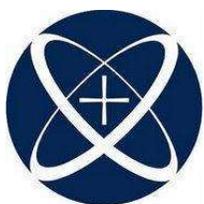


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

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



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas
CEDECOM Internacional - Spes Nova**

PRESENTAN

Lic. Comercio y Negocios Globales. Mariana Álvarez Contreras

Lic. Comercio y Negocios Globales. Jessica Livier Cisneros Huerta

Lic. Comercio y Negocios Globales. Pablo Andrés Borboa Osuna

Lic. Finanzas. Andrés Coronado Valdez

Profesores PAP: Carlos Rikken Ramírez & José Manuel Allera Mercadillo

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2023

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	3
1. Introducción	4
2. Planeación y seguimiento del proyecto	7
3. Desarrollo	12
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	34
5. Conclusiones y recomendaciones	42
6. Bibliografía	45
7. Anexos	46

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

Esto ha probado ser particularmente útil, ya que proporciona a los estudiantes con saberes más enfocados hacia a la práctica en situaciones dentro las organizaciones, lo cual les permite incrementar su valor como profesionistas de manera simultánea a que los mismos realicen un trabajo de labor social, lo cual genera una relación sinérgica con las empresas o asociaciones civiles a las cuales apoyan.

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

Resumen

En el presente trabajo se dio continuidad al proyecto del semestre Primavera 2023, con la finalidad de cumplir con el objetivo inicial de apoyar artesanos que se encuentren en situación económica escasa, de manera que se dio seguimiento a la comunicación con los artesanos que anteriormente fueron seleccionados, además de integrar a nuevos prospectos, y mientras se garantizaba el cumplimiento del perfil, los estándares de calidad, tiempos de entrega, así como el interés en la exportación de sus productos.

Dichos objetivos se alcanzaron a través de un plan de trabajo establecido desde el inicio del período, donde cada integrante del equipo estuvo a cargo de un tema en específico. Estos temas se conforman de la búsqueda de nuevos artesanos, la comunicación con el artesano con el que se llevó a cabo la primera exportación a Spes Nova, así como la presentación de una propuesta comercial a la Tienda Soy ITESO.

Es así, entonces que, al finalizar este proyecto, fue posible identificar más artesanos con el perfil buscado y sumarlos tanto a la propuesta comercial con Spes Nova, como a la Tienda Soy ITESO. Además, se establecieron las pautas para desarrollar una extensión de Spes Nova en México, donde sea posible ampliar la red comercial de los artesanos dentro del mercado mexicano.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

SPES NOVA es un proyecto que nace a partir del deseo de expandir productos de diferentes países como México, Colombia y Sudáfrica hacia Estados Unidos, donde se tiene el apoyo de la universidad de Fordham, así como ITESO (México), para llevar a cabo la comercialización de dichos productos.

Actualmente el mercado de artesanos en México está creciendo considerablemente, sin embargo, aún no se está pagando el precio justo ya que la cultura de los consumidores en México no valora al 100% la mano de obra, el proceso y el significado de lo que representa la artesanía en nuestro país.

El proyecto busca apoyar la economía y la cultura artesanal auténtica, fomentando el comercio justo para los artesanos y abasteciendo una gran demanda en Estados Unidos. Se realizó una investigación por medio de DENUE para ver el número de unidades económicas del sector artesanal para ver el tamaño del mercado dentro de la república mexicana, con el fin de ver el impacto que podemos tener al ayudar a un artesano.

- Número de unidades económicas del sector artesanal:
 1. Tlaquepaque y Tonalá: 346 unidades económicas.
 2. República mexicana: 10,075 unidades económicas.

Tan solo los municipios de Tlaquepaque y Tonalá representan el 3.4% de la producción artesanal en la república.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

Spes Nova detectó una necesidad en un grupo específico de personas: generar oportunidades para artesanos que cuentan con un ingreso económico bajo de distintos países para impulsar sus productos de manera nacional y en el extranjero, así como, darse a conocer y aumentar sus ingresos. La participación del ITESO con una institución como Spes Nova permite explotar sus recursos y sus medios para trabajar de manera contigua y ayudar a alguien externo en donde ninguna de las dos instituciones obtiene un beneficio económico, sino que permite que los alumnos creen conciencia y se pongan en los zapatos de los artesanos.

En conjunto con Spes Nova, el ITESO apoya a los artesanos con todo el proceso de exportación para que sean capaces de enfocarse en el producto y obtener mayores ganancias, y, en consecuencia, un mayor reconocimiento por el mercado.

Un aspecto importante a tomar en cuenta es que las universidades colaboran con este PAP para poder valorar de igual manera, qué productos tienen potencial de ser exportador, y, por tanto, pueden llegar a alcanzar un mercado poco explorado y el cual difiere en varios puntos clave de nuestro entorno local. Una de las desviaciones primarias es el poder adquisitivo, pero que este proyecto, de aplicarse con efectividad, puede ayudarlos a conseguir un mercado más diversificado y un mayor grado de estabilidad hacía todas sus operaciones.

1.3 Objetivo general

El principal objetivo que se busca abordar por medio del proyecto consiste en apoyar a artesanos que se encuentren en una situación económica desfavorable en donde sus ingresos dependan de la creación de sus productos artesanales, y que en conjunto con Spes Nova, se logre trabajar una serie de propuestas comerciales, y con las que, eventualmente, el artesano y su familia pueda obtener una mejor calidad de vida y una proyección internacional de sus productos.

1.4 Objetivos específicos

1. Explorar nuevos productos para su venta a Spes Nova, así como búsqueda de artesanos potenciales.
2. Retomar comunicación con Spes Nova y compartir propuestas.
3. Obtener prototipos de producto por parte del artesano César Lucano.
4. Presentar propuesta comercial entre artesanos e ITESO a las autoridades pertinentes.
5. Desarrollar planes de trabajo referentes a la coordinación con artesanos, y al anexo comercial “México” en la página de Spes Nova.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

El equipo está conformado por 4 estudiantes, 3 de ellos, siendo de la carrera de Comercio y Negocios Globales, mientras que el último está a punto de graduarse en Finanzas. Contamos también con el apoyo de 2 profesores con extensa experiencia que estuvieron disponibles para asesorías necesarias en la elaboración del proyecto. Estas asesorías se llevaban a cabo 4 veces por semana, y estaban principalmente enfocadas en la resolución puntual de dudas, el apoyo a través del conocimiento empírico transmitido por nuestros instructores y la definición de objetivos claros en el proyecto, proveyéndonos de esta manera de una guía sobre adonde queríamos llegar.

Para la comunicación interna del equipo de trabajo se utilizó WhatsApp, mientras que nuestras que las sesiones de trabajo y los entregables se llevaron a cabo mediante Google Drive, de esta manera, se facilitó el trabajo simultáneo de todos los integrantes del equipo. Con respecto al plan de trabajo, se explicará en el siguiente punto por medio de un cronograma bien definido en el cual se mantuvo un registro de las actividades realizadas por cada miembro.

Para la búsqueda de perfiles potenciales de artesanos se utilizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el cual proporciona métricas de actividad económica importante, así como información clave sobre la cual es posible optar por construir una robusta cartera de contactos sobre la cual alimentar el *pipeline* de productos.

Primero se debe realizar una investigación de mercados en DENUE, es decir, hacer un sondeo para ver qué artesanos cumplen con el perfil. Más adelante se analizó su compromiso respecto a tiempos de entrega y estándares de calidad.

