

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología
Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Desarrollo para la Comercialización y Ventas Nacionales e Internacionales | CEDECOM



3J02C Desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales | CEDECOM

IDÉLU

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Comercio y Negocios Globales - César Abraham Segura Ortega

Lic. Comercio y Negocios Globales - Paola Fernanda Cárdenas Cueto

Lic. Comercio y Negocios Globales - Sinaí Jauregui Barba

Lic. Comercio y Negocios Globales - José Alberto Peralta Reynoso

Profesor PAP: Montserrat Moncada Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo 22

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción:	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	9
3. Resultados del trabajo profesional	17
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	32
5. Conclusiones	44
6. Bibliografía	48

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

Durante el semestre se colaboró con la empresa IDELU. Empresa con la que nuestro equipo tuvo el placer de trabajar, aplicando así nuestros conocimientos adquiridos prestando un servicio de asesoría en negocios internacionales además de la creación, desarrollo e impartición de conocimientos adecuados para llevar a cabo una exportación a España.

Se redacta de manera clara y concisa los pasos que se siguieron para realizar esta asesoría, las recomendaciones que se deben tomar para llevar a cabo esta exportación así como los resultados y conclusiones sobre cada apartado.

Este trabajo tuvo como objetivo identificar la correcta exportación de dicho producto al país de España, siguiendo todos los rubros que se toman en cuenta para una exportación, incluyendo una entrada al mercado exitosa especificada con un plan estratégico para poder tener una oportunidad con el mercado español.

1. Introducción:

En los siguientes apartados se definirá los objetivos que se buscan realizar en el proyecto a desarrollar, y las metas específicas de lo que se busca lograr por medio de este mismo y su justificación sobre lo que consiste para darle un mejor contexto al lector e interesados.

1.1. Objetivos

Continuar con el proceso de comercialización del juego de Sprooch de la empresa IDELU, en el país de España y definir los puntos de venta en base a los compradores mayoristas en el país.

Objetivos específicos:

1. Realizar una búsqueda de los distribuidores potenciales para el producto, así como una elección del que sea de mayor conveniencia para IDÉLU.
2. Crear una estrategia de marca para el producto, de posicionamiento, una propuesta de valor; así como encontrar un comparativo en precios que se le parezca en categoría, encontrar una feria para su promoción y el distribuidor que sea más prometedor.
3. Realizar un plan logístico que contenga una selección del medio de transporte, un diseño de ruta, las regulaciones con las que cuenta el producto y los documentos necesarios para exportar.

1.2. Justificación

Idélu se encuentra en medio del desarrollo de un proyecto socialmente responsable e inclusivo. Dicho proyecto consta de desarrollar juegos de mesa inclusivos, para que toda la gente pueda jugar incluso si sufren de alguna discapacidad. La importancia que esto tiene en nuestra sociedad no puede ser subestimada, ya que

la filosofía de Idélu es la de siempre promover la inclusión. Esto provoca que el proyecto sea socialmente responsable, ya que está brindando una herramienta a la comunidad que nunca se había visto. La propuesta de valor que tiene la empresa afecta en sí a la sociedad y nos acerca más a todos a la inclusión de todos los miembros de la sociedad. Es un proyecto único y de gran impacto para nuestra manera de convivir como sociedad.

1.3 Antecedentes

Idélu es una empresa nacida en 2019, la cual fue fundada por Sofía Morgenroth al darse cuenta de las necesidades que requieren las personas con discapacidades. Es una empresa incluyente y actualmente está cumpliendo su segunda etapa en el PAP CEDECOM, donde se le ha proporcionado un servicio de consultoría. El presente periodo (primavera 2022) es el segundo en el que participa esta empresa. El objetivo general del proyecto es comercializar el producto en el país destino y a partir de la investigación, implementar los cambios y sugerencias que se tengan. Como se mencionó antes, este es el segundo período de Idélu en el PAP. Es por esto que es importante mencionar lo que se estableció e implementó el semestre pasado.

Primeramente, se establecieron los valores de la empresa, los cuales no estaban claros. Esto es vital para que la organización pueda ir en la dirección correcta. También, se desarrollaron mejoras a nivel de campo con las estrategias de cultura organizacional. Se registró a la empresa en plataformas como My Trade o Yo Exporto, este último fue un registro donde se inscribía a Idélu en un concurso empresarial, donde Idélu tuvo participación. También se elaboró la ficha técnica del producto *Sprooch*, en el cual se describen los aspectos técnicos del producto.

El país destino fue elegido con una matriz de selección, la cual tomó en cuenta aspectos legales, políticos, económicos, sociales, etc. para determinar el país ideal para exportar. Se estableció que España era ese país ideal, debido a su cercanía

cultural, costumbres y por el idioma. Se llegó a la conclusión de que era mejor no tener que cambiar el idioma de *Sprooch* y por lo tanto la mejor opción era el país ibérico. Después de esto se llevó a cabo una investigación cualitativa del mercado seleccionado, además de que se estimó el tamaño de este y se realizaron las tropicalizaciones correspondientes para el producto.

La empresa decidió darle continuidad al proyecto, pues el producto todavía no está completamente listo para ser comercializado en el país elegido. Existen todavía varios aspectos para implementar, como las estrategias para comercializar el producto en España, el plan de marketing que se llevará en dicho país, las estrategias de producto, así como desarrollar la propuesta de valor de este. También se requiere intervención en el área de logística, pues aún no se define cuál es la ruta que el producto tomará, así como la manera más eficiente para que este llegue a su destino.

1.4. Contexto

El proyecto de Idélu se está desarrollando en el ocaso de la pandemia del COVID-19, lo cual afecta el poder de compra del consumidor. La inflación, que actualmente está en 7.28%¹ presiona el bolsillo de los mexicanos, y aunque el sueldo de los trabajadores formales haya subido un 6.7%² siguen existiendo diversos problemas económicos y esto afecta en gran manera al consumo.

¹ *El poder adquisitivo de los mexicanos, en caída libre por la inflación.* (2022) Sitio web: <https://elpais.com/mexico/economia/2022-03-14/el-poder-adquisitivo-de-los-mexicanos-en-caida-libre-por-la-inflacion.html>

² *El poder adquisitivo de los mexicanos, en caída libre por la inflación.* (2022) Sitio web: <https://elpais.com/mexico/economia/2022-03-14/el-poder-adquisitivo-de-los-mexicanos-en-caida-libre-por-la-inflacion.html>

En México, el 16.5%³ de la población sufre alguna discapacidad, lo cual trae más relevancia al proyecto en cuestión. Aunque el mercado meta de *Sprooch* sea este 4.9% de la población, también se busca conseguir clientes que no tengan ninguna discapacidad y que de esta manera el producto y la empresa pueda crecer.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Pasos para resolver la problemática de Idélu:

- Se desarrollaron tres estrategias para el posicionamiento de la marca en España: **Influencers, publicidad en redes sociales y un centro de educación inclusiva.**
- Se elaboró una **lista de precios**, en la cual se llevó a cabo una búsqueda de posibles competidores para IDELU y valorar los precios que manejan en el mercado.
- Se hizo una búsqueda para encontrar **ferias internacionales** donde Idélu pudiese participar.
- Se elaboró una **lista de posibles distribuidores** en el país destino.
- Se realizó la **selección del medio de transporte** para la mercancía, buscando el más eficiente.

³ Censo 2020: 16.5% de la población en México son personas con discapacidad. (2020) sitio web: <https://dis-capacidad.com/2021/01/30/censo-2020-16-5-de-la-poblacion-en-mexico-son-personas-con-discapacidad/#:~:text=discapacidad%20%E2%80%93%20dis%2Dcapacidad-.Censo%202020%3A%2016.5%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20en,M%C3%A9xico%20son%20personas%20con%20discapacidad&text=Son%20casi%2021%20millones%20de,el%20INEGI%20en%20el%20conteo.>

- Se elaboró el **diseño de la ruta**, en el cual se tomaron en cuenta aspectos como la eficiencia, ergonomía y funcionalidad para determinar la ruta ideal.
- Se realizaron los cálculos para determinar el **cubicaje y embalaje** de la mercancía dentro de la ruta establecida.
- Se investigó la **documentación requerida para la exportación** del producto.
- Se determinó el medio de transporte y *carrier* de la mercancía en DHL.
- Después de haber contactado a la agencia aduanal que maneja los envíos de DHL, Codex, se investigó la **patente y datos de los agentes aduanales** que manejan los envíos en la aduana de Guadalajara.
- Se investigaron las regulaciones **arancelarias y no arancelarias** que aplican para el producto en el país destino.
- Se investigó la **documentación para exportar**.

