

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones
sustantivas de las empresas**



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas
CEDECOM**

Spes Nova México: Comercio justo y vinculación artesanal

PRESENTAN

Lic. Comercio y Negocios Globales – Adrian Israel Rojas Lara
Lic. Comercio y Negocios Globales – Ingrid Camila Montero Carbajal
Lic. Comercio y Negocios Globales – Regina Rosas Tello
Lic. Comercio y Negocios Globales – Renata Livier Martínez Camacho

Profesor PAP: Carlos Rikken Ramírez

Tlaquepaque, Jalisco, a Octubre del 2025

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	31
5. Conclusiones	40
6. Bibliografía	42
7. Anexos	43

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 Spes Nova de la Universidad de Fordham tiene como objetivo principal apoyar a artesanos en regiones económicamente desfavorecidas mediante la promoción del comercio justo y el otorgamiento de microcréditos con tasas de interés bajas. Se busca impulsar el desarrollo social y económico de estas comunidades, facilitando el acceso a financiamiento para la producción y comercialización de artesanías. El alcance del trabajo incluye la creación de un modelo sostenible que conecta a artesanos con estudiantes, instituciones académicas y fondos confiables para facilitar la distribución y venta de productos artesanales.

Los resultados más importantes reflejan la generación de oportunidades económicas para artesanos, la reducción de dependencia de préstamos con intereses elevados y el fortalecimiento de cadenas de comercio justo internacionales. Se ha logrado establecer alianzas estratégicas con otras instituciones, ampliando el impacto del proyecto.

El proyecto Spes Nova contribuye a mejorar las condiciones de vida de artesanos mediante un modelo de microfinanzas responsable y comercio justo, promoviendo el valor de la artesanía auténtica en mercados internacionales y fortaleciendo la vinculación entre academia y comunidades productoras. Este enfoque representa un aporte significativo en la formación académica y en la generación de impacto social sostenible.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Spes Nova se fundó en 2016 en la universidad de Fordham en Nueva York, Estados Unidos. Su nombre proviene del latín y significa “Nueva Esperanza”, el cual muestra el propósito del proyecto: Generar esperanza en los artesanos y su trabajo a través del comercio.

Spes Nova nace de la necesidad de apoyar a pequeños negocios de artesanos, ya que frecuentemente los deja fuera de los beneficios del comercio global. Estas comunidades suelen enfrentar obstáculos como la dificultad de entrar a mercados formales, la falta de financiamiento y el poco reconocimiento de su labor.

Spes Nova trabaja en conjunto con otras universidades, entre ellas el ITESO, quien se unió como socio académico y que, en conjunto con estudiantes de diferentes carreras a través de proyectos reales, aportan conocimiento en diferentes áreas como lo es mercadotecnia, finanzas y el comercio internacional.

Los estudiantes del ITESO, operan directamente con Spes Nova. Haciendo adaptaciones de los productos al mercado meta, así como identificar nuevas oportunidades de venta.

Este proyecto tiene un gran impacto, no solo en las vidas de los artesanos, sino también en la comunidad estudiantil, fomentando el apoyo a comunidades artesanas y un consumo responsable. Por un lado, contribuye al fortalecimiento económico y social de los artesanos, quienes encuentran en esta iniciativa una oportunidad para visibilizar su trabajo, acceder a nuevos mercados y obtener un ingreso más justo por sus productos. Por otro lado, enriquece la formación integral de los estudiantes, al sensibilizarlos sobre la importancia del comercio justo, la sostenibilidad y el consumo ético. De esta manera, el proyecto no solo impulsa el

desarrollo local, sino que también fomenta una cultura de responsabilidad social y empatía en las nuevas generaciones, generando un impacto positivo a largo plazo tanto en las comunidades productoras como en el ámbito académico.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

Las comunidades artesanas en México enfrentan una serie de desafíos estructurales, económicos y sociales que obstaculizan su crecimiento sostenible y su integración plena en los mercados nacionales e internacionales. A pesar del enorme valor cultural, artístico y social que representan sus productos, los artesanos continúan en una posición de desventaja frente a otros sectores productivos, lo que limita sus oportunidades de desarrollo y competitividad.

Uno de los principales problemas es la dificultad para acceder a mercados internacionales y la escasa visibilidad de sus productos. La falta de infraestructura digital, de conocimientos sobre comercio electrónico y de estrategias de marketing especializadas impide que los artesanos logren posicionar sus creaciones ante audiencias globales dispuestas a pagar un precio justo por artículos auténticos y de alta calidad.

A esto se suma la carencia de financiamiento y de herramientas de gestión empresarial, lo que restringe su capacidad para innovar, producir de forma constante o invertir en materiales y procesos más sustentables. La mayoría de los talleres artesanales son negocios familiares o comunitarios con una estructura informal, sin acceso a créditos o apoyos institucionales que les permitan crecer o profesionalizarse.

Otra problemática recurrente es la subvaloración del trabajo artesanal. Los artesanos suelen enfrentar prácticas de regateo y una percepción de que sus productos son “souvenirs” o artículos de bajo costo, lo que los obliga a vender a precios muy por debajo de su valor real. Esta situación deriva en bajos ingresos y dependencia de intermediarios, quienes en muchos casos se quedan con la mayor parte de las ganancias. Como consecuencia, la labor artesanal —aun siendo

patrimonio cultural— no se traduce en una mejora tangible en la calidad de vida de los creadores.

Además, la ausencia de estrategias de mercadotecnia y de canales de distribución efectivos limita el alcance comercial y la posibilidad de construir una marca sólida. La mayoría de los artesanos carece de capacitación en temas de branding, comercio justo, posicionamiento digital o gestión de redes sociales, lo cual se vuelve crítico en un entorno económico donde la presencia digital es determinante.

En este contexto, una problemática específica identificada en el PAP más reciente se centra en el posicionamiento en el mercado digital. Se observó que Spes Nova México, organización dedicada a conectar artesanos con consumidores de manera ética y sostenible, contaba con una presencia limitada en redes sociales, sin una identidad visual clara, una línea editorial coherente ni una estrategia de comunicación que generara conexión emocional con su audiencia. Esto reducía su capacidad para transmitir el valor social, cultural y humano del trabajo artesanal.

No obstante, esta situación también representa una oportunidad significativa. Spes Nova México puede aprovechar el potencial de las plataformas digitales para visibilizar el talento de los artesanos, fomentar el consumo responsable y educar a los consumidores sobre el impacto positivo de sus decisiones de compra. A través de la red universitaria internacional de Spes Nova, se puede fortalecer la vinculación entre los productores y los consumidores finales, eliminando intermediarios y garantizando precios justos.

El PAP, por tanto, busca atender la problemática del mercado digital mediante el desarrollo de una estrategia integral de contenido que posicione el valor del trabajo artesanal desde una perspectiva ética, emocional y educativa, contribuyendo así a la sostenibilidad económica de las comunidades y al fortalecimiento de una cultura de consumo más consciente y solidaria.

1.3 Objetivo general

El objetivo general de Spes Nova es impulsar el comercio justo y promover el desarrollo económico sostenible de las comunidades artesanas, garantizando una remuneración justa y condiciones dignas de trabajo. Para lograrlo, el proyecto establece una red de colaboración entre la Universidad de Fordham y el ITESO, facilitando la exportación de productos artesanales y su comercialización en espacios universitarios, con el propósito de visibilizar el valor cultural del trabajo artesanal y fomentar un consumo más ético, consciente y solidario entre la comunidad académica.

