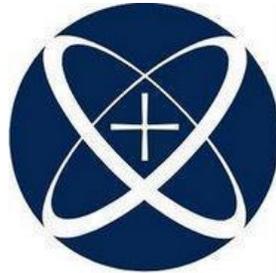


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y MERCADOLÓGÍA

PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA GESTIÓN EN LAS FUNCIONES SUSTANTIVAS DE LAS EMPRESAS



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**PAP 3J02D: PROGRAMA DE DESARROLLO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS
NACIONALES E INTERNACIONALES I.**

Plan de exportación de trajes de baño Kan by Paulina

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes:

Lic en Mercadotecnia, Alma Marina Alvarado Pérez

Lic. en Ingeniería Industrial, Andrea Cabrera Brizuela Amador

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Carlos Mora Mora

Lic. en Comercio y Negocios Globales, César Rodrigo Carrasco Cuevas

Profesor PAP: Mtra. Graciela Velasco Gutiérrez

Tlaquepaque, Jalisco, diciembre 2020.

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
1.1. Objetivos	2
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	4
2. Desarrollo	5
2.1. Sustento teórico y metodológico	5
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	6
3. Resultados del trabajo profesional	10
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	11
5. Conclusiones	22
6. Bibliografía	23
Anexos (en caso de ser necesarios)	23

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 acredita 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 realizado durante el semestre buscó que la empresa Kan by Paulina tuviera un plan exportación enfocado en un mercado meta. Como objetivo se buscó analizar la empresa en ámbitos empresariales y exportador. Se realizaron dos diagnósticos diferentes para analizarlos y así sacar resultados de cómo se encontraba la empresa actualmente.

Otro objetivo, fue analizar el producto escogido por la empresa el cual fue el traje de baño artesanal femenino, a partir de la ficha técnica dada por la empresa se pudo sacar la fracción arancelaria.

Como objetivo principal se planteó la búsqueda de un mercado potencial que pudiera ser el ideal para el traje de baño femenino. Para lograr esto, se buscó a los países con mayor cantidad de importaciones del producto dando a los países de Alemania, Francia, Reino Unido y China. Una vez teniendo a los principales países, se realizó un análisis PESTEL analizando variables como lo son la política, economía, demografía, geografía entre otros más. Una vez realizado este análisis, se escogió como país meta a Francia.

Otro objetivo esencial fue la búsqueda de Ferias de promoción en las cuales la empresa pudiera participar, para esto hizo una investigación de distintas ferias en el país seleccionado, dando como resultados las ferias de: Foire international bordeaux, Who's next, Les puces du design. Estas ferias serian útiles para la empresa ya que son del giro en el cual Kan busca desarrollarse.

Otro objetivo importante, fue la cotización de una ruta de logística y la selección del transporte, para lograr esto se analizaron los diferentes transportes que podrían llegar al país y tomando en cuenta la cantidad de volumen que se enviaría (una caja de 25 trajes de baños) se escogió el transporte aéreo como la mejor opción. Como parte del objetivo se cotizó la ruta para analizar los diferentes costos, se cotizó con empresas de logística como lo son: ISCL, TL Pacífico, Link and Trade. Además de empresas de logística se cotizó con una paquetería la cual fue FedEx. Una vez analizando las diferentes cotizaciones se decidió por seleccionar la paquetería de FedEx, ya que por el momento el costo es menor a las de logística y el proceso resultaría más sencillo para una primera exportación.

Como último objetivo esencial del proyecto fue la consulta de las regulaciones arancelarias y no arancelarias, se encontró que México y la unión europea tienen un tratado de libre comercio el cual se denomina "La Decisión". Con este tratado la empresa Kan puede solicitar un certificado de origen EUR1 para poder comprobar que su mercancía proviene de México y así evitar los aranceles; además se encontró que el tratado tiene el complemento EUR1, el cual menciona que si la mercancía es menor a seis mil euros la empresa podría evitar solicitar el certificado de origen y colocar una leyenda en la factura comercial o digital, la cual se encuentra en el tratado.

Se concluye que la empresa tiene un producto innovador y con mucho potencial para que pueda ser vendido en Francia y posteriormente en otras partes del mundo. Kan tiene un producto que representa de gran manera la cultura Wixárika y en otras palabras la cultura mexicana, además de que la empresa tiene el potencial para crecer de manera importante y tener un impacto positivo en la sociedad indígena.

1. Introducción

1.1. Objetivos

- Objetivo General:

Identificar oportunidades de un mercado potencial en el extranjero para que Kan by Paulina pueda darse a conocer internacionalmente y así mismo lograr mayores ventas en exportación

- Objetivos Específicos:

Identificación de fracción arancelaria

Identificación y análisis de mercado potencial

Evaluación logística y costos de exportación

Investigación de canales de distribución y/o prospección de clientes

Evaluación de herramientas de promoción internacional

1.2. Justificación

Durante los últimos años, el comercio internacional ha estado en constante incremento debido a la incorporación de nuevas tecnologías gracias a la globalización de los mercados que, a su vez, ha permitido la disminución de barreras entre un estado y otro. El proyecto no solo beneficiaría al país al tener un intercambio de bienes con el extranjero, sino que también apoya la causa social de promover la cultura mexicana, el arte y sus tradiciones ya que es una marca que nace del amor a México y tiene como misión el llevar a México y al mundo compartiendo la riqueza de sus productos únicos.

