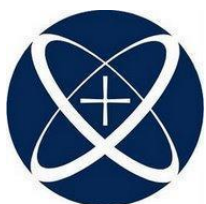


# INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

## Departamento de Economía, Administración y Mercadología PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Desarrollo De Estrategias Comerciales e Internacionales I



**ITESO**  
Universidad Jesuita  
de Guadalajara

302JD CEDECOM Internacional

Evaluación de exportación de pinturas al óleo

### **PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Adrián Atienzo Rivera.

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Andrea Becerra Hernández.

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Fernanda García Jiménez.

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Miriam Guadalupe Negrete Escobar.

Profesor PAP: Graciela Del Carmen Velasco Gutiérrez

Tlaquepaque, Jalisco, mayo 2023



# ÍNDICE

## Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
1.1. Objetivos	2
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	3
1.4. Contexto	3
2. Desarrollo	3
2.1. Sustento teórico y metodológico	3
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	3
3. Resultados del trabajo profesional	4
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	4
5. Conclusiones	6
6. Bibliografía	7
Anexos (en caso de ser necesarios)	7

# 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

En este reporte se aborda la exportación de pinturas al óleo de estilo figurativo. Se hizo selección de mercado por medio de análisis PESTEL y una matriz. La decisión final fue de Francia.

En el mercado seleccionado se investigaron, las rutas logísticas, cotizaciones, análisis de la competencia, del comportamiento de los clientes.

Se hizo una investigación de diferentes ferias y páginas donde la empresa puede darse a conocer, en algunas se hizo el registro y se habilitó la venta de producto.

Al tratarse de la primera exportación de la empresa, se le comunicaron y detallaron los requisitos para exportar, agregando anexos con los instructivos de procesos como el registro en VUCEM y adquisición de un certificado de origen.

Se identificaron diferentes maneras en la que la empresa podría comercializar como páginas de internet y ferias.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivos

El objetivo general de este proyecto de aplicación profesional es:

Brindar a la empresa las herramientas necesarias para la exportación exitosa, además de evaluar los posibles países destino y opciones de comercialización.

Los objetivos específicos son:

- Evaluar y validar la clasificación arancelaria del producto.
- Identificar los mercados potenciales, además de evaluar las ventajas y desventajas de cada uno.
- Identificar los requerimientos necesarios para la exportación e importación en mercado meta.
- Identificar y evaluar las posibles formas de comercialización y sus implicaciones.

### 1.2. Justificación

El proyecto en cuestión tiene como objetivo general -de manera breve-, ayudar a la empresa Cathy de la Mora a expandir su mercado de pinturas al óleo para brindar “luz y fluidez” a las vidas de sus clientes. Habiendo desarrollado objetivos puntuales para el crecimiento de la empresa, se trabajará para cumplir con objetivos específicos que brindarán una mayor formalidad, competitividad y nuevas oportunidades de mercado. El cumplimiento de estos objetivos, tentativamente, logrará un aumento en las ventas de los productos de Cathy de la Mora y consecuentemente impulsar el talento artístico mexicano en nuevos mercados extranjeros.

### 1.3 Antecedentes

La empresa Cathy de la Mora tuvo su primera exposición 2004, ha participado en colectivas e individuales. Ha salido a Colima, Zacatecas y Ciudad de México, actualmente cuenta tiene

cuadros terminados y disponibles para su venta. Cuando decide participar en las exhibiciones lleva alrededor de 15 a 20 obras. Prepararse para una exposición individual toma un año. Se trabaja con quien es organizador o dueño de galería y los galeros hacen labor de promoción.

Le gustan los diferentes estilos del figurativo, la forma sin las proporciones reales. Después pasó al realismo sin llegar al hiperrealismo. Por el momento experimenta con figurativo y realista, buscando llegar a algo más suelto, sin tanto cálculo.

#### 1.4. Contexto

Se parte desde post pandemia, en donde las personas le dan un mayor valor a hacer y disfrutar las cosas que antes no se daban el tiempo de hacer; últimamente la sociedad sale más de sus casas, conocen cosas nuevas, experimentan nuevas actividades y se dejan asombrar por las distintas propuestas que surgieron después del año y medio aproximadamente que se tuvo que estar en confinamiento.