Dentro las áreas de comunicación y trabajo con el artesano consiste en consolidar y fortalecer una estrategia integral que permita vincular de manera efectiva a los artesanos mexicanos con las universidades jesuitas, especialmente a través de la colaboración directa con la Universidad de Fordham, potenciando así la presencia y el crecimiento del proyecto en el ámbito digital y académico. Esta estrategia busca diseñar e implementar acciones comunicativas sólidas y coherentes, enfocadas en el uso estratégico de las redes sociales como plataforma principal para difundir y visibilizar el valor del trabajo artesanal, los principios del comercio justo y la importancia de la sostenibilidad cultural y económica

Mediante este enfoque, se pretende no solo promover la comercialización y exportación de los productos artesanales, sino también humanizar la marca institucional y generar una narrativa que sensibilice y eduque a una audiencia joven, global y comprometida con causas sociales y de consumo responsable. La interacción directa con las comunidades artesanas busca fortalecer su identidad cultural, fomentar una relación empática con los consumidores universitarios y facilitar el desarrollo de capacidades comerciales que contribuyan al bienestar y crecimiento económico de dichas comunidades.

Por parte del ITESO se buscó la comercialización de las artesanías a través de la tienda universitaria, promoviendo su compra entre la comunidad estudiantil, docente y administrativa. Además de fortalecer la visibilidad y el valor cultural de estos

productos como parte de un consumo responsable y solidario. Paralelamente, se plantea como meta estratégica expandir la distribución y venta de las artesanías a otras universidades de la red jesuita en México, como las IBERO, con el fin de ampliar el alcance del proyecto, generar mayores oportunidades económicas para los artesanos y fomentar una red nacional de apoyo al comercio justo y sostenible.

1.4 Objetivos específicos

Diseñar e implementar estrategias de redes sociales orientadas a incrementar la visibilidad y el posicionamiento digital de los productos artesanales pertenecientes a la red Spes Nova México. Buscando fortalecer la identidad visual, la coherencia comunicativa y la conexión emocional con las audiencias, principalmente a través de contenidos que destaquen el valor cultural, ético y humano del trabajo artesanal. Actualizar y desarrollar nuevos catálogos de productos que integren información clara, visualmente atractiva y alineada con la estética institucional de Spes Nova. Estos catálogos servirán como herramientas comerciales y comunicativas que faciliten la promoción de los productos tanto en entornos digitales como en espacios físicos de venta o exhibición.

Mantener una comunicación constante, empática y colaborativa con los artesanos participantes, con el fin de comprender sus necesidades, procesos y expectativas. Este diálogo permitirá adaptar las estrategias de comunicación y comercialización a las realidades de cada comunidad, fomentando relaciones horizontales y de mutuo beneficio.

Promover alianzas institucionales estratégicas con entidades como la Tienda Soy ITESO y la Universidad Iberoamericana, con el propósito de fortalecer los canales de distribución, visibilizar el proyecto en entornos académicos y promover el comercio justo dentro de comunidades universitarias comprometidas con la responsabilidad social.

Evaluar oportunidades de exportación y el uso de materiales alternativos que permitan diversificar los mercados, optimizar los procesos productivos y asegurar la sostenibilidad ambiental y económica de las comunidades artesanas. Este análisis contribuirá al fortalecimiento de la red y a la creación de nuevas rutas de crecimiento comercial.

Identificar y vincular nuevos grupos o talleres artesanales interesados en formar parte de la red Spes Nova, analizando sus contextos, capacidades y potencial de colaboración. A partir de ello, se buscará generar estrategias personalizadas de acompañamiento y apoyo que impulsen su desarrollo y su inclusión en el mercado justo y digital.

Contactar con el Departamento de Economía, Administración y Mercadotecnia (DEAM) por medio de sus directivos para impulsar la venta de alcancías dentro de la universidad.

Mantener contacto con César Raúl Nieva Mora, quien es el encargado de la tienda ITESO, para apoyarlo y actualizarlo sobre las ventas que se harán de las alcancías dentro de la universidad, específicamente, dentro de DEAM.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

La metodología empleada en este proyecto se basó en un enfoque colaborativo e interdisciplinario, que integró la participación de estudiantes del ITESO, artesanos locales y el equipo de alumnos de la Universidad de Fordham involucrados en el proyecto Spes Nova. Este modelo de trabajo permitió generar un intercambio constante de conocimientos, experiencias y perspectivas, promoviendo el aprendizaje conjunto y la co-creación de soluciones orientadas al fortalecimiento del comercio justo y la comunicación digital de Spes Nova México.

El desarrollo del proyecto se estructuró en torno a una metodología participativa, centrada en la comprensión de las necesidades reales de las comunidades artesanas y en la aplicación de herramientas académicas y profesionales para responder a ellas de manera estratégica. Se adoptaron procesos de planeación, diagnóstico, diseño, ejecución y evaluación, que permitieron avanzar de forma ordenada y medible hacia el cumplimiento de los objetivos planteados.

Durante el semestre se realizaron diversas actividades tanto dentro como fuera del aula. Los días lunes y miércoles se trabajó en clase bajo la guía del profesor Carlos Rikken Ramírez, quien brindó asesoría constante y retroalimentación oportuna para fortalecer el desarrollo del proyecto. Paralelamente, se efectuaron visitas al taller del artesano César Lucano, lo que permitió un acercamiento directo al proceso de producción y una comprensión más profunda del trabajo artesanal. Asimismo, el equipo colaboró activamente en la elaboración del reporte PAP, manteniendo una comunicación constante y efectiva, lo que favoreció una dinámica de trabajo organizada, participativa y productiva durante todo el periodo.

Para la gestión del proyecto, se utilizaron herramientas colaborativas y digitales como Canva, que facilitaron la organización de tareas, la comunicación entre los equipos y el diseño de materiales visuales. Además, se llevaron a cabo reuniones periódicas con los artesanos y con el equipo universitario de Fordham para dar

seguimiento a los avances, revisar estrategias y realizar los ajustes necesarios en función de los resultados observados.

En el ámbito del análisis de mercado y comunicación digital, se desarrollaron diagnósticos sobre la presencia actual de Spes Nova México en redes sociales, el comportamiento de su audiencia y las tendencias de consumo responsable entre públicos jóvenes. Con base en estos hallazgos, se diseñaron estrategias de contenido enfocadas en fortalecer la identidad de marca, generar mayor interacción y comunicar de manera efectiva los valores éticos y culturales del proyecto.

En conjunto, esta metodología permitió articular el trabajo académico con la práctica social, integrando la innovación digital con la misión ética y educativa de Spes Nova. El resultado fue un proceso de colaboración integral que fortaleció tanto la comunicación institucional como las capacidades de desarrollo económico y social de los productores artesanales involucrados.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

Para la adecuada organización temporal del proyecto, se elaboró un calendario detallado en Excel que permite calendarizar las acciones específicas correspondientes a cada componente involucrado: los artesanos, las universidades jesuitas, la Universidad de Fordham y la creación de contenido en redes sociales. Este cronograma contempla las etapas y tiempos planeados para el cumplimiento de objetivos y entregables, facilitando así la coordinación eficiente de actividades profesionales, técnicas y operativas. Asimismo, el calendario incluye los recursos necesarios y las fechas previstas para reuniones y asesorías, garantizando un seguimiento riguroso y sistemático durante el desarrollo integral del proyecto.