Posteriormente, se programó una cita con el artista para platicarle sobre el proyecto de SPES NOVA, explicarle lo que hacemos y que nos muestre su trabajo, así como el proceso por medio del cual hace su artesanía. Es importante obtener una muestra sobre el producto que estaríamos comercializando ya sea a la universidad de Fordham o ITESO.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

Cronograma de trabajo Verano 2023			
Plan de trabajo		Responsable	Período
Tema 1 Artesano actual	Retomar contacto y propuesta de nuevo producto	Pablo	Semana 1
	Observaciones de página web Spes Nova	Andrés	
	Desarrollo de idea y aterrizaje de plan	Jessica	
	Consulta en DENUE de artesanos	Mariana	
Tema 2 Spes Nova	Búsqueda de nuevos artesanos	Todos	Semana 2
	Presentar propuestas a César por medio de videollamada	Pablo	
	Propuesta a Tienda ITESO de productos con la mascota	Jessica	
	Filtro de unidades económicas	Mariana	
Tema 3 Tienda ITESO	Visita a César Lucano	Todos	Semana 3
	Minuta de visita a taller de César Lucano	Pablo	
	Reunión virtual con Erick Rengifo y Saujan	Todos	

	Khapung (Spes Nova)		
	Minuta de reunión con Spes Nova	Andrés	
	Acercamiento con Claudia Ibarra (Dir. DEAM) y Luis Cuéllar (Dir. General Académica)	Jessica	
	Tabla con el perfil general de los artesanos	Mariana	
Tema 4 Nuevo artesano	Acercamiento con Lili Gómez sobre propuesta de artesanías de tlacuache	Todos	Semana 4
	Borrador Plan de negocio Artesanos	Jessica y Pablo	
	Borrador Plan de negocio Spes Nova - México	Mariana y Andrés	
Tema 5 Plan de negocio Artesanos	Visita a Jorge Cisneros	Todos	Semana 5
	Minuta visita a taller de Jorge Cisneros	Mariana	
	Distribución de apartados en el PNA	Jessica y Pablo	
	Distribución de apartados en el PNSN-MX	Mariana y Andrés	
Tema 6 Plan de negocio Spes Nova - México	Corrección de acuerdo a comentarios	Jessica y Pablo	Semana 6
	Corrección de acuerdo a comentarios	Mariana y Andrés	
Tema 7 Recomen	Detalle de últimos aspectos	Jessica y Pablo	Semana 7

daciones y conclusio nes	Detalle de últimos aspectos	Mariana y Andrés	
	Presentación final	Todos	Semana 8

A continuación, a través de este proceso cronológico presentamos los avances que se tuvieron que hacer paso para concretar el proyecto de una manera óptima. La primera parte del proceso consistió en identificar funciones que seguiríamos como grupo para retomar el progreso que se había logrado por el equipo anterior en el semestre primavera 2023, todo el proceso de retomar contacto, revisar documentos previos sobre con qué conclusiones habían dado, familiarizarnos con la organización y universidad con la que estaríamos trabajando durante el verano.

En la 2da. semana, subsecuentemente, uno de los propósitos principales fue el tener contacto con una nueva base de productores y desde luego darle seguimiento a los previamente manejados, como fue el caso de César Lucano. Durante la 3era. semana pusimos un enfoque especial en cómo los artesanos se pueden relacionar con el proyecto que estamos manejando en la universidad de Fordham, más adelante en esta misma también recurrimos a posiciones de autoridad en el ITESO para conocer la viabilidad de nuestras propuestas.

A continuación, en la semana 4, continuamos conociendo más de los lineamientos que como organización el ITESO tiene, los cuales debíamos cumplir si queríamos contar con el canal de distribución que es la tienda “Soy ITESO”. Adicionalmente a eso se elaboraron los grandes pilares para el desarrollo del proyecto, uno marcando la relación con los artesanos y otro definiendo el plan de trabajo con la organización Spes Nova, afiliada a la Universidad de Fordham.

En la semana 5, finalmente pudimos tener aproximación con un nuevo asociado, Jorge Cisneros, un artesano prometedor en la zona de Tonalá, el cual se especializa en trabajo en cerámica y dadas las necesidades impuestas sobre nosotros y costos

de transporte, pensamos en uso decorativo. Mientras que las últimas 2 semanas del proyecto serán dedicadas a corrección y consolidación de proyectos, aquí es donde se ve reflejado el trabajo del verano se preparan 3 entregables, así como una presentación final de los mismos.

2.3 Productos y entregables

Por una parte, durante este período se desarrolló un plan de trabajo para lograr una colaboración exitosa entre la tienda Soy ITESO y artesanos de la ZMG. Dicho documento tiene como objetivo establecer una sinergia comercial en la cual se definan los productos que los artesanos fabricarán y se validen mediante un comité institucional. Además, se contempla la venta de estas artesanías tanto en la tienda física Soy ITESO como a través de un canal de venta en línea. Para llevar a cabo esta operación de manera eficiente, se coordinarán diversas actividades, entre las que se incluyen el embalaje y transporte de los productos, la gestión de compras, el almacenaje de la mercancía y el proceso de cobranza.

De igual manera, se desarrolló un plan de negocio detallado donde en él, se explica de manera concisa cada uno de los puntos que se deben seguir ya sea para aprovechar el sitio web existente de Spes Nova o para la creación y desarrollo de un sitio web exclusivamente para México, esto con la finalidad de presentar de manera online los nuevos productos artesanales para su venta, así también como para facilitar la obtención de estos mismos. Para lograr lo anterior, se tomaron en cuenta una serie de actividades que deberán llevarse a cabo paso a paso para que su funcionamiento sea correcto y eficiente, esto con el apoyo actual del equipo de Spes Nova de Fordham.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

El talento y la creatividad de la artesanía mexicana tiene su origen en el arte prehispánico, es reconocida alrededor del mundo, y forma parte del patrimonio cultural de México. Sus figuras peculiares y colores llamativos expresan el espíritu de nuestro país, atrayendo la atención de diversos mercados y esta actividad representa más de 4% del Producto Interno Bruto (PIB) que genera el turismo en México (El Economista, 2018). Esto demuestra su importancia como atractivo turístico y su potencial para generar ingresos.

A pesar de la relevancia de la artesanía mexicana, se ha identificado una falta de inversión en este sector. Se identifican conductas de discriminación hacia los artesanos, y desafíos frente a la remuneración justa de su trabajo. Estos factores afectan la productividad y competitividad de los 12 millones de artesanos mexicanos (El Economista, 2018) y de tener acceso a las herramientas adecuadas, podrían mejorar su situación y percibir mayores ingresos por sus ventas. La implementación de estrategias que impulsen la profesionalización, la innovación, el acceso a mercados y la equidad en la cadena de valor podrían contribuir a una mejora sustancial en la calidad de vida de millones de artesanos mexicanos.

De esta manera, Spes Nova funciona como un apoyo que cataliza el éxito de estos proyectos al brindar asistencia mercadológica y financiera. Esta red busca crear un cambio positivo y duradero en proyectos alrededor del mundo, donde su criterio de selección se basa en el grado de repercusión que tendría este apoyo tanto en el negocio del artesano, como en su estilo de vida. De esta manera, la organización buscará un perfil específico para los artesanos con los que decida trabajar, donde da prioridad a aquellos cuyo taller es menor a 5 personas, se encuentra en zonas rurales o de bajos recursos. La organización también tiene estipulados criterios con

respecto al contexto financiero, estándares de vivienda, alimentación, y salud del artesano.

Bajo la misma filosofía de buscar nuevas oportunidades para artesanos, la tienda institucional de la universidad ITESO (Tienda Soy ITESO), sigue un esquema de comercio justo donde apoya proyectos indígenas de todo el país. Asimismo, promueve la participación de los alumnos dentro de sus actividades de desarrollo, producción y diseño de artículos que se pondrán a la venta. Es así entonces, que se abre la posibilidad de establecer un nuevo punto de venta para los productos de los artesanos con los que se colabora en este proyecto, adicional al actual en la Universidad de Fordham.

3.2. Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

El desarrollo del proyecto se basó principalmente en la división de 2 pilares, el trabajo con el artesano, en contraparte a la relación y trabajo acorde a la institución de Spes Nova USA.