Las materias que nos brindaron el conocimiento y se tomaron en cuenta para realizar las tareas descritas en el apartado anterior, son las siguientes.

- **Gestión empresarial:** En esta materia se nos enseñó a identificar la gestión tanto interna como externa de una organización, así como las interrelaciones y dependencias de los procesos, recursos y actividades que comprenden un funcionamiento integral y sistémico de una empresa. Enseñándonos a resolver problemáticas que los directores y gerentes se enfrentan a diario en las empresas. Es así como logramos aplicar los conocimientos adquiridos en esta materia para generar objetivos tanto específicos como generales que aporten a la empresa entendiendo los ámbitos que enfrenta.
- **Estrategia de ventas:** En esta clase aprendimos las diferentes técnicas que se requieren para desarrollar un plan comercial. Dicho plan comercial debe ser dirigido, administrado, planeado, organizado y evaluado con la selección de técnicas de ventas adecuadas al perfil y necesidades de la empresa en donde se colabora. Es el caso donde esta materia, con sus técnicas aprendidas, nos ayudó a realizar una búsqueda de distribuidores

en el mercado de España. Estableciendo así un contacto de ventas y un plan comercial a seguir.

- **Negociación comercial:** En esta materia aprendimos varias técnicas efectivas para la negociación, y es algo que fue aplicado en este proyecto, pues nos vimos obligados a negociar tanto con personas como con organizaciones, además de ser persistentes cuando no nos contestaban los correos. Este es otro aprendizaje que tuvimos en la clase de negociación comercial.
- **Plan de negocio:** Esta clase nos sirvió mucho para este proyecto, ya que investigar RRNA'S, calcular el cubicaje, embalaje y gran parte de lo que tuvimos que hacer en este proyecto ya lo habíamos hecho en dicha clase.
- **Modelo de negocios:** Esta clase nos permitió desarrollar varias habilidades en base a la comercialización de los productos también la exportación y la importación de ellos ya que entendimos el contexto que engloba esto y a saber identificar el modelo de negocio que tiene cada empresa o el que es necesario implementar para su posicionamiento en el país origen tanto las estrategias que se deben de tomar en cuenta al querer expandirse a otro país y los factores que pueden impactar.
- **Consultoría integral en negocios internacionales:** Esta materia nos permito conocer cómo poder llegar a asesorar a una empresa y ayudarla a buscar las mejores estrategias para expandirse a otro país, la materia también nos enseñó a identificar posibles escenarios o experiencias que empresas y marcas potenciales mundialmente han tenido que sobrellevar y estrategias que han tenido que poner en marcha para poder llegar a ser exitosas en todos los países donde se expanden.
- **Mercadotecnia integral:** Esta materia permitió conocer las diferentes técnicas que se pueden utilizar para dar a conocer y promocionar un producto, así como posicionarlo en el mercado. Se desarrollan estrategias personalizadas para el producto y su mercado potencial. Estas estrategias servirán para lograr un éxito en la manera en el que se

promociona el producto y finalmente incitar una compra con el consumidor final.

- **Análisis de riesgos en los negocios internacionales:** Esta materia logra desarrollar una búsqueda en los requerimientos que se necesitan para poder entrar un producto en un mercado extranjero, así como las regulaciones arancelarias y no arancelarias que dicho producto puede llegar a tener. Esta materia apoya en identificar, los riesgos que conlleva una exportación y la importancia que tiene cumplir con todos los requerimientos necesarios.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- **Descripción del proyecto:**
 - Primero se elaboraron tres estrategias de posicionamiento, los influencers, la publicidad en redes sociales y el Centro de Recursos Educativos (CRE) de la ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles). Se estableció contacto con las tres y se llegó a un acuerdo para que estas promovieran el producto *Sprooch* en España. Las tres propuestas se vieron convencidas del producto y aceptaron implementarlo en sus programas o hacerle publicidad al producto.
 - Seguido de esto, se elaboró una lista de precios, donde se establecieron los precios que tiene la competencia. En este caso, *Sprooch* no tiene una competencia directa sin embargo, se buscaron los precios de otros tipos de juego de mesa y se obtuvo una lista con varios juegos de mesa y su respectivo precio.
 - Después, se buscaron ferias internacionales en las que *Idélu* pudiera promocionar sus productos. Las ferias internacionales son claves al momento de incursionar en otro país, pues se pueden conseguir distribuidores para el producto que se desea

comercializar. En este caso, solo se encontraron dos ferias, de las cuales una es de mucha relevancia para el producto, el World Blindness Summit en Madrid, la cual es la feria internacional para ciegos más grande del mundo.

- Se diseñó la ruta que el producto tomaría de camino a España. En este punto se tomó en cuenta la eficiencia de la misma, así como aspectos del producto como la ergonomía para diseñar una ruta óptima para el producto.
- Se calculó el empaque y embalaje con el cual el producto viajará a España. Esto se hizo haciendo cálculos de cubicaje y de embalaje para determinar el mejor acomodo, número de cajas y los niveles dentro de estas.
- Se investigó la documentación requerida para la exportación. Esto para tener una idea del tipo de documentos que se requieren para salir al mercado español.
- Se determinó el medio de transporte y el *carrier* de la mercancía, DHL. La selección del medio de transporte fue solucionada por DHL, pues es como manejan el tipo de envíos que Idélu hará al extranjero. Se determinó que el producto viajará en avión.
- Se investigó la patente e información de los agentes aduanales adscritos a la compañía CODEX, la cual maneja los envíos de DHL. Esto se hizo para agilizar el trámite y saber quiénes manejan los productos de la empresa.
- Finalmente, se investigaron las regulaciones arancelarias y no arancelarias que tiene el producto para poder transportarlo a España.

- **Plan de trabajo:**

Las actividades fueron programadas en base a su grado de importancia, logrando crear una secuencia coherente hacia la conclusión del proyecto que más beneficiara a la empresa Idélu, el cual se llevó a cabo y se buscó concluir durante las 16 semanas del curso. Las actividades se repartieron de una manera equitativa buscando que cada integrante del equipo pusiera su mayor esfuerzo dentro del proyecto y se desarrollarán los mismos conocimientos para cada uno y la misma participación.

Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Empresa	Información general objetivos Antecedentes															
comercialización				Estrategia de producto Propuesta de Valor Plan de marketing												
Logística							Selección de transporte identificación de mercado diseño de ruta									
Conclusion y recomendaciones											Reflexión y conclusión					
RPAP												Entrega y conclusiones				

Imagen 1 / Cronograma de trabajo

- **Desarrollo de propuesta de mejora**

Basados en la solicitud de servicios por la empresa IDELU, la primera actividad que se llevó a cabo fue establecer los objetivos del punto uno, esto se llevó a cabo después de haberse analizado los antecedentes de la empresa y lo que se había realizado y trabajado en el PAP anterior, cabe recalcar como información importante que durante el desarrollo del proyecto se tuvo contacto con la empresa, se llevaron a cabo algunas juntas semanales de las cuales se elaboraron las minutas en las cuales la empresaria firmaba y estaba de acuerdo con lo platicado y propuesto en cada junta para que no hubiera malentendidos.

Una vez ya establecidos y desarrollados los objetivos generales y específicos se prosiguió con el punto 2 el cual sería desarrollar el plan de comercialización, en este punto se desarrollaron varios temas los cuales permitieron llevar a cabo una mejor

estrategia, uno de ellos fue la propuesta de valor en la cual se desarrollaron 3 estrategias:

1-Influencers

2- Publicidad de redes sociales en país destino

3-Ludotecas

La estrategia de influencers se basa en una búsqueda para encontrar un *influencer* que tenga alguna discapacidad para promocionar el producto. Dicha búsqueda vería a Idélu como empresa, contactando al *influencer* seleccionado para contarle acerca del producto *Sprooch*. Después de haberse evaluado los posibles influencers se buscó comunicarse con ellos para cotizar y conocer cuáles eran sus alcances.

La estrategia de publicidad en redes sociales en país destino se basó en encontrar la mejor opción como red social para la empresa que permita el crecimiento más alto en el país destino y que tenga mejor alcance en el mercado con el que se busca interactuar, se recomendó llevar la publicidad a grupos de facebook , y se encontró un grupo llamado ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles) donde se lleva a cabo la promoción de ciertos productos además del intercambio de experiencias como personas invidentes, este grupo tiene un alcance de 3,600 personas, de las cuales todas podrían estar interesadas en sprooch dada su discapacidad.