Con este gran proyecto se esperan grandes beneficios ya que Kan comenzaría su etapa de expandir sus fronteras y abrirse comercialmente al mundo, algo que sin duda es un gran

beneficio para una empresa que tiene en sus valores el llevar productos únicos al mundo. Así mismo se llevará un impulso importante a las artesanías mexicanas ya que a pesar de que en el mundo son famosas no todas son conocidas, el impulso que se busca es que se dé a conocer un estilo único de artesanías que no solo sea representación de México y sus artesanías si no que encajen en este mundo moderno y global. Con la expansión de Kan también vendrán más beneficios como la generación de nuevos empleos que ayudarán a crecer y tener mejor calidad en sus productos únicos y distintivos que promete tener la riqueza de México y llevarla a lugares diferentes.

1.3 Antecedentes

Kan by Paulina es una empresa mexicana creada por la diseñadora Paulina Hernández Carvajal que te invita a vivir la auténtica cosmovisión que tienen todas las etnias mexicanas y disfrutar al mismo tiempo de la calidad y el diseño. KAN emerge de la preocupación de la diseñadora por querer mostrar al mundo y a México la belleza de nuestro país, promoviendo las culturas étnicas de México, aportando calidad, arte y una parte de México en sus productos. La empresa colabora con la fundación “casa huichol” dedicada a la promoción, apoyo y fortalecimiento de la cultura Wixárica. La iniciativa de buscar colaborar con el ITESO es en gran medida para lograr transmitir esa cultura a todo el mundo.

1.4. Contexto

De acuerdo con el Gobierno Mexicano, actualmente, nuestro país cuenta con la existencia de una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 46 países, con un mercado potencial de 1,479 millones de personas, lo que se traduce en una oportunidad para estimular la búsqueda de nuevas oportunidades y mejores condiciones para las ventas de productos. Sin embargo, los retos del Comercio Exterior de México en los siguientes años pueden llegar

a ser difíciles. La Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020) pronostica una caída de los flujos comerciales internacionales para el 2020 entre el 13% y el 33%. Esto no es solo por los efectos que ha ocasionado el Covid-19, sino por la competencia por la presencia de los países que compiten en el mercado global ya sea vía la Organización Mundial del Comercio o por la extensa red de Tratados de Libre Comercio (TLC's) con la que el país cuenta.

Respecto al mercado artesanal, a nivel internacional, las artesanías mexicanas cuentan con un gran reconocimiento y valoración, por ser productos que expresan la diversidad cultural de una sociedad, lo que ha permitido al sector convertirse en un atractivo mercado con gran potencial de crecimiento, lo que permite tener un panorama favorable respecto al proyecto y sacar ventaja de lo que el país puede ofrecer al exterior.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

En este apartado se hará una revisión de temas clave para la realización del proyecto y los fundamentos basados en clases que ayudaron para la realización de este.

Empresas de comercio exterior: Esta materia introduce al mundo del comercio internacional, ya que enseña cómo es una empresa internacional y los requisitos que se necesitan.

Clasificación arancelaria: Esta materia es muy importante ya que es la que enseña a saber clasificar correctamente un producto y darle el dígito verificador que ayudará a conocer sus restricciones y regulaciones arancelarias.

Geografía económica: Esta materia ayudó a conocer más un contexto de mercado diferente al nuestro, conocer aspectos a tomar en cuenta como política, cultura e historia para tener

una mayor profundidad en la introducción de un producto, además da herramientas como bases de datos para poder tener esa información más detallada como lo es Passport y Trade Wizard.

Logística y Sistemas Logísticos: Es de mucha importancia ya que es la que ayudó a ver el panorama de lo que cuesta llevar un producto a otro tomando en cuenta costos y distancias, documentos y situaciones complejas como lo pueden ser algunos seguros. También la forma de cómo aprovechar espacios en acomodos como lo es el cubicaje que nos ayuda a reducir costos y tener mayores oportunidades de mandar más producto. De igual forma, como en sistemas logísticos, se lleva a cabo el cubicaje para optimizar costos y aprovechar el espacio con el que se cuenta.

Plan de exportación: Esta materia es muy importante ya que es el conglomerado de todas las materias anteriores. Consiste en ayudar a una empresa a darle una ruta a un mercado meta para cuando la empresa esté preparada para llevarla a cabo. Por lo tanto, ayudó a tener la experiencia previa de como armar un plan de exportación.

Promoción internacional: Esta materia ayudó a darnos un panorama de las diversas formas en las cuales una empresa puede promocionarse a nivel internacional, tomando cuenta ferias internacionales, exposiciones, misiones comerciales e inclusive en forma virtuales.

Investigación de mercados: Esta materia ayudó a conocer el proceso de una investigación de mercados, que elementos se deben tomar en cuenta para la realización de este y lo más importante cómo llevarlo a cabo para que sea más específico el mercado que se necesita evaluar.