Por una parte, en el plan de trabajo con respecto a los artesanos, se definieron las estrategias que permitirán la sinergia comercial entre artesanos de la ZMG, y la tienda Soy ITESO, así como con Spes Nova. En este plan de negocio, se contemplan los productos que fabricarán los artesanos, su validación a través de un comité institucional, la venta de las artesanías tanto en la tienda Soy ITESO, como en un canal en línea. Asimismo, se coordinarán actividades propias de la ejecución de esta operación, como lo es el embalaje y transporte, compras, almacenaje y cobranza:

PLAN DE NEGOCIO ARTESANOS

ARTESANO

- Perfil en función al impacto en su estilo de vida

El criterio de selección aplicado por Spes Nova se basa en el grado de repercusión que tendrían estos apoyos tanto en el negocio del artesano, como en su estilo de vida. De esta manera, la organización buscará un perfil específico, donde da prioridad a aquellos cuyo taller es de 0 a 5 personas, se encuentra en zonas rurales o de bajos recursos, y algunos de los municipios contemplados son Tlaquepaque y Tonalá. La organización también tiene estipulados criterios con respecto al contexto financiero, estándares de vivienda, alimentación, y salud del artesano. Estos factores se determinan como “métricas de impacto” en un modelo de entrevista previamente creado por Spes Nova. Estas métricas, así como el formato para reportarlas y las preguntas establecidas por el equipo del PAP CEDECOM del ITESO, puede ser consultado en el Anexo I del presente documento.

Con el objetivo de que tanto Spes Nova como sus clientes, perciban el producto más cercano, se busca mostrar en la página el perfil del artesano, donde aparezca su fotografía, historia y breves videos sobre el proceso de elaboración.

Artesano	Fotografía	Sinopsis	Videos
César Lucano (33 3107 5504)		César Lucano es artesano de San Pedro Tlaquepaque, México, perteneciente a la cuarta generación de artesanos en su familia. Aunque ha estado practicando esta profesión durante 10 años, se especializa en el uso del barro policromado en frío, en contraste con la técnica tradicional del barro petatillo que se encuentra en	*

		<p>peligro de desaparecer.</p> <p>César decidió dedicarse a la artesanía debido a dificultades económicas y a los desafíos del ámbito artístico en el país, habiendo tenido previamente experiencia como muralista y pintor al óleo. Su taller ha sido oficialmente reconocido por el gobierno como un espacio de trabajo artesanal, y sus obras han sido exhibidas en museos, exposiciones y adquiridas por clientes internacionales, lo que resalta la calidad de la artesanía mexicana.</p>	
<p>Jorge Cisneros (33 3131 3727)</p>		<p>Don Luchas es un artista talentoso que ha logrado fusionar su pasión por la cerámica y la lucha libre, creando obras únicas y reconocidas en el ámbito artístico.</p> <p>Jorge Cisneros Peña, es un artista originario de Guadalajara, Jalisco, que se dedica tanto a la cerámica como a la lucha libre. Comenzó a involucrarse en ambos campos a una temprana edad y se convirtió en un experto en cerámica de alta temperatura. A lo largo de los años, Don Luchas ha creado piezas originales con temáticas de lucha libre, incluyendo joyería, tazas y esculturas. Su trabajo ha sido reconocido tanto a nivel local como nacional, participando en el Premio Nacional de la Cerámica en múltiples ocasiones.</p>	<p>*</p>

		Además de su labor como artista, Don Luchas ha tenido la oportunidad de exhibir sus obras en la Arena Coliseo de Guadalajara y ha sido invitado a programas de radio especializados en lucha libre. También ha creado piezas personalizadas para luchadores y músicos reconocidos. En la actualidad, Don Luchas es propietario de "La Fábrica de Luchadores" en Guadalajara, donde combina la lucha libre con la cerámica y otros materiales para crear piezas auténticas y originales.	
Blanca Gutiérrez (33 1467 7733)		Blanca es originaria de la Ciudad de México, ha tomado talleres de varias técnicas artesanales y vidriado sin plomo. Está registrada como artesana de Tlaquepaque, principalmente realiza souvenirs, joyería en barro y piezas utilitarias. Ha dado algunos talleres de barro, papel maché y pintura decorativa, y ha participado en algunas exposiciones colectivas. Sus piezas las tiene en venta en la Casa de la Artesanía de Tlaquepaque, así como en una galería en el mismo municipio.	*
Silvia Barboza (33 1185 3294)		Silvia, una artesana de San Pedro Tlaquepaque, México, sigue el legado de su familia en la cerámica. Con un taller establecido desde 1820, sus antepasados vendieron utensilios de barro durante la guerra de independencia. A pesar de tener la libertad de elegir su camino, Silvia se	*

		<p>apasiona por la cerámica desde pequeña y continuó la tradición familiar.</p> <p>Su taller se destaca por su compromiso ambiental, utilizando energía eléctrica y agua de pozo en lugar de métodos que dañen el medio ambiente. Los hornos eléctricos eliminan el plomo de la pintura, garantizando piezas seguras para el consumo humano.</p> <p>Aunque sus obras han alcanzado reconocimiento en otros países, la pandemia ha afectado las ventas, lo que puso en riesgo el sustento de la familia. A pesar de las dificultades, Silvia no se rindió y, incluso vendiendo sus piezas en las calles, logró revitalizar su taller y mantener el legado familiar vivo.</p>	
Gustavo Murillo (33 1487 0093)		*	*

Tabla 1. Información sobre artesanos

*Pendiente

- Selección según la viabilidad de exportar

A partir de que se valida el cumplimiento de los criterios previamente mencionados, se buscará determinar la viabilidad de la relación comercial entre el artesano con Spes Nova. Dicha certeza dependerá de la formalidad del artesano, la cual se considera según la efectividad de su comunicación, su compromiso en cuánto a tiempos de entrega y la calidad de sus productos. Asimismo, es vital estar dado de

alta ante el SAT (Servicio de Administración Tributaria), y contar con la constancia de Situación Fiscal, sin embargo, no es indispensable contar con ello para sumarse al proyecto, pues el equipo PAP tiene como objetivo apoyar a los artesanos en dichas cuestiones fiscales.

- Productos

Se considera que los artesanos elaborarán una serie de prototipos para mostrarle al personal pertinente del ITESO. Dentro de la lluvia de ideas para estos prototipos, el equipo que desarrolla el PAP podrá proponer productos potenciales, pero el proceso y libertad creativa se delega completamente al artesano. Además, se planea implementar posibles diseños enfocados en distintas temáticas como el día de muertos, 16 de septiembre, 5 de mayo y/o navidad. Algunas ideas de productos que se pueden comercializar son imanes para el refrigerador, jarras y vasos para darle uso práctico a la artesanía. Y se contempla realizar lotes de cada temática para aumentar su expectativa y exclusividad en el mercado, donde la producción del artesano se anticipe a la demanda de la tienda.

Dichos productos, más allá de ser productos de barro, son la representación del trabajo antiguo de los artesanos en México. La artesanía es una tradición que se ha heredado por las familias de estos artesanos a través de siglos. Además, algunas características de esta práctica artística aún se conservan dentro del proceso de ciertos artesanos, como es el caso de César Lucano, que a la fecha aplica la técnica de “barro petatillo”, un método que incluso se considera en peligro de extinción.

Estas artesanías forman parte de la identidad mexicana, y su elaboración representa un proceso que depende de la textura, humedad y el secado del barro. Una vez terminado, se convierte en un artículo llamativo para la decoración de cualquier espacio, gracias a sus colores llamativos y variedad de diseños. También existen piezas funcionales para la vida diaria, y de gran interés tanto para el

mercado mexicano como para el extranjero, pues el transporte de estas artesanías es muy sencillo y su precio bastante accesible considerando el trabajo que involucran.

- Producción y capacidad de cada producto

Más tarde se coordinará con el artesano la capacidad de producción de cada artículo, contemplando su carga de trabajo e incluso las condiciones climáticas de la ciudad. Es así entonces que la capacidad de producción queda establecida de la siguiente manera:

- Control de calidad

Los siguientes estándares de calidad funcionarán para evaluar la efectividad de la elaboración de las artesanías. Estos criterios se establecen de manera interna y se alinean en conjunto con los parámetros del artesano y la tienda Soy ITESO.

1. Definir el lote y muestra.

En este caso se revisarán todas y cada una de las piezas fabricadas.

2. Definir el estándar.

Se analizará: Estado de la pieza (Que no esté rota o cuarteada), tamaño y colores similares a muestras.