La estrategia de Ludotecas se basa en la búsqueda de estas mismas ya que se considera que pueden representar una oportunidad para la empresa, esto debido al valor educativo que le es adjudicado, ya que son ambientes de plena concentración y temple. Si bien no se suelen jugar este tipo de juegos incluyentes normalmente en las ludotecas, Idélu podría representar un avance hacia la inclusión siendo el primer juego incluyente que exista en una de estas ludotecas, una de las ludotecas las cuales se consideró como mejor opción fue la de jugar x jugar que se encuentra en Barcelona, se contactó con ella sin embargo actualmente no se encuentran

interesados en el producto, pero se considera que en un futuro puedan ceder alguna oportunidad.

Se desarrolló el plan de marketing en el cual se buscó diferentes maneras y lugares donde se pueda publicitar el producto, dentro de esta búsqueda y selección se encontraron ferias físicas y digitales, en estas ferias se pueden llegar a encontrar distribuidores que ayuden a entrar al mercado o también clientes potenciales que pueden adquirir el juego, todo este proceso se considera potencial para la entrada al mercado español y continuar con su posicionamiento en este país.

Más adelante se desarrolló una lista de precios en la cual se llevó a cabo una búsqueda de posibles competidores para IDELU y valorar los precios que manejan al mercado para valorar el precio con el cual se puede llegar a poner a la venta el juego de sproch, durante esta búsqueda no se encontró ninguna competencia tan directa de un juego que abarcar lo mismo que el de IDELU sin embargo se seleccionaron juegos que tengan cierta similitud para valorar los precios y que al momento que se entre al mercado no establecer un precio de venta ni muy alto ni muy bajo.

En el punto de las ferias de promoción se llevó a cabo la búsqueda de estas y se valoró cuáles eran las mejores opciones para el juego y en cuales podía llegar a tener un mayor impacto, dentro de estas se encontraron:

1-La feria internacional del juego

2-World blindness summit

Ambas se consideran claves para el posicionamiento del juego dentro de España y se consideran que abarcan las necesidades y características que se están buscando en cuestión a las ferias.

Como parte del proceso también se llevó a cabo la búsqueda de distribuidores la cual se considera fundamental dentro de este proceso ya que estos son los que permitirán la entrada del juego y el posicionamiento de él, ya que si no se encuentra un buen distribuidor se pone en riesgo el posible éxito del juego dentro el país y dentro de esta se encontraron y se consideraron varias tiendas especializadas en la venta de juegos de mesa o de juguetes para niños.

Logística

Dentro del desarrollo como punto clave está la logística y es el punto que se considera también uno de los más importantes ya que es el que permitirá la exportación del juego al país destino, dentro de la logística se encuentra la selección del medio de transporte, diseño de ruta, selección del medio adecuado, empaque y embalaje y documentación requerida para la exportación del producto. Todos estos pasos son clave para el proceso de logística por eso es importante que se desarrolle cada uno de la mejor manera.

Como primera instancia está la identificación del medio de transporte adecuado, ya que al no elegir el medio de transporte adecuado puede poner en riesgo la mercancía y si esta representa un alto costo para la empresa puede llegar a ser motivo para que ésta se descapitalice al perder su mercancía y llegue a quebrar. Después de haber analizado cada característica de cada tipo de medio de transporte y cuál es el que mejor se considera para la exportación del juego se consideró que la mejor opción sería multimodal ya que al tratarse de un producto de volumen pequeño del que se pueden empacar varias unidades en un solo embalaje; se propone el transporte multimodal para realizar el envío de “Sprooch” desde la ciudad de Guadalajara, Jal. hasta España.

Después de haber elegido el medio de transporte se continuó con el diseño de la ruta la cual consiste en desarrollar un producto pensando no sólo en aspectos de

mercado, ergonomía, funcionalidad y producción, además de la logística detrás del producto.

Lo que se buscó en este diseño de ruta es reducir el proceso logístico para razones de la empresa, ya sea para rapidez y eficiencia, o para la sencillez, reducción de costos económicos o mejorar/innovar un área del proceso logístico. Optimizar tanto recurso humano como materia prima. Reducir el tiempo relativo de distancia en el transporte, las manipulaciones y stocks del producto, el espacio abarcado por ellos y el almacenamiento o puntos de almacenamiento y revisiones.

Después de esto se sugirió el empaque y el embalaje el cual se eligió después de haber valorado que fuera de una manera que optimiza espacio y peso para que no se pague por espacios mal acomodados o huecos, también se valoró que la mercancía se acomodará de la mejor manera para que no se dañará el producto, así que después de todo esto se seleccionó una caja de cartón con las siguientes características: cartón corrugado con un grosor medio, con las siguientes medidas 60x28x30 cm, la cual tendrá capacidad para 140 cajas de cartas las cuales cada caja de cartas mide 10.5x6.5x3.8 cm.

Al finalizar la selección del empaque y el embalaje se continuó con el cubicaje el cual se consideró importante para saber cómo irán acomodadas las cajas, con el objetivo de llevar la mayor cantidad de carga aprovechando al máximo la capacidad del medio de transporte.

Más adelante se llevó a cabo la selección del medio de transporte y para este punto se cotizó con DHL en el cual los brindaban un descuento de apertura de cuenta de un 40% de México hacia cualquier parte del mundo, fue por eso que se seleccionó DHL como mejor opción, esto se llevó a cabo para poder mandar el producto con la mejor opción de transporte y para obtener mejores precios de envíos.

Para continuar se siguió con la búsqueda y selección de los agentes aduanales este proceso se hizo para facilitar el proceso de exportación con un experto y dedicado al tema y en base a los agentes aduanales revisan el papeleo y se encargan de la asesoría legal, después de haber contactado a la agencia aduanal que maneja los envíos de DHL la cual fue codex y obtuvieron los datos de varios agentes aduanales.

Al terminar la búsqueda de los agentes aduanales se prosiguió con la investigación de las regulaciones que se necesitan cumplir para la exportación del producto, estas sirven para especificar las regulaciones que se debe de cumplir para poder ingresar al país Español, así como las regulaciones que tiene el producto al momento de exportar desde México.

Se investigaron las regulaciones arancelarias en las cuales hacen referencia al porcentaje de impuesto que se debe pagar para poder ingresar el producto al país. Después de la investigación se pudo ver que en ambos casos está exento de aranceles para su exportación. Además, que México puede utilizar el certificado EUR1, el cual se puede utilizar para la exportación de mercancías, y se le otorga un trato preferencial al país exportador. Siempre y cuando el valor de factura sea menor a 6 mil euros.

Después de esto se investigaron las regulaciones no arancelarias en el país de origen y después de la búsqueda se pudo observar que para la exportación no existieron regulaciones hacia este producto, en el país destino se encontraron que había varios controles en la entrada de España, como licencias, permisos, prohibiciones, sanciones, tarifas, y otros controles. Sin embargo, se hizo una investigación detallada de los controles que sí aplican al producto que se va a exportar. Muchos de estos controles están enfocados en productos que contienen materiales delicados como la madera, o materiales que pueden ser sujetos a protecciones en el país. Como este no es el caso, se encontró que el requisito que se debe cumplir es el del etiquetado del empaque del juego.

Se explica que toda la información esencial sobre el producto debe aparecer en una etiqueta posterior o anterior en español, como es un producto que no contiene ningún elemento peligroso a los consumidores las reglas de etiquetado son básicas y se llevó a cabo todo esto para que no se tuviera ninguna retención al momento de entrar al país destino y no tener ningún inconveniente ya que se debe de revisar toda la parte legal para su entrada a España y vender el producto de manera adecuada.

Al haber concluido el desarrollo del apartado de logística se pasó a la parte final con las conclusiones y las recomendaciones en las cuales se explicaron los resultados de la investigación y lo que se le recomienda a la empresa que proceda a darle seguimiento y cuales se consideran que fueron las mejores opciones para el producto, ya que en su mayoría en cada estrategia o plan a desarrollar se le otorgaba la información de dos o más opciones para que la empresaria tenga varias opciones y evalúe cuál es la opción que se más de su agrado y considere que sea la que le dará un mejor crecimiento en el país destino.

3. Resultados del trabajo profesional

Producto 1

Directorio y cotización de influencer español que aporte a posicionar a la empresa en el mercado español y a dar a conocer el juego “sprooch”, ya interesado en la empresa.