Ingeniería de mercados: Esta materia aporta al proyecto debido a que se evalúa de manera cuantitativa el mercado para llegar a una mejor segmentación de este e identificar el perfil del consumidor de acuerdo con las estadísticas basadas en estudios y encuestas.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

Se comenzó por obtener un diagnóstico actual de la empresa para conocer el punto de partida, conocer fortalezas y oportunidades de esta. A partir de esa información, se plantearon los objetivos para llevar a cabo durante el semestre y poder crear el plan de internacionalización. Durante la primera etapa del proyecto, se llevaron a cabo diversos análisis de mercado para poder seleccionar el país meta y comenzar a profundizar más. Posteriormente, una vez que se eligió el país, se comenzó a segmentar el mercado para poder describir el perfil del consumidor, así como la competencia. La siguiente etapa fue crear diferentes estrategias tanto para posicionar el producto como de mercadotecnia para darlo a conocer. Dentro de esta etapa también se determinó el medio de transporte para enviar el producto, así como el diseño de la ruta. Al mismo tiempo, se fue recolectando toda la información necesaria respecto a la documentación necesaria y de esta forma no exista problema con la mercancía ni al entrar ni salir del país. Todo lo mencionado anteriormente, fue la forma en que el proyecto se llevo a cabo para cumplir con los objetivos establecidos con el cliente.

- Plan de trabajo

En la siguiente imagen, se muestra a detalle la forma de trabajar durante el semestre. Se dividió por medio de bloques y así mismo esos bloques contienen la información que se requería.

			Cronograma																
FECHAS PLANEADAS																			
DÍAS DE REALIZACIÓN																			
ACTIVIDADES	Responsable	% de Avance	AGOSTO		SEPTIEMBRE						OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE
			S1 L-D	S2 L-D	S3 L-D	S4 L-D	S5 L-D	S6 L-D	S7 L-D	S8 L-D	S9 L-D	S10 L-D	S11 L-D	S12 L-D	S13 L-D	S14 L-D	S15 L-D	S16 L-D	
1. EMPRESA -			17 al 23	24 al 30	31 al 06	07 al 13	14 al 20	21 al 27	28 al 04	05 al 11	12 al 18	19 al 25	26 al 01	02 al 08	09 al 15	16 al 22	23 al 29	30 al 06	
1.1 Información General de la Empresa.																			
1.1.1 Antecedentes y Situación Actual de la Empresa.																			
Resultado de diagnósticos																			
1.1.2 Razón Social.																			
1.1.3 Organigrama.																			
1.1.4 Descripción de Puestos Clave.																			
1.2 Conciencia Exportadora.																			
1.2.1 Mision.																			
1.2.2 Vision.																			
1.2.3 Valores																			
1.2.4 Objetivos. De la empresa en el PAP																			
1.2.4.1 Generales																			
1.2.4.2 Especificos																			
2. PRODUCTO - Del XX al 0XX del mes XX																			
2.1 Características del Producto.																			
2.1.1 Descripción Técnica y Fracción Arancelaria.																			
2.1.2 Descripción Cualitativa. (para alimentos y bebidas Descripción Sensorial)																			
2.1.3 Registros de Marca y Patentes.																			
2.2 Procesos y de Adecuación a Nuevos Mercados.																			
2.2.1 Capacidad de Producción y Oferta Exportable.																			
2.3 Formulación de Precios de Exportación.																			
2.3.1 Costos.																			
2.3.2 Precio Ex Works.																			
3. MERCADO -																			
3.1 Industria.																			
3.1.1 Información General del Sector o Industria.																			
3.1.1.1 Tamaño.																			
3.1.1.2 Tendencias de Crecimiento.																			
3.2 Investigación de Mercado.																			
3.2.1 Perfil del Consumidor.																			
3.2.2 Identificación cuantitativa del Mercado.																			
3.2.2.1 Tamaño del segmento: Actual y tendencias.																			
3.2.3 Identificación Cualitativa del Mercado.																			
3.2.3.1 Aspectos Generales de Mercado.																			
3.2.3.2 Competidores:																			
3.2.3.2.1 Listado.																			
3.2.3.2.2 Precios.																			
3.2.3.2.3 Distribución.																			
3.2.3 Selección del Mercado.																			
3.3 Canales de Distribución.																			
3.3.1 Identificar la cadena de distribución																			
3.3.2 Estrategias de Distribución.																			
3.3.3 Directorio de contactos																			

- Actividades: Se ha realizado investigación profunda acerca del producto, competencia, análisis de mercado para determinar el país de exportación. Así mismo, se han tenido llamadas con la empresa para conocer su situación actual y crear un diagnóstico, juntas con el empresario y se ha entablado relación con distintas empresas de servicios logísticos para cotizar el envío y llegar a una decisión final.
- Recursos necesarios: Se han utilizado diversas plataformas de bases de datos como MyTrade, TradeMap, Yo Exporto, Trade Wizard, etc. las cuales han permitido conocer información precisa. Por otra parte, se utiliza Teams para las juntas de equipo y la aplicación de Zoom para las reuniones con la empresa. Respecto a recursos humanos, se utilizó la ayuda de diferentes personas como, por ejemplo, el contacto con influencers para conocer métricas, llamadas con SEDECO, etc. Por la parte de materiales, debido a la situación, solamente se utilizó la computadora y a través de este medio se llevo a cabo todo el proyecto.