3. Recolectar las unidades de la muestra.

La revisión de las piezas se realizará, una al salir del horno donde se revisa el estado de la pieza y el tamaño y la segunda es antes de empacar donde se repite el proceso de revisión de estado, tamaño y además que los colores estén correctos.

4. Realizar el control de calidad.

Se inspeccionan las piezas y pueden suceder dos cosas:

- No tiene defectos: Se empaca la pieza
- Si tiene defectos: Se manda a reproceso / Se desecha la pieza

Si el número de piezas desechadas es muy alto, se analizará la causa y se tomarán acciones para solucionarlo desde el problema raíz.

5. Analizar las unidades desechadas.

Revisaremos las piezas desechadas para conocer el problema y ver de dónde viene.

6. Tomar una decisión.

En caso de ser necesario modificaremos el proceso para no tener fallas.

PROCESO ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD

- Validación a través de encuestas

Una vez que estén listas las muestras, se validará su concepto a través de encuestas realizadas a la comunidad universitaria. Dicha investigación tendrá el propósito de identificar el perfil de clientes potenciales para estas artesanías dentro de la Tienda Soy ITESO, pues se aplicará a alumnos locales, foráneos, extranjeros, profesores, y personal del ITESO. Además, esta encuesta estará apoyada por la demostración física de las artesanías, de manera que puedan responder la encuesta desde una percepción imparcial.

Con respecto a estos productos, se pretende conocer qué tipo de productos serán más atractivos para el mercado (si son los artículos funcionales o los meramente decorativos, los que reciben más atención). Asimismo, se buscará evaluar el interés por las muestras que realice el artesano, e identificar el valor que le otorgan, es decir, el precio que están dispuestos a pagar por cada artículo.

Con apoyo de Lilibian Gómez (Coordinación PAP CEDECOM), fue posible conocer los resultados de una encuesta previamente aplicada por alumnos del ITESO (Anexo II). En esta encuesta se había identificado: que son mayormente alumnos, quienes compran artículos en la tienda, existe inclinación principalmente por prendas de la institución, pero también se menciona un interés significativo por artículos de decoración como imanes.

El proceso de aplicación y evaluación de dichas encuestas se realizará de la siguiente manera:

- Se lleva la descripción de los objetivos de la encuesta a Lilibian Gómez para su apoyo con la elaboración del formato de la encuesta.
- Esperar comentarios de Lilibian sobre la elaboración del formato para las encuestas.
- Recibir encuestas listas para su ejecución.
- Llevar a cabo las encuestas.
- Analizar resultados de las encuestas.
- Entregar análisis de los resultados.
- Realizar presentación de resultados.

Se tomarán en cuenta las siguientes preguntas para realizar una encuesta con la ayuda del equipo de mercadotecnia del PAP de CEDECOM:

- ¿Cuántos años tienes?

- ¿Cuál es tu nivel de estudio? (opción múltiple)
 - ¿Con qué género te identificas?
 - ¿Valoras más una artesanía decorativa o una artesanía funcional?
 - Tomando en cuenta la historia y tradición de este producto, ¿lo comprarías?
¿Por qué?
 - Califica este producto del 1 al 10.
 - ¿Cuál es el atributo que más te llama la atención? (opción múltiple). y, ¿Por qué?
 - ¿Cambiarías algo de este producto? ¿Qué sería? (opción múltiple).
 - ¿Cuánto pagarías por este producto? (Opción múltiple)
- Aprobación de producto

Con el propósito de institucionalizar esta apuesta comercial, se contempla establecer un comité encargado de la diligencia y comunicación entre los artesanos e ITESO. Este comité estará conformado por el concesionario de la Tienda Soy ITESO, Departamento de Comunicación Institucional, profesores de PAP CEDECOM Internacional (Carlos Riggen y José Allera), y coordinación de PAP CEDECOM (Liliana Gómez).

De esta manera, una vez que se obtengan los resultados de la encuesta, se compartirán con el comité de esta operación comercial, y si bien es César Nieva, el

concesionario de la tienda Soy ITESO, quién decide los productos que se venden, todos los integrantes tienen injerencia en la evaluación de la factibilidad de dicha operación comercial, y en la identificación de tecnicismos del diseño institucional, e incluso alternativas de productos.

Con respecto a los tecnicismos del diseño institucional, se señala lo siguiente en el Manual de Identidad Gráfica (ITESO, 2011):

- El emblema (átomo) y el nombre de la institución siempre deben estar juntos
- "ITESO" puede leerse con diferente tipografía, pero siempre en mayúsculas
- El logotipo no debe girarse ni deformarse
- El logotipo debe ir siempre en un tamaño visible
- No cambiar el color ni utilizar tinta negra (100%)
- No colocar el logotipo sobre fondos complicados o sin contraste con el logo
- El nombre ITESO deberá de estar visible siempre en colores institucionales. En todos los casos debe predominar el azul.
- Todas aquellas piezas elaboradas con cierto tipo de relieve, o en tres dimensiones, deberán cuidar las proporciones de espacio y vacío del logotipo

LOGÍSTICA

Este apartado será llenado cuando se tenga un producto definido con el fin de poder calcular sus dimensiones y peso, y de esta manera poder calcular el cubicaje y responder los subtemas correspondientes.

Para esto, debe estar listo y aprobado el formato de la orden de compra, así como la autorización por el comité institucional establecido dentro de este mismo plan de negocio. Una vez que se consiga la aprobación de los productos que serán comercializados en la Tienda Soy ITESO, se contempla resolver los siguientes aspectos técnicos referentes a la logística de la operación:

- Transporte
- Envío
- Embalaje y cubicaje

FINANCIERA

En este apartado se planea desarrollar una investigación de mercados donde se evalúe el precio de las artesanías en México y el mundo, con el objetivo de identificar la percepción monetaria que se les atribuye a los trabajos de los artesanos, y establecer un precio objetivo para vender en el mercado de la comunidad del ITESO, y dentro de la universidad de Fordham. Es importante resaltar que el precio final no va a responder a estos parámetros, al ser un producto con valores subjetivos, no obstante, es relevante disponer de una visión global de esta industria. Asimismo, se pretende hacer un ejercicio de proyección financiera una vez que se hayan completado los apartados anteriores, lo que se busca en este apartado es ver la viabilidad financiera sobre el proyecto por medio de los siguientes conceptos:

- Costeo
- Proyección de flujos (rentabilidad)
- Analizar en México y en el extranjero
- Punto de equilibrio unitario

PLAN DE NEGOCIO SPES NOVA MÉXICO

VENTA VÍA TERCEROS:

Hoy en día, una gran parte de la venta de productos se realiza de manera online puesto que, los sectores han tenido que adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y Spes Nova no es la excepción. Aunque en la actualidad, ya se tiene una página web creada por el equipo de la Universidad de Fordham en Nueva York, durante el seguimiento del proyecto, surgió la idea del desarrollo de un sitio web específicamente para México. Ante esta situación y discutiendo con el equipo de Spes Nova, se presentaron dos opciones en las que se puede llevar a cabo: primeramente, es la opción que se está manejando actualmente para la venta de los productos en Colombia, la cual consta de usar el sitio web existente de Spes Nova donde mediante un correo electrónico, el equipo de Spes Nova da acceso al equipo de Colombia para cargar los productos al sitio web. En el caso de ITESO, se le solicitaría al equipo informático del ITESO, un correo electrónico especialmente para esta función y que su uso sea exclusivamente con el objetivo de utilizar el sitio web, en el cual se busca que sea el siguiente: spesnova@iteso.mx. La ventaja de usar el sitio web existente de Spes Nova Fordham es la facilidad y la apertura pues al conceder el manejo de la página, se podrán subir los distintos productos realizados por los artesanos encontrados para su venta en pesos mexicanos bajo el nombre *"Only Available in Mexico"*.

En segunda instancia, se discutió de los criterios necesarios para la creación y el desarrollo de una plataforma digital propia de México, es decir, un sitio web nuevo: *Spes Nova México*, donde el equipo de ITESO pueda desarrollarlo de manera separado a la página oficial y con un dominio único mediante herramientas favorables para su manejo en apoyo con páginas como Wordpress, GoDaddy, Shopify, entre otros, e incluso se vería la manera de obtener una breve explicación de alguna persona del ITESO que entendiera cómo se manejan los sitios anteriores. Tomando en consideración el posible uso de ambas opciones y por cuestión de

facilidad, la primera opción es la más adecuada para fines del proyecto: usar el sitio web existente de Spes Nova, esto para lograr el cumplimiento de sus objetivos de manera más sencilla y breve.