Los puntos en los que se trabajaron durante el semestre fueron los siguientes:

- Fordham
- Artesanos

- Nuevos Productos
- ITESO
- Tienda ITESO
- Ibero
- Estrategia de redes sociales

2.3 Productos y entregables

Se desarrolló un plan de negocio integral que abarcó diversos subtemas clave para la estructuración y viabilidad del proyecto. Además, se elaboró una parrilla de creación de contenido, diseñada en Excel, que permitió la planificación y organización estratégica de las publicaciones para redes sociales y otros canales de comunicación, asegurando así una gestión eficiente y coherente de la información difundida. Durante el desarrollo del proyecto, se generaron diversos productos que respondieron a las necesidades operativas, logísticas y narrativas del modelo Spes Nova México. Entre los principales entregables se encuentran los catálogos visuales de los productos elaborados por los artesanos, los cuales incluyen imágenes, precios, descripciones y características técnicas. Estos catálogos fueron diseñados para facilitar la promoción comercial tanto en canales locales como internacionales. Asimismo, se elaboraron fichas técnicas detalladas de productos seleccionados, como la figura del jugador de fútbol americano, que incluyeron información sobre dimensiones, peso, materiales, tiempos de producción y recomendaciones de empaque. Estos documentos fueron fundamentales para evaluar la viabilidad logística y aduanera de los productos. En el ámbito de comercio internacional, se desarrollaron documentos clave como el Certificado de Origen T-MEC, la Factura Comercial y la Lista de Empaque, necesarios para la exportación formal de artesanías.

3. Resultados del trabajo profesional

3.1 Sustento teórico

El desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional con Spes Nova México se fundamentó en los conocimientos adquiridos en la materia de Empresas del Comercio Exterior, la cual proporcionó una visión integral del funcionamiento de las organizaciones que participan en operaciones internacionales, así como de los marcos normativos, logísticos y estratégicos que las regulan. Desde este enfoque, se comprendió la importancia de analizar el entorno comercial global, los acuerdos internacionales y las políticas aduaneras que impactan directamente en la exportación e importación de bienes. En el caso del proyecto, este conocimiento fue esencial para identificar las implicaciones del cambio en la tarifa de minimis en Estados Unidos y su efecto sobre las operaciones de envío de artesanías, lo cual exigió la búsqueda de soluciones logísticas alternativas con apoyo de expertos. Además, se aplicaron los principios de competitividad y sostenibilidad empresarial, entendiendo que las empresas del comercio exterior deben equilibrar la rentabilidad con la responsabilidad social y el cumplimiento normativo. A través de esta perspectiva teórica, se fortaleció la capacidad de analizar escenarios reales de comercio internacional y de proponer estrategias que integren la eficiencia operativa con la ética y el desarrollo económico sostenible de las comunidades artesanas.

Desde una perspectiva de la clase de consultoría Integral, el proyecto se desarrolló de manera orientada a la generación de valor social y sostenibilidad económica para las comunidades artesanas, mediante la aplicación de herramientas de análisis, planeación estratégica y acompañamiento técnico. Este enfoque busca no solo resolver problemáticas inmediatas, sino también construir capacidades a largo plazo dentro de las comunidades y en la gestión institucional del proyecto.

El enfoque consultivo permite transformar los desafíos identificados en oportunidades de desarrollo, promoviendo la profesionalización de los procesos, la transparencia en el uso de los recursos y la construcción de alianzas sólidas entre

universidades, comunidades y organizaciones internacionales. De esta manera, Spes Nova no solo mejora las condiciones de vida de los artesanos, sino que también consolida un modelo replicable de cooperación entre la academia y la sociedad, demostrando que la consultoría socialmente orientada puede ser una herramienta eficaz para fomentar la equidad, la sostenibilidad y el desarrollo comunitario a largo plazo.

Los aprendizajes en clase de logística internacional brindaron un marco práctico para calcular los costos de envío de una artesanía desde su origen hasta el destino final, incluyendo factores como transporte, aduanas y tiempos de entrega. Esto permitió determinar con mayor precisión el costo total que implica llevar el producto al mercado, para posteriormente establecer un precio de venta adecuado que cubra estos gastos y genere utilidad. Gracias a esto, se pudo evaluar la rentabilidad de la exportación de la artesanía considerando tanto los costos logísticos como el margen esperado, lo que facilita tomar decisiones informadas sobre la viabilidad del negocio.

Los aprendizajes adquiridos en la clase de Negociación resultaron esenciales para la búsqueda y reclutamiento de artesanas y artesanos, ya que permitieron aplicar técnicas para comunicar con claridad el propósito del proyecto, persuadir sobre los beneficios de integrarse a la red y establecer acuerdos que contemplaran tanto los requisitos del artesano como las condiciones del programa. Este marco teórico contribuyó a garantizar relaciones colaborativas basadas en confianza, transparencia y equidad, elementos clave para la sostenibilidad del proyecto.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Este apartado presenta los hallazgos derivados de la ejecución del proyecto Spes Nova, fundamentados en el trabajo de campo y el seguimiento riguroso de las actividades planificadas. Se incluyen evidencias visuales como gráficos, diagramas y fotografías que respaldan el cumplimiento de los objetivos establecidos. Así, se documenta de manera precisa el progreso del proyecto y se

analizan los resultados, destacando tanto los logros alcanzados como las áreas de mejora identificadas.

Fordham

El trabajo de campo del Proyecto de Aplicación Profesional con Spes Nova México tuvo como uno de sus principales ejes la colaboración con la Universidad de Fordham, institución jesuita fundada en 1841 en Nueva York y reconocida por su compromiso con el desarrollo social y la formación integral. El objetivo general fue fortalecer la relación entre ambas universidades a través del seguimiento a productos exportados, la evaluación de nuevos desarrollos con artesanos locales y la exploración de oportunidades comerciales en el mercado universitario estadounidense.

Durante el semestre se realizaron dos reuniones clave con representantes de Fordham, donde se revisaron los resultados de productos enviados anteriormente y se discutieron nuevas propuestas. En la primera reunión, se compartieron observaciones enviadas por Sharan Sekhon, representante del equipo de Fordham con el email ssekhon5@fordham.edu. Se informó que las pulseras y aretes enviados en el semestre anterior no tuvieron buena recepción: las pulseras no llegaron a ponerse a la venta y los aretes no fueron bien aceptados entre los estudiantes. Asimismo, se mencionó que aún contaban con inventario suficiente de alcancías, las cuales son de baja rotación, por lo que no era necesario enviar más piezas.

En la segunda reunión, se presentó la propuesta del nuevo producto artesanal: una figura de jugador de fútbol americano elaborada por un artesano local. Este diseño fue bien recibido por Fordham, aunque sugirieron adaptarlo utilizando su nuevo logotipo institucional. La opción de personalizar con jugadores de la NFL fue descartada por inviabilidad logística y legal. Se acordó entonces avanzar con el logotipo de Fordham y elaborar un costeo preliminar de flete y precio final, con el fin de facilitar su evaluación y posible pedido.

Como parte del plan de trabajo, se desarrollaron fichas técnicas y un catálogo de nuevos productos que integran información de materiales, costos, medidas e impacto social. Además, se realizó un filtro de productos considerando los gustos del público universitario y los comentarios obtenidos en las reuniones, priorizando artículos funcionales, con estética moderna y bajo costo logístico.

Se preparó también un estimado de flete internacional, tomando en cuenta las tarifas de envío, tiempos de entrega y requerimientos aduanales, lo que permitió establecer un precio total de exportación más competitivo y viable para el comprador. Sin embargo, A raíz de los cambios en la normativa de importación estadounidense —específicamente la eliminación del beneficio de la tarifa “de minimis” para ciertos envíos internacionales—, el equipo buscó el apoyo de Jorge, un contacto logístico que había colaborado en operaciones previas de exportación. Se le consultó sobre las alternativas viables para realizar el envío de las nuevas piezas hacia Estados Unidos. Se optó por postergar el envío hasta definir un modelo logístico más sostenible y conforme a las regulaciones actuales, priorizando la asesoría y cotización previa de los fletes internacionales.