Por último, para los recursos de tiempo se utilizaron, aparte del horario de clase, otros horarios para continuar aquello que no se terminó en el horario establecido, así como para comunicarnos con el cliente.

- Fechas previstas:
 - 27 de agosto: Primera reunión con la empresa
 - 27 de agosto: Diagnóstico de la empresa
 - 29 de septiembre: Reunión con la empresa para conocer costos y oferta exportable
 - 15 de octubre: Presentación intermedia
 - 6 de noviembre: Reunión con la empresa para resolver dudas
 - 26 de noviembre: Presentación final

- Desarrollo de propuesta de mejora

La propuesta de trabajo se basó en los siguientes puntos:

- Identificación de fracción de un producto: Se realizó una búsqueda de la fracción arancelaria del producto en el extranjero, basándose en las características del producto por su ficha técnica.
- Identificación y análisis de mercado potencial: Se hizo una investigación de mercado donde se identificó el mercado potencial para exportar el producto a este lugar. Se investigaron varios países y se realizó un PESTEL para diagnosticar de mejor manera cual era mayor conveniente.
- Evaluación logística y costos de exportación: Se investigaron precios con diferentes empresas de logística para comparar los precios y poder evaluar quién era mejor propuesta de envío.
- Investigación de canales de distribución y/o prospección de clientes: Se investigaron medios de distribución con diferentes empresas de exportación.
- Evaluación de herramientas de promoción internacional:
 - Trademap

El uso de esta plataforma ayuda de manera satisfactoria para que las personas o empresas que buscan información acerca de materia comercial encuentren todo lo relacionado con el producto o mercado al que buscan acceder. En este caso la plataforma Trademap ayudó a delimitar los mercados a los que la empresa Kan podría tener mayor éxito. La información que presenta esta plataforma como, cantidades de importación/exportación, porcentajes de crecimiento, etc. Toda esta información es importante para tomar decisiones dentro de las empresas.

Redes sociales

Las redes sociales son hoy en día una de las principales herramientas de comunicación de la sociedad dentro de internet. Las podemos definir como el lugar en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos. Dentro del proyecto de aplicación se decidió utilizar la red social “instagram” ya que hoy en día es una de las principales plataformas de e-commerce donde se compran y venden un sin fin de productos. Con una estrategia de mercadotecnia basada en redes sociales, el equipo decidió hacer llegar toda la información de la empresa Kan by paulina, a través de cuentas con grandes cantidades de seguidores llamados influencers o embajadores de marca.

Trade wizard

Trade wizard es una base de datos que contiene muchas herramientas para la toma de decisiones de los negocios internacionales. La plataforma cuenta con información de reglas de comercio exterior de más de 120 países, así como controles regulatorios y arancelarios. Todos los temas de restricciones para la comercialización de los trajes de baño que desea exportar la empresa fueron revisados a través de esta plataforma.

Blogs

Los blogs es el lugar donde se publican artículos informativos de temas diversos, que comúnmente son relacionados o de un mismo ramo en cada

plataforma. Esta herramienta fue funcional para el aprendizaje de las tendencias en el mercado seleccionado, cuales los aspectos culturales a tomar en cuenta, así como todo lo que era necesario conocer del mercado al que se busca incursionar.

3. Resultados del trabajo profesional

Durante la realización del proyecto se pudieron alcanzar varios objetivos que se plasmaron desde un inicio del proyecto que, a su vez, se cree que podrá tener un gran impacto en la empresa Kan by Paulina ya que es una preparación sistemática de cómo enfrentar el mercado internacional el cual ellos buscaban llegar.

Se logró obtener la fracción arancelaria del producto, la cual se tuvo que investigar a través de la selección del producto el cual se enviará al mercado escogido. La fracción es de gran ayuda para la continuación del proyecto.

Otro logro, fue la selección de un mercado meta, el cual Francia fue el país seleccionado, basado en la plataforma Trade Wizard, se puede destacar los principales países importadores de traje de baño; una vez teniendo los países seleccionados se hizo un análisis PESTEL tomando en cuenta varios factores: políticos, sociales, económicos, geográficos, ecológicos, demográficos y más. Todo esto se hizo para analizar la mejor opción en la selección del país.

Se encontró diferentes formas de comercialización en el país meta, teniendo como canal con mayor potencial las boutiques concept stores; además de formas de e-commerce como alternativas para impactar en el mercado.

Se cotizó con empresas de logística y paquetería, para la selección del transporte a utilizarse, se analizaron las cotizaciones escogiendo a la paquetería como la mejor opción por el momento debido a la actualidad en la que se encuentra la empresa, de esta forma ayuda a reducir costos para la empresa y aumentar su utilidad en caso de tener éxito en el país destino.

Así mismo, se lograron idear distintas estrategias para lograr un posicionamiento con la marca al proponer crear mayor compromiso entre el consumidor y la empresa y resaltar todo aquello que hace al producto único. De igual forma, se propusieron estrategias de mercadotecnia ya que hoy en día es parte primordial de cada compañía para poder llegar a los objetivos establecidos.

