el complemento de comercio exterior 1.1 a sus facturas de exportación, y de esta manera, poder cumplir con la normativa aplicable para el comercio exterior.

Registro Ventanilla Única: Se investigó si la empresa estaba dada de alta en el portal de Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano, al no contar con este registro, se trabajó en conjunto con la empresaria para realizar el registro aplicable.

My trade: La empresa ya contaba con registro en la plataforma de My trade, sin embargo, no le dan un seguimiento constante, por lo que se le sugirió a la empresa llevar a cabo un seguimiento de forma periódica para poder explotar la plataforma al máximo.

Ficha Técnica: La empresa no contaba con un formato de ficha técnica específica de sus productos, por lo tanto, se elaboró un formato con las especificaciones completas de los productos que la empresa maneja. Se le explicó a la empresaria la importancia y los usos que tiene mantener las fichas técnicas para sus productos.

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

- Aprendizajes profesionales

Santiago Morales Cortez:

La mayor parte de este proyecto fue de aprendizaje para mí ya que mi carrera no se enfoca en comercio exterior. Pude conocer el proceso necesario para encontrar y validar un país como mercado meta, al realizar una investigación de mercado, búsqueda de información en diferentes sitios hasta llegar a la validación.

Aprendí, comprendí y encontré las restricciones arancelarias y no arancelarias de los países que investigamos. Pude entender la importancia de estar informado sobre los requisitos que pide el país en el que se está enfocado el proyecto de exportación. También aprendí a utilizar las páginas para encontrar información de comercio exterior y a entender lo que es y la utilidad de la fracción arancelaria al exportar.

Desde mi carrera Administración de Empresas me permitió detectar las fortalezas y debilidades de la empresa y con base en eso poder hacer propuestas de mejora. También me queda clara la importancia de estar siempre informado sobre los cambios que se dan alrededor del mundo ya que la creación o cancelación de algún tratado entre países puede beneficiar o empeorar los intercambios comerciales.

En este proyecto puse a prueba el lograr tener una comunicación efectiva con la empresaria que nos permitiera llevar el paso planteado del proyecto obteniendo información y sabiendo explicar los avances que logramos. También fue importante llevar una buena dinámica con mis compañeros para lograr un buen trabajo en equipo, con esto poder cumplir el propósito del proyecto.

Para mi proyecto de vida profesional aprendí que es muy bueno conocer de otras áreas de negocios como en este caso para mí fue sobre comercio. En un futuro es posible que tenga un negocio por lo tanto al tener las bases de distintas áreas puedo tener un panorama más amplio y tener mayor posibilidad de tener éxito.

Carlos De la Torre:

Este PAP es un proyecto muy enriquecedor, siempre es muy valioso poder trabajar con cosas nuevas, el mercado joyero era un poco desconocido para mí, y el darme la oportunidad de investigar este mercado y evaluar la situación actual del mismo fue muy importante para mi aprendizaje. Conocí nuevas herramientas de trabajo como Passport, es una herramienta muy completa que me ayudó bastante a comprender el modo de consumo y el tipo de mercado al cual nos estábamos dirigiendo.

La investigación siempre es importante y aporta al desarrollo de la búsqueda de información, desarrolle aún más mis habilidades de búsqueda y selección de fuentes confiables, que me permitieron observar un panorama más claro y confiable de la situación que se vivía tanto en México como en Colombia.

El desafío más importante que viví en este proyecto fue el de utilizar una fracción arancelaria correcta, ya que la información brindada por la empresa fue limitada en este aspecto, por lo que decidí clasificar la mercancía en base a mis conocimientos, y comenzamos a trabajar con esa fracción, sin estar seguros de que fuera esa, y con el riesgo de perder el trabajo que habíamos hecho en caso de que fuera incorrecta, afortunadamente la fracción era la correcta y el avance del proyecto siguió sin problema.

Michael Weber:

El haber trabajado en este proyecto de forma colaborativa con integrantes de otra carrera me ayudó mucho a poder entender distintos puntos de vista y ser tolerante en cuanto a la forma de trabajar de cada persona.

Pude también, desarrollar de mejor manera el sentido de urgencia y puntualidad que se requiere en un proyecto de este tipo, lo cual a su vez, ayudó a que aprendiera a organizarme mejor yo mismo y a poder organizarme mejor con mi equipo ya que cada quien tenía tiempos diferentes y no siempre fue tan fácil

coincidir, sin embargo, se logró tener una comunicación eficaz y una relación afable entre los miembros del equipo.