Al día de hoy se cuenta con mayor estabilidad económica hablando de un crecimiento de 4.8% en 2021, comparando a la que se tenía en 2020 en donde debido a la pandemia se obtuvo una caída de 8.1% Además se estima que en este 2023 la recuperación de la economía mexicana crezca 1.5% de acuerdo a datos del Banco Mundial, por lo que la sociedad tiene más libertad de adquirir productos por gusto propio y gastar una mayor cantidad de dinero en la adquisición de estos.

## 2. Desarrollo

### 2.1. Sustento teórico y metodológico

Para dar solución a la problemática actual que se enfrenta la empresa de Cathy de la Mora se tomaron en cuenta variedad de conocimientos y elementos vistos en la carrera de Comercio y Negocios Globales, los cuales fueron la herramienta principal para poder impartir asesorías adecuadas a la empresaria, proporcionando información que contribuye

a los objetivos del plan de trabajo y que estos puedan convertirse en soluciones o aspectos de mejora para la entidad.

En la elaboración de dicho proyecto se realizaron un par de investigaciones, primeramente sobre aspectos internos de la empresa, investigación de mercado, sobre regulaciones arancelarias y no arancelarias, competidores en el extranjero, además de los canales de distribución para poder optar por las mejores opciones para la empresa. En las cuales fue necesario implementar los conocimientos de las siguientes materias:

**Empresas de comercio exterior:** Se implementaron los conocimientos del manejo de herramientas y bases de datos a las cuales se tiene acceso por parte del ITESO: Trade Map, Euromonitor y Passport. Las cuales funcionaron para indagar sobre la documentación necesaria, principales países exportadores, así como también regulaciones arancelarias y no arancelarias, acuerdos internacionales, etc.

**Mercadotecnia Integral:** Se aplicaron aprendizajes de mercadotecnia para desarrollar el análisis de mercado con la intención de confirmar la demanda, conceptos básicos del lenguaje técnico de la mercadotecnia, las 4 p's (producto, precio, promoción y plaza).

**Modelos de comercialización y exportación:** Siendo la distribución una parte muy importante en el desarrollo de este proyecto, se aplicaron conocimientos de la clase de Modelos de comercialización y exportación como los tipos de distribución, formas de internacionalización.

**Tratados internacionales:** Si bien es cierto que los tratados internacionales no se ven exclusivamente en esta clase, su correcta aplicación y aprovechamiento sí lo son. Estos conocimientos fueron aplicados para comprobar la viabilidad económica de exportar en extranjero y concretar en qué mercado se concentraron los esfuerzos de exportación de Cathy de la Mora y los requisitos que pudieran llegar a haber. Plataformas como Trade Wizards pueden ayudar a la correcta toma de decisiones, siendo esta herramienta una de las que se aprenden a usar en la clase de Tratados internacionales.

**Promoción internacional:** Mencionadas en la mercadotecnia integral, una de las 4 p's: la promoción. En el mercado es indispensable este elemento para darse a conocer en el mercado y aumentar la cantidad de puntos de contacto que puede darse con clientes potenciales. Son vitales en este aspecto la página web de Cathy, las ferias internacionales a las que puede atender, así como los esfuerzos publicitarios de la marca.

**Consultoría integral en negocios internacionales:** Debido a la naturaleza de consultoría, la materia de consultoría se vuelve indispensable en todo el proyecto. En especial el proceso de consultoría de diagnóstico y planificación de la acción, y se seguirá trabajando con los restantes pasos.

## 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

La empresa Cathy de La Mora, deseaba comenzar a exportar, sin embargo no se había hecho la selección del mercado. El equipo PAP, con ayuda de trade map seleccionó tres países que realizaran importaciones del producto desde México.

Los cuales fueron Estados Unidos, Francia y Canadá. De cada país se realizó un análisis Pestel, consecuentemente se calificó cada criterio con una matriz y se seleccionó el país con la calificación más alta.

- Plan de trabajo

Se realizó un plan de trabajo con un plazo de 16 semanas como se muestra en el cronograma.

Las **actividades profesionales** que se realizaron fueron: investigaciones de mercado, tendencias de crecimiento, competidores, perfiles de consumidor, tamaño del segmento, entre otras cosas.



Los **Recursos humanos** necesarios fueron: la fuerza de trabajo llevada a cabo por cada uno de los integrantes del equipo, acompañados de Cathy de la Mora. Además de los recursos tecnológicos como fueron el equipo portátil de cómputo y distintas fuentes de datos como lo son Trademap, Siavi, Passport, páginas web sobre el arte en Francia, etc.