Con el fin de dar respuesta a ambas alternativas, se analizará de manera más detallada las pautas a seguir para llevar a cabo cada una de ellas en caso de que por alguna razón externa, no se pueda utilizar la opción seleccionada:

A. SPES NOVA MÉXICO CON EL APOYO DE SPES NOVA FORDHAM

PARTE TECNOLÓGICA

- Desarrollo de la parte de México

Actualmente, Spes Nova cuenta con un sitio web para la Universidad de Fordham en la que contiene información general de la misma como una institución católica y jesuita con el objetivo de apoyar a artesanos de todo el mundo. Asimismo, Spes Nova se ha asociado con universidades de la misma comunidad en Colombia, África y México que compartan la misma filosofía de un enfoque humanista que apoyen a otros.

Anteriormente, se mencionó que, en el caso de Colombia, más específicamente, la Universidad Pontificia Javeriana Cali, cuentan con acceso a la cuenta oficial de Spes Nova para agregar los productos y los precios de venta destinados en pesos colombianos para sus clientes, qué es exactamente lo que se busca hacer en el caso de México. Después de la creación del correo electrónico por parte del ITESO y obtener acceso al sitio web oficial, una persona del equipo deberá navegar por el sitio para familiarizarse con ella, esto si llegara a suceder alguna cuestión por la cual deberían de intervenir, puesto que, una vez obtenidos los distintos productos

y que estos hayan sido autorizados para su venta, el equipo de ITESO deberá encargarse de tomar las fotografías adecuadas para hacerlas llegar al equipo de Spes Nova en Fordham, que posteriormente se encargará de actualizar constantemente la página con los nuevos productos que se vayan desarrollando con su respectivo precio en peso mexicano.

- Soporte en mantenimiento y supervisión

Debido a que se decidió continuar con el uso de la página oficial de Spes Nova y observando el modo en el que se maneja actualmente toda la administración con la parte de Colombia, el equipo en Fordham será el encargado de controlar de manera total el sitio web por lo que, al utilizar su página, se le solicitará su apoyo para darle el mantenimiento correspondiente y tener constante supervisión del apartado de México donde los productos sean presentados para estar listos a su venta. El equipo de ITESO les hará llegar la respectiva fotografía del producto a vender, así como toda la información relacionada con el artesano, las piezas en existencia y el respectivo precio.

- Formas de pago

Con relación a las formas de pago que utiliza Spes Nova de Fordham se busca que en el apartado de México sea fácil para los clientes escoger el método de pago que mejor les convenga, esto tomando en consideración aspectos fiscales que puedan verse afectados. Para entender de mejor manera el impacto fiscal que se puede llegar a ocasionar por el manejo de cuentas relacionadas con Estados Unidos, es importante mencionar que actualmente en México, existe una gran parte de la actividad económica, la cual no está formalizada, aproximadamente el 20% a nivel nacional (4,18 billones de pesos mexicanos) y hay un entendimiento de que los productores suelen aceptar pago en efectivo, no obstante, esto es una amenaza hacia la iniciativa que han tenido la mayoría de los comercios para tener información

más detallada respecto a sus cliente y mejor rastreo de transacciones. Y en general una macrotendencia que ha sido verdad en la vasta mayoría de los países de 1er mundo. (Statista Research Department, 2023).

Para evitar que la empresa enfrente conflictos fiscales se llegó a la idea de tener un protocolo de opciones de pago similar a lo que se maneja en la tienda “Soy ITESO”, la cual en la actualidad ofrece pagos mediante *PayPal*, *OxxoPay* (pagos en efectivo en tiendas Oxxo), transferencias electrónicas SPEI y pasarela de tarjetas, más específicamente de crédito, las cuales incluyen: *Visa*, *Mastercard* y *American Express*.

Uno de los inconvenientes con la primera opción es que el cliente tiene que registrarse previamente con *PayPal*. Es de imperativa importancia que independientemente del método de pago que el cliente este se mande a una cuenta que no esté asociada con la Asociación Civil que es ITESO, para que de esta manera las primeras personas que tengan interacción con este dinero sean a los que pretendemos ayudar que son justamente los artesanos.

Adicional a esto, puede que de momento los pagos en efectivo no puedan ser redirigidos de forma automática así que se debe realizar una solución relacionada al registro y captación de fondos para redireccionarse a los productores artesanales.

PARTE OPERATIVA

- Catálogo de productos

A medida que la oferta de productos va incrementando y con ello, la cantidad de artesanos que reciben apoyo es relevante tener un catálogo detallado de cada uno de los productos que se busca vender.

A continuación, se presenta una tabla en donde se observa una foto del producto terminado, el precio de venta, el artesano que realizó la artesanía y la institución a la que va dirigida. Debido a que las nuevas ideas de productos no se han llevado a cabo en su totalidad y en el caso del tlacuache y del submarino, se busca evitar problemas con el ITESO por el uso de una imagen que todavía no está autorizada para su venta y comercialización. También, se describió brevemente la idea y quedó pendiente los demás elementos:

PRODUCTO	PRECIO	ARTESANO QUE LO REALIZÓ	DIRIGIDO A
	\$200.00 MXN	César Lucano	Fordham
	\$200.00 MXN	César Lucano	Fordham
Tlacuache (Pendiente agregar foto)	Pendiente	César Lucano	ITESO
Submarino con Tlacuache (Pendiente agregar foto)	Pendiente	César Lucano	ITESO
Luchador con máscara Fordham	Pendiente	Jorge Cisneros	Fordham
Luchador con máscara ITESO	Pendiente	Jorge Cisneros	ITESO

- Artesanos

La finalidad del proyecto recae en el apoyo que se busca brindar a los artesanos, es por eso, que es importante conocer a la persona detrás de la creación y la creatividad de cada una de las artesanías que las personas van a adquirir mediante una breve sinopsis y una fotografía en el sitio web de Spes Nova, de manera que al seleccionar los productos que se encuentren en el apartado de México, puedan conocer quien realizó dicha pieza. Se creó una tabla con todos los nombres, datos de contacto, sinopsis y video de los artesanos que previamente fueron aprobados y de los cuales se están obteniendo avances, esta se puede encontrar en el documento *Plan de negocio-Artesano* a partir de la página 2 a la 5.

PARTE LOGÍSTICA

- Almacenamiento

Analizando posibles lugares en el ITESO que faciliten el almacenamiento de los productos será otorgado una sala ya sea del área de CEDECOM u otra sala que no sea necesaria para otros fines en el edificio O. Este aspecto fue propuesto por parte del mismo ITESO para tener la suficiente capacidad de contar con un inventario de seguridad más que suficiente calculando la demanda aproximada que se espera tener. Un elemento importante en relación con esto es equipar la sala con el material o equipo necesario para mantener las piezas en buen estado y evitar su maltrato, para esto sería necesario principalmente estanterías para un mejor acomodo y mayor rapidez en el proceso de entrega ya sea a Estados Unidos o de manera local en México.

- Transporte y distribución

En busca de replicar el modelo de distribución con el que actualmente se maneja la Tienda SOY ITESO, se tienen dos paqueterías aliadas de las cuales son Redpack y Estafeta, el uso de una u otra depende de la cotización del envío por la diferencia de precio y la distancia (local o nacional). La primera tiene un costo de \$95 pesos y la segunda entre \$112/\$115 pesos. La idea al realizar los envíos es apoyarse con la tienda Soy ITESO para que ellos por medio de su logística puedan contar con un punto de venta en físico para la distribución de los diversos productos en formato de retail y entregas que se recojan.