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

- Aprendizajes profesionales

Alma Marina Alvarado: En el PAP pude desarrollar mis habilidades como mercadología poniendo en práctica mis conocimientos aprendidos en la carrera, pude practicar haciendo una investigación de mercado para la exportación de los productos de la empresa trabajada durante el semestre “Kan by Paulina”. Otras aptitudes que pude desarrollar de disciplinas distintas a las personales de mercadotecnia fueron: reconocimiento de leyes para exportación de productos, tipo de embalaje, selección de recursos para empaque y aduanas. En general mis aprendizajes más importantes sobre el contexto sociopolítico y económico y la problemática del campo laboral fueron que existen varios pasos que se necesitan tener bien identificados e investigados para poder sacar adelante un proyecto, es importante investigar primero los requisitos de importación de productos o de comercio exterior, la situación política actual y su historia en general, las leyes que tienen que ver con comercio o comercialización de productos extranjeros y sus normas en materias primas o realización de productos. En general después de la investigación solo se tuvieron trabas al momento de esperar precios por parte de las empresas para exportar y para la comercialización en eventos extranjeros al momento de conseguir precios para participar. Los saberes que considero que puse más a prueba fueron los temas de comercio por no tener una introducción previa al PAP, pero en general fue muy buena experiencia y conocimientos. Para mi vida profesional puedo decir que obtuve muchos aprendizajes,

desde trabajar en equipo, investigar a fondo lo que se pretende lograr, maximizar nuestros recursos a la mano como el internet y la información que facilitan la organización pública.

Andrea Cabrera: Durante todo el proyecto fue un reto para mi debido a que la mayoría de los temas eran nuevos para mi. Aunque durante mi carrera había visto algunos puntos que se tomaron en cuenta, la mayor parte estaba relacionado al comercio internacional. Sin embargo, es una carrera la cual me parece bastante importante debido a la globalización hoy en día que, por esto mismo, decidí adentrarme más al contenido. Gracias a esto, pude desarrollar aquellas competencias relacionadas a la exportación de un producto, al análisis del mercado, negociación y a conocer todo lo que conlleva y a todos los involucrados. Respecto a ingeniería industrial, pude reforzar todos los conocimientos que adquirí dentro de sistemas logísticos y de igual forma de ingeniería de mercado. Tomando esto como conjunto, me parece que fue una experiencia enriquecedora para mi vida profesional ya que aprendí de manera práctica y no solamente en teoría y de esta forma, esto me puede ayudar a abrir nuevas puertas y a tomar en cuenta nuevas áreas para trabajar dentro de una empresa.

César Carrasco: En general durante la realización del proyecto pude aprender muchas competencias que pueden llegar a servirme en mi vida profesional. De parte de mi profesión, pude adentrarme más a la parte de regulaciones y aranceles, así como a la parte de los tratados de México; también la investigación de mercado internacional sabiendo utilizar correctamente las diferentes plataformas que el ITESO proporciona como lo es Trade Wizard y Passport. En cuanto a competencias ajenas a la carrera, adentrarme un poco más en el marketing de un producto y saber el cómo utilizar diferentes estrategias para poder penetrar un mercado, me pareció muy complementado. Durante todo el proyecto puedo decir que se pusieron a prueba todos los conocimientos que he visto durante la carrera ya que cada elemento era necesario para seguir avanzando y aportando para tener un producto de mejor calidad.

Carlos Mora: El proyecto de aplicación profesional es una herramienta que nos ofrece ITESO a los estudiantes para tener un acercamiento a los problemas reales a los que se enfrentan las empresas en la vida diaria. Dentro de este PAP he logrado desarrollar habilidades como el trabajo en equipo, planificación, designación de tiempos, clarificar objetivos. Todas estas competencias fueron necesarias para lograr cumplir con los objetivos que se establecieron al inicio del curso. Otros aspectos aprendidos que no formaban parte de mis conocimientos en base a mi disciplina son los relacionados con la mercadotecnia. Este proyecto fue un gran ejemplo de que es fundamental tener en cuenta todas las variantes de mercadotecnia para que un proyecto de internacionalización tenga éxito. En cuanto a aprendizajes respecto al ambiente profesional creo que los factores socioculturales son las principales reglas por las que se rige el día a día de las empresas en todo el mundo. Nosotros como estudiantes debemos tener una rápida adaptación a la vida laboral una vez que demos por concluidos nuestros estudios. Dentro de este proyecto puse a prueba todos mis conocimientos adquiridos a través de los semestres en el ITESO. Todos los temas regulatorios que comprende una transacción internacional, temas de administración, usos de herramientas de promoción internacional, aspectos relacionados con marketing, temas aduaneros, aspectos de logística, entre otros puntos que tuve que trabajar al transcurrir el semestre.

- Aprendizajes sociales

Alma Marina Alvarado: A lo largo del PAP pude aprender varias cosas y reafirmar otras de las cuales ya tenía conocimiento, actualmente con la experiencia que obtuve al trabajar con la empresa de KAN para la exportación a Francia de sus marca y la comercialización de sus productos, me siento capaz de poder hacer una investigación de mercados más amplia, incluyendo la investigación de los medios de transporte, plan de marketing, investigación de leyes de aduana, temas socioculturales y políticos. Personalmente creo que mis servicios profesionales si contribuyen para mejorar la economía del país, porque puedo impulsar a empresas mexicanas, con estrategias diferentes que se necesiten para exportar sus productos y tengan potencial de éxito en el mercado exterior.