La eliminación del beneficio de la tarifa *de minimis* en la normativa de importación estadounidense representa un cambio estructural que impacta directamente la viabilidad del proyecto, no solo en su operación actual sino también en su proyección a futuro. Este beneficio permitía que ciertos envíos internacionales ingresaran a Estados Unidos sin aranceles ni procesos aduanales complejos, lo que mantenía bajos los costos logísticos, facilitaba tiempos de entrega competitivos y hacía más accesible el producto final para el consumidor. Al desaparecer esta exención, el proyecto enfrenta un incremento inmediato en costos, mayores tiempos de procesamiento y la necesidad de replantear su estrategia de precios y márgenes. Más allá del impacto económico, el cambio también presiona al proyecto a fortalecer su estructura operativa, diversificar proveedores, replantear su modelo de cumplimiento normativo y considerar nuevas rutas de entrada al mercado. En conjunto, esta modificación normativa no solo afecta la rentabilidad presente, sino

que obliga a reimaginar el camino de crecimiento, sostenibilidad y competitividad del proyecto en el mediano y largo plazo.

Artesanos

A lo largo del semestre, el equipo de trabajo consolidó un eje estratégico centrado en la vinculación integral con comunidades artesanales. Dicho proceso se entendió como una metodología sistemática que abarcó las siguientes fases: acercamiento inicial y realización de entrevistas en profundidad; documentación técnica y narrativa mediante la elaboración de fichas, catálogos e historias de vida; validación de la capacidad productiva, control de calidad, estructuras de precios y plazos de entrega; evaluación de la viabilidad logística y regulatoria para procesos de exportación; y un acompañamiento continuo para la adaptación de los productos a los criterios de mercado y los principios de comercio justo. Este abordaje integral permitió alinear las propuestas artesanales con los estándares de calidad de Spes Nova y las condiciones reales de producción de cada taller, lo que resultó en la minimización de riesgos operativos y el fortalecimiento de relaciones de confianza a largo plazo.

El trabajo con los artesanos se organizó en varias etapas consecutivas, promoviendo en todo momento su participación activa. Inicialmente, se estableció un contacto directo a través de diversos medios como mensajería instantánea, llamadas telefónicas o visitas. Posteriormente, se aplicó un instrumento de entrevista semiestructurada diseñado para recabar datos fundamentales sobre la identidad del artesano, las técnicas empleadas, los materiales utilizados, los tiempos de producción, los esquemas de precios, la situación frente a la formalidad fiscal y la disposición para la personalización de los productos. Una vez recopilada esta información, se procedió a la documentación de evidencias mediante fotografías, la creación de catálogos y la transcripción de los testimonios. La fase final consistió en una validación logística, que incluyó el registro de pesos, medidas, tipos de empaque y la identificación de restricciones materiales para la exportación, complementada con la emisión de recomendaciones comerciales relativas a la

presentación del producto, la estrategia de precios y la construcción de una narrativa de valor.

De forma paralela, se generaron materiales de apoyo estandarizados para facilitar la utilización de la información por parte de los frentes de mercado involucrados (ITESO, IBERO y Fordham). Entre estos materiales destacan:

- Historias de vida
- Contenido: Relatos personales de los artesanos.
- Enfoque: Uso de storytelling para destacar su trayectoria, inspirar en sus raíces y conectar su trabajo con el contexto cultural.
- Fichas técnicas
- Contenido: Documentación detallada de cada producto.
- Detalles incluidos: Medidas exactas, peso, materiales utilizados, tolerancias de producción e instrucciones específicas de cuidado y mantenimiento.
- Catálogos de productos
- Contenido: Compilación organizada de la oferta artesanal.
- Característica principal: Precios claros y desglosados por cada tipo de producto.
- Insumos documentales para exportación
- Propósito: Gestionar los trámites aduaneros para envíos internacionales.
- Documentos incluidos (según fuera requerido): Certificado de Origen T-MEC, Factura Comercial y Lista de Empaque.

Resultados por Artesano Vinculado:

Tere y Livier: Dos artesanas que transforman concreto en objetos decorativos y funcionales como macetas, floreros y tarjeteros. Su técnica combina materiales reciclados como vidrio y pigmentos, dando vida a piezas únicas hechas a mano con enfoque sustentable y multifuncional (concreto)

Se procedió a la actualización y sistematización de su expediente, integrando la entrevista, la historia de vida y la ficha técnica, con especial atención en el proceso de fabricación, los tiempos de producción y los estándares de calidad. Se verificó un tiempo de entrega recomendado de 21 días y un tiempo de curado de 8 días por



pieza. Se registró un rango de precios entre los \$100.00 y los \$600.00 MXN, determinado por el tamaño y la complejidad de la pieza, así como opciones de personalización en pigmentos y vidrio, y su situación de formalidad fiscal. Se enfatizó el carácter multifuncional del producto, apto para hogar y oficina, y se brindaron recomendaciones comerciales específicas para su participación en bazares, como priorizar la narrativa del proceso artesanal sobre el argumento del precio para reforzar la disposición al pago del consumidor. Todo el material fue compilado para su integración en la propuesta dirigida a la Tienda ITESO, con el objetivo de reforzar su presencia en el mercado local.

César Lucano: Artesano especializado en cerámica decorativa, produce figuras como alcancías y esculturas personalizadas. Su trabajo destaca por la calidad del

acabado, la adaptabilidad a pedidos específicos y la experiencia en procesos de exportación.

Se dio seguimiento a su línea de alcancías y se actualizó la figura de un jugador de fútbol americano para incorporar el nuevo logotipo de Fordham, con un precio reportado de \$200.00 MXN más IVA. Se preparó una carpeta aduanera completa para un potencial envío a Estados Unidos, que incluía el Certificado de Origen T-MEC, la Factura Comercial y la lista de empaque. Sin embargo, debido a cambios regulatorios en la normativa de minimis en Estados Unidos, se tomó la decisión estratégica de postergar el despacho hasta contar con un esquema logístico sostenible y económicamente viable.

El trabajo de campo permitió anticipar restricciones y tomar decisiones preventivas fundamentales: Los materiales con baja compatibilidad aduanera, como la madera, fueron objeto de propuestas de sustitución o se decidió diferir su comercialización internacional; Se realizó el pesaje de productos críticos, como los atrapasueños, para dimensionar con precisión los costos de flete; Se preparó documentación aduanera previamente descrita para agilizar futuras ventanas de envío; y Ante la eliminación del beneficio de minimis para envíos desde México hacia Estados Unidos, se optó por una estrategia de diferimiento de embarques mientras se evalúan rutas logísticas y estructuras de costo que no afecten el precio final al consumidor ni el margen de ganancia del artesano.

La articulación metódica de las historias de vida, las fichas técnicas y los catálogos, junto con la incorporación de criterios logísticos concretos, permitió reducir



significativamente la asimetría de información existente y elevó la calidad percibida de los productos artesanales. Como resultado, se conformaron portafolios listos para su activación comercial tanto en el ámbito local, como internacional.

Búsqueda de nuevos artesanos

La búsqueda de nuevos talentos artesanales se condujo bajo una metodología estructurada de identificación, evaluación y selección, sustentada en criterios explícitos predefinidos: calidad y consistencia técnica y estética del producto; capacidad productiva, considerando volúmenes, tiempos de entrega y continuidad en la producción; viabilidad logística, analizando la relación peso-volumen, la fragilidad, los empaques y la compatibilidad de los materiales con regulaciones de exportación; condiciones comerciales, incluyendo estructuras de precios, políticas de anticipos y capacidad de facturación; y alineación con los principios de comercio justo y demostración de apertura a procesos de co-creación, como personalizaciones y ajustes en materiales o colores.