B. DESARROLLO DE PLATAFORMA DIGITAL PARA MÉXICO

PARTE TECNOLÓGICA

- Dominio

El paso principal para desarrollar una página web es obtener un dominio, es decir, la dirección URL que avala que ese sitio le pertenece a cierta persona u organización. De la misma forma, es la forma en la que los consumidores identifican la empresa por lo que, analizando el dominio original de la página de Nueva York, se llegó a la conclusión que la estructura del dominio podría ser de la siguiente manera: www.spesnova.mx.

La abreviación “*mx*” ayuda a definir el objetivo del sitio web, pues hace referencia a que Spes Nova México estaría dedicada 100% a la venta exclusiva en México, empezando con el ITESO y posteriormente habría la posibilidad de expandirse a otras universidades como la Ibero. Spes Nova al igual que el ITESO, conservan la misma filosofía y es importante que se

presente en el sitio web para dar a conocer su enfoque. Además, un factor importante de llevar la denominación “mx” es que indica que es un dominio geográfico, es decir, que está asociado con el país del sitio web para mejor facilidad de identificación.

Analizando distintos sitios webs conocidos que apoyan a la creación de un dominio se encuentra GoDaddy, que por \$49.99 MXN durante el primer año, protegen el nombre tal cual se sugería anteriormente.

- Creación y desarrollo de plataforma de México

A pesar de tener como primera opción utilizar el mismo sitio web, pues esta es la opción más viable, es importante que también se tome en cuenta la alternativa de aprovechar las herramientas tecnológicas disponibles a las cuales se tienen acceso hoy en día para crear algo distinto. Realizando una investigación sobre posibles páginas que pueden ser de apoyo para la creación de un sitio web desde el dominio hasta la parte del diseño y la funcionalidad se encontraron como opciones: Wordpress, GoDaddy, Wix y Shopify en la que cada una tiene ciertos aspectos y precios variados dependiendo de lo que se busca. Shopify es una de las mejores opciones para generar una plataforma nueva que ayude a monetizar procesos en la que principalmente se busca tener una amplia variación de tarjetas para que sea una experiencia más amigable con el usuario en los métodos de pago.

- Creación de punto de venta por shopify

Uno de los elementos importantes a analizar en el desarrollo de una plataforma digital es la búsqueda de herramientas digitales que faciliten este proceso, esto puede lograrse a través de *Shopify*, una plataforma ecommerce

con gran presencia mundial sobre la cual se pueden vender los productos de una empresa.

¿Qué ventajas existen sobre lo que ya maneja Spes Nova? (proceso de tropicalización).

Tener la capacidad y las herramientas de poder incorporar una descripción detallada del catálogo de productos. Como se mencionó anteriormente, un aspecto valioso para los clientes que se dedican a comprar este tipo de productos es conocer el proceso bajo el que fue hecho, pero, sobre todo, conocer el artista responsable de la creación, se considera importante tener un espacio donde se presente esa información con una introducción detallada del artesano y una fotografía, esto se pretende realizarse con el sitio web de *shopify* con el que se realizarán las ventas.

En caso de utilizarse este canal de ventas, se debe tener presente que todo lo relativo con el manejo, supervisión y constante actualización del sitio web dependería totalmente de las personas encargadas de llevar a cabo el proyecto pues esta alternativa no le concierne al equipo de Spes Nova de Fordham.

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

- Aprendizajes profesionales

Mariana Álvarez Contreras:

A lo largo del desarrollo del proyecto, fue agradable poder compartirlo con una institución como lo es Spes Nova de Fordham que busca el mismo objetivo que nosotros, en donde ambas partes nos apoyamos para lograr poner en práctica las herramientas que están a nuestro alcance e impulsarlo. Esto es un ejemplo de lo que se vive en el área de profesión de mi carrera donde se crean lazos comerciales con otras empresas o en este caso, instituciones, para lograr un objetivo en común. A pesar de no habernos enfocado de manera profunda a los elementos logísticos de este proyecto, pude ser capaz de analizar lo que se está haciendo actualmente y hacia dónde queremos llevarlo, de modo que, los aspectos logísticos serán vistos en un futuro cercano.

Una de las principales competencias que pude desarrollar y que es valioso en el campo laboral es el trabajo en equipo, esta competencia es primordial para conllevar una dinámica en la que todos los integrantes fuimos capaces de poner en práctica nuestras habilidades y compartir ideas. Además, la comunicación y el compromiso no solo con el ITESO y Spes Nova, sino también con los artesanos que cuentan con nosotros.

Pablo Andrés Borboa Osuna:

Durante el proyecto, pude analizar la viabilidad y el funcionamiento de un negocio desde la perspectiva del primer proceso, es decir, desarrollar la idea de lo que se busca. Aprendí también que los contactos en el medio en el que nos quisimos desenvolver fueron fundamentales para poder lograr citas con artesanos.

Es fundamental conocer y saber el proceso de la artesanía para que su venta sea más amena, además, saber de qué está hecho cada pedazo de la artesanía y que

contiene la pintura, el barro, etc. Es sumamente importante al momento de querer hacer una exportación, ya que las regulaciones y restricciones en la aduana son complejas.

Este proyecto me hizo darme cuenta de que es importante hacer clientes en el extranjero, ya que muchas personas en México no le dan el valor que tiene una artesanía, mientras que en otros lugares del mundo son productos que tienen un gran potencial y muchas veces son oportunidades que no se aprovechan por la falta de conocimiento por parte de los artesanos.

Jessica Livier Cisneros Huerta:

Desde lo individual, me fue posible poner a prueba habilidades como la comunicación asertiva, planeación, y el pensamiento analítico y estratégico. Dichas aptitudes fueron clave para el desarrollo efectivo del proyecto, pues fortalecieron la práctica de competencias aprendidas durante mi carrera, y facilitaron el trabajo en equipo con mis compañeros, donde aun cuando la mayoría compartimos la misma carrera, cada uno sumaba perspectivas diferentes.

Además, este proyecto me permitió tener acercamiento con instancias institucionales, incluso fuera de México, y pude sensibilizarme a la viabilidad de crear lazos comerciales cuando existe una comunicación y planificación profesional y comprometida.

Andrés Coronado Valdez:

Desde lo profesional, una reflexión valiosa que me llevó de este proyecto es que, con frecuencia al aproximarnos a un reto, no vemos con profundidad todos los actores que se ven influenciados por una determinada situación.

Si tuviera que resumir lo aprendido en 2 actividades clave, tendría que decantarme por:

- Habilidad de comunicación: demostró ser un saber clave, así como sucede en las organizaciones al tener diferentes organismos involucrados, fue de suma importancia identificar qué tenía valor para cada uno, cómo podríamos llevar una relación simbiótica entre las partes que fuera más favorable para todos.
 - Estructura de planeación: es clave ya que en muchas ocasiones nos centramos como individuos de lleno en el objetivo, así dejando en segundo plano todo lo que se tiene que hacer para llegar a él, es justamente cuando adquieres estos saberes que puedes llegar a nuevas profundidades con todos los proyectos que te propongas. Adicional a esto otro factor que fue de gran ayuda fue manejar un cronograma para identificar prioridades de diferentes acciones.
- Aprendizajes sociales

Mariana Álvarez Contreras:

Uno de los puntos que más llamaron mi atención desde un inicio fue el enfoque del proyecto, debido a eso, pude observar de una forma distinta un sector del cual no estaba muy familiarizada. Las artesanías, la mano de obra y el tiempo que le dedican los artesanos a cada pieza no suele ser reconocido y con el paso de los años se ha denigrado de tal manera que cada vez son pocas las personas que se dedican y viven de esto. Pero estas son solo unas de las razones por las que al comprometerme con un proyecto tan humanista como este, me hizo darme cuenta la manera en la que una alumna como yo puede ayudar a las personas de este sector de la mejor forma que se y de la que sigo aprendiendo todos los días: los conocimientos de mi carrera para lograr una diferencia en sus vidas a través de la comercialización y exportación de sus productos.