Andrea Cabrera: Considero que todo este tipo de proyectos atribuye de gran manera a la sociedad ya que se da a conocer el trabajo de la gente y concretamente con Kan, todo el proceso y el gran trabajo que hacen los artesanos mexicanos para poder crear los trajes de baño que representan a la cultura. Considero muy importante, el tener en la mente siempre un bien positivo para la sociedad ya que de esta forma existe mayor motivación y todo cambio puede llegar a dejar huella en la gente y a ti mismo. Es por eso por lo que hubo un impacto positivo al ayudar a crear el plan de exportación para que empresas mexicanas puedan llegar más allá del país, darse a conocer y expandir nuevos horizontes en diferentes continentes y de esta forma hacer crecer no solo a la compañía sino al país, a tener mayor participación en el extranjero y poco a poco crearse más competitivo. Por otra parte, considero que el trabajo que se realizó a lo largo del semestre puede ser aplicable para todas aquellas empresas que busquen crecer y llegar a más países; a pesar de que se tenga que adaptar de acuerdo con las necesidades de la empresa y al producto que se desea exportar, el proceso tiene las mismas bases y eso facilitaría la comprensión para alcanzar los objetivos.

César Carrasco: Al término de este proyecto me siento capaz de poder preparar este tipo de proyectos, la experiencia que te brinda ya apegada a una realidad y poder plasmarla es muy enriquecedora. En la realización de este proyecto se pudo hacer un impacto positivo a la empresa Kan by Paulina y no solo a la empresa si no a todo lo que lo rodea, ya que la empresa trabaja con artesanos los cuales son los que hacen los trajes de baño. El haber realizado este proyecto de plan de exportación ayuda a que la empresa crezca y por lo tanto los propios artesanos que trabajan ahí, además de poner el nombre de México en alto y sus trabajos realizados dando un gran impacto positivo.

Este tipo de proyectos personalmente abren mucha la visión que se tiene del mundo actual, como se puede tener un impacto en la sociedad positivo y más que nada poder integrar a todos para un bien en común, combinar tradición con modernismo y poder enviarlo a diferentes partes del mundo, me parece un gran impacto que se necesita hoy en día y más que nada en nuestro país.

Carlos Mora: El plan de exportación realizado para la empresa Kan by Paulina es un trabajo donde espero realizar cambios en la realidad de esta organización. A través de todo el trabajo realizado durante este semestre esperamos brindarle las herramientas necesarias para que su incursión en el comercio internacional sea un éxito. Después de haber realizado este proyecto me siento capaz de realizar un Plan de exportación de nivel profesional. Fijar objetivos y poner un buen desempeño para ofrecer resultados de calidad. Es importante también siempre medir los resultados para obtener información que sea útil para el autoaprendizaje y ofrecer un buen servicio a la sociedad. Con el proyecto puede contribuir con una organización mexicana que emplea artesanos de las zonas rurales del país, que contribuye con la economía de nuestra nación y que busca promover la cultura de México en el exterior. La cultura Wixarika que se ubica entre los límites de Nayarit y Jalisco son famosos artesanos reconocidos por su arte a nivel mundial. Para esta comunidad indígena de bajos recursos, el éxito de las exportaciones de Kan podría significar un buen ingreso para la comunidad que se dedican a la manufactura de los trajes de baño y a su vez darle el toque de la cultura mexicana a través de sus increíbles diseños. Con todo el trabajo que presentamos a la empresa es que ahora es su turno de tomar las decisiones necesarias para que pueda seguir generando valor a la sociedad mexicana. Con las herramientas que brindamos en este proyecto, Kan puede buscar tener presencia en otros mercados reduciendo sus riesgos con los debidos estudios antes de la incursión. Es importante dar seguimiento a este tipo de proyectos porque el tiempo en que tiene injerencia el equipo de ITESO es muy corto para llevar a cabo todo el proceso de la internacionalización. Por lo tanto, creo que se puede realizar algún otro tipo de proyecto donde se dé seguimiento a las actividades relacionadas con el comercio y estos sirvan como aprendizaje a nuevos estudiantes que cursen este tipo de proyectos. Por último, creo que mi perspectiva de la vida real ha cambiado con el pasar del tiempo en este semestre. Creo que las empresas mexicanas atraviesan un duro momento de la economía mundial y es importante que las personas más preparadas salgan a flote durante estos difíciles momentos para sean la nueva cara de un México más comprometido.