Además de estos retos que se pudieron cumplir de forma apacible, también tuvimos que poner a prueba los conocimientos que habíamos adquirido a lo largo de la carrera y darnos cuenta que habían muchas cosas que no recordábamos en su totalidad , por lo tanto, tuvimos que investigar y repasar ciertos temas o conceptos que no teníamos frescos, de mi parte, puedo decir que lo que más ayudó a poder vencer estos obstáculos fue lo que aprendí en cuanto a investigación en general, el conocer qué herramientas están a nuestro alcance, especialmente como estudiantes las que ITESO nos provee, y el saber para qué sirve y cómo utilizarlas facilitó bastante el trabajo de investigación y por lo tanto, la información que obtuvimos hizo más sencillo el poder desarrollar el proyecto de forma correcta.

En lo personal me ayudó a entender cómo tengo que desarrollar mis proyectos personales y que obstáculos encontraré, pero también me ayudó a encontrar la forma de vencer dichos obstáculos y estar prevenido para cualquier otra dificultad que se pueda presentar.

- Aprendizajes sociales

Santiago Morales Cortez:

Con este proyecto puedo percibir que la gran mayoría de las pymes de nuestro país necesitan ayuda para formalizar sus áreas y procesos como en este caso comercio exterior. Mi visión a futuro para aportar a la sociedad es apoyar a las empresas de nuestro país ya sea en las principales áreas de la empresa incluso en comercio, aunque no soy experto aún.

Este fue mi segundo PAP y me quedo con que cada empresario es un mundo distinto. Estos proyectos a mí en lo personal me ayudaron también a desarrollar un lado con mayor empatía, que me provocan a seguir ayudando a más empresarios.

Es un hecho que la mayoría de las empresas en México carecen de registros y de formalización, en lo personal pienso que con nuestros conocimientos tenemos

una gran oportunidad de aportar a la economía, a la sociedad y seguir en constante aprendizaje.

Me parece que pudimos lograr los impactos deseados. Desde analizar la actualidad de la empresa y sus necesidades, después cómo encontrar y definir el país a exportar que en este caso fue Colombia, buscar y proponer estrategias de posicionamiento de marketing digital. Con todo esto le damos el primer paso a la empresa, todavía falta, pero con nuestro proyecto mostramos que es posible y muy viable voltear a mercado como el de Colombia.

Carlos De la Torre:

Citlali es sin duda una empresa que requiere ayuda, por eso fuimos requeridos para aportar nuestros conocimientos, como mi primer PAP, me voy con una buena experiencia, ya que, personalmente, sentí muy entusiasmada a la empresaria por nuestros aportes, confiaba en nuestro trabajo al 100% y existía una comunicación muy sana entre todos nosotros.

El platicar con la empresaria en las últimas sesiones sobre los beneficios de los programas de gobierno y sobre las herramientas de comercio que existen, fue algo muy satisfactorio para mí, pienso que estos primeros pasos para Citlali van a ser muy importantes a futuro, con la nueva visión que planteamos, con el registro en VUCEM, es el inicio de un proceso que fortalecerá a Citlali y la hará prosperar como empresa.

Es importante que se le dé seguimiento a esta empresa con futuros PAP, porque veo que hay interés de la empresa, los alumnos serán bien recibidos y serán tratados como los profesionales que son.

Michael Weber:

Citlali es una empresa pequeña y que, aunque hasta el día de hoy ha podido salir adelante y mantenerse en la industria, quiere crecer y hacerse una empresa con presencia en otros países, por lo tanto, necesitan ayuda para poder crecer a este

nivel ya que no cuentan con el personal ni el conocimiento para hacer una operación por sí mismos. Este tipo de proyectos sirven eficientemente para poder apoyar a empresas regionales a crecer y por lo tanto, ser capaces de apoyar a la economía local y a las familias que son empleadas por la empresa.

Siendo mi primer PAP, creo que fue una mejor experiencia de la que esperaba y espero que el próximo PAP que inscriba sea igual de útil para mí como para la empresa para ayudarla con su desarrollo.