1. Enrique Bernabeu (@enrique_bernabeu)



Imagen 1

- Influencer español con parálisis cerebral.
- Ha trabajado con marcas como Netflix y TikTok.
- 27,200 seguidores en Instagram.
- 293,000 seguidores en Tik Tok.
- Usa su plataforma para hablar de cómo es el día a día de una persona con discapacidad, además de algunas confusiones que se tienen al respecto.

Pack 3 Stories	750€
1 video Reels	1.000€
1 foto Post	850€
1 video Tik Tok	650€

Producto 2.

Cotización de anuncios en redes sociales en zona geográfica de España.

Facebook	Instagram	TikTok
\$35.00 USD	\$250.00 USD por la campaña	\$500 USD por campaña

Producto 3.

Se contactó a organización ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles) para que promocióne a Idelú y a su juego “Sprooch”.

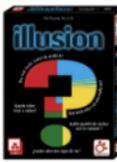


Producto 4

Tabla comparativa con lista de precios y juegos que se identificó como posible competencia, pues no se encontró una competencia directa con las mismas características como un juego incluyente para personas con discapacidades.

Nombre de juego :	Descripción del producto:	Imagen :	Precio :	Donde se vende:
UNANIMO	<p>Es el juego de la conexión mental.</p> <p>Es un juego para toda la familia para comprobar la conexión que se tiene o ¡la que no se tiene!</p> <p>Ideal para trabajar la cohesión de grupo, ampliar vocabulario y conocer mucho mejor a los demás. ¡Ganará quien conecte más!</p>		9,95 €	Zacatrus , Amazon.
UNO	<p>Consiste en librarse de todas las cartas antes que tus rivales ... pero no te olvides de avisar cuando solo te quede UNA.</p>		11,02 €	Zacatrus

Misión cumplida	Es un juego de cartas cooperativo en el que se debe jugar en equipo, para cumplir el mayor número posible de retos.		9.95 €	Zacatrus
Misión Marte	Es un juego de dados, cartas y rapidez, el que consta de lanzar los dados e intentar colocar las cartas, de manera que se cumpla con lo que se indica en cada uno de los dados de colores y así finalizar la misión.		9.95 €	Zacatrus
Misión Secreta	Es un juego semi cooperativo de roles ocultos, muy entretenido, donde deben construir un robot pero implica una trama.		9.95 €	Zacatrus

Pistas cruzadas	Es un juego de mesa cooperativo de 2 o más participantes, en el que se trata de completar la cuadrícula con todas las cartas en su posición.		11.70 €	Zacatrus
Micromacro	Es un juego cooperativo de deducción en el que se esforzará para encontrar las pistas necesarias que te lleven a encontrar al culpable.		26.95 €	Zacatrus
Alto Voltaje	Es un juego de cartas en el que las pequeñas sumas y restas y la rapidez decidirán quién gana.		11.66 €	Zacatrus
Illusion	Es un juego de cartas visual basado en la ilusión.		12.56 €	Zacatrus

Roll of the top	<p>Tienen que llegar hasta la cima completando las casillas con los diferentes números que obtengas en los dados.</p> <p>Lanza los dados, rellena las casillas.</p>		9,95 €	Zacatrus
-----------------	---	---	--------	----------

Producto 5.

Se realizó una búsqueda por eventos y ferias que tengan como tema las discapacidades visuales o por lo menos los juegos de mesa. Generando un calendario de ferias.

Feria	Fecha	Descripción
<p>1. Feria Internacional del Juego.</p>	<p>15-17 de Marzo</p>	<p>Es una convención de juegos de mesa que se celebrará en Madrid del 15 al 17 de Marzo. A pesar de no contener el tema incluyente, podría ser una buena oportunidad para tener presencia en España no sólo como elemento educativo, sino como juego.</p> <p>Link: http://feriainternacionaldeljuego.com/</p>
<p>2. World Blindness Summit</p>  <p>WORLD BLINDNESS SUMMIT MADRID•2021</p>	<p>Verano 2022</p>	<p>Es el mayor evento para personas con discapacidad visual, ya que asisten aproximadamente 1,500 personas con dichas discapacidades a este evento. El único obstáculo es que aún no se define la fecha para su edición del 2022, aunque se cree que será en Agosto de nuevo. Es por esto que no se recomienda al 100% la participación de IDÉLU.</p>

Producto 6.

Directorio de distribuidores y status de interés donde se especifica si ya fueron contactados, respondieron y si ya están interesados en distribuir a Idelú en España.

Nombre	Ubicación	Tiendas físicas	Número telefónico	Correo electrónico	Tipo de tienda	Status de interés.
Toys "R" us España	España y Portugal	57	91 678 90 51	/	Juguetes en general	Contactado
Toy Planet	España	209	96 134 35 56	info@toyplanet.es toyplanet@toyplanet.es	Juguetes en general	Contactado
Tangram	Pontevedra, España.	1	(+34) 986 483227	comercial@tangram.es	Juegos didácticos	Contactado
Dideco	España	13	91 659 73 69	fgaitan@feran.es	Juegos didácticos	Interesados
Juegos Nómadas	Madrid Sierra, España	Servicio a domicilio	626-484-5 17	juegosnomadas@gmail.com	Juegos de actividades extraescolares	Interesados
Minikidz	Sabadell, España	1	937 178 695	info@minikidz.es	Juguetes con valor educativo	Contactado
Mumuchu	En línea	E-commerce	No disponible para uso comercial	info@mumucho.com	Juguetes pedagógicos	Contactado
Ludoteca Veo Veo	Madrid	1	91 007 3428	info@ludotecaveoveo.es	Ludoteca	Contactado
Espacio de Juegos	En línea	E-commerce	622 402 648	info@espaciodejuegos.es	Juegos de mesa	Contactado
Zacatrus	España	8	/	/	Juegos de mesa	Contactado
Dispersa	Madrid - En línea	1	+34 91 798 52 61	dispersa@dispersajuguetes.com	Almacén proveedor de juguetes	Contactado

Toy's land	Zaragoza	1	976 525 925	info@juguetestoysland.es	Almacén proveedor de juguetes	Contactado
Toc Toys	Barcelona	Distribuidor	+34 93 393 96 30	info@toctoyes.com	Distribuidor de Juguetes	Contactado

Producto 7

Contacto de distribuidores interesados en promover “sprooch”.



Dideco



Fernando Gaitan
para mí ▾

vie, 18 mar, 1:55 (hace 3 días) ☆ ↶ ⋮

Buenos días,

Estaremos encantados de poder evaluar sus productos en físico.

Saludos,

Fernando Gaitan
Departamento de compras
Purchasing Department

Feran
C/ Fuerteventura, 13
28703 S.S. de los Reyes, Madrid
Teléfono: 916597363
fgaitan@feran.es
www.feran.es
www.dideco.es



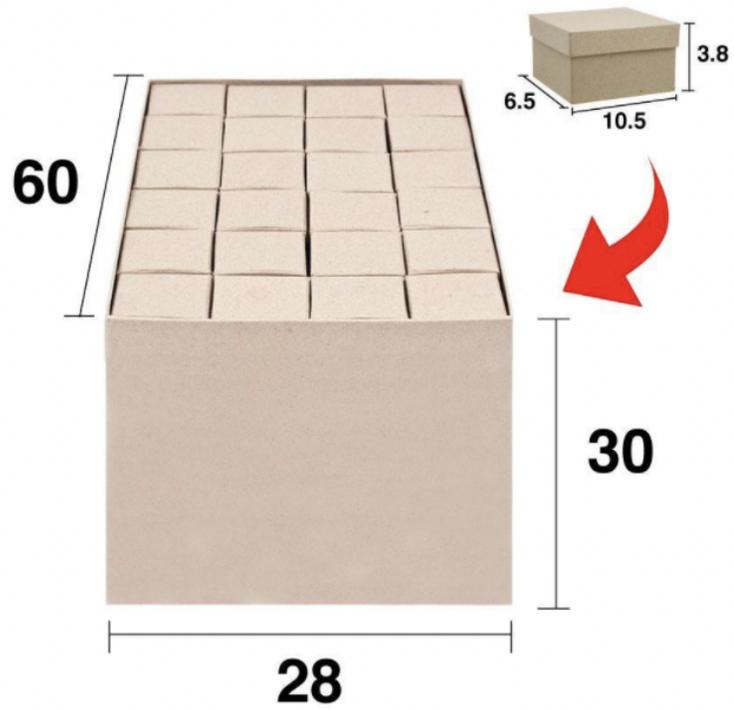
Producto 8

Tabla comparativa de medios de transporte.