Pablo Andrés Borboa Osuna:

Me llamó mucho la atención cómo a pesar de que mucha gente en México no conoce la cultura ni el valor que tiene la artesanía, muchos artesanos ya empiezan

a darle el valor que tienen sus productos. A pesar de que mucha gente les regatea o intenta negociar los precios, los artesanos deciden respetar el valor de su producto, y es que, si ellos no lo hacen, la sociedad mucho menos lo va a hacer. Este aprendizaje que me llevó se puede aplicar para múltiples situaciones, no necesariamente es solo para la artesanía. Me di cuenta de que la artesanía es toda una cultura y está llena de gente que va mejorando técnicas que se han aprendido y llevado a cabo por cientos de años, trabajando su producto y dándole forma a mano 100% artesanal, eso es la principal razón que justifica el precio de la artesanía y no tiene por qué ser infravalorado en ningún aspecto.

Jessica Livier Cisneros Huerta:

Pude acercarme a un sector representativo de mi país, donde si bien existe un respaldo económico por parte del gobierno, no es congruente con el potencial de la industria en el extranjero. Esto me llevó a involucrarme activamente en el tema de la artesanía mexicana, su trayectoria, y, sobre todo, las estrategias de comercialización que necesita para traducir sus esfuerzos en un negocio rentable. Pude condensar mis ideas desde lo general a lo específico, establecer un plan de trabajo con objetivos, entender la trascendencia que tendrían nuestras pautas en los lazos comerciales de los artesanos, y con ellas, el impacto significativo en su estilo de vida.

Andrés Coronado Valdez:

Una de las misiones sociales sobre las cuales se planteó este proyecto es el apoyar con capacidades de comercialización, productores artesanales que de otra manera solo tendrían acceso a mercados de características domésticas.

Tener acceso a mercados internacionales permite a estos artesanos que suelen tener costos de producción elevados tener una base de clientes con un poder adquisitivo más alto, haciendo viable aun prorrateando los costos de transporte el tener sus productos en dicho mercado.

Un aspecto de contexto es que este fue un sector económico fuertemente golpeado por la pandemia, el hecho de apoyar a que los productores se ganen la vida de una forma digna y sostenible es uno de los pilares clave hacía este proyecto, en otras palabras, únicamente les ayudamos con nuestro conocimiento profesional sin quitarles protagonismo.

Grupos sociales a los que benefició el proyecto: Artesanos de regiones como Tonalá y Tlaquepaque.

- Aprendizajes éticos

Mariana Álvarez Contreras:

Más allá de ver este proyecto como una forma de obtener dinero, el mayor efecto que se obtiene es la forma en la que le cambia la vida a los artesanos. Cada una de las decisiones que se tomaron fueron basadas principalmente en el beneficio de estos mismos para posteriormente, buscar los elementos necesarios para hacer realidad esto, así como las herramientas y los recursos que se tienen actualmente. En definitiva, la apertura de todas las personas involucradas al obtener información o requerir ayuda de su parte fue un elemento clave para dar seguimiento y evadir obstáculos durante la realización de cada acción.

Pablo Andrés Borboa Osuna:

Independientemente de que tan rentable sea el negocio, siempre es fundamental que se respeten los procesos, los precios, y darle el valor al producto que se está comercializando. Este proyecto me ha abierto otra perspectiva que además de buscar ayudar a artesanos, estamos fomentando el comercio justo, que, a fin de cuentas, ayuda a que los artesanos vendan sus productos al precio que realmente tienen, y no deban bajarlos para que sea posible exportarlos.

En resumen, es importante darles valor a las cosas no por lo que son, sino por lo que representan y todo el trabajo, conocimiento y tradiciones de hace cientos de años que hay detrás de una escultura hecha a base de barro.

Jessica Livier Cisneros Huerta:

Esta experiencia afirma el impacto que tiene la aplicación responsable de mis aprendizajes profesionales, y me invita a ser más perceptiva a las iniciativas de dignificación de trabajo en industrias de mi comunidad, donde las acciones de apoyo antes parecían no ser asequibles, lejanas y, en síntesis, complejas; en la actualidad se presentan en la vida diaria de manera más práctica y con réplicas inconcebibles. Hoy se pueden crear estrategias basadas en herramientas digitales gratuitas, que permiten el análisis de tendencias, acceso a nuevos mercados, e incluso innovaciones en procesos comerciales.

Andrés Coronado Valdez:

Esta experiencia demuestra cómo podemos aplicar caridad de forma sustentable, no únicamente ofreciéndoles un dinero fácil, sin una base sustentable y escalable para que estos individuos crezcan sus respectivos negocios, una ayuda que sabemos será más duradera y les permitirá convertir en personas más plenas, manteniéndose orgullosas de su trabajo y de manera subsecuente incrementando su alcance y por tanto impacto social en países que de otra manera no se hubieran considerado posibles. Esta experiencia me lleva a pensar que la forma más obvia de ayudar a la gente puede no ser siempre la más apropiada.

- Aprendizajes en lo personal

Mariana Álvarez Contreras:

Personalmente, la experiencia de haber formado parte de un proyecto humanista y único que además comparte la misma filosofía que el ITESO, me ayudó a concientizar la manera en la que puedo aportar desde mi carrera, de igual forma, me hizo reflexionar sobre mi futura aportación en el ámbito profesional, es decir, el enfoque en el que me gustaría desarrollarme como persona. El mayor aprendizaje que me llevo es el haber podido entender y conocer un sector que necesita de apoyo local y extranjero para que el trabajo extraordinario y original de los artesanos no se vea afectado, sino que tenga el efecto contrario. Poder ver el alcance de un proyecto

como este desde una perspectiva distinta a lo que se acostumbra a ver en las asignaturas de la carrera y en la vida profesional es sumamente gratificante.

Pablo Andrés Borboa Osuna:

La aplicación de este proyecto engloba varias partes que vi a lo largo de mi carrera, además de haber sido de gran ayuda el realizar un plan de negocio, aprendí que, así como es importante la rentabilidad de un negocio, es igual de importante el trato y el respeto que se le da al artesano, pues de otra forma el negocio sólo funcionaría a corto plazo, en lugar de a largo plazo.

Este proyecto me ayudó a tener una perspectiva que abarca ámbitos éticos, sociales, así como culturales dentro de los negocios, ya que muchos de ellos van mucho más allá del dinero.

Jessica Livier Cisneros Huerta:

Próxima a graduarme de la carrera, esta experiencia me permitió constatar las prácticas sostenibles y valores de comunidad sobre los que quiero construir mi proyecto profesional. Asimismo, este PAP me llevó a dimensionar el contraste que tiene una industria en México y el extranjero, así como las diversas oportunidades comerciales que se ven desalentadas por una escasa capacitación y promoción. Por ello, puedo asegurar que es la ideología de mi universidad, la pauta que me permitirá tener una visión más dinámica y receptiva a las necesidades de diversas industrias, y el modelo que me alienta a perseguir una iniciativa responsable para establecer acciones con beneficios congruentes y rentables para todas las partes involucradas.

Andrés Coronado Valdez:

En lo personal creo que este tipo de proyectos son útiles tanto para aprender, como para aprender a servir, sin duda demostrarnos la filosofía jesuita a cada paso del camino.

En este tuvimos que colaborar con no únicamente personas de diferentes profesiones, sino también de diferentes culturas, lo cual puede ser un reto, pero también nos exhorta a ser más incluyentes.

Un contraste de culturas promueve el aprendizaje desde una perspectiva heterogénea, algo que es de gran valor para las organizaciones de hoy en día, un aprendizaje valioso cuando uno está próximo a graduarse.

5. Conclusiones y recomendaciones

A partir de los alcances obtenidos a lo largo del verano, se llegó a la conclusión de que en el entorno actual existe una demanda atractiva en el extranjero para las artesanías originarias de México, además, se percibió un interés en común con varios artesanos sobre la iniciativa del proyecto Spes Nova. Asimismo, con el apoyo de Liliana Gómez y Rodolfo Padilla fue posible identificar al menos 3 artesanos con el perfil ideal para este proyecto, es decir, que realizan artesanías elaboradas a mano, hechas de barro y otros materiales, tienen taller propio en Tlaquepaque o Tonalá, están interesados en la exportación de sus artesanías, cumplen con los estándares de calidad y tiempo, y, sobre todo, el pertenecer a este proyecto realmente tendría un impacto relevante en su economía y estilo de vida.