Las investigaciones y tiempo empleado es alrededor de 4 a 6 horas a la semana grupal, y con sesiones aproximadamente cada dos semanas en conjunto con Cathy de la Mora; estas sesiones con duración de 40-45 min en promedio. Después de cada reunión con Cathy se elaborará una minuta en la que se especifican los temas que se trataron en dicha sesión y el tiempo que duró.

<b>Minuta</b>	<b>Fecha</b>	<b>Duración</b>
Primera	19 de Enero 2023	40 minutos
Segunda	26 de Enero 2023	40 minutos
Tercera	09 de Febrero 2023	1 Hora
Cuarta	07 de Marco 2023	1 Hora
Quinta	09 de Marzo 2023	1 Hora
Sexta	16 de Marzo 2023	1 Hora
Séptima	13 abril 2023	1 Hora
Octava	9 de Mayo 2023	1 Hora



ACTIVIDADES	Responsable	ENERO		FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO		
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S5	S-12	S-13	S-14	S15	S-16
		L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	S-12	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V
		16 a 20	23 al 27	30 al 3	6 al 10	13 al 17	20 al 24	27 al 3	6 al 10	13 al 17	20 a 24	27 al 31	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28	1 al 5	8 al 12
<b>4. COMERCIALIZACIÓN</b>																		
Tiempo Real de la realización del apartado																		
4.1.1 Propuesta de valor / Estrategia de posicionamiento.	Fernanda																	
4.2.2 Políticas y términos de venta.	Adrian y Andrea																	
4.2.3 Ferias y promoción.	Miriam																	

ACTIVIDADES	Responsable	ENERO		FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO		
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S5	S-12	S-13	S-14	S15	S-16
		L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	S-12	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V
		16 a 20	23 al 27	30 al 3	6 al 10	13 al 17	20 al 24	27 al 3	6 al 10	13 al 17	20 a 24	27 al 31	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28	1 al 5	8 al 12
<b>5. LOGISTICA</b>																		
Tiempo Real de la realizaión del apartado																		
5.1.2 Diseño de la Ruta.																		
5.1.2.1 Empaque y Embalaje.	Andrea																	
5.1.2.2 Cubicaje.	Fernanda																	
5.1.2.3 Selección del Transporte.	Adrian																	
5.2 Regulaciones.	Miriam																	
5.2.1 Arancelarias.	Miriam																	
5.2.2 No Arancelarias.	Adrian																	
5.3 Documentación para Exportar.	Fernanda																	

FECHAS PLANEADAS

DÍAS DE REALIZACIÓN

Presentación intermedia

10:00 a.m. 7.marzo

ACTIVIDADES	Responsable	ENERO		FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO		
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S5	S-12	S-13	S-14	S15	S-16
		L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	S-12	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V
		16 a 20	23 al 27	30 al 3	6 al 10	13 al 17	20 al 24	27 al 3	6 al 10	13 al 17	20 a 24	27 al 31	3 al 7	10 al 14	17 al 21	24 al 28	1 al 5	8 al 12
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																		
Tiempo Real de la realización del apartado																		
8.1. Conclusiones	Todos																	
8.2. Recomendaciones	Fernanda																	

### 3. Resultados del trabajo profesional

- Clasificación Arancelaria del producto.

Evaluar y validar la clasificación arancelaria del producto.

- Investigación de mercado internacional.

Identificar los mercados potenciales, además de evaluar las ventajas y desventajas de cada uno.

- Regulaciones arancelarias y no arancelarias del producto de exportación e importación en mercado meta.

Identificar los requerimientos necesarios para la exportación del producto al mercado elegido.

- Validar estrategia de comercialización.

Identificar y evaluar las posibles formas de comercialización y sus implicaciones.

- Desarrollo de propuesta de mejora

Se determinó la clasificación arancelaria en México. Después de seleccionar el mercado, se determinó la clasificación arancelaria en el país destino.

Consecuentemente, se utilizó trade map, euromonitor, passport para comenzar con la investigación de datos duros sobre Francia que ayudarán a la futura exportación hacia el país.

Se investigó sobre datos generales de la industria; tamaño y datos del mercado con la finalidad de obtener mayor información sobre el lugar en destino, además del perfil del consumidor y las tendencias que se tienen con la finalidad de ir obteniendo un panorama más amplio del lugar a donde nos queremos dirigirnos.

Se creó un directorio de contactos en donde se colocaron artistas franceses, artistas extranjeros, galerías, etc, con la intención de tener dichos contactos dentro del mercado extranjero al cual queremos dirigirnos.