Fuentes y Canales de Prospección

Para la identificación de prospectos, se implementó una estrategia dual que combinó el trabajo de campo con la gestión digital:

Trabajo de Campo

Durante el desarrollo del semestre, se llevaron a cabo recorridos de prospección en diversos corredores artesanales y comerciales de la zona metropolitana. Como parte de las actividades de prospección, se visitaron espacios como Midtown, La Perla, Plaza del Sol -donde se identificó la presencia de un bazar activo- y el corredor de Chapultepec. Estas visitas permitieron identificar inicialmente a seis artesanos potenciales dedicados a diversas especialidades como joyería de acero, técnicas de crochet y macramé, fieltro artesanal y textil.

Redes Sociales y Mensajería Instantánea: Se utilizaron plataformas como Instagram y WhatsApp como canales primarios para el establecimiento de contacto inicial, el seguimiento sistemático de conversaciones, el intercambio de catálogos

digitales y la agenda de entrevistas formales. Referidos y Red Universitaria: Se activó la red de contactos existente, solicitando referencias de materiales y condiciones a artesanos ya vinculados al proyecto. Adicionalmente, se estableció coordinación con espacios aliados como PLOP Studio y Casa Emergente para comprender sus políticas de exhibición y consignación, identificando, por ejemplo, que PLOP maneja una comisión del 35% sobre venta y un esquema de pago contra entrega.

Como resultado del proceso, se definieron criterios claros para la incorporación de artesanos:

Criterios de Incorporación: Se priorizaron líneas de producto livianas (bajo peso/volumen), robustas (para minimizar siniestralidad en transporte), personalizables (para incrementar el valor percibido), con capacidad de producción por lotes y, de manera crítica, con apertura demostrada a ajustar materiales para cumplir con normativas (ej. sustitución de madera).

Criterios de No Incorporación: Se decidió postergar o no incluir aquellas propuestas restringidas por el uso de materiales no compatibles con la exportación (como madera no tratada), así como propuestas con disponibilidad insuficiente o baja capacidad de respuesta. Asimismo, se evaluaron negativamente los productos con costos de flete prohibitivos o que ofrecieran un margen comercial demasiado estrecho para el artesano.

Resultados de Nuevos Artesanos:

Chinima Carrillo: Artesana de origen Wixárika que elabora piezas de chaquiras como pulseras, collares, máscaras y figuras decorativas. Su trabajo representa una expresión cultural profunda, donde cada pieza transmite identidad, tradición y espiritualidad indígena.

Se elaboraron los documentos correspondientes a su historia de vida, que contextualiza su trayectoria y bagaje cultural, la entrevista y un catálogo con un amplio rango de precios. Dicho catálogo abarca desde piezas pequeñas como

pulseras y aretes (\$50.00 – \$700.00 MXN) hasta piezas de mayor envergadura como máscaras, calaveras (\$800.00–\$1,300.00 MXN), una cabeza de toro (\$6,000.00 MXN) y termos (\$2,000.00 MXN). Se consignaron datos técnicos sobre los materiales (chaquira, cera de Campeche, epóxico) y se estimó un tiempo de dedicación de 5 a 10 horas por pieza, con una producción mensual aproximada de 60 piezas realizada con apoyo familiar. Se identificó la imposibilidad de facturación al no estar inscrita en el SAT, así como riesgos logísticos potenciales, como daños durante el transporte y la carencia de un exhibidor fijo. Para la exportación, se identificó una restricción material crítica: el uso de madera en las bases de las piezas y en figuras de animales.



Cristina López: Joven artesana especializada en la creación de piezas mediante técnicas de anudado (macramé) y tejido con aguja (crochet). Desarrolla atrapasueños, diademas, tapices y accesorios textiles caracterizados por su ligereza y versatilidad, ideales para la decoración del hogar y el uso personal.

Se desarrollaron su historia de vida, entrevista, catálogo y una validación técnica rigurosa que incluyó, por ejemplo, el pesaje de atrapasueños (9 g para el modelo chico y 15 g para el grande, con diámetros de 4 y 8 cm respectivamente). Se documentó su estructura de precios, que incluye atrapasueños (\$80.00–\$120.00 MXN), diademas (\$150.00 MXN), collares (\$250.00 MXN), pasadores (\$100.00

MXN), portamacetas (\$380.00 MXN) y blusas (\$100.00 – \$600.00 MXN). Se registró el dominio de su técnica, que emplea algodón de calidad y evita teñidos que destiñen, una capacidad de producción de hasta 42 piezas básicas por semana, y su canal de venta principal en el camellón de Chapultepec. Se constató que no realiza facturación por no estar inscrita en el SAT, pero se confirmó su disposición a realizar ajustes en color y diseño. Este caso se priorizó como una opción estratégica para canales de comercio y envíos internacionales, debido a la favorable relación entre su bajo peso y su alto valor percibido.



Jocelyn Navarro: Creadora de figuras tridimensionales tejidas con estambre e hilos de algodón mediante la técnica de crochet. Especializada en animales y personajes adorables, sus piezas destacan por el detalle minucioso y colorido, siendo ideales para regalos personalizados y decoración temática.

Se integró un catálogo inicial con productos como gatitos de crochet (\$180.00 MXN) y se mantuvo una comunicación constante con la finalidad de ampliar el listado de precios bajo un esquema de cálculo basado en el tiempo de trabajo y el costo de los materiales. Su trabajo fue valorado por su alto potencial para ser incorporado en líneas de pequeño formato, dada su compatibilidad inherente con los requisitos de flete internacional.



Jaquie: Artista textil que teje cuadros sobre madera con hilo de nylon y algodón, representando rostros, escenas religiosas y animales. Su obra combina precisión técnica con narrativa visual, generando piezas de alto valor decorativo y emocional

Se documentaron detalladamente los precios y medidas de sus obras, las cuales oscilan entre los \$200.00 y los \$8,500.00 MXN (ejemplos: "La Última Cena" 120×70 cm por \$8,500.00 MXN; "Joker" 90×60 cm por \$4,000.00 MXN; "León" 80×60 cm por \$2,500.00 MXN; retratos personalizados 50×40 cm por \$1,500.00 MXN). Ante la restricción aduanera asociada a la madera, la artesana confirmó la factibilidad



técnica de migrar los soportes a acrílico o plástico de 10–12 mm de espesor, utilizando clavos de 5/8, para lograr la compatibilidad necesaria para la exportación, quedando pendiente una recotización basada en el nuevo material.

Alfonso Rangel: Artista que elabora esculturas textiles mediante la técnica de fieltro, compactando lana natural con agujas especiales para crear figuras tridimensionales. Sus piezas son elaboradas con estructuras internas y detalles minuciosos, reflejando dedicación y una estética artesanal contemporánea.

Se realizó la entrevista, se construyó su historia de vida y se desarrolló un catálogo de muñecos de lana fieltro, con precios que van desde los \$50.00–\$60.00 MXN para piezas pequeñas hasta los \$2,800.00 MXN para piezas de gran tamaño. Se



documentó que su proceso de elaboración parte de lana teñida, utiliza agujas especiales, estructuras internas de alambre y en ocasiones se combina con crochet. Se registró que su venta se realiza principalmente por encargo los fines de semana, al compaginar esta actividad con un empleo formal, y que cuenta con una marca en Instagram, pero carecía de un catálogo digital previo, necesidad que fue cubierta con el material generado. Su trabajo se identificó como idóneo para estrategias de personalización, como la creación de figuras de mascotas basadas en fotografías, y para su promoción entre públicos universitarios.

Redes Sociales

La propuesta de mejora del proyecto Spes Nova en el ámbito de la creación de contenido y manejo de *redes sociales* consistió en un trabajo de campo detallado donde se desglosaron las actividades realizadas conforme al plan de trabajo establecido. Se planificaron y ejecutaron estrategias específicas como la definición de objetivos claros, la elaboración de un calendario de publicaciones y la adaptación del contenido a las plataformas digitales más adecuadas.