Tipo de transporte	Marítimo 	Terrestre 	Aéreo 	Ferroviano 	Multimodal 	Intermodal 
¿Qué es?	Transporte de carga contenerizada en un buque.	Transporte en vehículo.	Traslado de mercancía a bordo de una aeronave.	Traslado de mercancía por medio de una red ferroviaria.	Medio de transporte combinado en el que interfieren al menos dos tipos de transporte mediante un mismo contrato.	Medio de transporte combinado que consolida la mercancía en una sola unidad entre un transporte y el siguiente sin necesidad de la apertura de la carga, lo que minimiza la manipulación de la mercancía.
Rapidez	Lento	Rápido	Muy rápido	Medio	Variable	Variable
Seguridad	Media alta	Media baja	Alta	Media	Media baja	Media alta
Costo	Bajo	Medio	Alto	Bajo	Variable	Variable
Capacidad	Alta	Medio alto	Baja	Alta	Variable	Variable
Documento de Transporte	Bill of landing	Carta porte	Airway bill	Carta porte	Carta Porte y Airway bill	Variable
Tipo de carga	Seca y refrigerada	Seca y refrigerada	Paletizada, de urgencia y perecederos	Seca, granel, madrina, auto rack	Seca y refrigerada	Seca y refrigerada

Producto 9

Cubicaje de unidades de “Sprooch” para envío. Empaque de cartón corrugado con medidas de 60x28x30 cm conteniendo 140 juegos.



Producto 10

Apertura de cuenta empresarial y cotización de envío con DHL para el lote con un peso de 15kg.

GRE Quotation Data

Shipment Date	25-Feb-2022		
Billing Weight	15.000 kg	<u>All weights</u>	
Volumetric Divisor			
Pricing Element	Value	Discount	Tax Value PID
Transportation Charge	292.24 USD	- 116.9 USD (40.0%)	7.01 USD <u>MX PUBLISHED</u>
			Zoning: <u>MX PUBLISHED</u>
			Discount: <u>TDE USA57% R...</u>
FF - Fuel Surcharge	31.00 USD	-12.27 USD	0.75 USD <u>MX PUBLISHED</u>
CR - Emergency Situation	3.00 USD	0.00 USD	0.12 USD <u>MX PUBLISHED</u>
Net	197.07 USD (176.65 EUR)		
Tax	7.88 USD (7.07 EUR)		<u>Expand</u>
Total	204.95 USD (183.72 EUR)		

Producto 11

Determinación de agentes aduanales y listado de documentos para apertura de cuenta con CODEX (empresa encargada del despacho aduanero que trabaja con DHL)

PATENTE	AGENTE ADUANAL	ADUANA/S DE ADSCRIPCIÓN
3600	Jorge Macedonio Martínez Guajardo	Piedras Negras, Colombia, Monterrey y Guadalajara.
3854	Eduardo Nogueira García	Tijuana, Manzanillo y Guadalajara.

Documentos requeridos para abrir un expediente con Codex siendo persona física:

- RFC de persona física.
- Copia de la Constancia de Situación Fiscal. (Actualizada - no mayor a un mes)

- Comprobante de domicilio. (Actualizado - no mayor a un mes)
- Fotografías o evidencia digital de la fachada exterior de las oficinas.
- Carta encomienda. (anexo formato y debe ser en original)
- Firma de convenio de privacidad / política de seguridad.

Producto 12

Investigación de regulaciones arancelarias y no arancelarias aplicables para la salida del país de exportación y para la entrada al país de importación.

Regulación	De exportación (México)	De Importación (España)
Arancelaria	0%	0%
No arancelarias	<p>Documentación necesaria:</p> <p>Pedimento de exportación.</p> <p>Factura comercial y CFDI.</p> <p>Lista de empaque.</p>	<p>El empaque debe contener:</p> <p>Su país de fabricación.</p> <p>El número de jugadores mínimo y máximo.</p> <p>Sus instrucciones o donde se pueden encontrar (ya sea dentro de su caja o en alguna página web).</p> <p>El nombre del producto.</p> <p>El nombre de la empresa.</p> <p>El material del cual está hecho</p>

		<p>su caja en donde vienen las cartas.</p> <p>La edad mínima para poder jugar con este producto sin poner en riesgo la vida de los jugadores.</p> <p>Información breve de la empresa y sus registros de marca.</p> <p>Por quien está siendo distribuido.</p> <p>Información del país en donde se manufactura.</p>
--	--	---

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

- **Aprendizajes profesionales**

César A. Segura Ortega:

Decidí seleccionar este PAP con el fin de reforzar mis conocimientos adquiridos a lo largo de los semestres cruzados en mi carrera. Cuando inicie el proceso de selección, me encontré con el título de este proyecto de aplicación Profesional el cual me llamó la atención, pues yo estaba decidido en elegir un PAP enfocado a la importación o exportación y que esté fuera

un pilar para ejercer y practicar todos los temas aprendidos a lo largo de mi carrera.

Al cursar este PAP logré incrementar mis conocimientos en ciertas competencias adquiridas en mi carrera, así como adquirir experiencia al vivirlo en el campo laboral real. Pude practicar materias tales como logística, estrategias de ventas, gestión empresarial, negociación comercial y profesional entre otras. Por otra parte, también logre captar que en el campo laboral hay ciertas limitantes muy importantes que ejercen un poder sobre el desarrollar y seguir ciertas estrategias comerciales que aporten al crecimiento de la empresa como lo son las económicas y sociopolíticas.

Entre mis saberes puestos a prueba con la temática que más esfuerzo me tomó fue la legalidad aduanera. Pues dentro de estos temas soy consciente que no debe haber errores pues estos pueden traer consecuencias legales y económicas para la organización. Dentro de este tema se ven involucradas diferentes materias cursadas en la carrera como lo son: clasificación arancelaria, operación aduanera, prácticas desleales y barreras no arancelarias, además de logística internacional.

Paola Fernanda Cárdenas Cueto:

Durante este PAP, logre adquirir una experiencia de cómo es laboral en el mundo real, las competencias que se presentaron durante este proyecto lograron que pusiera en prueba conocimientos previos que he llevado durante la carrera. Desde mi conocimiento qué tuve en la materia de *Análisis de riesgos en los negocios* pude identificar los riesgos que conlleva exportar un producto y adentrarse a un mercado extranjero, así como todos los requisitos que se deben cumplir para que no haya un detenimiento en su entrada.

Este proyecto me ayudo a comprender lo importante que es tener un involucramiento no solo económico para el país, pero también un proyecto

que aporte un valor social. Me di cuenta que los proyectos pueden tener una razón social pero al mismo tiempo pueden lograr una actividad comercial exitosa, ya sea dentro y fuera del país.

Esto es algo que relacioné con mi materia de globalización, donde vi lo que conlleva tener una empresa socialmente responsable, y aun lograr un éxito económico. Esto me inspira a ponerlo en prueba para futuros proyectos profesionales que pueda tener, e involucrar una motivación social dentro de lo que realice.

Sinaí Jauregui Barba

A lo largo de este PAP obtuve una variedad de conocimientos nuevos y experiencias que contribuyeron a mi aprendizaje dentro de estos pude desarrollar diferentes estrategias y superar nuevos retos sin embargo, lo que más me puso el PAP a prueba fue que pusiera en práctica los conocimientos previos que había adquirido durante la carrera y esto me sirvió para reforzarlos y ver cómo se deben de aplicar en la vida práctica.

Considero que las materias de las cuales más tuve que retomar los conocimientos para aplicarlos al PAP fueron, prácticas desleales, plan de negocio, consultoría integral de los negocios, modelo de negocio, riesgos en los negocios. Considero que en todas estas materias vi los fundamentos necesarios para una exportación internacional, y aunque no es lo mismo verlo de una manera teórica a ponerlo en la práctica considero que fueron las bases para que pudiera desarrollar varios puntos del proyecto.

También durante este PAP me di cuenta que a veces creemos que es muy fácil la exportación de un producto de un lugar a otro y que solamente necesitas los conocimientos para hacerlo, sin embargo muchas ocasiones no pensamos que debemos contemplar los obstáculos que se pueden presentar durante el camino ya que todo depende del comportamiento de la sociedad también para que un producto exportado sea exitoso en un país extranjero o

que también el mercado lo acepte y haya una persona que ayude a empujar su crecimiento en el país destino.