De igual manera, se establecieron las pautas para esta relación, y fue posible constatar con ambas partes, su interés por dar inicio al proyecto. Se inicia una ruta comercial institucionalizada, con base en el compromiso activo hacia la identidad nacional antes desalentada, y la colaboración activa de una comunidad que intercede por alternativas sostenibles y justas.

Asimismo, con respecto al plan de negocio de Spes Nova, es posible observar que hay una gran apertura y apoyo por parte del equipo de Spes Nova de Fordham, a pesar de tener escaso contacto durante el desarrollo del proyecto por el inconveniente de que es temporada de vacaciones, el equipo siempre mostró accesibilidad por trabajar en conjunto con el equipo de ITESO. De modo que, al externar la propuesta de un apartado para México, su respuesta fue recibida de manera positiva y ofrecieron su ayuda para cualquier aspecto durante el proceso, lo cual se considera de suma importancia para cumplir con el objetivo de este trabajo, dado que, para hacer realidad esta parte del proyecto es importante contar con la experiencia de Spes Nova para afrontar con mayor rapidez y facilidad, los obstáculos que se presenten.

Además, otro de los aspectos que hizo hincapié el equipo de Spes Nova y que permitió generar confianza fue el aceptar las ideas propuestas para lograr mayores resultados en cuanto a productos y artesanos, lo que marcó la pauta para la creatividad de las artesanías que se buscan implementar. A partir de la aprobación de las distintas ideas propuestas, se dio comienzo a buscar información tanto con el mismo equipo de Spes Nova como con el personal de la Tienda SOY ITESO para obtener información necesaria y relevante para aportar este plan de negocio.

Recomendaciones:

Considerando el trabajo realizado durante el período Verano 2023, se identifican los siguientes objetivos para el próximo semestre:

- Retomar contacto con Gustavo Murillo.
- Visitar el taller de Silvia Barboza.
- Visitar el taller de Blanca Gutiérrez, e identificar los productos que pueden ser atractivos tanto para Spes Nova como para ITESO, pues no se dedica exclusivamente al barro.
- Obtener muestras de trabajo de al menos 3 artesanos para aplicar encuestas.
- Realizar formato de encuesta a partir del objetivo, así como en las preguntas propuestas establecidas en este plan.
- Dar seguimiento a las propuestas de artesanías de César Lucano.
- Monitorear avances con cada artesano.
- Organizar comité institucional para aprobación de artesanías en la tienda Soy ITESO.
- Revisar cuestiones de empaque y embalaje (cotizaciones, tamaños, etc.).
- Revisar aspectos de regulaciones de contenido en artesanías utilitarias (no hay presencia de plomo y cadmio, por ejemplo).
- Retomar el contacto con el artesano Jorge Cisneros para la obtención de los productos realizados por su parte para dar continuidad a su proceso.
- Verificar que el tema de Jorge Cisneros con el SAT esté en orden para comenzar a trabajar sin ningún conflicto.

- Contactar al equipo tecnológico del ITESO para la creación del correo electrónico de Spes Nova.
- Ponerse en contacto con el equipo de Spes Nova en Fordham para darles el correo y que puedan permitir al equipo de ITESO, el acceso a la página web.
- Una propuesta podría ser vender los productos en la Tienda SOY ITESO bajo un etiquetado de “*Spes Nova*”, como productos exclusivos de esta colaboración.
- Otra idea que pudiera funcionar es crear una liga desde el sitio web de Spes Nova o desde el sitio de la Tienda SOY ITESO que redirija a otra página web donde sea exclusivamente Spes Nova México.
- Cuidar el aspecto de formas de pago para evitar conflictos fiscales.
- Se deberá abrir una cuenta PayPal exclusiva para estos fines.
- El equipo de ITESO deberá encargarse de tomar las fotografías de los productos a poner en venta en la página.
- Estar en constante comunicación con el equipo de Fordham para la actualización y visibilidad de los productos en el sitio web.
- Una vez obtenidos los productos y los precios propuestos por los artesanos, realizar un costeo logístico que desglose todos los elementos.

Bibliografía

El Economista. (2018). Artesanías, muy importantes para México. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Artesanias-muy-importantes-para-Mexico-20180304-0066.html>

ITESO. (2011). Políticas de uso de Identidad Gráfica. Recuperado de: <https://oci02.img.iteso.mx/Otros/Kit-Carreras/Manual/20A-Manual%20ITESO%202020EneroV1.pdf>

Statista Research Department. *Informalidad laboral en México por trimestre 2022* | Statista. (2023, 13 marzo). <https://es.statista.com/estadisticas/576861/tasa-de-informalidad-laboral-en-mexico-por-trimestre/#:~:text=La%20informalidad%20se%20ha%20convertido,ocupada%20se%20encuentra%20en%20esta>

Anexos

Anexo I - Spes Nova Impact Reporting Master Copy ITESO:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/10MtZmNjMvwI_6QWMk9n7OYE5mkWvHrjr/edit?usp=drive_link&ouid=116970379439570518864&rtpof=true&sd=true

Anexo II - Encuesta de la tienda Soy ITESO:

RESULTADOS DE ENCUESTAS

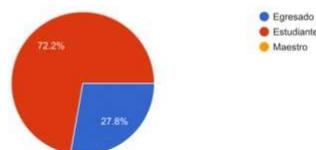
En la primera parte de la encuesta pudimos segmentar a las personas que nos ayudaron contestando la encuesta, hasta ahora hemos podido darnos cuenta de que todos las personas que han participado conocen la tienda de nuestro campus, los resultados nos arrojan que son muchos más los estudiantes, que los egresados, maestros hasta ahora no han formado parte de los resultados de nuestra encuesta.

En base a los resultados obtenidos podemos crear una estrategia de redes y venta creada para la comunidad de alumnos y ex-alumnos quienes son el Target principal de la tienda.

¿Conoces la tienda Soy Iteso?
48 respuestas



¿Eres estudiante egresado o maestro?
18 respuestas

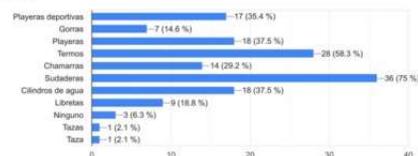


RESULTADOS DE ENCUESTAS

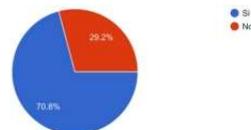
por los resultados que obtuvimos se puede observar que los productos mas identificados en la tienda son las sudaderas con el 75% de los resultados y los termos con el 58% que son los porcentajes mas altos a partir de ahí ya el porcentaje de los demás productos es abajo del 30%, esto pensamos que se debe a la gran variedad de productos que existe.

En la pregunta de la tienda en línea el 70% voto que si les gustaría tienda en línea lo cual llegamos a la conclusión de que muchas personas no saben que existe y se le debería hacer mas promoción.

¿Cuál de estos productos son los que más identificados de la tienda?
48 respuestas



¿Te gustaría que existiera la tienda en línea de productos soy Iteso?
48 respuestas

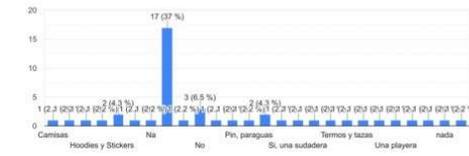


RESULTADOS DE ENCUESTAS

En la primera parte de la encuesta pudimos segmentar a las personas que nos ayudaron contestando la encuesta, hasta ahora hemos podido darnos cuenta de que todos las personas que han participado conocen la tienda de nuestro campus, los resultados nos arrojan que son muchos más los estudiantes, que los egresados, maestros hasta ahora no han formado parte de los resultados de nuestra encuesta.

En base a los resultados obtenidos podemos crear una estrategia de redes y venta creada para la comunidad de alumnos y ex-alumnos quienes son el Target principal de la tienda.

¿Qué haz comprado en la tienda soy Iteso?
46 respuestas



¿Que producto te gustaría encontrar en la tienda soy Iteso?
38 respuestas

Chamarras
Mochilas
Tote bags de manta
Termo y sudadera
tote bags
Suficientes los que venden
Así está bien
Peluches
imanes