Se implementaron acciones de monitoreo para evaluar el alcance y la interacción con la audiencia, ajustando continuamente la estrategia para mejorar resultados. La evidencia del trabajo realizado mostró mejoras significativas en la visibilidad y el engagement, cumpliendo con los objetivos planteados para optimizar la gestión de redes sociales dentro del proyecto.

La implementación y gestión de redes sociales constituyó una herramienta fundamental para potenciar la difusión y visibilidad de las actividades realizadas, así como para fortalecer la conexión con la comunidad interesada en la artesanía de barro. Para garantizar una imagen coherente y atractiva, se elaboraron diversas plantillas utilizando la plataforma Canva, seleccionando cuidadosamente un diseño que reflejara las características culturales y estéticas propias del trabajo artesanal.

La paleta de colores adoptada para estas plantillas fue elegida con base en los tonos tradicionales y naturales del barro, integrando colores terrosos y cálidos que transmiten la esencia y autenticidad del producto. Esta selección visual no solo contribuyó a establecer una identidad gráfica sólida, sino que también generó una mayor identificación y empatía entre los seguidores y la audiencia objetivo.

La aplicación constante de estas plantillas permitió mantener la uniformidad en las publicaciones, favoreciendo la profesionalización de la comunicación digital. De esta manera, el manejo estratégico de las redes sociales no solo facilitó la promoción del proyecto, sino que también promovió el reconocimiento del valor cultural de la artesanía local, logrando un mayor alcance y compromiso por parte de diferentes segmentos sociales.

Este enfoque integrado entre el contenido visual y la narrativa digital consolidó la presencia del proyecto en el entorno digital, siendo un componente clave para el éxito y la sustentabilidad del emprendimiento social.

Manera de Trabajo

El proyecto Spes Nova generó una serie de plantillas diseñadas en Canva para la creación visual de contenido, adaptadas a los diferentes formatos y plataformas digitales. Además, se elabora un archivo Excel que calendariza detalladamente la planificación del contenido, estableciendo fechas, temas y responsables para asegurar una organización eficiente y un seguimiento puntual del desarrollo del proyecto. Estos entregables facilitan la producción continua y estructurada de material para cumplir con los objetivos de visibilidad y difusión.

ITESO

Durante el semestre se estableció contacto con el departamento de Economía, Administración y Mercadotecnia (DEAM) con el propósito de promover la venta de las alcancías.

El equipo tuvo una reunión con Genaro Portales, en la que se discutió el futuro de las alcancías de “Nachito” dentro del ITESO. Se redactó y envió un correo dirigido a DEAM donde se promocionaron las alcancías para su venta, así podrían darlas de obsequio en eventos y a conferencistas invitados en la universidad.

Así mismo, el maestro Eduardo Revilla brindó su apoyo para gestionar el acercamiento con las propietarias de 2 tiendas/galerías “PLOP Studio” y “Casa emergente”. Con el fin de exhibir y comercializar las artesanías de César Lucano en estos espacios.

Se tuvo una pequeña reunión con Ana, dueña de “PLOP Studio” donde se habló sobre la posibilidad de colocar estas artesanías en la tienda. A la propietaria le pareció una buena idea y se acordó hablar con César sobre que piezas le gustaría exhibir y la cantidad, igualmente, hacer una ficha técnica que incluyera el nombre de las piezas, el material, medidas y el nombre del artesano. Finalmente, el artesano

no pudo crear las piezas para la tienda, así que se tomó la decisión de esperar al próximo semestre para ver la posibilidad de colocar las piezas.

Tienda ITESO

A lo largo del proyecto, se mantuvo comunicación constante con César Nieva, dueño de la tienda ITESO, con quien se dialogó sobre la situación de las alcancías, ya que las ventas no estaban teniendo el resultado esperado. Durante todo el proceso se mantuvo informado a César de los avances y propuestas relacionadas con el futuro de las alcancías.

De igual manera, se le envió un correo dónde se le adjuntó un catálogo de macetas artesanales, proponiendo la colocación de estas artesanías en la tienda del ITESO. Al no obtener respuesta, se hizo un acercamiento personal, dónde se acordó que César revisaría las macetas y evaluaría si es factible colocar o no las piezas en la tienda.

Contacto de César Nieva: 331-045-7220

Universidades Ibero

El semestre pasado, se buscó establecer con los encargados de las tiendas de 3 universidades IBERO: CDMX, Puebla y León con el objetivo de mandar artesanías para su venta, Sin embargo, de las primeras 2 no se obtuvo respuesta. La encargada de la tienda IBERO León, Margarita Ruiz, comentó que estaba interesada pero no se concretaron avances.

Durante este semestre se retomó la comunicación con los responsables de las tiendas universitarias de la red IBERO, con el propósito de fortalecer los vínculos comerciales y explorar la posibilidad de ampliar la distribución de las artesanías. En el caso de la IBERO Tijuana, se intentó establecer contacto directo con el encargado de la tienda; sin embargo, aunque se recibió la confirmación de que se comunicarían posteriormente, hasta el momento no se ha obtenido una respuesta concreta.

Asimismo, se estableció contacto con la Sra. Margarita Ruiz, quien manifestó una respuesta negativa a la propuesta debido a que consideró que los precios de las artesanías eran elevados en comparación con su presupuesto o con los estándares de su mercado local.

En cuanto al resto de las universidades IBERO, se enviaron correos electrónicos y se realizaron múltiples llamadas telefónicas para dar seguimiento al interés de colaboración. Pero, pese a los esfuerzos de comunicación y seguimiento, no se obtuvo respuesta por parte de dichas instituciones, lo que evidencia la necesidad de replantear las estrategias de acercamiento y negociación para futuras gestiones.

A continuación, en la tabla se encuentra la información de los contactos recabados:

Universidad	Correo Electrónico	Número de Teléfono
IBERO CDMX	cienporciento@ibero.mx	55 5950 4000
IBERO Puebla	Bipa@iberopuebla.edu.mx	222 372 3000 Ext. 1551
IBERO León	Margarita.ortega@iberoleon.com.mx	(477) 7100 600 Ext. 1304
IBERO Tijuana	admisiones@tijuana.ibero.mx	664 630 1577 Ext. 2410

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

- Aprendizajes profesionales

Reflexión de Renata:

La experiencia del Proyecto de Aplicación Profesional permitió el desarrollo integral de competencias técnicas, analíticas y sociales propias del campo del Comercio y los Negocios Globales. Entre las más relevantes destacan la gestión estratégica de cadenas de suministro internacionales, la planeación logística y la negociación intercultural, todas aplicadas dentro de un contexto real de comercio justo y sostenibilidad. El proyecto exigió articular conocimientos de logística internacional, estrategia de compras, negociación y marketing digital, integrando disciplinas complementarias para responder a problemáticas complejas. La colaboración con estudiantes de la Universidad de Fordham y con artesanos locales favoreció una dinámica interdisciplinaria en la que confluyeron saberes de comercio, comunicación, diseño y economía solidaria.

Reflexión de Camila:

Este proyecto permitió experimentar el ejercicio profesional en un entorno real, donde la teoría académica se puso a prueba frente a problemáticas concretas de carácter económico, logístico y ético.

La colaboración directa con artesanos y universidades extranjeras, como Fordham, impulsó la aplicación de habilidades de comunicación efectiva, trabajo en equipo y adaptabilidad, elementos esenciales en un contexto globalizado. Asimismo, se fortalecieron capacidades analíticas para evaluar escenarios de comercio justo, costos de exportación e impacto de políticas aduaneras, lo que permitió comprender la dimensión real de los procesos de internacionalización.