El hecho de haber podido comprender como es el desarrollar un proyecto que incluye toma de decisiones y el tener que guiar a una persona a tomar una decisión correcta, ayuda a conocer los elementos que se necesitan para tomar una decisión propia en cuanto a proyectos de negocios. También me ayudó a entender que no siempre la opción que nosotros queremos es la mejor opción, y tomar la mejor opción es lo que hará que creemos un beneficio tanto a nosotros mismos como a las personas que nos rodean, sobre todo si los estamos empleando y el bienestar de ellos y su familia depende de que las cosas salgan bien o mal.

- Aprendizajes éticos

Santiago Morales Cortez:

Como aprendizaje me quedo primero en lo colectivo donde de forma adecuada el equipo se enfocó en cumplir con los objetivos, cada quien aportando desde su percepción de la situación. También con el mantener siempre una actitud de servicio y empatía con la empresaria, buscando ayudar y mejorar.

Es importante dar ese extra que logre generar un buen impacto, ya que este no es un simple proyecto de la escuela, tenemos en nuestras manos el trabajo y el dinero de muchos años de la empresaria. Por esto si no hacemos un buen trabajo estos se pueden ver comprometidos.

También considero que fue un buen aprendizaje en lo personal para conocer nuevos conceptos y nuevos temas, con la ayuda de mis compañeros mantuvieron una buena actitud al explicarme cosas que no entendía o conocía.

También algo que ponemos mucho en práctica en estos proyectos es el lado humano que en el ITESO nos inculcan desde que entramos a la carrera, la forma en la que nos acercamos a la empresaria, escuchamos su historia y ponemos nuestros conocimientos para mejorar sus problemáticas o atender sus necesidades en su empresa. De igual forma el saber escuchar a los compañeros de equipo y ver desde su percepción sus puntos de vista que aportan al proyecto y logramos mejores resultados como equipo.

Carlos De la Torre:

El equipo siempre es importante para el correcto funcionamiento de un proyecto colectivo, me voy muy satisfecho con mis compañeros, con la empresaria y asesores PAP, porque siempre estuvieron todos aportando y apoyando cuando se necesitaba.

Las decisiones siempre se evaluaban en equipo, para que todos estuvieran de acuerdo y no existieran problemas derivados de una toma de decisión arbitraria, cada quien decidía cómo y cuándo trabajar, siempre y cuando se entreguen los resultados esperados en tiempo y forma.

Esta experiencia me alienta aún más a aportar mis conocimientos a empresas que lo necesiten, me motiva ver que hay empresas a las que si les interesa que profesionales aporten al crecimiento de las mismas. Afortunadamente tengo dos años trabajando de consultor en la empresa familiar, nunca había trabajado de manera externa, como lo fue en este PAP, y como dije, me voy con una buena experiencia y muy satisfecho con mi desempeño y el de mis compañeros.

Michael Weber:

La experiencia adquirida fue interesante por el tipo de empresa que fue y la forma de trabajar, apoyó a aprender a tomar decisiones en conjunto, ya que las decisiones se discutían y se llegaba a una conclusión entre los 3 integrantes que conformaban el equipo.

Tuve la fortuna de trabajar con un compañero con el que llevé anteriormente algunas materias y fue interesante ver cómo a través de la carrera hemos desarrollado distintas habilidades y aprendizajes cada uno diferentes el uno del otro y eso también apoyó a que el proyecto funcionara de forma tan fluida.

A final de cuentas, creo que el proyecto me ha motivado a llevar a cabo los proyectos que tengo en mente y darme cuenta que, aunque no se puede hacer todo solo, se puede empezar por una parte y que es cierto que el mundo empresarial no es tan sencillo, pero que tampoco es imposible y que esa barrera que se interpone entre el querer hacer algo y realmente hacerlo no es tan difícil de romper. También aprendí que es importante mantenernos prevenidos ya que no todos hacen las cosas como en realidad se debería y eso puede afectar a nuestro proyecto o empresa e incluso a nosotros mismos.

- Aprendizajes en lo personal

Santiago Morales Cortez:

Me doy cuenta que existen muchas empresas con poca organización y formalización y que con ayuda bien dirigida podemos crear un cambio y ayudar a que sea una mejor organización. Me quedo con conocer la historia de esta empresa, de la empresaria.

Me doy cuenta que todos en esta vida nos cruzamos por momentos difíciles, pero con un poco de ayuda que nos permita enfocarnos de nuevo puede hacer la diferencia. En nuestro país estoy seguro de que las principales necesidades son la formalización de la estructura, crear registros de todos los procesos, la planeación y la organización.