Posteriormente se realizó la investigación referente a la comercialización, así como la propuesta de valor sobre el producto de Cathy de la Mora, las políticas y términos de venta que se requerirá para la venta así como se inició la búsqueda de ferias en las que se podrá participar en Francia.

Por último se determinaron los términos de logística, tales como el empaque que se necesitará de acuerdo al producto, la selección de transporte y como es que los cuadros viajarán dentro de estos. De igual manera se investigaron las regulaciones arancelarias y no arancelarias que se tienen con el objetivo de exportar las pinturas.

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

- Aprendizajes profesionales

Fernanda García Jiménez: este proyecto me enseñó a adaptarme a un producto con el que nunca había trabajado, además de ayudarme a enfatizar la importancia de la propuesta de valor y conocer a mi mercado, ya que para un producto como lo es la pintura, el mercado es muy específico, y nos costó trabajo delimitarlo, debido a que se considera el movimiento artístico, el mensaje a transmitir y la capacidad financiera del mercado.

Andrea Becerra Hernández: Gracias a este proyecto pude retomar conocimientos que se me enseñaron a lo largo de la carrera. El poder trabajar con un producto distinto a lo que había trabajado antes como lo es las pinturas al óleo me permitió tener un panorama diferente sobre un mercado distinto. No fue fácil ya que se trabajó con una empresa

bastante pequeña que no tenía nada formalizado pero creo que junto con mis compañeros hicimos un muy buen trabajo.

Adrián Atienzo Rivera: Puedo decir que la realización de este proyecto fue un reto ya que tuve que desempolvar conocimientos de otras materias ajenas al comercio exterior. Puede fortalecer y ejercer conocimientos de todo, no solo de la escuela, lo cual ha sido sumamente gratificante el ver el impacto de mi esfuerzo y el de mi equipo para ayudar a guiar a Cathy de la Mora en su emprendimiento. Aprendí que todavía tengo mucho que aprender como pedir ayuda a tiempo y ser más comunicativo para convertirme en un mejor profesionalista.

Miriam Gpe Negrete Escobar: En este proyecto pude implementar muchos de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera pero también se presentaron algunos retos ya que siempre hay algo nuevo que aprender. Realizar este PAP fue algo totalmente diferente ya que nunca había tenido la oportunidad de trabajar y habituarme con este tipo de productos. Ahora tengo un panorama más extenso sobre todo lo que se debe hacer para exportar un producto aun cuando este no tiene una estructura bien formalizada.

- Aprendizajes sociales

Nos dimos cuenta que en el mundo artístico la mayoría de la información a encontrar, está relacionada con los movimientos más populares. Nos damos cuenta de la importancia de seguir promoviendo los demás movimientos artísticos, además ayudamos a una artista mexicana a abrirse paso en el extranjero, lo cual también nos parece extremadamente importante, para ayudar a exponer la cultura del país.

- Aprendizajes éticos

Fernanda García Jiménez: en lo personal me gusta mucho el arte y me encantaría desenvolverme en este rubro. Me doy cuenta de la importancia de tener registro de todos los gastos y medidas de las obras en inventario, además de la importancia de darse a

conocer en el mercado local, para agregar valor a las piezas, conocer a los clientes y saber desenvolverse en un mercado internacional.

Andrea Becerra Hernández: Me pareció bastante interesante poder llevar a cabo un proyecto de exportación en un rubro diferente al del alcohol y conocer sobre los requisitos y retos que exportar pintura al óleo representa.

Me di cuenta de que la exportación de un producto es algo bastante complejo y que es importante tener una buena base de empresa, conocer a fondo cómo es que esta trabaja, sus gastos, etc para poder realizar un trabajo más sólido y benefactor.

Miriam Gpe Negrete Escobar: Decidí trabajar con un proyecto de giro diferente al PAP anterior porque personalmente es muy interesante conocer variedad de productos y como estos los podemos comercializar en el mercado exterior. Al ser algo diferente fue un poco complicado obtener toda la información que necesitábamos pero después de muchas sesiones de trabajo y colaboraciones con la empresaria logramos guiar por un buen camino a dicha empresa, basándonos en sus gustos y necesidades. Descubrí que me gusta mucho el tema de consultoría pues aprendes demasiado sobre el mercado o el producto, y a su vez puedes apoyar a personas que están iniciando nuevos negocios.