- Aprendizajes éticos

Alma Marina Alvarado Pérez: Las principales decisiones que tomé durante el PAP fueron ligadas al tema de mercadotecnia como el plan de marketing, las diferentes estrategias que se podrían implementar en la empresa Kan by Paulina para poder localizar sus productos en Francia y algunos canales de reconocimiento de la marca al público, estas decisiones tuvieron como consecuencia que estuviéramos más informados sobre el tema y Kan tuviera más abiertas las puertas para poder llevar su marca a Francia. La experiencia vivida personalmente me lleva a conocer más del mercado, todo lo que implica poder llevar una marca o productos al extranjero e invita a seguir constante con la actualización de información para un futuro donde pueda implementar lo saberes en algún proyecto personal. Al finalizar el PAP puedo decir que ejerceré mi profesión como mercadóloga y mis conocimientos obtenidos de comercio exterior para poder exportar los productos de la empresa de mi familia, tenemos un tequila y pretendemos exportarlo en un futuro.

Andrea Cabrera: El PAP me llevó a tomar distintas decisiones importantes no solo en el proyecto sino en mi vida profesional. Dentro de las decisiones que llegué a tomar fue adentrarme más al tema de comercio internacional. Al comienzo, no tenía tan claro que es lo que se tenía que hacer y eso me resultó confuso. Sin embargo, decidí tomar un curso el cual me ayudó a comprender mucho más acerca de las exportaciones y de igual forma leer un libro del mismo tema. Así poco a poco se fueron desplegando más decisiones respecto al proyecto, qué medio de transporte seleccionar, el país al cual exportar, etc. Todo esto formó una gran experiencia para mí, al demostrar la forma en que se deben enfrentar nuevos retos y a la importancia de saber tomar decisiones. Al concluir el proyecto, puedo ser capaz de desarrollarme en áreas de cadena de suministro en donde puedo poner en práctica todo el aprendizaje que obtuve durante el semestre. Esto, me abre nuevas puertas en mi vida profesional lo cual me ayuda a no inclinarme solo a ciertas áreas de operación como muchas veces se opta en la carrera de ingeniería industrial, sino tener más oportunidades dentro de este ámbito.

César Carrasco: Esta experiencia que se vivió en la realización de este proyecto me abre un panorama muy grande de cómo las empresas siempre están necesitadas, por eso creo que

hay una responsabilidad muy grande como profesionista si estos acuden a ti, ya que todos quieren lo mejor para su empresa que inclusive en muchas son familiares, por lo tanto, le han invertido mucho amor y cariño. El hecho de actuar con una responsabilidad empática con la empresa, de dar siempre lo mejor de uno para que el trabajo sea productivo es necesario como profesionista y como persona ética, ya que actualmente se necesita mucho en el mundo.

Carlos Mora: Es importante que los itesianos sigamos con ese paradigma de personas responsablemente éticas y llenas de valores. Que busquemos aportar cosas positivas a nuestra sociedad y que podamos implementar todos los conocimientos adquiridos durante la universidad en la vida profesional. Después de este PAP quiero aplicar todos estos conocimientos en mi proyecto de emprendimiento personal, apoyando a los productores de aguacate de mi familia y la región para buscar poder comercializar los productos de una manera justa y donde los productores tengan las condiciones acordes. Con todo lo adquirido busco después de graduarme ser capaz de realizar planes de exportación que me permitan reducir los riesgos al mínimo para tener éxito en mis emprendimientos.

- Aprendizajes en lo personal

Alma Marina Alvarado Pérez: Personalmente creo que el PAP me ayudó a conocer un poco más sobre mí como persona, mis habilidades, fortalezas y debilidades en cuanto al aspecto de trabajo. Reconocí los aspectos que puedo mejorar, y seguir constante en los que tengo en orden. El programa me ayudó a conocer y reconocer a la sociedad y a los otros, a estar informada y en cuenta de que todos somos diferentes, tenemos diferentes aptitudes y conocimientos, los cuales cuando los íntegras puedes lograr un excelente trabajo e integración de ideas diversas. Con el PAP pude aprender para mi vida personal que es importante tener diversidad dentro de un equipo para lograr integrar bien un trabajo, pues tiene más probabilidades de poder ver diferentes ángulos de un mismo camino y recorrerlos de una manera más eficiente.

Andrea Cabrera: El PAP me ayudó definitivamente a salir de mi zona de confort y a explorar nuevos conocimientos que en mi carrera no se profundizan. De esta forma, me ayudó a aprender acerca del comercio internacional, el cual pude descubrir que me interesa bastante y donde definitivamente me puedo ver desarrollándome en una empresa de este giro. También, me ayudó a darme cuenta la importancia que tiene el trabajo en equipo hoy en día y la manera de reconocer y sobretodo aceptar la forma de trabajar y de pensar de los demás siempre y cuando se tengan los mismos objetivos en común. Respecto a mi proyecto de vida, aprendí que aún falta mucho por hacer para poder contribuir a la sociedad y a la mejora del país, es importante siempre mantenerse actualizado para poder seguir avanzando y crecer tanto en el ámbito profesional como en el personal. Así, podría aportar para una mejora continua en donde poco a poco pueda recuperarse de los tiempos difíciles que se viven hoy en día.