Sin duda fue muy importante todo el apoyo de las profesoras, nos llevaron de la mano para poder lograr el objetivo del proyecto. De igual forma los diferentes puntos de vista de mis compañeros donde en conjunto pudimos generar el impacto que deseábamos. Sigo pensando que todavía hay mucho trabajo por hacer en las MyPes para crear esa cultura de organización y formalización de las empresas.

Este PAP fue para mí de gran aprendizaje porque es un área con la que no estoy familiarizado, pero me interesa mucho y a lo largo de este proyecto pude aprender y entender una gran cantidad de temas de comercio exterior.

Carlos De la Torre:

Este PAP logró que me diera cuenta que soy capaz de trabajar en equipo y de emprender nuevos proyectos, me quitó el miedo de hacer cosas distintas, porque en mi trabajo estaba muy cómodo, haciendo lo que ya sabía y conviviendo con las mismas personas, pero este PAP fue un reto, trabajé con nuevos profesores, compañeros y una empresa totalmente distinta al giro en el que había estado trabajando por dos años.

Pude darme cuenta que trabajar en equipo no es agotador y estresante si existe una armonía y buena comunicación entre todos, el funcionamiento fue óptimo y por lo tanto el desempeño de todos lo fue también, agregando a lo anterior, el proyecto no hubiera funcionado sin la excelente comunicación y actitud que se tuvo con todos los miembros que nos recibieron en Citlali, porque con empresas que en verdad se interesan y están al tanto de lo que se está haciendo, motiva a que se siga trabajando con ritmo y calidad.

Con esta experiencia, comienzo a tener más claro que es lo que quiero en un futuro, ya que estoy por terminar la carrera, ese miedo y ansiedad que sentía sobre qué hacer después ahora ha disminuido, porque me doy cuenta que soy capaz y que tengo los conocimientos para competirle a cualquier otro profesional en el mercado.

Michael Weber:

El proyecto ayudó a que me diera cuenta de que trabajar en equipo no tiene que ser tan difícil y que con la comunicación y la organización adecuada puede ser increíblemente benéfico para un proyecto.

También me parece que este tipo de proyectos puede ser muy productivo para alumnos que no tienen experiencia laboral ya que les da un adelanto de los obstáculos y del tipo de labor que llevarán a cabo una vez graduados y que de

esta manera al entrar al mercado laboral no lleguen sin siquiera una idea de cómo serán las cosas en realidad.

Hay muchas cosas que no tomamos en cuenta cuando hablamos de hacer negocios o de trabajar para una gran empresa, desarrollar proyectos, hacer ideas y este tipo de proyectos hace que veamos la vida de forma más realista y que así podamos prepararnos para lo que vendrá una vez que aprovechemos nuestro tiempo al 100% en nuestra vida profesional; ya que además de nuestro tiempo, el éxito de nuestro trabajo definirá nuestro estilo y calidad de vida y las buenas o malas decisiones también influirán en la vida de otras personas que se encuentran a nuestro alrededor.

5. Conclusiones

De acuerdo a lo realizado en el proyecto, después de la investigación y la preparación se le pudo dar a la empresa la información necesaria para que puedan preparar, planear y concretar operaciones de comercio exterior con un canal de distribución definido en el extranjero. Sin embargo, es solo la primera parte de muchos otros aspectos que tienen que preparar para poder llevar a cabo la operación como tal. Hubo cierta falta de preparación en la empresa para el proyecto que quieren llevar a cabo ya que aún no está confirmado que tienen permiso para poder utilizar el nombre de Frida Kahlo en sus productos y por tanto solamente se pudo hacer la parte documental y hasta cierto punto preparativos para buscar clientes potenciales a quienes vender el producto.

Sin embargo, por el potencial que tiene la empresa si se sigue desarrollando el proyecto es muy posible que vender su producto en el extranjero sea todo un éxito y pueda de esta manera ampliarse en otros mercados con distintos productos que puedan ayudar al crecimiento potencial de la compañía.