José Alberto Peralta Reynoso

Durante este PAP obtuve muchos aprendizajes en el ámbito profesional. Considero que el trabajar con una empresa como Idélu se presta mucho para el aprendizaje personal, y yo lo obtuve a lo largo de este proyecto. Es mi segundo semestre trabajando con esta empresa, y sólo puedo decir que he aprendido mucho. Primero que nada, aprendí a contactar con proveedores y con potenciales clientes. Al hacer esto me di cuenta de que esto es más difícil de lo que suena y que a veces pueden tardar semanas o incluso meses en darte una respuesta, por lo que tienes que ser bastante conciso con la información que les das. Otro aprendizaje que tuve fue ver cómo opera una empresa nueva, pues Sofi, la empresaria, tiene poco tiempo de haber emprendido y fundado esta empresa. Su ejemplo me motiva a emprender un negocio algún día y tomar las mismas decisiones que ha tomado Sofi. Antes yo consideraba que los emprendimientos casi no funcionan, sin embargo, ahora me doy cuenta de que con el producto correcto, los proveedores casi casi llegan solos. Otro aprendizaje que me llevé es todo el proceso de la exportación; desde la documentación que se requiere hasta las regulaciones arancelarias y no arancelarias, no tenía idea de que exportar un producto podía llegar a ser tan tedioso, pero tampoco tenía idea de que podía llegar a ser tan fructífero.

- **Aprendizajes sociales**

César A. Segura Ortega:

A mi equipo y a mí nos tocó la peculiaridad de participar en una empresa enfocada a brindar diversión a personas con capacidades diferentes. Durante este trayecto de participación, me pude percatar de que son nulas o muy

pocas las empresas dedicadas a este mercado tan interesante. De igual manera al establecer diferentes estrategias que aportarán a la internacionalización de esta empresa pude ver que dentro de este círculo, de personas con capacidades diferentes, existe mucho compañerismo, respeto, armonía y apoyo. Algo totalmente diferente a cualquier otra industria donde hay mucha rivalidad.

En mi participación de este proyecto pude contactar a una empresa española que estaba encantada de apoyar a la empresa para ingresar al mercado español. Creo que esto me dejó una grata experiencia y con muchas ganas de iniciar y seguir cualquier tipo de proyecto enfocado hacia un aporte social, al saber que cualquier proyecto con un buen aporte social lo envuelve una comunidad muy amigable, pues mis conocimientos y experiencias aprendidas en este proyecto pueden aplicar hacia cualquier otro proyecto de aporte social.

Sin duda alguna mis servicios profesionales prestados a esta empresa apoyaran a cientos y miles de personas con capacidades diferentes enfrentando sus problemas de día a día, proyectando una sonrisa en sus rostros y ayudando a todo tipo de personas a aprender y convivir más de ellos.

Paola Fernanda Cárdenas Cueto:

En este proyecto tuve la oportunidad de trabajar con una empresa que se enfocó en la innovación de su producto, fue una creación enfocada en un problema social que gira en la falta de inclusión. Pude desarrollar objetivos que eran clave para que pudiera entrar en el mercado adecuado y poder tener éxito en el extranjero, decisiones sobre que ruta es la mejor para dar a conocer el producto y por cual medio es más viable.

Este proyecto logra beneficiar en un futuro a personas con discapacidades visuales o personas que buscan conocer de forma divertida el lenguaje

braille, así más personas pueden comunicarse de dicha forma y puede ser parte de la diversión de un juego de mesa.

Creo que este proyecto va a lograr mejorar la economía del país, ya que a medida que va creciendo como empresa, también se abren más oportunidades de empleo, de exportaciones y de aprendizajes. Lo cual es algo que nos beneficia a todos como mexicanos, y como país también tener un juego reconocido en un mercado español.

Sinaí Jauregui Barba

En el presente proyecto mi equipo y yo trabajamos con una empresa que su producto se enfoca mucho en un impacto social y tenía mucha innovación ya que era un juego de mesa inclusivo para las personas con discapacidades, creo que conlleva a un gran impacto social ya que el diseño del juego permite que estas personas con discapacidad puedan jugar con personas que no sufren de ninguna discapacidad y puedan conectar de la misma manera durante el juego. Creo que este juego está lleno innovación ya que en el mercado no existe alguno igual y va a traer un gran cambio a la sociedad por que se están incluyendo a todas esas personas que muchas veces se quedan limitadas a llevar a cabo este tipo de actividades, en lo personal puedo ver mucho potencial en este ya que puede impactar en el crecimiento de los niños tanto el desarrollo de adolescentes y jóvenes y es un juego que lo pueden seguir jugando adultos y personas mayores.

Creo que después de haber desarrollado este PAP y llevar a cabo todo el proceso de exportación del juego de IDELU me siento mucho más capaz y preparada para llevar a cabo otro proyecto similar o con objetivos relacionados, debo confesar que al principio del PAP lo veía como un reto complicado porque jamás había sido parte de algo similar en la vida laboral y mucho menos había sentido la responsabilidad de que una empresa dependiera de mis decisiones o recomendaciones para llevar a cabo un plan de exportación, sin embargo creo que fue un reto superado que me siento

orgullosa de haber logrado y que quiero seguir trabajando en varios proyectos a futuro.

Como comenté previamente que el proyecto considero que tiene mucho potencial, yo consideraría que para darle un mejor seguimiento y para que siga impactando de manera positiva a la sociedad, es necesario meterle un poco de más publicidad y siento que estaría muy interesante y se podía generar un mayor cambio si este tipo de juegos se empiezan a incluir en ludotecas de niños aquí en México y en escuelas para que los niños vayan conociendo como es el convivir con todas las personas y que crezcan con la idea de que en un futuro se sigan llevando a cabo actividades inclusivas y que la sociedad sea también más inclusiva con las personas con discapacidades, también creo que sería de suma importancia que organizaciones gubernamentales que tienen grupos de ayuda para este tipo de personas dieran a conocer el juego para que este tuviera un mayor impacto en la sociedad.

José Alberto Peralta Reynoso

Idélu es una empresa con una visión inclusiva, donde todos pueden jugar y convivir de la misma manera, aunque tengas alguna discapacidad. Creo que la conciencia hacia las personas con discapacidad es algo que me llevo de este proyecto. Y no es que no la tuviera antes, sino que este proyecto me ha llevado a ver a las personas con discapacidades desde otro punto de vista, porque todos merecemos poder jugar y divertirnos. Creo que este es un mensaje muy poderoso para la sociedad mexicana, ya que normalmente no asociamos los juegos de mesa con la inclusión.

Después de este proyecto me siento más capacitado para convivir con personas que sufren alguna discapacidad, e incluso me siento más en confianza, ya que un juego de mesa puede ser un buen pretexto para conocer a alguien. Considero que *Sprooch* debería comercializarse más aquí, en México, y no solo enfocarse en España, ya que tanto el producto como las

connotaciones que este lleva son ideales para que las familias mexicanas pasen un buen rato.

- **Aprendizajes éticos**

César A. Segura Ortega:

La experiencia de haber participado en este PAP fue muy grata para mí, pues como antes menciono la empresa en la que nos tocó participar se enfoca a crear juegos para la diversión y el aprendizaje de personas con capacidades diferentes con problemas de vista, sordera o mudos.

La empresaria tomó la decisión de llevar sus productos a otros países y nuestro papel fue apoyarla con nuestros conocimientos adquiridos en la carrera para que ella lo logre. Nuestro equipo tomó la decisión de buscar diferentes organizaciones y distribuidores que apoyan a personas con estas discapacidades para que la empresa logre una mayor difusión y alcance, para que sus productos puedan llegar a más personas.

Después de haber sido parte de este proyecto me quede con el entusiasmo y la idea de formar parte de grandes proyectos interesantes que pueden apoyar a muchas personas, de diferentes formas, logrando acceder a productos que les sean de ayuda para lograr un buen desarrollo personal. En especial a aquellas con capacidades diferentes, que sin duda es un mercado muy amplio, interesante, lucrativo y con necesidades particulares que no todas las empresas cubren.

Paola Fernanda Cárdenas Cueto:

Esta experiencia me llevó a recapacitar la forma en la que se puede innovar, antes de este proyecto yo veía únicamente las oportunidades de innovar en materia que no estaba enfocado especialmente en la minoría, pero con este

proyecto puede tener la oportunidad de conocer más a fondo una empresa que pronto exportará y al mismo tiempo innova en productos de inclusión.

La experiencia me lleva a buscar eso mismo en mi vida profesional, poder ejercer y tener un propósito social que beneficie la calidad de vida de muchos. Ejerceré mi profesión para el bienestar de las personas, pero al mismo tiempo lograr un beneficio para la economía mexicana.

Sinaí Jauregui Barba

Considero que gracias a este proyecto he podido ampliar mis perspectivas de vida y de cambiar un poco los planes de proyectos personales que tengo en mente, previamente a estar en este PAP creo que nunca me había pasado por la cabeza en innovar en algún producto o servicio que beneficiará a toda la sociedad en una manera inclusiva, solo pensaba en tener un negocio que contribuye a la sociedad pero no pensaba en incluir a las personas con discapacidades y no porque no quisiera sino porque nunca antes lo había pensado, y creo que tanto a manera de negocio como a manera de solidaridad es una muy buena idea porque esas personas tienen las mismas necesidades que todos y hay veces que no tienen todas las herramientas para poder llenarlas, creo que el tener como plan de vida un proyecto en el cual puedas ayudar a todos sin discriminar a alguien es un cambio muy impactante que se puede ir transmitiendo de generación en generación y tener un cambio constante en la sociedad.

Considero que se debe de hacer conciencia y fomentar a las personas que se generen más proyectos inclusivos que también generen ingresos pero que no se considere que sólo los ingresos monetarios son el éxito si no que también el poder ayudar a la sociedad a ser una misma.

José Alberto Peralta Reynoso

Considero que en este proyecto se logró más que simplemente incrementar las utilidades de la empresa, o vender más. Este proyecto nos ayudó a contribuir a la sociedad de una manera inclusiva y que todos puedan participar. Creo que, con este proyecto, pudimos acercarnos más a quienes tienen discapacidades. Considero que, aunque aún no estoy listo para llevar un proyecto así por mi cuenta, ahora tengo todo mucho más claro y podría aportar mucho a un proyecto de este tipo.

El impacto que esperé generar desde el inicio en este proyecto fue uno positivo y de inclusión. Antes, no sabía que un proyecto de esta índole podía tener tanto potencial y éxito. Sin embargo, ahora puedo darme cuenta de la magnitud del proyecto, no solo para nosotros, sino para el grupo social hacia el que el proyecto está destinado: quienes tienen discapacidades. Mis acciones en este proyecto iban dirigidas hacia ellos y para ellos, ya que el impacto social que planeamos generar va directamente hacia ellos.

- **Aprendizajes en lo personal**

César A. Segura Ortega:

El haber participado en este PAP me ayudó a poner en práctica mis conocimientos, afirmando así que soy capaz de participar en una organización real. De la misma forma conocí mi alcance como organizador de un proyecto definiendo y apegándose a las fechas de avances de entrega.

Gracias a la unión del equipo aprendí que todas las personas desarrollamos diferentes habilidades y que es de vital importancia resaltar y lograr que cada uno de los miembros del equipo expresen y se involucren con lo que son mejores para aportar al proyecto.

En otras circunstancias, este proyecto también nos llevó a convivir con la pluralidad y diversidad social, al tratarse de una organización enfocada al

mercado de personas con capacidades diferentes. Esto provocó un desarrollo en mi capacidad para aprender a convivir, tratar y participar con personas de otros países, con distintas ideas, gustos y otras culturas.

Paola Fernanda Cárdenas Cueto:

Este proyecto PAP me dio la oportunidad de expandir mi panorama profesional, me dio la oportunidad de poner en práctica aprendizajes que tenía y sin embargo no había tenido en qué ponerlos en acción.

Pude reconocer los problemas que existen en la sociedad y como hay muy poca existencia de productos incluyentes en el mercado, entonces creo que existe una gran oportunidad de crear ese beneficio y además aumentar la actividad comercial en el país.

Para mi proyecto de vida será de gran apoyo, porque ahora tengo una visión de lo que me gustaría incluir dentro de la organización en la que trabaje o en caso de yo fundar una.

Sinaí Jauregui Barba

Este PAP me ayudó mucho para conocerme a mí ya que me permitió desarrollar muchas nuevas aptitudes y estrategias para manejar nuevas situaciones en mi vida diaria tanto en el ámbito personal como en el profesional, me conocí más en cómo manejo mi organización en base a los tiempos de entrega y como debo de organizarme con mis demás actividades para que todo me saliera en su debido tiempo, me permitió ver hasta dónde puede llegar cuando me lo propongo y saber que soy capaz de llevar mis aprendizajes a la práctica y a la vida laboral.

También me ha motivado mucho a seguir adelante y buscar lograr mis metas al concluir la carrera, creo que el poder ver tu trabajo y lo que lograste durante un proyecto así es una gran fuente de motivación. También considero que durante este proyecto puede desarrollar mucho mejor el trabajo en equipo, el

saber escuchar a mis compañeros y el poderse comunicar con ellos de una manera funcional, creo que todas las personas tenemos algo que aportar y que muchas cabezas piensan mejor que una, considero que logramos grandes resultados ya que todos nos vimos motivados e interesados de la misma manera en el proyecto y gracias a que también todos tuvimos una muy buena disposición se pudieron obtener los resultados que se mostraron.

Me quedo con todo lo aprendido para ponerlo en práctica en mi proyecto de vida laboral, a esto me refiero a el saber comunicarse con los demás de una manera asertiva, también a plantearme mis objetivos desde un principio y el desarrollar un plan para lograrlos, ser perseverante en lo que quiero y tener paciencia para conseguirlo, a generar búsquedas estratégicas y funcionales sobre lo que quiero realizar, y al tomar en cuenta a la sociedad cuando quiera innovar o hacer un proyecto nuevo.

José Alberto Peralta Reynoso

En lo personal, me llevo muchos aprendizajes de este proyecto. Primero que nada, la decisión de quedarme por segundo semestre consecutivo en este PAP se ve reforzada por todo lo que aprendí tanto este como el semestre pasado. Considero que este proyecto me ha ayudado a crecer tanto profesional como personalmente, pues aprender de inclusión social es algo que te cambia la vida y realmente te hace verla desde otra perspectiva.

También me llevo lo profesional, ya que considero que hicimos un excelente trabajo en este proyecto, lo cual me ayudará muchísimo en mi vida profesional. Antes de este proyecto no sabía hacer varias cosas de mi carrera, y vine a aprenderlas aquí poniéndolas en práctica, como el cubicaje.

Mi equipo fue ideal, pues todos mostramos el mismo compromiso para alcanzar el objetivo final, y también me llevo a mis compañeros como posibles socios en un futuro, pues trabajamos muy bien. En general, me

gustaría agradecer a Montserrat por habernos guiado y por ser tan paciente con nosotros.

5. Conclusiones

Conclusión propuesta de producto / marca:

En esta parte del proyecto se llevaron a cabo elementos como la propuesta de valor o las estrategias de posicionamiento que el producto va a llevar a España. Todo esto con la intención de posicionar la marca de Idélu en el país destino, tomando en cuenta el tipo de mercado que tiene un producto como *Sprooch*, así como otras estrategias que pueden ser de gran utilidad. Estas estrategias se dividieron en tres: Influencers, promoción en redes sociales y un centro de educación inclusiva.

Primero, se buscó un influencer español para promocionar el producto *Sprooch*. Se encontró a un influencer, Enrique Bernabéu, que tiene una discapacidad. Esto era importante, ya que, a pesar de que Enrique no padece la misma discapacidad que podría tener nuestro mercado meta, sí tiene cierto nivel de sensibilidad hacia estos temas, y de igual manera su audiencia, así que se decidió que Enrique sea el primer influencer en promocionar a Idélu. Se contactó a su agencia para ver los detalles de la colaboración y esta nos dio un rango de precios por diversos tipos de promoción.

Recomendaciones: En este caso se recomienda pagar 650 euros por un TikTok, ya que es ahí donde Enrique tiene la mayor parte de su audiencia y tiene una gran cantidad de seguidores (293,000) que podrían estar interesados en *Sprooch*.

La segunda estrategia que se llevó a cabo fue la de pagar por publicidad en línea en el país destino. Después de buscar los rangos de precio para tener publicidad en Facebook, se encontró un grupo llamado ONCE, (Organización Nacional de Ciegos Españoles) el cual es una comunidad para personas ciegas. Este grupo puede ser de gran provecho para Idélu, ya que ellos aceptaron recibir una copia de Idélu para después promocionarla en su grupo de Facebook.

Recomendaciones: Se recomienda la participación en este grupo dado su alcance.
(43,000 likes)

Por último, la tercera estrategia que se espera implementar fue la de contactar a un centro de educación inclusiva en España para ver si les interesa el producto. Se contactó al CRE para hacer promoción al producto y conseguir más clientes en el país destino.

Recomendaciones: Se recomienda enviar una muestra de *Sprooch* a este centro para que así este sea evaluado internamente y al tenerlo en dicho centro, poder conseguir más clientes que disfruten del juego.

Conclusión plan de marketing:

En este punto se buscó de varias maneras, posicionarse de alguna manera en España. Se desarrollaron tres aspectos en este punto: una lista de precios de productos similares, un calendario de ferias y eventos y la búsqueda de proveedores en el país destino.

Primero se elaboró la lista de precios, donde, después de analizar los productos similares, se concluyó que *Sprooch* no tiene competidores directos, dada la unicidad del producto. Se encontraron juegos de destreza mental y estos fueron los que se llevaron a la lista de precios. El hecho de que *Sprooch* no tenga un potencial competidor, es algo bueno para las ventas que este pueda tener, ya que es único en su categoría.

Después, se elaboró un calendario con ferias y eventos de juegos de mesa y/o educación inclusiva. Solo se encontraron dos eventos, de los cuales uno ya pasó y el otro, World Blindness Summit, no ha sido anunciado.

Recomendaciones: Se recomienda bastante estar pendiente de este último, pues sería un lugar ideal para llevar *Sprooch* y conseguir nuevos clientes.

El tercer punto fue la búsqueda de distribuidores en el país destino. En este caso, se contactó a 13 potenciales distribuidores, de los cuales dos estuvieron interesados en llevar *Sprooch* a sus tiendas.

Recomendaciones: La recomendación aquí sería mantener contacto con dichos proveedores y trabajar con ellos para promocionar el producto.

Conclusión selección del medio de transporte:

Después de haberse llevado a cabo la cotización con la empresa DHL en base a el envío de la mercancía al país destino se seleccionó como medio de transporte el modo aéreo ya que es el que se recomienda como mejor opción para el tipo de producto que se desea enviar, además de que tardaría menos en llegar al país destino y tiene un precio considerable en cuanto al peso y las medidas de la caja. Lo que se valoró también de la empresa DHL que hizo que fuera la primera opción para la empresa IDELU, es que por aperturar una cuenta se aplicaría un 40% de descuento en el envío. Como recomendación para la empresa IDELU se le da que después de haber terminado todo este proceso de investigación, le sigan dando continuidad a el proyecto y permanezcan en contacto con la empresa DHL ya que manejan diferentes tarifarios para los diferentes países destino, y si en dado caso la empresaria desear enviar el producto a diferentes países es importante que valore los precios que le ofrece la empresa ya que se considera que es una de las que maneja mejores precios, y como segunda y última recomendación sería que conforme tengan el contacto constantemente con DHL siempre estén al tanto de las ofertas que la empresa proporciona y que se esté preguntando constantemente qué descuentos les pueden aplicar para que tengan mayores beneficios.

Conclusión diseño de la ruta:

En este apartado se concluyó que el producto se debe enviar en su caja usual, enviando lotes de 140 juegos empaquetados en cajas de cartón corrugado con medidas de 60 largo x 28 alto x 30 ancho cm. Acomodados en 6 niveles de 24 cajas

con el siguiente acomodo 10.5 largo x 6.5 alto x 3.8 ancho. Así mismo se definió que la mejor opción para llevar a cabo el flete es conferir el servicio a la empresa de logística DHL quien maneja un tiempo estimado de envío a el país de España desde la ciudad de Guadalajara de dos días hábiles. Esta empresa fue seleccionada por los descuentos otorgados y buenos estándares que ofrece. DHL por su parte ya ofrece los servicios de sus propios agentes aduanales quienes se encargaran del despacho de la mercancía; esta agencia aduanal se llama CODEX con quienes habrá que aperturar una cuenta.

Recomendaciones: Se le recomienda a la empresaria aperturar la cuenta en CODEX con la documentación necesaria descrita en el apartado 3.1.2.4 de este documento, posteriormente se le recomienda preparar los lotes a enviar en sus empaques y acomodos descritos. Así mismo, cuando la empresa lo determine, se le recomienda realizar el envío de los lotes que se deseen enviar, cotizando los costos en el tabulador incluido en el anexo 2.

Conclusión regulaciones:

En el tema de las regulaciones, se pudo concluir que el producto no tiene muchas barreras que hagan difícil su entrada al país destino. Como es un producto que no es peligroso para la salud de quien los usa, España no tiene restricciones o permisos que necesiten presentar al momento de adentrar el producto.

Sin embargo, sí debe contar con todas las etiquetas necesarias en la caja del producto final, esto para que los jugadores puedan tener información esencial del juego, como su edad mínima, su número de jugadores, las instrucciones del mismo, su país de fabricación, entre otras previamente ya mencionadas.

Recomendaciones: Se recomienda que Idélu cumpla con estas etiquetas en la caja de su producto, para que su producto tenga fácil acceso y pueda ser utilizado por consumidores Españoles. Estas etiquetas deben ser en el idioma de destino, entonces se recomienda que si ya están las etiquetas en la caja, que sean redactadas en la gramática Española.

Conclusión documentación para exportar:

La documentación que se requerirá para exportar el producto de la empresa IDELU fueron los documentos previamente mencionados los cuales fueron sacados de la Ley Aduanera artículo 36A, estos tendrán una función primordial para poder exportar el producto del país apegándose a regulaciones del mismo.

Recomendaciones: Se le recomienda a la empresaria mantenerse informada sobre alguno de los cambios que posiblemente pueda haber en los requerimientos de la documentación y darle continuidad a este proceso para que la empresa Idelú siga adelante con la ejecución del proyecto de exportación de su producto.

6. Bibliografía

APD. La capacidad de los influencers en la decisión de compra (2019) sitio web: <https://www.apd.es/influencers-decision-compra/>

Comercial Tangram. (2022). Tangram. Abril 2022, de Comercial Tangram Sitio web: <https://www.tangram.es/contacta.html>

Dispersa Juguetes, S.L. (2022). Dispersa Online. Abril 2022, de Grupo Comercial Dispersa Sitio web: <https://dispersajuguetes.com/>

Eduardo y María. (2022). Mumuchu. Abril 2022, de Mumuchu Sitio web: <https://www.mumuchu.com/contacto/>

Espacio de Juegos. (2022). Espacio de Juegos Web. Abril 2022, de Espacio de Juegos Sitio web: <https://www.espaciodejuegos.es/sobre-nosotros-espacio-de-juegos/>

Grupo Comercial Feran. (2022). DIDECO. Abril 2022, de Feran Sitio web: <https://www.dideco.es/>

Juguetes Toys Land. (2022). Mayoreo Toys Land. Marzo 2022, de Juguetes Toys Land Sitio web: <https://juguetestoysland.es/>

Ley Aduanera, Art 36A. Sitio Web: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LAdua.pdf>

Ludoteca Veo Veo. (2022). Ludoteca Veo Veo. Abril 2022, de Ludoteca Veo Veo Sitio web: <https://www.ludotecaveoveo.es/>

Market Access. (2020). Market Access Conditions. 10/03/2022, de MarketAccess.com Sitio web: <https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=724&partner=484&product=950490&level=6>

Ministerio de la Presidencia. (2011). Real Decreto sobre la Seguridad de los Juguetes. 15/03/2022, de Agencia Estatal Sitio web: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2011/08/26/1205/con/20201107>

Paloma Blanco Perales. (2022). Juegos Nómadas. Abril 2022, de Juegos Nomadas Sitio web: <https://juegos-nomadas.com/contacto/>

Statista. Distribución porcentual de la población que clicaba sobre los anuncios que encontraban en las redes sociales en España en 2021, según frecuencia (2021) Sitio web: <https://es.statista.com/estadisticas/943848/frecuencia-de-clicado-sobre-los-anuncios-en-redes-sociales-espana/>

THINKIDZ, S.L. (2022). MiniKids. Abril 2022, de THINKIDZ Sitio web: <https://www.minikidz.es/>

TocToys Group. (2022). TocToys Tienda. Marzo 2022, de TocToys Group Sitio web:
<https://toctoys.com/contacto/>

Toy Planet Shops. (2022). Toy Planet page. Abril 2022, de Toy Planet Sitio web:
<https://www.toyplanet.com/es/inicio>

Toys R us. (2022). Toys R US Contact. Abril 2022, de Toys R us Sitio web:
<https://www.toysrus.es/>

TradeWizard (2020) Trade Wizard 10/03/2022, de
<http://www.lci.com.mx.ezproxy.iteso.mx/CLTWSA/?siteID=74>

Zacatrus, S.L. (2022). Zacatrus. Abril 2022, de Zacatrus Sitio web:
<https://zacatrus.es/condiciones-generales.html>