César Carrasco: Realmente puedo decir que el PAP me ha ayudado mucho a darme cuenta lo importante que es mi carrera o en otras palabras mi vida profesional, me ha abierto los ojos de hasta donde llega mi conocimiento y el alcance que puedo tener como persona y en vida. Me ayudó a poner en práctica todo lo que he aprendido y lo mejor de todo poderlo plasmar en un proyecto real que no solo me puede ayudar a mi, sino, a otras personas que también lo necesitan, un impacto que por el momento parece ser poco, pero que tiene un potencial enorme y eso es lo gratificante de todo, el hecho de haber aportado un granito de arena a través de lo que sé. También me ayudó a darme cuenta la responsabilidad que tiene uno como profesional y el mundo al cual nos enfrentaremos de ahora en adelante el cual está en constante cambio y con grandes retos por delante, los cuales esperan ser resueltos por profesionales y personas éticas.

Carlos Mora: La realización de este PAP me ayuda saberme capaz de realizar trabajo de calidad, a poner en práctica todo lo adquirido durante mi carrera y va a buscar superar los límites que podemos llegar a ponernos nosotros mismos. Me ayuda a trabajar en mi organización, en las habilidades adquiridas y cualquier competencia que sea valiosa dentro de las organizaciones para la vida laboral. El PAP me permite ver en la actualidad de las

organizaciones mexicanas, cuáles son los retos con los que se enfrentan y cómo podemos actuar para solucionar esos problemas. Después de este trabajo veo la importancia de la sociedad, de cómo es importante que una empresa como Kan, que busca exportar, tenga las herramientas necesarias para tener éxito y así seguir siendo el sustento de muchas familias artesanas mexicanas. Veo la importancia de formarme como un buen licenciado de comercio, que sea una persona de la sociedad a la que aporta valor. Como experiencia de vida me llevó que el trabajo al final da resultados, que es importante ser un profesionalista ético y con valores para aportar algo a la sociedad mexicana. Busco ser un profesionalista con valores y busco emprender mis propios proyectos una vez terminado mis estudios y comience mi vida laboral. Quiero ser un líder responsable y que busque siempre actuar dentro del marco legal, mostrando así que existen los mexicanos con valores y que buscan un mejor desarrollo del país.

5. Conclusiones

En este proyecto se evaluaron los puntos específicos de los capítulos relacionados con la empresa y su situación actual, el producto que se planea exportar, una visión a la industria a la que se pertenece, cuál es el mercado con mejor proyección para la empresa y cuáles son los canales óptimos para la comercialización de este producto. Una vez determinado todos los puntos anteriores, se planeó toda la logística necesaria para que el producto tenga presencia en mercados internacionales. Se fijó como objetivo la evaluación de la situación actual de la empresa para partir de un punto y así poder realizar un plan de exportación de acuerdo con las habilidades empresariales y de exportación con las que cuenta Kan. Después buscamos todas las características de los trajes de baño realizados por Kan para poder asignar una fracción arancelaria de la cual se desprende todo el desarrollo de este trabajo. Así mismo se revisó la oferta exportable de este producto con la cual se trabajaría para estimar cualquier costo para su exportación. En el tercer capítulo de nuestro proyecto, se evaluó información relacionada con la industria textil tanto a nivel internacional, como a

nivel nacional una vez que se determinó el mercado con los mejores indicadores para que Kan tenga éxito en sus exportaciones.

También se realizó una investigación de mercado para conocer el perfil del consumidor y cuáles podrían ser los principales competidores con los que la empresa tendría que competir por un segmento de mercado. Se creó un posible canal de distribución en el que la empresa Kan puede llegar a ser competitiva en base a los costos que se realizaron con las cotizaciones realizadas a empresas de transporte y otros servicios relacionados con las exportaciones. En el aspecto de la comercialización se buscó crear una estrategia de marketing con la que la empresa puede posicionarse en la mente de los clientes en el país francés. En base a la línea que Kan ya trabaja, se decidió como estrategia de marketing trabajar con embajadores de la marca en Francia que tengan un perfil acorde con todos los valores y emociones que desprende la marca Kan. También se ofrecen ciertos eventos como ferias internacionales que sirven a Kan como plataforma de promoción para buscar tener presencia en distintos mercados.

Por último, se planeó la ruta por la cual es más factible que los trajes de baño lleguen al consumidor final con los costos más eficientes para así ser más competitivos en el mercado final. Se hizo una comparación de los medios de transporte más adecuados y luego se decidió por un servicio de paquetería debido a las bajas cantidades con las que se planea iniciar operaciones de exportación. Se diseñó la ruta que trazarían los productos desde su salida de la empresa Kan hasta el punto de destino en una de las posibles concept stores donde Kan podría vender sus productos en el extranjero. Se determinó un posible agente aduanal con el que se puede trabajar en las operaciones que se deben hacer en aduana para una exportación. También buscamos las posibles regulaciones que se requieren para la exportación de este producto en México, así como las regulaciones y restricciones que podrían frenar la importación de las mercancías al país francés. Por último, se mencionó los documentos necesarios para la exportación de mercancías de acuerdo con el marco legal de comercio mexicano.

6. Bibliografía

Hütt Herrera, Harold. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. 12/09 / 2012, de Universidad de Costa Rica Sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Anexos (en caso de ser necesarios)

[Es todo lo que soporte el documento; que no es necesario añadirlo en el cuerpo del reporte, pero que sirve para su mejor comprensión: materiales elaborados, bitácoras, fichas, fotografías, mapas, etc.]