6. Bibliografía

Alianza del Pacífico (2019) VII Macrorrueda Alianza del Pacífico. Recuperado de: https://www.macrorruedaalianzadelpacifico.com/index.php?mod=presentacion&p=presentacion&cod_menu=2

AMAI (2019) Niveles socioeconómicos de México. Recuperado de:
<https://nse.amai.org/>

ASD Market (2019) Información General del evento.
Recuperado de: <https://www.asdonline.com/>

Bufete Internacional (2019) Regulaciones y Restricciones No Arancelarias.
Recuperado de:
[http://bufeteinternacional.com.mx/mapajuridico/aspectoperacion/03.-
%20ACUERDOS%20Y%20REGULACIONES%20NO%20ARANCELARIAS.pdf](http://bufeteinternacional.com.mx/mapajuridico/aspectoperacion/03.-%20ACUERDOS%20Y%20REGULACIONES%20NO%20ARANCELARIAS.pdf)

Datos Macro (2019) Información demográfica de Colombia.
Recuperado de: <https://datosmacro.expansion.com/paises/colombia>

Doing Business (2019) Ranking América Latina. Recuperado de:
[http://espanol.doingbusiness.org/es/rankings?region=latin-america-and-
caribbean](http://espanol.doingbusiness.org/es/rankings?region=latin-america-and-caribbean)

Doing Business (2019) Ranking Mundial. Recuperado de:
<http://espanol.doingbusiness.org/es/rankings>

Dinero Colombia (2019) Ingreso Per Cápita. Recuperado de:
<https://www.dinero.com/Buscador?query=ingreso%20per%20capita>

El Colombiano (2017) Frida Kahlo no se olvida. Recuperado de:
<https://www.elcolombiano.com/cultura/frida-kahlo-no-se-olvida-hm6835867>

Euro Monitor (2018) Valor del mercado joyero en México. Recuperado de:
<http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/related>

Euro Monitor (2018) Consumo anual de joyería en Colombia. Recuperado de:
<http://www.portal.euromonitor.com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/related>

Gestiopolis (2019) ¿Qué es un canal de distribución” Recuperado de:
<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/>

Gestión (2018) Tipos de Competidores. Recuperado de:
<https://www.gestion.org/tipos-de-competidores/>

IIEG (2018) Datos de la Industria joyera. Recuperado de:
https://iieg.gob.mx/contenido/Economia/fs_joyeria.pdf

INEGI (2018) Datos del mercado e industria nacional joyera. Recuperado de:
http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/economico/a_proposi_de/EstModaCalzajoyeria_18.pdf

LogyCom (2019) Complemento de Comercio Exterior. Recuperado de:
<https://www.logycom.mx/blog/cfdi-comercio-exterior>

ProMéxico (2019) Internacionalización. Recuperado de:
<http://www.promexico.gob.mx/es/mx/definicion-de-internacionalizacion>

Señal Memoria (2019) Que hubiera sido de Frida Kahlo en Colombia. Recuperado de:
<https://www.senalmemoria.co/articulos/que-hubiera-sido-de-frida-kahlo-en-colombia>

SIICEX (2019) Información Macroeconómica de Colombia. Recuperado de:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/784009974rad9184C.pdf>

Trade Wizard (2019) Análisis Arancelario México Colombia. Recuperado de:
<https://marketanalysis.intracen.org/lci/Default.aspx>

Trade Wizard (2019) Análisis No Arancelario México Colombia. Recuperado de:
<https://marketanalysis.intracen.org/lci/Default.aspx>

Trade Map (2019) Comercio Global de México en Joyería. Recuperado de:
[https://www.trademap.org/\(S\(2qhckpc3uo21opgutbckb1my\)\)/lci/Index.aspx](https://www.trademap.org/(S(2qhckpc3uo21opgutbckb1my))/lci/Index.aspx)

Trade Map (2019) Datos Económicos México Colombia. Recuperado de:
[https://www.trademap.org/\(S\(2qhckpc3uo21opgutbckb1my\)\)/lci/Index.aspx](https://www.trademap.org/(S(2qhckpc3uo21opgutbckb1my))/lci/Index.aspx)

Trade Map (2019) Datos Económicos México Estados Unidos. Recuperado de:
[https://www.trademap.org/\(S\(2qhckpc3uo21opgutbckb1my\)\)/lci/Index.aspx](https://www.trademap.org/(S(2qhckpc3uo21opgutbckb1my))/lci/Index.aspx)

Trade Map (2019) Datos Económicos México Japón. Recuperado de:
[https://www.trademap.org/\(S\(2qhckpc3uo21opgutbckb1my\)\)/lci/Index.aspx](https://www.trademap.org/(S(2qhckpc3uo21opgutbckb1my))/lci/Index.aspx)

WIPO (2019) Protocolo de Madrid. Recuperado de:
<https://www.wipo.int/madrid/es/forms/>