Reflexión de Regina:

Los aprendizajes profesionales obtenidos a partir del proyecto Spes Nova se centraron en el desarrollo de competencias fundamentales en investigación, comunicación y gestión de proyectos, esenciales para la elaboración y difusión de contenido profesional. La experiencia integró conocimientos de diferentes disciplinas, enriqueciendo la calidad del material producido y permitiendo un análisis profundo del contexto sociopolítico y económico asociado. Además, se pusieron a prueba habilidades analíticas y estratégicas, fortaleciendo la capacidad para enfrentar problemáticas reales del campo profesional.

Reflexión de Adrian:

A lo largo del proyecto, se fortalecieron diversas competencias profesionales, tanto genéricas como específicas. Destacó el desarrollo de habilidades de comunicación efectiva, especialmente en el contacto directo con artesanos, donde se aplicaron estrategias de acercamiento respetuoso, escucha activa y negociación. La búsqueda presencial de nuevos colaboradores permitió poner en práctica conocimientos adquiridos en el aula, como técnicas de persuasión, empatía y presentación de propuestas. Desde una perspectiva interdisciplinaria, se consolidaron competencias en resolución de problemas, gestión de relaciones humanas y adaptación a contextos diversos, lo cual resultó esencial para enfrentar los retos del campo artesanal. Además, se aplicaron saberes técnicos como la elaboración de certificados de origen, el cubicaje de productos y la clasificación arancelaria, fortaleciendo el perfil profesional en comercio internacional.

- Aprendizajes sociales

Reflexión de Renata:

El Proyecto de Aplicación Profesional representó una experiencia significativa de aprendizaje social, al vincular la práctica profesional con un

propósito de transformación colectiva. A través del trabajo con Spes Nova México, se comprendió cómo el comercio justo puede ser un instrumento real de cambio social al generar oportunidades económicas para grupos históricamente marginados y al fortalecer el tejido productivo de comunidades artesanas. El proyecto permitió desplegar una iniciativa de innovación social, combinando creatividad, pensamiento estratégico y empatía. La labor de conectar a los artesanos con consumidores y universidades implicó diseñar estrategias comunicativas y comerciales que no solo buscaban resultados económicos, sino también impacto social medible, reflejado en mayor visibilidad, oportunidades de venta y fortalecimiento de capacidades locales. La participación en este PAP fortaleció competencias para planificar, dirigir y evaluar proyectos con objetivos sociales, coordinando esfuerzos interdisciplinarios entre universidades, artesanos y actores institucionales. Este aprendizaje consolidó la capacidad de tomar decisiones con visión integral, considerando tanto los resultados operativos como los beneficios humanos y comunitarios.

Reflexión de Camila:

Este proyecto permitió vincular la práctica profesional con un propósito de transformación social real. A través del trabajo con comunidades artesanas, se vio cómo el comercio justo y la educación solidaria pueden generar oportunidades económicas sostenibles y fortalecer la unión social. El proyecto impulsó la capacidad de planificar y dirigir iniciativas con impacto social, evidenciado en la mayor visibilidad y valorización del trabajo artesanal. Además, fomentó la creación de bienes públicos como materiales comunicativos, redes de colaboración y estrategias de consumo responsable transferibles a otros contextos. Esta experiencia transformó la visión del mundo social, reafirmando que el ejercicio profesional puede ser un medio concreto para promover la equidad, la justicia económica y el desarrollo comunitario sostenible.

Reflexión de Regina:

En cuanto a los aprendizajes sociales, el proyecto demostró una notable capacidad para diseñar y llevar a cabo iniciativas que generan un impacto positivo y tangible en diferentes comunidades.

Este proceso involucró no solo la aplicación de conocimientos técnicos, sino también el fomento de valores como la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor, elementos fundamentales para el desarrollo de soluciones efectivas y adaptadas a las necesidades sociales.

La dirección y el seguimiento constante del proyecto permitieron no solo asegurar la calidad y pertinencia de las acciones realizadas, sino también facilitar la creación y puesta a disposición de bienes públicos accesibles. Estos bienes se orientaron principalmente a comunidades con interés en profundizar su comprensión crítica sobre temas sociales y empresariales, fortaleciendo así el capital humano y social en dichos sectores.

Gracias a estas acciones, se lograron impactos visibles y medibles, tales como la mejora en el acceso a información fiable y relevante, y la promoción de espacios de reflexión y diálogo crítico que impulsan procesos de cambio social. En conjunto, estos aprendizajes y resultados contribuyen de manera significativa al desarrollo social sostenible, al empoderar a las comunidades para que se conviertan en agentes activos de transformación en sus propios contextos.

Reflexión de Adrian:

Desde el enfoque social, se desplegó una iniciativa de transformación basada en el reconocimiento del valor cultural y humano de las artesanías. Al comprender el significado que cada pieza tiene para su creador, se promovió una narrativa de respeto, dignificación y comercio justo. Esta visión permitió generar materiales que visibilizan las historias detrás de cada producto, fomentando una conexión emocional entre el consumidor y el artesano.

Se adquirieron capacidades para dirigir proyectos con impacto social, tomando decisiones informadas, estableciendo objetivos claros y evaluando resultados con base en indicadores concretos. La innovación se manifestó en la ampliación de oportunidades comerciales para artesanos en contextos rurales o marginales, así como en la valorización de expresiones culturales mediante estrategias de comunicación y diseño.

Los impactos evidenciados incluyeron la identificación de barreras estructurales para la comercialización de artesanías, la generación de materiales que fortalecen la visibilidad de los productos, y la preparación de documentos para exportación. No obstante, el logro de ventas internacionales se vio limitado por factores externos, como la modificación de políticas aduaneras en Estados Unidos.

- Aprendizajes éticos

Reflexión de Renata:

La experiencia del Proyecto de Aplicación Profesional exigió una reflexión constante sobre las implicaciones éticas del ejercicio profesional dentro del comercio internacional. Una de las decisiones más relevantes fue la de priorizar la protección del artesano dentro de la cadena de suministro, optando por modelos logísticos y de compra que minimizaran su exposición a riesgos financieros o contractuales. Esta elección —aunque implicara mayores responsabilidades para la contraparte institucional— reflejó un compromiso ético con la equidad y la justicia comercial. La ética profesional se manifestó también en la forma de comunicación y representación de los artesanos. Cada acción, desde la creación de contenido digital hasta la negociación con socios internacionales, fue guiada por la responsabilidad de transmitir la verdad, evitar la apropiación cultural y respetar la dignidad del trabajo artesanal. Esto implicó asumir una postura crítica frente a prácticas de mercado que tienden a estetizar o trivializar la producción artesanal, reforzando en cambio una narrativa de respeto, colaboración y autenticidad.

Reflexión de Camila:

El proyecto impulsó una reflexión sobre la responsabilidad ética en el ejercicio profesional. Las decisiones tomadas priorizaron la equidad y la dignidad de los artesanos, garantizando procesos comerciales justos y transparentes. Se reafirmó el valor de la autenticidad y el respeto cultural al comunicar y promover su trabajo. Este aprendizaje evidenció que la ética profesional no solo orienta las acciones, sino que también define el propósito de la profesión. A partir del PAP, el ejercicio del comercio internacional se asume con un compromiso hacia la justicia social, la empatía y la construcción de modelos económicos más humanos y sostenibles.

Reflexión de Regina:

En términos éticos, el proyecto Spes Nova fortaleció el compromiso con la responsabilidad social y el respeto hacia la identidad cultural de la comunidad artesanal. Se reafirmó la importancia de mantener una comunicación transparente, auténtica y respetuosa en la creación de contenido para redes sociales, asegurando que los mensajes difundidos reflejaran fielmente los valores y tradiciones locales. Este enfoque ético fue fundamental para generar confianza y credibilidad tanto en la audiencia como en los actores involucrados, consolidando un ejercicio profesional basado en la integridad y el respeto hacia los demás.

Reflexión de Adrian:

Las decisiones tomadas durante el proyecto se guiaron por principios de transparencia, equidad y respeto. Se optó por comunicar siempre con honestidad a los artesanos, evitando generar falsas expectativas y promoviendo relaciones basadas en la confianza. Esta postura ética

permitió establecer vínculos sólidos y generar un ambiente de colaboración genuina.

La experiencia invita a continuar promoviendo el comercio justo, el consumo responsable y el apoyo a productores locales, reconociendo el valor simbólico y económico de sus creaciones. En el ejercicio profesional futuro, se buscará aplicar estos principios en empresas que gestionen exportaciones e importaciones, asegurando prácticas éticas y sostenibles.

- Aprendizajes en lo personal

Reflexión de Renata:

El desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional representó una experiencia de profundo crecimiento personal. A lo largo del proceso, fue posible reconocer fortalezas, límites y valores propios, especialmente la capacidad de adaptación, empatía y compromiso social frente a entornos laborales reales y diversos. El contacto directo con los artesanos permitió una comprensión más humana y cercana de la realidad social. Escuchar sus historias, conocer sus procesos y participar en su esfuerzo por mantener viva una tradición cultural, brindó una perspectiva transformadora sobre la importancia de la colaboración, la humildad y la escucha activa. Esta experiencia ayudó a valorar la diversidad como una fuente de aprendizaje y a entender que toda práctica profesional debe partir del respeto y la sensibilidad hacia el otro.

Reflexión de Camila:

Este proyecto representó una experiencia de crecimiento, no solo académico, sino personal también. El tener contacto directo con los artesanos permitió comprender la realidad social desde una perspectiva más empática, cercana y sensible. Escuchar sus historias, conocer sus desafíos y participar en la búsqueda de soluciones concretas generó una conciencia más profunda sobre el valor del trabajo, la solidaridad y la resiliencia.

Esta experiencia ayudó a integrar los valores personales con la práctica profesional, reafirmando la convicción de ejercer la carrera con sentido ético y compromiso social. El PAP fortaleció la inteligencia emocional y la visión de servicio, aportando claridad al proyecto de vida y consolidando la idea de que el conocimiento adquiere valor cuando se utiliza para transformar positivamente la realidad.

Reflexión de Regina:

Desde una perspectiva personal, la experiencia en la gestión de contenido digital fomentó el desarrollo de habilidades clave como la autodisciplina, la creatividad y la sensibilidad hacia las diversas realidades sociales. Se promovió una mayor reflexión sobre la responsabilidad individual en la difusión de información, así como la importancia de la organización y el manejo adecuado del tiempo para cumplir con los objetivos establecidos. Estos aprendizajes contribuyeron a reforzar una actitud profesional más consciente y comprometida, orientada a un desempeño ético y eficiente en el ámbito de la comunicación digital.

Reflexión de Adrian:

El proyecto permitió un proceso profundo de autoconocimiento, al identificar fortalezas como la capacidad de acercarse a personas nuevas y establecer relaciones comerciales, así como áreas de mejora en la gestión de tiempos y toma de decisiones. Se descubrió una preferencia por trabajar con autonomía y responsabilidad, lo cual orienta el diseño del proyecto de vida profesional.

En el plano social, se desarrolló una mayor empatía y respeto hacia los artesanos, reconociendo el esfuerzo, la dedicación y el significado que hay detrás de cada pieza. Esta comprensión favoreció una convivencia plural, basada en el diálogo, la escucha y la valoración de la diversidad.

Finalmente, se aprendió que es fundamental considerar el contexto de las personas y las situaciones antes de actuar, ya que cada decisión puede tener

implicaciones profundas. Este aprendizaje será clave para construir un proyecto de vida más consciente, ético y comprometido con el entorno.

5. Conclusiones y recomendaciones

El desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional con Spes Nova México permitió al equipo consolidar un modelo de intervención basado en la vinculación universitaria, el fortalecimiento de capacidades locales y la promoción del comercio justo. A lo largo del semestre, se logró avanzar significativamente en los objetivos planteados, integrando conocimientos académicos con la práctica profesional en un entorno real y colaborativo.

Entre los principales logros destacan la estructuración de un sistema de documentación integral para los artesanos —que incluye historias de vida, fichas técnicas y catálogos—, el diseño e implementación de una estrategia de comunicación digital coherente con la identidad del proyecto, y la gestión de alianzas institucionales con actores clave como la Tienda ITESO, IBERO y la Universidad de Fordham. Asimismo, se identificaron y evaluaron nuevos talentos artesanales bajo criterios de viabilidad comercial, logística y alineación con los principios de comercio justo.

No obstante, el equipo también identificó desafíos estructurales que limitaron el alcance de algunas metas, entre ellos, los cambios regulatorios en la normativa de importación estadounidense —específicamente la eliminación del beneficio de minimis—, que afectaron la viabilidad de envíos internacionales. Asimismo, se constató la dificultad para consolidar acuerdos comerciales con algunas universidades de la red IBERO, debido a la falta de respuesta o a discrepancias en los esquemas de precios.

Con base en lo anterior, se recomienda para futuras etapas del proyecto:

Profundizar en la asesoría logística y aduanera para diseñar esquemas de exportación sostenibles y adaptados a los cambios normativos recientes.

Fortalecer las estrategias de negociación y seguimiento con las universidades IBERO, mediante propuestas de valor mejor diferenciadas y canales de comunicación más efectivos.

Consolidar la presencia digital mediante una línea editorial constante que refuerce la identidad visual y narrativa de Spes Nova México.

Mantener el acompañamiento cercano a los artesanos, no solo en aspectos comerciales, sino también en su desarrollo técnico y administrativo, facilitando, por ejemplo, procesos de formalización fiscal cuando sea pertinente.

Explorar nuevas rutas de comercialización locales y nacionales que reduzcan la dependencia de mercados internacionales volátiles.

En conclusión, este proyecto no solo contribuyó a la formación profesional integral de los estudiantes, sino que también sentó las bases para un modelo de colaboración universitaria y comunitaria con potencial de replicabilidad y escalabilidad. Los resultados obtenidos reflejan la importancia de articular el conocimiento académico con las necesidades reales de los sectores productivos, promoviendo un enfoque de comercio internacional ético, sostenible y socialmente responsable.

Bibliografia

Anexos

A. Artesanos

- A.1 Historia Tere y Livier
- A.2 Entrevista Tere y Livier
- A.3 Audio Tere y Livier
- A.4 Catálogo Chinima
- A.5 Caso Chinima
- A.6 Entrevista Chinima
- A.7 Audio Chinima
- A.8 Catálogo Cristina
- A.9 Peso de los productos de Cristina
- A.10 Caso Cristina
- A.11 Entrevista Cristina
- A.12 Audio Cristina
- A.13 Catálogo Jaquie Powerpoint
- A 14. Catalogo Jaquie PDF
- A.15 Catálogo Jocelyn
- A.16 Catálogo Alfonso
- A.17 Caso Alfonso
- A.18 Entrevista Alfonso completa
- A.19 Preguntas Alfonso
- A 20. Audio Alonso

B. Documentos realizados

- B.1 Propuesta de productos
- B.2 Spes Nova Description Form
- B.3 Certificado de Origen T-MEC
- B.4 Factura Comercial
- B.5 Parrilla Redes Sociales