Adrian Atienzo Rivera: si bien es cierto que hay diferentes caminos para todo, hay unos mejores que otros. Trabajar el PAP de CEDECOM me ha ayudado a darme cuenta de lo olvidado que está el giro artístico como negocio rentable. Hay muchas áreas de mejora y de transparencia en contraste a otras industrias, sin embargo si hay un deseo hay un camino; un camino que hemos ayudado a trazar a la empresaria que se nos asignó. Los integrantes del equipo tuvimos que ser transparentes con los esfuerzos y resultados realizados a lo largo de este proyecto, así como la exigencia a nosotros mismos para brindar el mejor apoyo a Cathy de la Mora.



En equipo, nos dimos cuenta de todo el panorama que se abre en el mundo de la exportación. Nos invita a indagar más sobre diferentes temas en este caso el arte y a ser más adaptables. Este proyecto nos llevó a mantener la mente abierta, para ser capaces de entender los diferentes mercados y ayudar a las empresas en su proceso de adaptación a nuevos mercados.

- Aprendizajes en lo personal

Fernanda García Jiménez: En lo personal me ayudó a darme cuenta que hay muchas cosas que aprender en el mundo del arte, añadiendo que es un mundo en el que se complica moverse y darse a conocer sin tener contactos, en ese mundo. Adicionalmente hay que estar muy bien informado porque existen muchas exposiciones de arte, sin embargo es limitada la cantidad en la que se puede desenvolver el artista, ya que depende de la temática, el movimiento y el tipo de pieza.

Andrea Becerra Hernández: Este PAP me dio un panorama más amplio sobre lo que es el mundo del arte para las personas que les apasiona este y el poco conocimiento que se puede llegar a tener de los miles de artistas que existen tan solo en nuestro país. Aprendí un poco sobre técnicas, como trabaja un artista, los tiempos que crear una obra representa, entre otras cosas.

Miriam Gpe Negrete Escobar: Realizar este PAP me ayudó a conocerme aún más ya que describí de que puedo ser capaz de desarrollar un proyecto de exportación aun cuando no poseía un conocimiento profundo en materia del arte, pero aun así en compañía de mi equipo logramos culminar el proyecto exitosamente. Me percaté de que el mundo del arte es bastante complejo que debes entender muy bien cómo funciona, ya que es difícil que un artista sea reconocido aun cuando poseen un gran talento si este no tiene una red de contactos. Pero aprendimos distintas maneras en las que los artistas pueden comenzar a expandirse y ser reconocidos a nivel internacional por medio de ferias o subastas.

Adrian Atienzo Rivera: Cuando entré al PAP no tenía idea con qué tipo de empresa trabajaríamos. Al conocer las alternativas que había, no dudé en elegir la empresa de Cathy de la Mora. Trabajar con una empresa artística me ha parecido sumamente interesante, ya que no es un giro del que (en mi experiencia universitaria) se hable mucho del tema. Poder unificar mis conocimientos aprendidos de tantas materias me ha resultado muy fructífero y gratificante. Puede reforzar conocimientos y aprender muchísimo tanto de comercio, como del mundo del arte. En el PAP tuve una probadita de qué consiste ser consultor en comercio exterior y puedo decir que me ha encantado, esto me confirma mis ganas de ser consultor en comercio exterior y me da la seguridad de conocimiento para ejercer.

## 5. Conclusiones

Abordar este proyecto nos enriqueció con nuevos conocimientos y estamos complacidos con los resultados finales, ya que se logró culminar de manera exitosa cada uno de los objetivos planteados. Fue bastante fructuoso conocer sobre los mercados potenciales que tiene el arte y cuáles eran los requerimientos necesarios para que la empresa de Cathy de la Mora cada vez se encuentre más cerca de exportar sus cuadros al extranjero. Fue posible implementar los conocimientos previos para generar una propuesta de valor y las posibles formas de comercialización.

Uno de los aspectos importantes que se pueden retomar para el próximo PAP es llevar a cabo el proceso de venta Francia o que la empresa pueda por lo menos publicar algunas de sus obras en las plataformas de promoción que son mencionadas en el documento empresarial para que así pueda comenzar a generar ingresos y que se dé a conocer en este nuevo espacio.

Definitivamente este fue un gran proyecto porque a pesar de los retos que aparecían en el transcurso de la elaboración siempre se tuvo una excelente asesoría y gran apoyo por parte de todos los integrantes del equipo. Esperamos que nuestro trabajo y desempeño cause un impacto positivo para la entidad.

## 6. Bibliografía

*México: panorama general.* (s. f.). World Bank.  
<https://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview>