

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
Programa de Economía Social



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

3E01 Desarrollo de microempresas y proyectos productivos
“Red Consultiva Artesanal fase dos, V16”
Fundación con Causa Azul

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

LAE. Gonzalo Hernández Gorrochotegui.

LAE. José Carlos Muñoz Castrillo

LAE. Tanya Janeth Nuño

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Claudia Marcela Sánchez Buenrostro

Lic. en Administración Financiera. Alejandro Cortés Hernández.

Lic. en Gestión Cultural. Carlos Yair Santiago Carrillo

Profesor PAP: Jair Benjamin Godinez Herrera, Alfredo García Amador y Luz del Carmen Ortega Puentes

Tlaquepaque, Jalisco, Julio de 2016

REPORTE PAP

ÍNDICE

INDICE

REPORTE PAP	1
REPORTE PAP	2
<i>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional</i>	2
<i>Resumen</i>	2
<i>1. Introducción</i>	3
<i>2. Desarrollo</i>	14
<i>3. Resultados del trabajo profesional</i>	42
<i>4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.</i>	43
<i>5. Conclusiones</i>	70
<i>Bibliografía</i>	71
<i>Anexos</i>	75

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

El presente reporte fue realizado en el periodo de verano 2016, dándole continuidad al documento generado durante el ciclo de primavera 2016. Este documento contiene diferentes aspectos para la generación de una red consultiva artesanal propuesta por Fundación con Causa Azul. El objetivo principal del proyecto es la generación de un sitio web que sirva como soporte para la red consultiva, en el cual se otorgue información y exista un espacio de diálogo y reflexión referente al sector artesanal.

Para lograrlo se dialogó con el cliente sobre la problemática que existe en el sector artesanal, quien explicó la importancia de una red que vincule diferentes agentes que estén involucrados en la industria. Para obtener mayor información, se realizó una visita al Instituto de la Artesanía Jalisciense en el cual se conocieron los apoyos que otorga el gobierno a la industria. Así mismo, se asistió a Tonalá para participar en una mesa de diálogo entre artesanos, gobierno y organizaciones no gubernamentales, la cual tenía como principal objetivo conocer las necesidades actuales de los artesanos.

Durante el desarrollo del documento, se utilizaron diversas teorías propuestas por Michael Porter, Robin Coulter, entre otros autores que fueron relevantes para el soporte del reporte. En el trabajo se puede apreciar una planeación estratégica, una propuesta de branding la cual incluye el nombre definitivo de la red, un manual de identidad corporativa como soporte para las normas del diseño de la marca y un modelo del sitio web de la red.

Finalmente, se pretende que a través del reporte se genere un amplio impacto en el sector artesanal el cual desarrolle socioeconómicamente y culturalmente a la industria.

1. Introducción

Antecedentes

El documento que se presenta a continuación es la segunda fase del proyecto realizado en primavera 2016 con respecto al desarrollo de una red consultiva artesanal, misma que fue propuesta por Fundación con Causa Azul. El objetivo general de la primera fase del proyecto fue desarrollar el modelo de una red consultiva artesanal con la finalidad de crear un espacio de diálogo entre artesanos e interesados en el tema.

Para lograr el objetivo mencionado anteriormente, se realizaron diferentes actividades por parte de los participantes, algunas de ellas fueron; investigaciones exploratorias para definir la viabilidad del proyecto, desarrollo de los distintos procesos de negocio de la red consultiva artesanal que constituirán el correcto funcionamiento de la misma e investigaciones acerca de las posibles plataformas web para el establecimiento de la red.

Con base en lo anterior, se establecieron nuevos objetivos y actividades para darle continuidad al proyecto de la red consultiva artesanal.

FASE DOS V16

Para la segunda fase del proyecto de la red, se decidió trabajar en relación a su estructura general para que pudiera empezar a tomar forma un proyecto que tiene la posibilidad de grandes alcances.

Gracias a las diferentes disciplinas que integran el equipo se trabajó un manual de identidad, el naming y una planeación estratégica que dará pie a un sitio web; con esto se pretende que se empiece la fase de desarrollo y se realicen los ajustes necesarios para su óptimo funcionamiento.

El proceso de desarrollar la planeación estuvo acompañado de una profunda reflexión en torno a la problemática que existe en el sector artesanal, y sus diferentes tensiones; cuidando siempre los objetivos de este proyecto que son la vinculación, la reflexión y la convergencia de ideas y experiencias que enriquezcan los conocimientos del sector.

1.1 Objetivo General

El objetivo de este proyecto es la creación y desarrollo web (página web y redes sociales) para la gestión de contenidos y difusión de una red consultiva artesanal a nivel Jalisco con el fin de beneficiar al sector.

1.1.1 Objetivos específicos

1.1.1.1 Desarrollo de una página web.

1.1.1.2 Creación de la planeación estratégica de la red consultiva artesanal.

1.1.1.3 Desarrollo del branding

- Determinación de la estrategia
- Posicionamiento de la marca

1.1.1.4 Creación de un manual de identidad visual el cual explique los procesos de aplicación de la marca.

1.2. Justificación

La importancia de este proyecto es crear un espacio en el cual coinciden expertos e interesados en la temática artesanal, con lo cual se buscó informar además de fomentar el diálogo y debate entre los participantes de dicha red. Esto es importante ya que le puede brindar apoyo al sector para la toma de decisiones de los distintos proyectos que se puedan desarrollar, con el fin de que se beneficie de una manera sustentable a los artesanos.

FASE DOS V16

Las artesanías son parte de la riqueza cultural de México que podrían perderse si no existe un fomento hacia esta actividad. Debido a esta problemática, en el desarrollo del proyecto se buscó implementar una red

que conecte a los diferentes agentes involucrados en la industria artesanal fomentando el desarrollo de la misma. La importancia de este proyecto es la de crear un espacio en el cual coinciden expertos e interesados en la temática artesanal, con lo cual se busca informar y fomentar el diálogo y debate entre los participantes de dicha red, para que a través esto se brinde apoyo a los diversos actores para la toma de decisiones en distintos proyectos con el fin de que se beneficie de manera sustentable a los artesanos.

Se busca que a través de una red consultiva artesanal, se otorgue información y exista un foro en el cual, expertos sobre el tema, den a conocer diferentes opiniones e información de relevancia para los artesanos en Jalisco. La principal meta de la red es crear una entidad que apoye el crecimiento y desarrollo potencial de los artesanos en México.

“(…) La economía social es un sistema que implica un tipo de iniciativas colectivas que privilegian la generación de bienestar colectivo por medio de la rentabilidad económica. Está constituido por organismos sociales dotados de personalidad jurídica con una organización interna que les permite autonomía del resto de los actores económicos y la toma de decisiones que les permite el control y organización de sus actividades, a través de sus órganos democráticos de gobierno.”¹

El trabajo está integrado principalmente desde una óptica que pretende leer la problemática artesanal desde el desarrollo de la economía social por las condiciones en que se da esta actividad, y es ahí en donde se pretende dar visibilización al sector artesanal de manera que se puedan desarrollar las

¹ SECRETARÍA DE ECONOMÍA, (2015). Diario Oficial de la Federación (Primera Sección). Programa de Fomento a la Economía Social 2015-2018. México: Ildefonso Guajardo Villarreal. Publicado en el DOF el 18 de junio de 2015.

habilidades y capacidades necesarias para que puedan competir en un mercado y mundo globalizante. A decir de Juan José Rojas Herrera es una de las principales limitantes del tercer sector de la economía, la falta de habilidades administrativas y el entendimiento de este sector ² y desde una óptica del impacto y la importancia cultural que la artesanía representa para México.

1.3 Antecedentes del proyecto

Fundación con Causa Azul es una Asociación Civil filantrópica, interesada y comprometida con el desarrollo artesanal de los pueblos mexicanos, cuyas manifestaciones representan el legado de nuestras tradiciones, la huella viva de la memoria histórica de nuestros antepasados, las expresiones artísticas de la diversidad de los pueblos, una parte del patrimonio cultural del país y la dinámica económica local de muchos artesanos que hacen de sus artesanías la fuente principal de sus ingresos.

Fundación con Causa Azul, cree en impulsar el desarrollo artesanal comunitario para contribuir a mejorar la calidad de vida de los artesanos y a la permanencia de la artesanía; un rasgo fundamental que resguarda y distingue la multifacética identidad mexicana.

Debido a los antecedentes mencionados es necesaria la creación de un proyecto cuyo fin sea involucrar y sumar voces a esta causa.

El proyecto surge debido a la falta de un espacio en donde se haga coincidir a las personas que desde diferentes áreas de especialización abordan el tema artesanal, ya que por no trabajar en conjunto, no tienen manera de multiplicar su acciones a manera de sinergia con otras personas que quizás realicen o tengan interés en cuestiones similares.

² Rojas Herrera, J. (2013). FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA ECONOMÍA SOCIAL EN MÉXICO Y SUS PERSPECTIVAS DE CARA A LOS RETOS QUE IMPONE EL MODELO NEOLIBERAL. In: L. Oulhaj, ed., Miradas sobre la economía social y solidaria en México, 1st ed. Puebla: Universidad Iberoamericana Puebla, pp.149-160.

FASE DOS V16

En la segunda fase del proyecto se da continuidad a lo avanzado en los trabajos tendientes a la conformación de la red consultiva artesanal, por lo que este documento, se basará en las investigaciones exploratorias previamente realizadas y también continuará con el desarrollo del modelo de la red consultiva artesanal.

Se podrán obtener diferentes beneficios de la red, tales como vincular a personas que estén interesadas en el sector artesanal, informar sobre los problemas y oportunidades que hay para los artesanos mexicanos, promoción del desarrollo socioeconómico del sector artesanal e implementación de una justa valoración hacia esta industria. Para ello, se deberán realizar diferentes actividades en la red, tales como foros, recopilación de artículos relevantes para el tema, reportajes, acuerdos de colaboración, actividades interactivas, generación de directorio de agentes interesados y/o expertos en el tema, impartición de cursos, talleres y conferencias, entre otras.

En la segunda parte de la realización de la red consultiva artesanal, se busca desarrollar el ámbito administrativo del proyecto, es decir, crear la planeación estratégica y el branding de la misma. Para ello se implementan diversos recursos propuestos por autores como Michael Porter para el desarrollo de las estrategias y el benchmarking, Alex Osterwalder para la propuesta del canvas, Robbins Coulter para la misión, visión, análisis FODA, establecimiento de objetivos y líneas de acción. Por otra parte, se citan diferentes autores de mercadotecnia, tal como Silva Bustillos B. Reseña para la creación del branding y del manual de identidad corporativa para la marca.

Además se buscará recabar y validar información del sector artesanal ya que, dentro de los organismos gubernamentales existentes, no se cuenta con información sociodemográfica, económica, geográfica, entre otros temas, específicamente del sector artesanal. Por esto los datos que se obtienen por distintos medios puede variar y no ser confiable.

Actualmente existen distintas instituciones dedicadas al apoyo de los artesanos, por ejemplo, Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, Instituto de Artesanías e Industrias Populares del Estado de Puebla, Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México, Instituto de Artesanías Jalisciense³, igualmente se han creado leyes y programas para proteger e impulsar artesanos, por ejemplo, la ley federal para el fomento de la microindustria y la actividad artesanal⁴, en el estado de Guerrero la ley de protección y fomento de las artesanías⁵, en Baja California la ley de fomento a las artesanías indígenas⁶, entre otras, pero la principal que puede aportar mayor valor hoy en día es la ley de economía social y solidaria, la cual puede apoyar en demasía el sector artesanal en general. Y es que a pesar de la existencia de los distintos organismos y leyes que se han creado al día de hoy, no todos los artesanos son apoyados por estos, sólo algunos cuantos privilegiados hacen uso de

³ Turok, M. (2009). Integrantes del grupo impulsor Artesanías y Medio Ambiente. In *Artesanías y medio ambiente* (1st ed.). México, D.F. Retrieved from <http://www.biodiversidad.gob.mx/publicaciones/librosDig/pdf/ArtesaniayMedioAmb.pdf>

⁴ CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN,. (2012). LEY FEDERAL PARA EL FOMENTO DE LA MICROINDUSTRIA Y LA ACTIVIDAD ARTESANAL. México, D.F: Secretaría de Servicios Parlamentarios. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/127.pdf>

⁵ Gobierno del estado,. (2009). *Ley de protección y fomento a las artesanías* Guerrero.

Recuperado de <http://docs.mexico.justia.com.s3.amazonaws.com/estatales/guerrero/ley-de-proteccion-y-fomento-a-las-artesantias.pdf>.

⁶ Congreso del Estado de B.C.,. (2001). *Ley de fomento a las artesanías indígenas de Baja California*. Tijuana. Recuperado de <http://www.tijuana.gob.mx/Leyes/pdf2011/leyes/Leyartindig.pdf>

estos, mientras que la mayoría no son tomados en cuenta y no están enterados de las leyes que les protegen o el cómo hacerlas valer.

Finalmente, se dará continuidad a la planeación y adaptación del sitio web para la red, la cual se sustenta con base en diferentes artículos de expertos en el tema.

1.4. Contexto

Actualmente no existe un espacio en el cual se pueda informar y dialogar sobre temas artesanales, por lo cual surge la necesidad de la creación de esta red, en donde los integrantes de esta plataforma podrán dialogar y debatir las problemáticas presentadas en el entorno artesanal.

Los usuarios que den uso a esta red son desde expertos relacionados en el tema así como interesados, estudiantes universitarios y artesanos que cuenten con acceso a la plataforma. “ cita y referir al pap anterior

FASE DOS V16

Durante el siglo XIX se originó el tercer sector o economía social debido a distintos factores alarmantes dentro de la economía, entre los cuales se encuentran: la baja calidad de las condiciones de vida, la explotación que sufrían los obreros, el desempleo y los índices de migración. El nuevo modelo económico denominado tercer sector pretende minimizar las injusticias capitalistas a las que la sociedad está expuesta.

En México el sector de la economía social es reconocido en el artículo 25 Constitucional y Instituto Nacional de la Economía Social (INAES) la denomina como *“la actividad económica que llevan a cabo Organismos del Sector Social, basados en la democracia en la toma de decisiones,*

*propiedad social de los recursos, distribución equitativa de beneficios entre sus integrantes y el compromiso social en favor de la comunidad”.*⁷

El principal objetivo de la economía social es construir un México próspero⁸, que promueva el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica, mediante la generación de la igualdad de oportunidades. Para lograrlo, está enfocada en diversos sectores estratégicos que puedan generar empleo y creen competencia de manera justa.

Entre otros objetivos de la economía social, se busca incrementar y mejorar la competitividad y niveles de inversión que conduzcan a un mayor desarrollo económico en el país, así como impulsar el emprendimiento del sector social de la economía, mediante la inclusión productiva y laboral.

Para promover la economía social en el país, el gobierno creó el Instituto Nacional de la Economía Social (INAES), el cual tiene como objetivo crear políticas públicas que logren el desarrollo de la economía social por medio de la participación ciudadana en distintos proyectos productivos.

Lo que caracteriza al tercer sector es una toma de decisiones democrática, además de no estar ligado directamente con aportaciones de los socios, así como la propiedad conjunta y la generación de un beneficio a los socios, ya sea empleo o la prestación de algún servicio. El cooperativismo y los principios que regulan a las cooperativas, son considerados como los principales componentes de esta.

⁷ *Nociones Básicas de Economía Social.* (2016). *Inaes.gob.mx*. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html>

⁸ Gobierno de la República, (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. México: Lic. Enrique Peña Nieto.

Es importante recalcar que la economía social está caracterizada por promover un desarrollo con equidad, el cual gira en torno a cuatro dimensiones: confianza, capacidad de asociación, conciencia cívica y valores éticos.⁹

Por otra parte, existe un Programa de Fomento a la Economía Social, el cual otorga apoyos a personas de escasos recursos, que tienen actividades dentro del sector social de la economía, para el desarrollo de iniciativas productivas y el fortalecimiento de la organización. El Programa puntualiza diversas problemáticas dentro del sector, tales como falta de vinculación, insuficientes capacidades de gestión y habilidades gerenciales, escasa tecnología, carencia de información para la toma de decisiones, entre otros¹⁰. La red consultiva artesanal, está enfocada en otorgar y resolver los factores limitantes mencionados anteriormente, ya que busca vincular agentes interesados en el sector artesanal que tengan el interés de informarse y promover esta industria. Además, a través de las relaciones generadas, se podrá capacitar a las personas involucradas en el sector, para que desarrollen diferentes habilidades técnicas y cognitivas para el desarrollo socioeconómico de los participantes.

Este proyecto comparte principios y valores propios del sector social de la economía¹¹, ya que tiene como finalidad la participación de la sociedad para el fortalecimiento del sector artesanal. Lo anterior se pretende lograr a través de una red consultiva, misma que entre otras cuestiones le dará la oportunidad a la sociedad jalisciense de participar en foros, crear relaciones

⁹ Sánchez Díaz de Rivera, A. (2013). ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA: DESARROLLO LOCAL CON EQUIDAD. In *Miradas sobre la economía social y solidaria en México* (1st ed., p. 135). Puebla: Leila Oulhaj.

¹⁰ SECRETARÍA DE ECONOMÍA, (2015). Diario Oficial de la Federación (Primera Sección). Programa de Fomento a la Economía Social 2015-2018. México: Ildefonso Guajardo Villarreal. Publicado en el DOF el 18 de junio de 2015.

¹¹ CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN,. (2012). *LEY DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA* (pp. 4,5). Ciudad de México: Secretaría de Servicios Parlamentarios.

con el fin de desarrollar la industria, tener acceso a un directorio de artesanos y expertos, otorgar de cursos y capacitaciones, difusión de eventos relacionados al sector artesanal y un mapa interactivo para localizar artesanos en distintos puntos de Jalisco.

Para ello se cuenta con el apoyo de Fundación con Causa Azul que se encuentra ubicada en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, estado que se destaca en cuanto a importancia y diversidad de artesanías en México. La Fundación cuenta con el apoyo de diferentes instituciones y empresas privadas, mismas que contribuyen al desarrollo de la red consultiva artesanal. Así mismo, existe la participación de diferentes voluntarios multidisciplinarios que le facilitan a la creación de proyectos, tales como la red.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

El presente proyecto está basado en diferentes investigaciones sobre la viabilidad de la construcción de una red consultiva artesanal, y debido al éxito que se obtuvo, en la segunda parte se pretende dar continuidad a lo previamente realizado.

La finalidad del documento es la creación de una red consultiva artesanal, misma que tendrá como principal apoyo una página web y diferentes redes sociales, que contribuirán a la interacción, diálogo y reflexión de personas que estén interesadas en temas referentes a la artesanía.

En esta etapa del proyecto se definirá la planeación estratégica, es decir, misión, visión, valores, análisis FODA, propuesta de canvas, objetivos, estrategias, líneas de acción y un benchmarking. Así mismo, se realizará el desarrollo del branding el cual contendrá el nombre, logotipo, imagen,

pirámide de posicionamiento y manual de identidad corporativa. Finalmente, se presentará una propuesta de modelo para sitio web en el cual se especificarán las secciones, categorías, contenidos y organización de la página.

2. Desarrollo

La creación de la Red Consultiva Artesanal, propone un espacio de convivencia y coincidencia que podrá reunir a los distintos actores que desde su profesión y punto de vista aporten u opinen con respecto al campo artesanal.

“Se trata de un foro dinámico y abierto que fomente el encuentro, el diálogo, que somete a reflexión y escrutinio los temas públicos del acontecer artesanal y pueda generar información desde la participación ciudadana para tomar decisiones, revisar y construir políticas públicas y hacer coincidir agendas y proyectos artesanales. Se trata entonces, de establecer un órgano crítico que haga que los temas artesanales cobren fuerza y suscite que las cosas sucedan en favor de conservar el patrimonio artesanal y contribuir para que los artesanos tengan mejores condiciones de producción, comercialización y bienestar social” (Mario Limón 2016).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), el número de usuarios de internet en 2015 en México fue de 62.4 millones, lo que representa el 57.4% de la población¹². Tomando como referencia lo

¹² INEGI(2015). Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de TIC en Hogares, ENDUTIH 2015. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=19007>

anterior, se ha llegado a la conclusión de que el internet se ha convertido en una herramienta fundamental en la vida de los mexicanos y es por eso que se utilizará como principal elemento de la red una página web. Ésta podrá ser de mucha utilidad ya que será de fácil acceso para los agentes que estén interesado en participar en los diferentes blogs y publicaciones y también se podrá contar con información actualizada en todo momento.

Por otra parte, de acuerdo a un estudio de internet realizado por la consultora Forrester Research, casi al 80% de los usuarios de la red, lo que más les interesa es que tengan contenidos de interés¹³. Para ello se hará uso de la matriz de generación de contenidos de marketing creada por smart insights, la cual se divide en cuatro áreas: entretenimiento, educación, inspiración y convencimiento. A continuación se presenta un ejemplo de la matriz para mayor referencia:

¹³ Carreras, R. (2016). *Claves para crear contenidos que convengan - Webempresa20 - Internet orientado a resultados..* Retrieved 12 July 2016, from <http://www.webempresa20.com/libro-online/264-web-empresa-20-claves-para-crear-contenidos-que-convenzan.html>

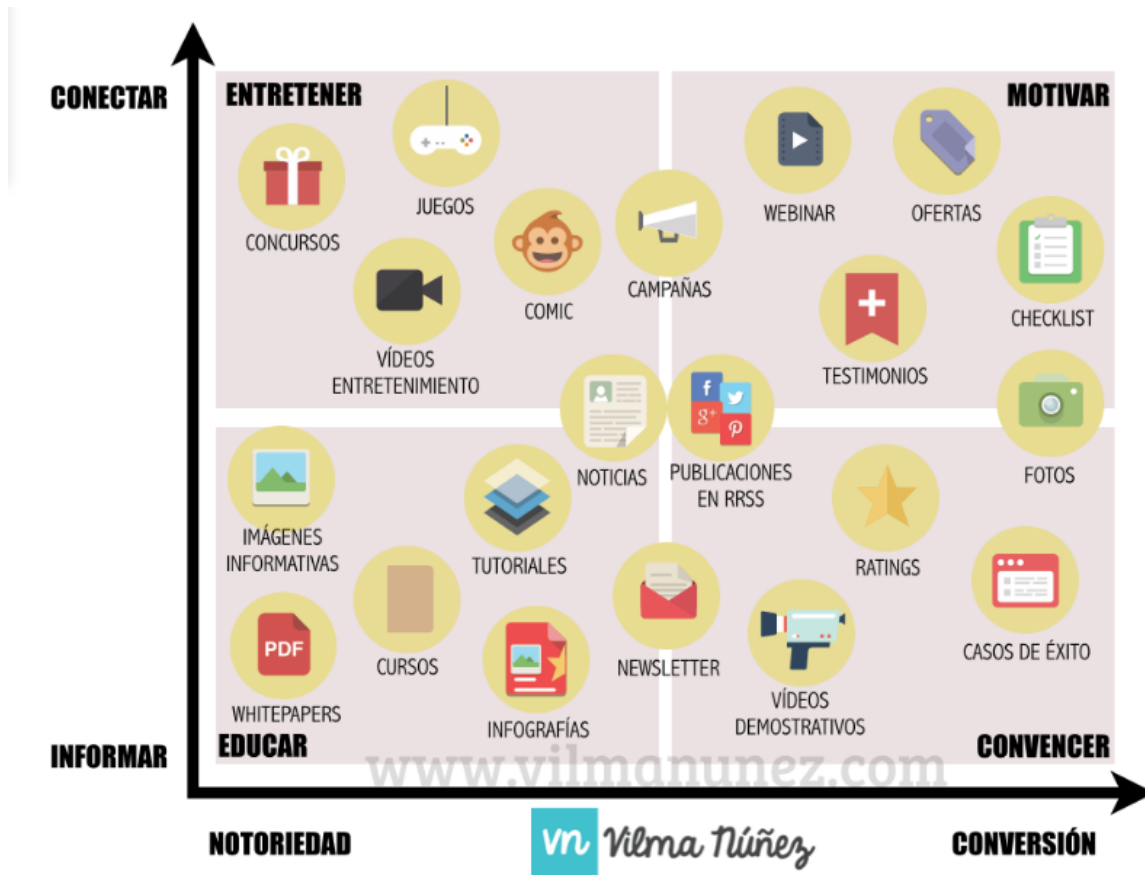


Tabla 1. Matriz de Contenido de Marketing¹⁴

La página web de la red estará enfocada principalmente en dos de los campos de la matriz, los cuales son educación y motivación. Los temas anteriores fueron elegidos por el enfoque que tiene la red, mismo que busca desarrollar el sector artesanal. La educación en la red es esencial debido a la falta de valorización de las artesanías en México, por lo que se pretende que a través de distintos artículos, reportajes y noticias las personas se informen y conozcan más sobre este sector y los problemas a los que enfrentan día con día los artesanos. Por otra parte, la motivación será clave en la red para que los participantes se involucren y quieran participar en el

¹⁴ Núñez, V. (2014). *Las pirámides del Marketing de Contenidos*. Vilma Núñez - Consultora Estratégica de Marketing. Retrieved 12 July 2016, from <http://vilmanunez.com/2014/04/16/la-piramides-del-marketing-de-contenidos/>

contenido y desarrollo de la misma. Para ello se utilizarán diferentes funciones en el sitio web, tales como galerías de fotos y videos, un foro en el que puedan participar y un mapa para encontrar los puntos clave de la industria, tales como talleres o puntos de venta artesanales en Jalisco. Entretenimiento y convencimiento también serán parte del contenido de la página web pero no serán primordiales dentro de esta.

En el desarrollo del sitio web de la Red Consultiva, se busca que esta sea amigable y atractiva para lo agentes, además de que los contenidos sean precisos y vigentes. Sin embargo, no solamente basta con lo anterior para obtener el éxito del proyecto, también es necesario realizar un branding para posicionar la red en el medio. La marca debe reflejar lo que es, su historia y hasta lo que se quiere lograr, para que a los agentes que les interese participar se sientan identificados y confiados con su participación en la red.

Por otra parte, se procura que en un largo plazo, este proyecto sea una organización que no dependa de ninguna entidad. Para esto, fue necesario el desarrollo de la planeación estratégica de la red, misma que contiene la misión, visión, valores, análisis FODA, objetivos, estrategias y líneas de acción que se buscan implementar.

Así mismo, se utilizó el modelo canvas para especificar el modelo de negocio de la red consultiva y así poder identificar los elementos clave y estratégicos que serán utilizados para obtener el éxito.

Por medio de lo anterior, se mostrará la identidad del proyecto de acuerdo a lo que cree y de acuerdo a como quisiera verse por el público. La clave para que la red obtenga resultados será conservar sus propios rasgos y proyectarse sobre ellos hacia el futuro.

2.1 Sustento teórico y metodológico

Se desarrollaron cuatro temas centrales en el proyecto, con los cuales se busca poner en marcha públicamente la red. Lo primero que se elaboró fue la planeación estratégica en la cual se siguió una estructura de plan para que con base en la misión, visión y valores se creará la identidad de la red para así lograr concebir el branding. Posteriormente se trabajó en la pirámide de posicionamiento para generar el logotipo de la red. Así mismo, el naming fue producto de una lluvia de ideas por todos los integrantes del equipo siendo validado por expertos a través de entrevistas profundas. Para que se continúe con el diseño del logotipo, se desarrolló un manual de identidad corporativa en el cual se especificaron los colores, tipografía, entre otros temas de relevancia para la continuación de la utilización de la marca. Finalmente se presentará en el documento un modelo para el sitio web, en el cual se utilizó wix para la realización del mismo.

2.1.1 Desarrollo de la planeación estratégica de la red:

Para la elaboración del primer punto se siguió la estructura del plan estratégico propuesta por Robles G. y Alcérca C. en el libro Administración un enfoque interdisciplinario.

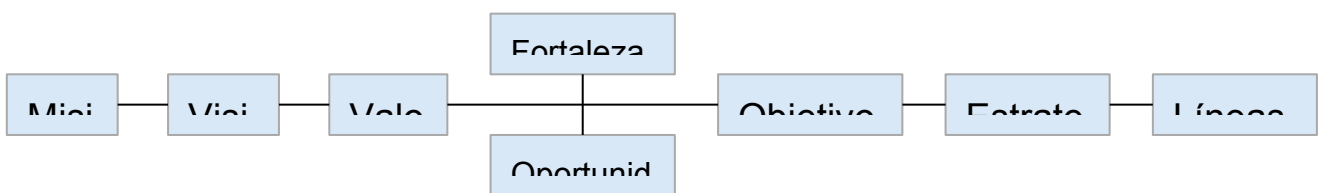


Figura 1.1 Línea de Planeación Estratégica

Fuente: Elaboración propia

Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define:

- 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa,
- 2) lo que pretende hacer, y
- 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas¹⁵.

Una misión es una declaración amplia que proporciona una idea general de lo que los miembros de una organización piensan que es importante. Los gerentes deben de revisar la misión antes de escribir los objetivos, ya que los objetivos deben reflejar esa misión¹⁶.

Visión:

La visión es el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad¹⁷. Es el camino al cual se dirige la empresa a mediano plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento, diversificación y competitividad, y organización, para analizar y juzgar comportamientos propios y de los demás miembros, que deben ser sancionados (conductas con valores negativos) o reforzados (conductas con valores positivos).¹⁸

Valores:

¹⁵ Thompson, I. (2016). *Misión y visión*. Promonegocios.net. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

¹⁶ Robbins Coulter (2010). *Fundamentos de administración*. Administración. Pearson. 10ma edición. Pp 150.

¹⁷ Maestres, R. (2015). MISIÓN, VISIÓN Y VALORES: ¿SIRVE PARA ALGO SU DEFINICIÓN?. *Debates IESA*, 20(1), 7-9.

¹⁸ Jack Fleitman. (2000). *Negocios exitosos : cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Son las creencias y conceptos básicos de una organización, forman la médula de su cultura. Son las concepciones compartidas de lo que es importante y por lo tanto deseable, que al ser aceptadas por los miembros de una organización influyen en su comportamiento y orientan sus decisiones¹⁹.

Un sistema de valores es un conjunto de elementos que sirven de guía y criterio a los individuos que integran una organización, para analizar y juzgar comportamientos propios y de los demás miembros, que deben ser sancionados (conductas con valores negativos) o reforzados (conductas con valores positivos). *Muchas empresas actualmente utilizan la administración basada en valores, según la cual los valores de la organización guían a los empleados en la forma en que realizan su trabajos*²⁰.

Análisis FODA:

A la combinación de los análisis internos y externos se le llama análisis SWOT por sus siglas en inglés, el cual es un análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una organización.

- Fortaleza: actividad que la organización realiza bien o cualquier recurso único.
- Debilidades: actividades que la organización no realiza bien, o recursos que no necesita pero posee.
- Oportunidades: tendencias positivas dentro de los factores externos del entorno.
- Amenazas: Tendencias negativas dentro de los factores externos del entorno²¹.

¹⁹ Robbins Coulter (2010). *Administración*. Pearson. 10ma edición. Pp 101.

²⁰ Maestres, R. (2015). MISIÓN, VISIÓN Y VALORES: ¿SIRVE PARA ALGO SU DEFINICIÓN?. *Debates IESA*, 20(1), 7-9.

²¹ Robbins Coulter (2010). *Administración*. Pearson. 10ma edición. Pp 165.

El análisis de esta herramienta, consiste en evaluar las **Fortalezas y Debilidades** que están relacionadas con el ambiente interno (recursos humanos, técnicos, financieros, tecnológicos, etcétera) así como las **Oportunidades y Amenazas** que se refieren al entorno externo (Microambiente: Proveedores, competidores, los canales de distribución, los consumidores) (Macroambiente: economía, ecología, demografía, gobierno) de la empresa familiar²².

De este análisis surgirán campos de acción que puedan ser convertidos a objetivos y estrategias mismos de los cuales se pueden se desprenden las líneas de acción.

Objetivos estratégicos:

Un Objetivo Estratégico es aquella formulación de propósito que marca la posición en que deseamos estar a largo plazo. Es, aún más importante, la apuesta por algo que valoramos decisivo para el presente y futuro de la organización. Implica un riesgo y un resultado. Son en su conjunto las victorias que necesitamos alcanzar para conquistar la posición deseada.²³

Los objetivos estratégicos son los que están relacionados con todas las áreas de desempeño de una organización²⁴.

Estrategias:

“Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de

²² José Mario Rizo Rivas (2014) El análisis FODA como herramienta para determinar la competitividad de la empresa familiar. pp 50-53

²³ Castellanos Cruz, R. (2016). Objetivos Estratégicos. Eumed.net. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/345/Objetivos%20Estrategicos.htm>

²⁴ Robbins Coulter (2010). Administración. Pearson. 10ma edición. Pp 146

entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica”²⁵.

“La definición de estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia formula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.”²⁶

Una definición más orientada hacia el mundo de negocios, la provee Bruce Henderson: “es la búsqueda deliberada por un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de un negocio, y la multiplique”. Muchas de las definiciones modernas hacen énfasis en la necesidad de una empresa de tener una ventaja competitiva, que la distinga de las demás. Según Michael Porter, la estrategia competitiva trata sobre “Ser diferente. Es decir, seleccionar una serie de actividades distinta a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor”.²⁷

Líneas de acción:

Documentos que describen cómo lograr a los objetivos en términos de alcance, de tiempo, de especificidad y frecuencia de uso²⁸.

La formulación de un Plan de Acción que priorice las iniciativas más relevantes para cumplir con los objetivos y metas de gestión requiere estructurar adecuadamente su financiamiento y enlace con el presupuesto institucional. Los planes de acción son documentos debidamente

²⁵ Ronda Pupo Guillermo Armando. (2002, marzo 11). Un concepto de estrategia. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

²⁶ Porter, M. (1989). *Estrategia competitiva*. México D.F.: Compañía Editorial Continental.

²⁷ *Estrategia Empresarial*. (2016). *Degerencia.com*. Retrieved 12 July 2016, from http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial

²⁸ Robbins Coulter (2010). *Administración*. Pearson. 10ma edición. Pp 147

estructurados que forman parte del Planeamiento Estratégico de la Empresa, ya que, por medio de ellos, es que se busca “materializar” los objetivos estratégicos previamente establecidos, dotándolos de un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto. Dichos planes, en líneas generales, colocan en un espacio definido de tiempo y responsabilidad las tareas específicas para contribuir a alcanzar objetivos superiores²⁹.

Por otra parte, se realizó un modelo de negocios para aterrizar los principales conceptos que estarán involucrados en la red. A continuación se define el concepto y la historia del canvas propuesto por Alex Osterwalder en el cual analizó a profundidad la red.

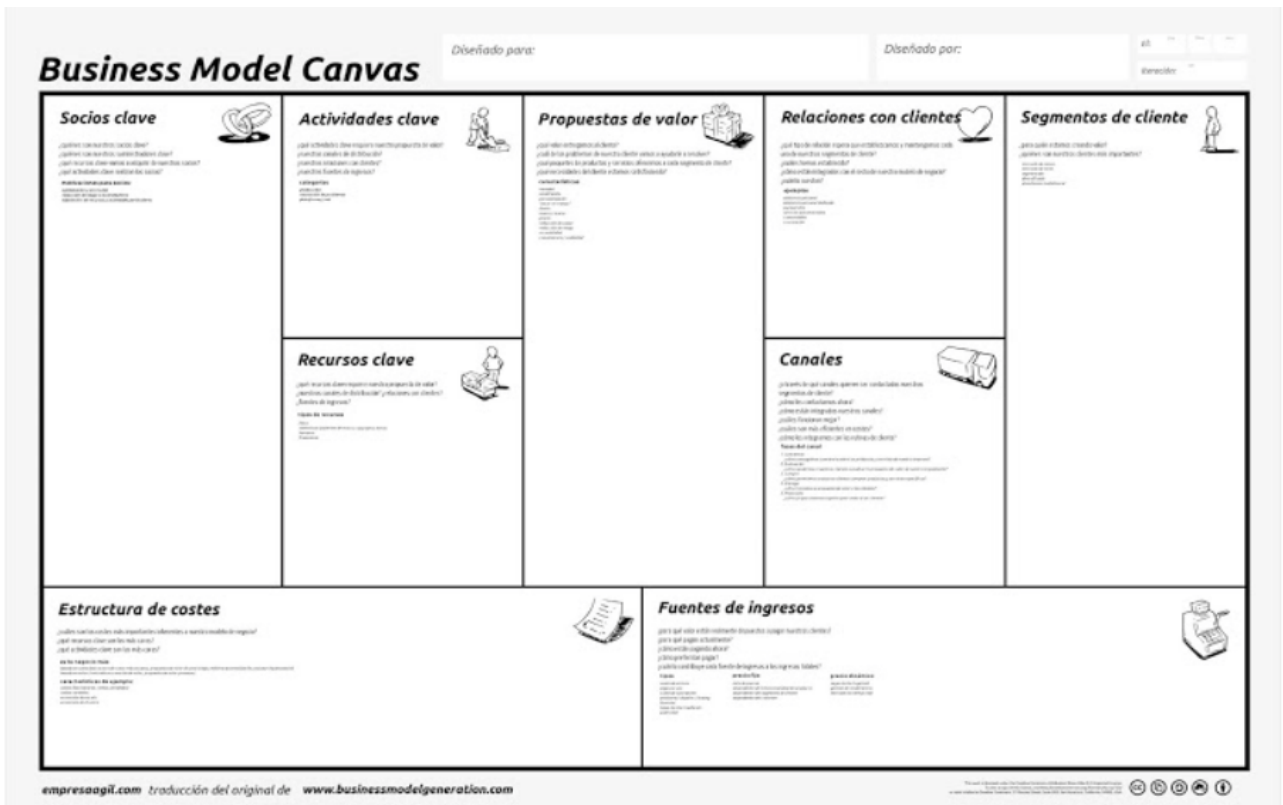
“Un modelo de negocio fundamentado en la innovación se basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y capturar valor para el cliente”.³⁰

El modelo Canvas fue creado por Alex Osterwalder con el fin de simplificar los pasos para generar un modelo de negocio. Éste método consiste en poner sobre un lienzo nueve elementos esenciales de una organización, teniendo como finalidad generar valor a cada uno de ellos. El canvas se ha convertido en una herramienta fundamental para todas las empresas, por lo que ha sido importante elaborar uno para la red consultiva artesanal.

“A continuación se puede observar un canvas con los diferentes elementos que lo conforman y su descripción:

²⁹ Duran Esquivel Gabriel. (2004, junio 14). Plan de acción para la ejecución de metas y tareas. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/plan-accion-ejecucion-metas-tareas/>

³⁰ Oalex Osterwalder, CANVAS, 2010.



- 1. Segmentos de Clientes:** En este apartado se define el público al que va dirigido el producto o servicio.. Son la base del negocio, así que se deben conocer perfectamente
- 2. Propuesta de Valor:** Es el elemento más importante del canvas ya que en él se describe la innovación y el valor que brinda la organización a sus clientes. Trata del “pain statement” que se soluciona para el cliente y cómo se le da respuesta con los productos y/o servicios la iniciativa. Explica el producto/servicio que se ofrece a los clientes.
- 3. Canal:** Es la forma en la cual se le entregará la propuesta de valor al cliente. Se centra en cómo se entrega la propuesta de valor a los clientes (a cada segmento). Es Determinar cómo se comunica, alcanza y entrega la propuesta de valor a los clientes.
- 4. Relación con los Clientes:** Es la manera en la cual se dará continuidad al vínculo que se generará con los clientes.

5. **Flujo de Ingresos:** Es el valor que se recibe por parte de los clientes para que obtengan la propuesta de valor.
6. **Recursos Claves:** Son los recursos para generar valor al producto o servicio que se ofrece.
7. **Actividades Claves:** Son las actividades para generar valor al producto o servicio que se ofrece.
8. **Alianzas:** Son los socios estratégicos, tales como proveedores, inversionistas, etc.
9. **Costos:** Es el último elemento, y en este se define la utilidad que se puede obtener de la propuesta de valor.³¹

Durante el desarrollo de la red, se buscaron a través de internet diferentes prospectos que pudieran ser aliados del proyecto. De esta manera se encontró “Red Artesanal”, una página web que comparte los objetivos de la red, por lo que se realizó un benchmarking para comparar las secciones del sitio web que se pueden compartir y las que pueden ser diferentes, para de esta manera complementar el contenido de la página web del presente documento.

Benchmarking

Michael E. Porter (Marzo 1991). Se comenta que el Benchmarking es el proceso continuo de medición de productos, servicios y actividades de una empresa en relación con los mejores competidores y/o empresas que están reconocidas como líderes en el mercado; se puede resumir con el término japonés: “dantotsu”, que significa el esfuerzo que se realiza para ser “ el mejor de los mejores”.

Arianne de Cárdenas (Agosto 2006). Según Spendolini, el Benchmarking es considerado como un proceso sistemático y continuo para evaluar los

³¹ Quijano, G. (2013). Modelo Canvas, una Herramienta para Generar Modelos de Negocios. Marketing y Finanzas. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>

productos, servicios y procesos de trabajo de las organización que se reconocen como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales...”.¹ Esta definición está enfocada al ámbito empresarial.

2.1.2 Desarrollo de branding

La decisión de realizar un branding para la red fue con la intención de generar una identidad para que pueda ser identificada con facilidad y claridad por los diferentes sectores que se verán involucrados con ella. Al hacer esto se integran diferentes disciplinas de las escuelas de negocios mercadotecnia y diseño que enriquecen a la conformación del proyecto.

Branding

Robert Bean de Northstar Partners en Reino Unido creador de la campaña para Honda “It’s Good to Talk”, define al branding como “promesa cumplida”. Hacer una promesa a los clientes y para tener éxito, se debe cumplir esa promesa. “La marca es una insignia, un nombre o un color, es sólo una pequeña fracción de lo que una marca es en realidad”³².

³² Bean, R. (2014). Branding y Marketing ¿Cuál es la diferencia? | Revista Merca2.0. Revista Merca2.0. Retrieved 12 July 2016, from

Actualmente se puede usar este término en sentido figurado cuando se habla de los atributos de un producto, que dejan una impresión duradera en la mente del consumidor, que puede ser sujeto a la influencia de la publicidad o la propaganda³³.

Entrevistas:

Entrevista GALINDO (1998). Define como entrevista a las técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación, Menciona en su libro que la entrevista es “una conversación que establecen un interrogador y un interrogado para un propósito expreso”.

(Leonor Arfuch 1995) Beatriz Sarlo cita en la presentación del libro de Leonor Arfuch a dicha autora: “la entrevista es el género de la voz y de la autenticidad”.

“La entrevista produce autenticidad porque establece un juego de presencia y de relación directa: gente cara a cara que, en la pantalla del televisor o en la plana del diario, está unida por el contrato de decir la «verdad»” (Leonor Arfuch 1995).

Naming:

Viene del vocablo inglés para nombre, y se describe como “las técnicas para la creación del nombre de la marca [...]”. Por tanto, en el naming se trata de nombrar, bautizar... dar nombre a una marca. Es el primer paso

³³ Silva Bustillos B. Reseña de ¿Qué es el branding?. *Revista Del Centro De Investigación. Universidad La Salle* [serial online]. January 2011;9(35):43-44. Available from: Fuente Académica Premier, Ipswich, MA. Accessed July 3, 2016.
naming?, ¿Que. "José Francisco Ruiz: ¿Que Es El Naming?". *Josefranciscoruiz.com*. N.p., 2012. Web. 13 July 2016.
"¿Qué Es El Branding Y El Naming? Diseñadores De Marcas". *Innovanity | Diseño, web y comunicación*. N.p., 2012. Web. 13 July 2016.

para dotar de significado a una marca: un nombre adecuado dice mucho de la marca, la hace más atractiva y, sobre todo, más reconocible.

El naming son las técnicas que se utilizan para crear un nombre de una marca de forma acertada y exitosa. Es nombrar, poner nombre a una empresa, producto o marca.

Imágen:

En el mundo del marketing y de las grandes firmas encontramos, en muchas ocasiones, el término imagen de marca. Este concepto está relacionado con el conjunto de actividades que desarrollan las empresas en su comunicación y en la relación con sus clientes y asocian a esta a una serie de valores o de percepciones. La imagen de marca es un método muy efectivo del marketing, ya que permite con un simple vistazo al logo despertar una serie de sentimientos en los clientes potenciales que luego se pueden desarrollar con una buena campaña de publicidad.

Es la percepción que se aprecia sobre lo que proyecta hacia el exterior una marca concreta. Son aquellos significados capaces de provocar en las audiencias por sus actuaciones, expresiones y relaciones con la misma. Se obtiene a través de la Activación de la Marca en los diferentes puntos de contacto. El conjunto de acciones, actuaciones, experiencias de consumo, etc, nos construyen la percepción de una marca³⁴.

Logotipo:

Un Logo es una imagen constituida de ícono y tipografía que tiene la función principal de representar a una compañía. El logo es a la empresa lo que la firma al empresario: un sello de garantía. Esta imagen es el

³⁴ Gínes, Guillermo. "¿Qué Es La Imagen De Marca?". QueAprendemosHoy.com. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

Toro, Orozco, Jaime Alberto, and Ferrre Pavia. "Identidad E Imagen: Los Valoresintangibles De La Marca | Catálogo Digital De Publicaciones DC". Fido.palermo.edu. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

estandarte de una empresa en la feroz batalla publicitaria y comercial que se libra en el mercado actual³⁵.

El logotipo se define como *un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas*³⁶.

Lo más importante de un logotipo es que sea:

- **LEGIBLE** independientemente del tamaño al que sea utilizado.
- **RESPONSIVE**, que sea posible adaptarlo a diferentes escalas y formatos sin perder su esencia (imprescindible con la importancia que han tomado las redes sociales y las webs adaptativas).
- **REPRODUCIBLE** en cualquier material.
- Que genere **IMPACTO VISUAL**, de manera que llame la atención a simple vista y sea fácilmente recordado.
- **ATEMPORAL Y ÚNICO**, diferenciándose dentro de la competencia y con un diseño perdurable en el tiempo.

Moodboard:

Cuando una agencia creativa lanza un concepto de publicidad para su producto, pueden crear lo que se conoce como una "moodboard" (collage de ideas). Esta presenta la estética y la esencia de la marca, como lo percibe la agencia. Como cliente se debe poder dar un vistazo a la imagen global del moodboard y saber el rumbo que el diseñador tomará con el producto.

Una moodboard es una herramienta visual que ayuda a establecer una visión o enfoque de un concepto de publicidad o de marketing antes de que

³⁵ "¿Qué Es Un Logotipo?". Hazhistoria.net. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

³⁶ "¿Que Es Un Logo? Descripción De Un Logo Corporativo, Definición De Logotipo". Infologotipo.com. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

el diseñador cree la presentación real del anuncio³⁷. Cualquier idea que el diseñador tiene en la cabeza, se transmite el tono a través de elementos visuales como hojas de revistas, tipografías estilizadas, colores suaves, muestras de texturas interesantes o títulos que evocan ciertas emociones. Una moodboard se presenta a menudo como un collage o storyboard tejiendo la esencia general de principio a fin.

Es una técnica aplicada a la creatividad y la inspiración que consiste básicamente en construir un póster o tablero en el que se realiza una composición con imágenes: dibujos, fotografías, ilustraciones..., textos, texturas, pequeños objetos, gamas de colores, etc³⁸. Es decir, se trata de realizar un collage en el que se comunica de forma visual un concepto, una estética, un estado de ánimo, buscando despertar en el interlocutor una determinada reacción o sensación. Es algo informal que permite "volcar" de forma visual toda nuestra inspiración, en trazos gruesos como si fuera un prototipo visual sobre el que después trabajaremos ya sea una nueva creación de manualidades, una nueva receta o un proyecto fotográfico

Pirámide de posicionamiento:

Consiste en organizar una oferta de mercado para ocupar un lugar claro, distintivo y deseable respecto a los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta³⁹.

³⁷ Imaginadora, La. "Inspírate, Crea... ¡Utiliza Los Moodboards!". La Imaginadora. N.p., 2014. Web. 13 July 2016.

³⁸ Smith, Elle. "¿Qué Es Una "Moodboard" En Publicidad?". Pyme.lavoztx.com. N.p., 2016. Web. 13 July 2016

³⁹ Kotler P. (2012) Marketing. Pearson. Diseño de una estrategia y una mezcla de marketing impulsada por los consumidores. pág. 190

Para gestionar correctamente una marca es necesario definir cuál es la razón de ser de dicha marca, su necesidad y su propósito. Asemejando la marca con una pirámide:

1. En el extremo superior aparecería la **razón de ser** (esencia de marca o brand essence) y el **propósito de la marca**.
2. A continuación, los **valores de la marca** y el **posicionamiento**.
3. En el siguiente nivel estaría el estilo de **comunicación de la marca**, que debe reflejar una **personalidad** y un carácter único.
4. Por último, en la base de la pirámide, se encontrarían los distintos **productos y/o servicios** que aglutina la marca.

Los valores de marca deben estar muy bien escogidos, ya que representan la base fundamental de la comunicación con el consumidor, e idealmente deben abarcar beneficios tanto funcionales como emocionales.

El posicionamiento de marca es la impresión que la marca quiere crear en la mente de sus audiencias en el largo plazo: es un espacio perceptual diferencial en relación a los otros competidores, que acostumbra a representarse en un concepto sencillo que define la esencia del negocio, la posición de la compañía y la marca en la categoría, así como el beneficio final para las audiencias⁴⁰. El posicionamiento no debe confundirse con la visión, la misión, la estrategia del negocio, el lema o la descripción de la oferta de un producto o servicio,

2.1.3 Desarrollo del sitio web

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, actualmente la tecnología juega un papel fundamental en la vida de una amplia parte de la población mexicana, por lo que se decidió que el principal elemento de la red sería una página web, para que a través de esta exista comunicación y

⁴⁰ Couret, Ana. "Posicionamiento De Marca |". Branderstand.com. N.p., 2014. Web. 13 July 2016.

participación entre los participantes. Es esencial trabajar en el contenido del sitio para que sea un excelente medio de comunicación entre los agentes.

Página web:

(Merino, Yaneth, 1999) en la tesis de Merino y Yaneth definen una página web como un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en internet específicos. Los sitios web pueden ser de diversos géneros, destacando los sitios de negocios, servicio, comercio electrónico en línea, imagen corporativa, entretenimiento y sitios informativos⁴¹.

empezando por su definición, consideramos una página web a un documento disponible en Internet, o World Wide Web (www), codificado según sus estándares y con un lenguaje específico conocido como HTML. Es algo a lo que estamos acostumbrados a acceder si leemos este artículo pero no todos conocen realmente su funcionamiento.

A estos sitios se puede llegar a través de los navegadores de Internet, que reciben la información del documento interpretando su código y entregando al usuario la información de manera visual. Estos suelen ofrecer textos, imágenes y enlaces a otros sitios, así como animaciones, sonidos u otros.

Mapa de sitio web:

Adriana Garrido Díaz (Mayo, 2002) Un mapa de sitio web es considerado parte de sistema es un archivo XML que contiene una lista de las páginas del sitio junto con alguna información adicional, tal como con qué frecuencia la página cambia sus contenidos, cuándo fue su última actualización y qué tan importante es respecto al resto de las páginas del mismo sitio.

⁴¹ Oliver, Begoña. "¿Qué Es Una Página Web?". About.com en Español. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

Hassan Montero, Yusef Martín Fernández, Francisco J. (30 marzo, 2003) comenta que la página web debe de responder las siguientes preguntas para facilitar la práctica de la evaluación:

- ¿Cuáles son los objetivos del sitio web? ¿Son concretos y bien definidos? ¿Los contenidos y servicios que ofrece se corresponden con esos objetivos?
- ¿Tiene una URL correcta, clara y fácil de recordar? ¿Y las URL de sus páginas internas? ¿Son claras y permanentes?
- ¿Muestra de forma precisa y completa qué contenidos o servicios ofrece realmente el sitio web?
- Esto está relacionado directamente con el diseño de la página de inicio, que debe ser diferente al resto de páginas y cumplir la función de 'escaparate' del sitio.
- ¿La estructura general del sitio web está orientada al usuario?
- Los sitios web deben estructurarse pensando en el usuario, sus objetivos y necesidades. No se debe calcar la estructura interna de la empresa u organización, al usuario no le interesa cómo funciona o se organiza la empresa.
- ¿El look & feel general se corresponde con los objetivos, características, contenidos y servicios del sitio web?
- Por ejemplo, los colores empleados. Aunque el significado que comunica un determinado color es muy subjetivo y dependiente de la cultura y el entorno, y por lo tanto diferente para cada usuario, ciertas combinaciones de colores ofrecen una imagen más o menos formal, seria o profesional, como pueden ser los tonos de azules con el blanco, que transmiten una imagen corporativista.
- ¿Es coherente el diseño general del sitio web?
- Se debe mantener una coherencia y uniformidad en las estructuras y colores de todas las páginas. Esto sirve para que el usuario no se desoriente en su navegación.
- ¿Es reconocible el diseño general del sitio web?

- Cuánto más se parezca el sitio web al resto de sitios web, más fácil será de usar.
- ¿El sitio web se actualiza periódicamente? ¿Indica cuándo se actualiza?
- Las fechas que se muestran en la página deben corresponderse con actualizaciones, noticias, eventos...no con la fecha del sistema del usuario⁴²

Blog:

Blog Bohórquez Rodríguez, E. (julio, 2008). Con el término blog define todo lo que Internet nos ofrece todo un caudal de oportunidades para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje. A pesar de estar asociado a su habitual carácter intimista y cotidiano, el blog es un recurso de amplias potencialidades a la hora de trabajar colaborativamente en el aula contenidos preferentemente transversales, así como competencias básicas. En definitiva, el weblog permite todo un abanico de experiencias compartidas que permiten al alumno la reflexión y el contraste de ideas propias y ajenas.

Rafael López Fdez (Marzo, 2013). Un blog también llamado bitácoras o weblog, es un sitio web donde uno o varios autores (bloggers) publican regularmente artículos (llámense entradas o posts) de temas muy variados que son ordenados cronológicamente, de más actual a menos. Debajo de cada entrada se ofrece un espacio donde los lectores pueden dejar sus comentarios y varios botones para compartir el contenido en la social media.

2.1.4. Manual de identidad

El último concepto que se puede apreciar en el documento, es un manual de identidad corporativa el cual recoge los elementos visuales más importantes de la la marca desarrollada durante el branding. Fue muy

⁴² Grupo Red Consultiva Artesanal (P2016). Reporte PAP. Sustento teorico y metodologico.

importante la realización del manual para que de esta forma se siga con las reglas de diseño que se utilizaron y así pueda seguir reconociéndose la marca de la misma manera.

Manual de identidad

La imagen corporativa está formada por diversos componentes que al trabajar conjuntamente permiten posicionar a la empresa en la mente del cliente⁴³.

Lo importante es que todos los elementos detallados sean parte del quehacer diario y de la cultura corporativa de la empresa, con el fin de generar reconocimiento e identificación no sólo por parte de sus clientes, sino también de sus propios trabajadores.

El manual de identidad visual corporativa es el conjunto de normas a las que los responsables de la imagen corporativa y la comunicación cultural recurren para unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica y corporativa de la empresa. El objetivo es promover la identidad visual en la forma más conveniente, consistente y eficiente⁴⁴.

Paleta de Colores

Concepto de paleta de colores es aquel que se utiliza para designar al conjunto de colores y tonalidades existentes o elegidas para decorar, pintar, colorear algún objeto o superficie. La paleta de colores puede ser completa, es decir, con todos los colores conocidos, pero también puede ser la selección de colores en base a la similitud de tonos, etc⁴⁵.

Una paleta de colores es un conjunto de muestras de color. Los colores de relleno y de contorno se pueden elegir en la paleta de colores

⁴³ "Elementos De La Imagen Corporativa | Empeñe Pyme". Empeñepyme.net. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

⁴⁴ Penguin, William. "¿Qué Es Un Manual De Identidad Corporativa? Definición". Yoseomarketing.com. N.p., 2015. Web. 13 July 2016.

⁴⁵ "Definición De Paleta De Colores". Definición ABC. N.p., 2016. Web. 13 July 2016

predeterminada, que contiene 99 colores del modelo de color CMYK. Los colores de relleno y de contorno seleccionados se indican en las muestras de color de la barra de estado⁴⁶.

Tipografía

Se entiende por fuente tipográfica al estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por características comunes. Mientras que familia tipográfica, es un conjunto de tipos basado en una misma fuente con algunas variaciones, tales como por ejemplo, el grosor y la anchura, pero manteniendo características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios⁴⁷. Cada fuente y familia tipográfica tiene características que la distinguen entre otras, que las hace únicas y le da personalidad al texto. Esa personalidad se magnifica cuando una fuente se usa a través de una presentación digital

Entendemos por tipografía la letra diseñada de acuerdo a una determinada norma caligráfica, por la que la letra se ajusta a unos cánones de forma y tamaños universales. A cada tipografía se le atribuyen diferentes habilidades o propiedades para transmitir una imagen estética que supera en ocasiones al propio texto⁴⁸.

Tagline

Un tagline (*del inglés, «línea o etiqueta»*) es un pequeño mensaje de texto, similar a un eslogan de empresa o marca corporativa, que procura ser ocurrente, divertido y/o ingenioso. Los tags se pueden ver como una adaptación de famosas citas célebres de varios autores o frases y

⁴⁶ "Paleta De Colores - Corel Draw". Sites.google.com. N.p., 2016. Web. 13 July 2016

⁴⁷ Clasificación Tipográfica. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

⁴⁸ Jérôme González.. "Concepto, Modelos Y Selección De La Tipografía | Compás Creativo. . Photography And Design.". Compascreativo.com. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

referencias de determinadas películas. Sólo que, actualmente, y sobretodo en Internet, se utilizan de un modo más ocurrente e ingenioso⁴⁹.

Un tagline es un término utilizado frecuentemente en el mundo del entretenimiento; se trata de una pequeña línea de texto que sirve para imprimir un efecto dramático, por ejemplo para promocionar una película⁵⁰.

2.2 Planeación y seguimiento del proyecto

- **Enunciado del proyecto**

Con este proyecto se pretende desarrollar una red consultiva artesanal para Fundación con Causa Azul, con el fin de apoyar a los artesanos mexicanos para mejorar su calidad de vida y preservar las tradiciones mexicanas a través de la participación de agentes interesados en el sector.

- **Metodología**

El trabajo se realizó a través de un equipo de 6 personas; 3 de la Licenciatura de Administración de Empresas y Emprendimiento, 1 de la Licenciatura de Administración Financiera, 1 de la Licenciatura de Gestión cultural y finalmente 1 de la Licenciatura de Comercio y Negocios Globales.

Para comenzar se designó un cronograma como herramienta con el fin de dividir el proyecto en las semanas hábiles para trabajar.

Posteriormente, el cliente, Mario Limón acudió a las instalaciones del ITESO para explicarnos en qué consiste la Fundación con Causa Azul y cual sería el proyecto que se desarrollaría para la misma. A través del

⁴⁹ Emezeta. ¿Qué Es Un Tagline? Recuperado de Emezeta.com. N.p., 2009. Web. 13 July 2016.

⁵⁰ Maram, Luis. "Qué Es Un Eslogan, Diferencia Con Copy Y Tagline | LuisMARAM". LuisMARAM. N.p., 2013. Web. 13 July 2016.

cronograma se fue cumpliendo con las actividades requeridas durante su elaboración.

Los alumnos tuvieron la oportunidad de visitar el Instituto de la Artesanía Jalisciense, así mismo asistieron a una mesa de diálogo en Tonalá, donde conocieron dos talleres de distintos artesanos y escucharon las necesidades de los mismos.

Por último se dio estructura y forma al producto final, revisión de redacción y conclusiones.

- **Cronograma o plan de trabajo**

Nombre de tarea	Trabajo	Duración	Comienzo	Fin
Red consultiva artesanal	592 horas	31 días	lun 30/05/16	lun 11/07/16
Desarrollo web	176 horas	22 días	lun 30/05/16	mar 28/06/16
<i>Yair Santiago</i>	<i>176 horas</i>		<i>lun 30/05/16</i>	<i>mar 28/06/16</i>
Definir objetivos	0 horas	1 día	lun 30/05/16	lun 30/05/16
Definir usuarios	0 horas	1 día	lun 30/05/16	lun 30/05/16
Definir estructura	0 horas	1 día	lun 30/05/16	lun 30/05/16
Definir contenidos	0 horas	2 días	lun 30/05/16	mar 31/05/16
Seleccionar soportes	0 horas	2 días	lun 13/06/16	mar 14/06/16
Planeación estratégica	224 horas	14 días	lun 30/05/16	jue 16/06/16
<i>Tanya Janeth Nuño</i>	<i>112 horas</i>		<i>lun 30/05/16</i>	<i>jue 16/06/16</i>
<i>Gonzalo Hernández</i>	<i>112 horas</i>		<i>lun 30/05/16</i>	<i>jue 16/06/16</i>
Definición objetivos	0 horas	4 días	lun 30/05/16	jue 02/06/16
Definición de herramientas	0 horas	3 días	lun 30/05/16	mié 01/06/16
Aplicación de herramientas	0 horas	5 días	lun 30/05/16	vie 03/06/16
Conclusion- propuesta	0 horas	6 días	lun 06/06/16	lun 13/06/16
Branding	80 horas	10 días	lun 30/05/16	vie 10/06/16
<i>Alejandro Cortés Herández</i>	<i>80 horas</i>		<i>lun 30/05/16</i>	<i>vie 10/06/16</i>
Definir concepto	0 horas	3 días	lun 30/05/16	mié 01/06/16
Definir nombre	0 horas	3 días	jue 02/06/16	lun 06/06/16
Definición de descripción	0 horas	4 días	mar 07/06/16	vie 10/06/16
Manual de identidad de la marca	72 horas	9 días	lun 30/05/16	jue 09/06/16
<i>Claudia Sánchez</i>	<i>72 horas</i>		<i>lun 30/05/16</i>	<i>jue 09/06/16</i>
Descripción de la historia	0 horas	3 días	lun 30/05/16	mié 01/06/16
Signos de la identidad	0 horas	1 día	jue 02/06/16	jue 02/06/16
Aplicaciones de marca	0 horas	5 días	vie 03/06/16	jue 09/06/16
Reporte PAP	40 horas	5 días	mar 05/07/16	lun 11/07/16
<i>José Carlos Muñóz</i>	<i>40 horas</i>		<i>mar 05/07/16</i>	<i>lun 11/07/16</i>

Se contó con asesorías por parte maestros especializados en diferentes áreas, tales como mercadotecnia, diseño y derecho. Los días dedicados a consultorías del Proyecto de Aplicación Profesional fueron los lunes, martes y miércoles de 9:00 a 13:00 horas durante 8 semanas.

Por otra parte, hubo 7 reuniones con Mario Limón de las cuales 6 tuvieron lugar en el ITESO y una en Tonalá. En estas reuniones se dió lugar a informes de avances, dudas y aclaraciones para el trabajo, así como también existieron ocasiones en las que los integrantes del equipo se comunicaban individualmente con el cliente para el asesoramiento y complemento de algunas actividades.

- **Desarrollo de propuesta de mejora**

De acuerdo al plan de trabajo establecido para el PAP, se desarrollaron los puntos conforme al cronograma establecido anteriormente.

1. Introducción: Se dio a conocer la información básica de la fundación, así como el objetivo del desarrollo de la red para comenzar el proyecto.
2. Planeación estratégica: Se creó la misión, visión, valores, análisis FODA, objetivos, estrategias y líneas de acción que deben implementarse en la red.
3. Branding: Se propusieron diferentes nombres para la red y se desarrolló la imagen que se pretende para la misma a través de la pirámide de posicionamiento.
4. Creación de la imagen: De la mano de los puntos anteriores, se crearon diferentes opciones de logotipo de la red, mismos que se le presentaron al cliente para que se hiciera la elección del más adecuado.
5. Benchmarking con “Red Artesanal”: A través de una investigación, se encontró una red artesanal con objetivos similares a la que se pretende crear, por lo que se realizó una comparación de las similitudes y diferencias que se busca tener con la misma.
6. Realización del modelo de negocios: Se desarrolló el canvas para validar el modelo de negocio de la red consultiva artesanal, en el cual se especificó el

valor que se otorgará al cliente y los recursos y actividades necesarios para el éxito de la red.

7. Conocimiento del sector artesanal: Por otra parte, se realizaron dos visitas fuera del ITESO, la primera fue al Instituto de la Artesanía Jalisciense, en el cual se conocieron los apoyos que se le otorgan a los artesanos por parte del gobierno de Jalisco. La segunda visita fue a Tonalá, en la que se escucharon las necesidades de los artesanos (falta de puntos de venta, comunicación hacia los extranjeros, pérdida de tradiciones por falta de oportunidades laborales, tendiente desaparición de la artesanía en México) y las iniciativas de la diputada María de Lourdes Martínez Pizano (Crear tianguis de artesanía, promover las artesanías de Tonalá y fortalecer la educación referente al sector artesanal en las escuelas primarias).
8. Entrevistas: Se entrevistó a 6 personas interesadas en el desarrollo del sector artesanal con el fin de validar la visión, los valores, el nombre y el logo de la red consultiva, en estas se propusieron como principal elemento dos moodboards.
9. Elaboración del Manual de Identidad corporativa: Se realizó un manual de identidad, con el fin de especificar los elementos claves de la marca, tales como la paleta cromática, tipografía, logotipo, taglines y líneas generales. Para la realización de este se tomó como referencia en manual institucional del gobierno federal.
10. Complemento del mapa del sitio web: Una vez validada toda la información para la creación de la red, se complemento el mapa desarrollado en el PAP de primavera y se especificó la información que debe contener cada apartado de la página web.
11. Elaboración del documento final: una vez desarrollada la información requerida por el cliente y lo que solicita el Proyecto de Aplicación Profesional, se diseñó el trabajo entregable para el cliente.

12. Presentación final: Después de haber completado el documento con toda la información previamente requerida, se procede a la elaboración de la presentación final, en la cual estará presente el cliente para exponerle los puntos más importantes del mismo.

3. Resultados del trabajo profesional

- **Productos obtenidos.**

Los productos obtenidos fueron: la identidad de Punto Artesanal Red Colaborativa a través de un branding en el cual se especifica la imagen, los colores a utilizar, pirámide de posicionamiento la cual incluye: promesa única de ventas, beneficios reales, razones para creer, personalidad y design theme, también se incluye el naming y la creación de redes sociales. Así mismo, se realizó un manual de identidad, en el cual se puede observar toda la estructura gráfica de la marca.

Por otra parte se realizó una planeación estratégica la cual incluye misión, visión, valores, análisis FODA, objetivos estratégicos, estrategias, líneas de acción, canvas y un benchmarking.

Se realizaron seis entrevistas a expertos en el área para validar la planeación estratégica y el branding.

Finalmente, se elaboró un mapa del sitio web y se presenta un modelo para el mismo.

Todos los productos generados se anexan en la carpeta correspondiente.

Resultados alcanzados.

Como resultado se encontró, en el proceso, que la intención de la red sin pretender ser demasiado ambiciosas son de grandes alcances, hubo entrevistas y foros con grupos de artesanos, políticos, organizaciones e instituciones que ya realizan actividades en torno al sector artesanal; con la finalidad de enriquecer la perspectiva y las orientaciones de la red.

Se reflexiona sobre la importancia de la red y de puntos a cuidar desde una planeación estratégica con dos principales objetivos estratégicos apoyados en un FODA y que derivan en líneas de acción claras que darán pie al funcionamiento del sitio web que será el primer recurso de la RED.

En un esfuerzo de integrar las diferentes herramientas de las distintas disciplinas que intervienen en este proyecto se generó un branding y un manual de identidad e imagen corporativa.

- **Impacto(s) generado(s).**

Debido a la naturaleza del proyecto en la etapa de planeación en que se encuentra, es difícil definir impactos generados. Más es posible visibilizar los alcances que puede tener en su contexto.

Algunos son: generación de información útil y capacitante para artesanos que permita un mejor manejo de sus actividades. Así como la generación de un espacio de diálogo y reflexión que derive en contenidos y material útil para generación de proyectos de desarrollo y/o políticas públicas eficaces que permitan un mayor desarrollo de los artesanos como actores de la economía social.

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

- Aprendizajes Profesionales

Alejandro Cortes

Cuando comenzó el pap no sabía que es lo que podía aportar ni cuales eran las necesidades del mismo , dado que por la explicación de los profesores se requerían muchas necesidades de las cuales pocas eran de mi carrera .

Una de las competencias que tuvo más valor para mi es el poder adaptarme a cualquier tipo de trabajo sin importar que no sea mi especialidad o de mi carrera así mismo aportar y generar diferentes ideas y formas de trabajo con mis compañeros y profesores.

el poder brindar soluciones de manera rápida y efectiva es algo que pude mejorar bastante ya que el trabajo así lo requería es una competencia que con el paso del tiempo e podido mejorar .

poder trabajar en grupo y con diferentes carreras me a servido bastante ya que anteriormente no había podido tener la oportunidad de experimentar cómo es que se trabaja realmente con un grupo de compañeros de diferentes aéreas y poder trabajar en sintonía para llegar a un objetivo , contribuyendo cada uno con profesiones y sobre todo con ideas diferentes que no tienen nada que ver con las misma.

Sobre el tema de los artesanos puedo decir que muy poco me había involucrado anteriormente ya que en mi carrera no vemos ese tipo de situaciones y si las vemos son ficticias y muy distintas a realidad .

Al momento que nos explicaron las necesidades y las situación actual por la que están pasando los artesanos entendí realmente la falta de apoyo que

los artesanos necesitan tanto social , político, económico y cultural .ya que las artesanía es parte de nuestras raíces y símbolos de México .

Algo muy interesante que jamás me había puesto a pensar y desconocía es sobre la economía social que muy poco se ve en mi carrera y que mucha falta nos hace hoy en día particularmente a la sociedad mexicana ya que carecemos de una cultura donde pensemos por los demás involucremos seamos parte de una sociedad que busque un bien común hablando laboralmente.

Gonzalo Hernandez

Durante este proyecto considero que las principales competencias que desarrollé fueron: trabajo en equipo, resolución de conflictos, investigación de nuevos temas, análisis crítico y constructivo, entre otras. Por el otro lado las competencias profesionales que considero logré fue el desarrollar un plan estratégico, en el cual pude aplicar múltiples aprendizajes obtenidos durante distintas materias del plan de administración de empresas. Actividades como estrategias de branding, naming y un manual de identidad corporativa, no son muy relacionados a mi carrera, sin embargo, tuve la oportunidad de participar en el desarrollo de estas y así involucrarme en tareas de las carreras de mercadotecnia, comercio y gestión cultural.

Realmente antes de este proyecto, no me encontraba informado sobre el sector artesanal, sin embargo la investigación de campo que se llevó a cabo me permitió empaparme con información sumamente relevante sobre las leyes que apoyan a los artesanos y sobre la ley de economía social y solidaria, en la cual se busca fomentar el comercio justo.

Fue durante la visita a los talleres de los artesanos que llegue a darme cuenta que los artesanos cuentan con más problemas de los que puede abarcar un par de leyes o la presencia de ciertos institutos, realmente viven día con día enfrentando retos para salir adelante, cómo es enfrentarse al producto chino de baja calidad pero más barato, al regateo, la falta de puntos de venta, entre muchos otros. Desde mi punto de vista de poco sirve el apoyo que se ofrece hoy, ya que solo se apoya a unos cuantos, cuando se debe apoyar a todo un sector, pero también comprendo que es difícil sacar adelante un producto tan representativo de nuestra cultura cuando vivimos en un país sumamente malinchista.

Enfocandome en las actividades llevadas a cabo relacionadas con la administración de empresas, la realización de la planeación estratégica en general, a puesto a prueba mis saberes, ya que en esta ocasión tuve que realizar ejercicios como FODA, Canvas, líneas de acción, etc., llevados a un caso real y no sólo una actividad más, esto puso a prueba mis aprendizajes previos y me ayudó a mejorar mi análisis del entorno. Por último he logrado ver que más allá de la información que podamos encontrar en la red, es muy importante experimentar por uno mismo, estar en contacto con el sector, mercado, clientes con que se trabaja para estar completamente sintonizados, pues hay detalles que uno llega a obviar y si no se toman en cuenta pueden cambiar el rumbo de todo un proyecto.

Jose Carlos Muñoz

Los diferentes puntos de vistas de cada uno de los compañeros, facilitan el trabajo y lo hace más versátil, cada uno desde sus carreras tiene ideas que hacen posible la elaboración de un proyecto viable.

En cuanto a la parte del proyecto me gusto haber implementado ciertos conocimientos adquiridos en estos años de universidad, que al principio crees que no los vas a utilizar, temas como planeación estratégica, benchmarking, FODA, entre otras además de nuevos conceptos como branding o moodwork que eran conceptos desconocidos para mi y que son de suma importancia dentro de un proyecto como estos.

Tanya Janeth

Este proyecto fue un trabajo en equipo con integrantes de diferentes carreras y también diferentes personalidades lo cual me ayudó a desarrollar competencias propias de mi profesión (administración de empresas) como promover el cumplimiento de los objetivos, analizar problemas, proponer soluciones, comunicarme efectivamente, estimular a la participación de los otros participantes del equipo, organizar actividades, plantear planes de acción, trabajar de manera individual y autónoma y creo que la competencia más importante fue la capacidad de hacer todo lo que estuvo en mis manos para lograr alcanzar los objetivos que nos propusimos como equipo. Además, considero que desarrollé nuevas competencias desde la gestión cultural como la cohesión y sensibilidad ante el desarrollo social ya que conocí diferentes perspectivas y maneras de vida que de alguna manera cambiaron mi manera “original” de ver las cosas a una en donde no puedo dejar de lado involucrar mi parte humana y sentimental ante la realidad que, en este caso, enfrentan los artesanos en México. Una de las cosas más importantes que aprendí en este proyecto fue el darme cuenta de lo valioso que son los conocimientos técnicos de mi profesión en el campo profesional, ya que el aplicarlos de la manera adecuada puede ser de gran utilidad para llegar y lograr resultados en cualquier ámbito o situación. Este proyecto me hizo regresar a los libros de cuando comencé mi carrera ya que contenían los saberes “básicos” de administración donde se incluía

todo lo que tiene que ver con la planeación estratégica. Así también me sucedió con el entregable de branding ya que tuve que buscar entre mis apuntes todo lo relacionado con mercadotecnia. Después de haber concluido y presentado nuestro trabajo, me llevo una buena experiencia profesional donde aprendí que las metas se pueden cumplir si se planean, se escriben y se delegan. Aprendí además que debo aprender a manejar mi estrés ante situaciones de presión ya que a veces existen factores externos incontrolables y la mejor manera de sacar adelante las cosas es con una actitud positiva y mucho esfuerzo.

Claudia Sánchez

A través del desarrollo del PAP puse en práctica mis aprendizajes obtenidos a lo largo de la carrera de Comercio y Negocios Globales. Desde la primera clase, el profesor nos otorgó una tarea la cual tenía como propósito hacer la relación entre los aprendizajes de la carrera y lo que podíamos aportar con estos en la realización del PAP, por lo que gracias a esto, cada uno de los integrantes sabía cuál era su función y los objetivos en los cuales se tenía que enfocar.

Por otra parte, debido a que el fin último de este proyecto no es exportar ni importar, puse en práctica otros conocimientos que van de la mano al comercio y que adquirí durante mis estudios, tales como los elementos que constituyen a la gestión empresarial, administración estratégica, mercadotecnia, formulación de modelos de negocios, consultoría de negocios, entre otras.

Lo más destacado dentro de mis aprendizajes profesionales a lo largo del PAP, es el funcionamiento de la economía social. Muchas personas no saben que existe el tercer sector y que es una manera mucho más

equitativa y justa de trabajo, por lo que me parece que ha sido lo más esencial que he aprendido en toda mi carrera, una nueva forma de comercializar y al mismo tiempo de apoyar. Desde mi punto de vista, debería de implementarse más la economía social para el desarrollo de la economía en México, ya que la globalización y el capitalismo esta acabando con la cultura y las tradiciones en nuestro país, tal como lo ha estado haciendo con la artesanía, tema central de este proyecto.

Por otra parte, a través del PAP, descubrí que hay muchas oportunidades a nivel internacional para los artesanos, ya que en otros países todos los productos artesanales son mucho más valorados que en México, por lo que a futuro pretendo realizar proyectos que fomenten el desarrollo de las artesanías mexicanas a nivel global. Esto lo puedo lograr a través de mis conocimientos adquiridos en la licenciatura de Comercio y Negocios Globales.

Como conclusión a mis aprendizajes profesionales, es que a través de nuestro trabajo y conocimientos, debemos luchar por una economía justa, que le de oportunidades a quienes más las necesiten preservando la cultura y tradiciones de México.

Yair Santiago

El Proyecto de Aplicación Profesional es una experiencia que el ITESO con sus orientaciones fundamentales encausa a los estudiantes a la puesta en común de sus habilidades, ideas y reflexiones en favor de proyectos que apuntan a un desarrollo más justo y humano. Una de las principales competencias que desarrollé en este proyecto fue la cuestión del

intercambio de ideas; rebotar propuestas y reflexiones con un cliente y con un equipo de profesionistas, docentes, compañeros estudiantes en un ambiente integral y sensible. Así como también el desarrollar estrategias, sumándole a esto el desarrollarte como un individuo crítico.

La cuestión de planeación empresarial-institucional así como la cuestión de mercadotecnia sin dejar a un lado el enfoque social y la visión sinérgica del contexto en sus diferentes dimensiones como social, económico, político y social; fueron competencias que desarrolle a lo largo de este proyecto.

- **Aprendizajes Sociales**

Alejandro Cortes

En lo personal puedo decir que la economía social si la aplicaríamos de forma correcta y continua se podría mejorar inmensamente la calidad de vida de las personas , dejando atrás el solo ver por nosotros mismos y buscar solamente la riqueza solamente en los dueños de empresas , es algo que generó bastante dudas pero al final comprendí que es la forma correcta para poder hacer un país más sólido ya que los países de primer mundo tiene estas ideas desde hace varios años atrás

El poder pensar que puedo cambiar la forma de trabajar de una empresa a una forma muy diferente a la que estamos acostumbrados es algo que al principio pensaba que era un reto casi imposible ya que mi mente estaba cerrada a lo que solamente estaba acostumbrado a ver pero puedo decir que si es posible y me gustaría en un futuro forma una y poder ser parte de un cambio donde la economía social sea fundamental para todos .

Aplicando mis conocimiento adquiridos y poder ser un líder y enseñar a las personas que ahí caminos diferentes involucrándolos más ya que todos

somos una parte vital de la empresa y así poder ser una empresa líder en todos los aspectos .

Me gustaría poder aplicar de forma inmediata y poder empezar a transmitir esta nueva forma de trabajar en las empresas y poder aportar mi granito de arena para mi país y me gente ya que todos necesitamos de todos.

Gonzalo Hernandez

En sí el haber realizado este proyecto donde se buscó consolidar las bases para la realizar Punto Artesanal es un pequeño paso como iniciativa para ayudar a los integrantes del sector artesanal en el país para ayudar tanto a los artesanos a un mejor desarrollo económico y reconocimiento, como al sector en general a tomar la importancia que se merece y mejorar su posición dentro de la economía mexicana, además de promover su imagen a nivel internacional de ser posible. Es un pequeño paso en un gran camino.

Al comenzar este proyecto tenía bastante incertidumbre acerca del tema en general y cómo llevarlo durante el semestre. Sin embargo, el comenzar por crear distintos métodos de seguimiento para el proyecto ayudaron a tener un control sobre las actividades que se debían abarcar en los periodos de tiempos establecidos. Tras haber tenido esta experiencia he adquirido un nuevo aprendizaje de cómo usar nuevas herramientas para la planeación de proyectos que abarcan múltiples tareas en un límite de tiempo. Este nuevo aprendizaje me servirá para futuros proyectos tanto académicos como profesionales.

Punto artesanal en sí es una innovación dentro de la sociedad, ya que no existe un proyecto igual, si bien se encontró un sitio web parecido, no

cuenta con muchas de las funciones que se tienen planeadas para esta red consultiva. De igual forma, la forma en que esta red planea apoyar a los artesanos es innovadora, pues normalmente se tienen fondos o institutos, que generalmente otorgan una cantidad monetaria o realizan exposiciones, más no apoyan al artesano relacionándolo con académicos, expertos, entre otros, así como busca esta red en la cual tuve el placer de participar.

Me ha resultado bastante interesante el haber apoyado al sector artesanal, ya que realmente era un tema que no tenía en mente o se me hubiera ocurrido simplemente que estaban necesitados de ayuda de forma urgente. Hasta el momento la red no ha sido puesta en acción, sin embargo, apporto un granito de arena en la realización de este proyecto con gran futuro y que si se le da el correcto funcionamiento estoy seguro podrá crear un gran impacto en el sector artesanal, quienes no reciben este tipo de apoyo que se ofrece, y así, puedan mejorar sus estilos de vida e impulsar la economía del sector completo.

Tal y como esta red es planeada para el sector artesanal, puede aplicarse a otros sectores, principalmente a los que se involucran en la economía social, ya que en el país es un tema algo nuevo y todavía no es conocido por la mayor parte de la población, este tipo de red sería un gran impulsor.

Al ponerse en funcionamiento la red, para que no se pierda el objetivo principal, es muy importante que los integrantes encargados den seguimiento a cada una de las acciones que se realizan y de si estas realmente están beneficiando a los artesanos, esto puede ser por medio de acercamientos directos con ellos y con los expertos que se unan a la red, esto para evitar desviarse de la misión y visión con que se inicia.

Al final de este proyecto puedo ver un pedazo más de la sociedad que desgraciadamente había ignorado, me vuelvo más consciente de cómo es su vivir, su trabajo y esfuerzo y como en muchas ocasiones no se les da el valor que corresponde, además les brindo mayor importancia en el ámbito cultural al estar ahora conectado y tener presente que son un gran representativo de nuestra cultura y es siendo atacado por nosotros mismo y los mercados extranjeros.

Jose Carlos Muñoz

Las artesanías mexicanas son un aspecto sumamente relevante para la cultura de nuestro país, el estar apoyando desde nuestra experiencia y conocimientos a que no se pierdan y crezcan en valor monetario y cultural es algo muy bueno, como mexicanos que como debemos de enaltecer y estar orgullosos de nuestro sin fin de técnicas y aspectos que tienen las artesanías, porque si nosotros mismos no apoyamos y defendemos nuestra parte cultural, la persona que venga de afuera menos lo hará.

También como una pequeña parte del sector beneficiado que somos, tenemos la obligación de sacar adelante la otra parte, generando empleos, ayudando en proyectos sociales que beneficien a comunidades menos privilegiadas.

Tanya Janeth

Considero que el simple hecho de llevar a cabo una iniciativa como lo fue Punto Artesanal aporta mucho al desarrollo social ya que en el mundo capitalista en el que vivimos, a veces pareciera que no existen alternativas o soluciones para mejorar la calidad de vida, o que no existen personas dispuestas a apoyar el cambio social pero al ver proyectos como estos me doy cuenta de que es posible cambiar uno mismo y contagiar a otros para

que el cambio se vaya dando poco a poco y así lograr que las oportunidades lleguen a todos los rincones dando pie a la colaboración y el trabajo en equipo. Después de esta experiencia me siento lo suficientemente capaz de preparar un proyecto sobre todo en la etapa de dirección y planeación, considero que la correcta ejecución dependería mucho de la colaboración y la integración de un equipo interdisciplinario ya que desde mi punto de vista los mejores resultados se obtienen mezclando habilidades y puntos de vistas distintos. No creo que sería fácil, pero sí posible.

Concretamente este verano fui partícipe de un trabajo que va ayudar a innovar la industria artesanal mexicana ya que actualmente existe una gran problemática en donde podría desaparecer la artesanía en unos años si no se hace algo por impulsar el desarrollo económico de esta industria. La red que creamos aún no tiene impacto en el mundo real ya que no ha salido al mercado, pero ya hoy día tiene un impacto tanto en la Fundación Causa Azul como en el ITESO ya que está en su etapa de diseño. Yo esperaba que para este entonces la página web ya estuviera funcionando sin embargo me di cuenta que no es tan rápido ni sencillo llegar hasta ese punto, pero me siento satisfecha porque sé que los próximos responsables de Punto Artesanal tienen todas las bases para finalmente poner en marcha la red. Con esta red se beneficiarán no solo uno sino muchos grupos de artesanos ya que la información siempre es un recurso muy valioso en el desarrollo de un negocio. Así también creo que la red aporta mucho conocimiento e información con respecto al sector ya que actualmente no existen muchas estadísticas o indicadores que nos revelen la situación actual de la artesanía. Personalmente no puedo asegurar que los artesanos no disponen de recursos ya que es un sector muy grande al que no se puede generalizar sin embargo me consta que por parte del gobierno no

reciben mucho apoyo o por lo menos no todos y tampoco reciben mucho apoyo por parte del mercado del consumidor mexicano, es por esto que se busca apoyar por medio de una asociación civil. El impulsar un proyecto que busca convertirse en una organización va a impactar tarde o temprano en la economía del país ya que finalmente parte de lo que busca es posicionar las artesanías mexicanas internacionalmente y eventualmente eso se convertirá en exportaciones. Los saberes aplicados pueden servir como guía para cualquier otro tipo de iniciativa que busque el desarrollo de un sector. Para que la red no muera, considero que debe elaborarse una planeación estratégica anualmente.

Después de esta experiencia cambia mi manera de ver a los artesanos ya que yo desconocía la magnitud de la problemática y ahora sé que no puedo andar por la vida sin tenerlo presente ya que fui capaz de ir a conocer su realidad para darme cuenta de que tengo que sumarme al rescate de algo tan tradicional y mexicano como lo es la artesanía.

Claudia Sánchez

Los aprendizajes sociales son los más importantes de este PAP ya que la mejora de la calidad de vida de la sociedad mexicana es su principal objetivo. Es necesario transformar la sociedad en la que vivimos, puesto que cada vez se ha vuelto más injusta económicamente.

El PAP fue dirigido al apoyo a los artesanos, personas que a pesar de tener grandes talentos artísticos, no han podido ser valorados lo suficiente para poder prosperar y proveer con sus actividades y es por eso que hoy se encuentran en una situación crítica en la cual podrían desaparecer. El dato anterior nos fue otorgado en la visita al Instituto de la Artesanía Jalisciense, ahí nos informaron que es posible que los artesanos en México se extingan

en 20 o 30 años. Esta información me hizo sentir impotente ante la situación, puesto que el sistema económico que tenemos en nuestro país le ha quitado las oportunidades a los artesanos de seguir existiendo, y también la educación ha jugado un papel importante para que la sociedad contribuya a la desaparición de los artesanos mexicanos. Sin embargo, este PAP nos dio las herramientas para innovar y apoyar al ámbito artesanal creando una red consultiva que pueda contribuir al desarrollo del sector.

Antes de iniciar con este PAP, no había escuchado sobre el gran problema que está viviendo esta industria; todo el proceso por el que pase para la realización del proyecto me hizo pensar que está en nuestras manos luchar para que el sistema económico actual no acabe con los artesanos. Existen muchos problemas de fondo que deben de ser tratados para poder preservar con las artesanías, entre los cuales se encuentran la falta de valorización del trabajo artesanal y pocas oportunidades laborales existentes. Así mismo, es importante reconocer que en otros países las artesanías son más valoradas que en el mismo México, situación que debe de ser abatida. Todo lo anterior me hace apasionarme por el proyecto y tener todas las ganas de ayudar y contribuir al mejoramiento del sector.

Por otra parte, el desarrollo del PAP me preparó y me dio la experiencia para crear y desarrollar proyectos que tengan un gran impacto en la sociedad. Desde mi punto de vista, lo más importante de éste es crear conciencia y preparar a los alumnos para que no solamente a través del PAP, si no que a lo largo de nuestra vida, seamos personas preocupadas por nuestra sociedad y que podamos tomar acciones con base en esta experiencia para apoyar a más problemas socioeconómicos y culturales.

A los principales grupos sociales que se pretende beneficiar con la aplicación de la red consultiva es a los artesanos, para que a través de esta todas las personas interesadas en el sector tengan un espacio en el que se les proporcione información y puedan dialogar y reflexionar, para que de esta manera podamos entre todos mejorar la calidad de vida de todas las personas que estén involucradas en la elaboración de artesanía en México.

Mis servicios profesionales ayudaron a promover mejores oportunidades para el desarrollo económico del sector artesanal, así como para mejorar las condiciones de vida de todas las personas que estén involucradas en esta industria. Un punto esencial es que el legado artesanal no se pierda en la historia y siga siendo parte de la actualidad, por lo que la red será clave para que las artesanías sigan existiendo.

Por otra parte, los artesanos necesitan aprender habilidades administrativas y mercadológicas para poder ser más competitivos en el mercado, por lo que haber estudiado comercio internacional me da las bases para poder ayudar y capacitar a personas que lo necesiten.

Los saberes aplicados son transferibles a muchas otras situaciones debido a que, tristemente, en México existen demasiadas problemáticas de carácter social que necesitan ayuda de personas que han tenido acceso a la educación. Por ejemplo, la falta de oportunidades laborales justas para indígenas, sin necesidad de que pierdan su identidad en los grupos étnicos.

Para mí este documento va más allá de cumplir con una tarea escolar, se convirtió en un proyecto laboral y personal al cual pretendo darle seguimiento continuamente, fuera y dentro del ITESO. Los artesanos nos están gritando que los ayudemos y nosotros tenemos las herramientas para

hacerlo. Aunque el panorama se vea difícil, debemos de continuar todos los que formamos parte de proyecto para generar un cambio verdadero en la sociedad.

Me pareció muy completo poder analizar no solamente el impacto cultural en la sociedad que tienen los artesanos, sino que también poder darme cuenta que el sistema económico en el que vivimos no funciona para la clase media y baja. Todos nos estamos viendo afectado económicamente y culturalmente, pero los artesanos son quienes reciben las bombas del capitalismo que está acabando con su comunidad. La preservación de las artesanías es una lucha a la cual me sumaré, pues ellos tienen mucho para dar y yo tengo mucho para ayudarles.

La visión social que tengo el día de hoy es muy diferente a la que tenía el primer día del PAP. Conocer el conflicto dentro del sector artesanal me hizo reflexionar mucho y de la misma manera me dieron muchas ganas de ayudar a que esta industria no desaparezca. La mayoría de los ciudadanos mexicanos no se dan cuenta de que al momento de regatear les, les estamos quitando las oportunidades para que lleven a la escuela a sus hijos o simplemente puedan comer. Así mismo, cuando se discute el precio somos nosotros quienes estamos acabando con nuestra cultura.

Finalmente, me gustaría recalcar que no solamente es el regateo lo que está acabando con los artesanos, sino que también es el sistema de nuestro gobierno que desvaloriza su trabajo debido a que los artesanos representan pobreza en el país y en lugar de darles oportunidades de desarrollo y crecimiento, lo que hace es ignorarlos para que poco a poco se extingan. Hay mucho por hacer para ayudar y yo tengo toda la disposición para hacerlo.

Yair Santiago

Como principal aprendizaje considero que fue observar al sector artesanal que si bien ha sido tratado desde una postura paternalista, como una cuestión que hay que atender y que se visibiliza con cierta importancia por el lugar que ocupa en la conformación de la identidad cultural de nuestro país; no se ha dimensionado en justa medida en relación a otros sectores a los que también pertenece, como es el social y el económico y en este último específicamente el tema del desarrollo de la economía social. Que fue el énfasis de nuestro proyecto.

El trabajo multidisciplinario, la planeación de proyectos desde una visión socio cultural, la inclusión de elementos como el branding y estrategias de posicionamiento. Además el trabajo consciente de los actores sociales que implican en este caso los artesanos, todo desde una visión crítica son algunos de los saberes que he tenido que poner a prueba durante este proyecto.

Poner en el centro de los proyectos a las personas, trabajar el diálogo entre diferentes actores sociales llámese políticos, empresarios, profesionistas, artesanos, etcétera son aprendizajes profundos que ahora integro para mi vida proyecto de vida profesional. Entendiendo las diferentes tensiones intereses y visiones para lograr objetivos de desarrollo en común.

Fué un reto desplegar una iniciativa de transformación a partir del diálogo con mis compañeros y las aportaciones que cada de uno de ellos hacía desde las diferentes ópticas de sus carrera, siempre comunicando las razones y las intenciones de los logros que queremos alcanzar.

Sin embargo considero que la formación itesiana potencia el liderazgo de las personas respetando los estilos y personalidades para enriquecer los proyectos. Y esto me ha facilitado el trabajo continuo y en equipo.

El proyecto estaba orientado sobre todo a innovar en torno al consumo local y a revalorar las actividades de agentes tan importantes como lo son los artesanos para el contexto mexicano. Siempre repensando las decisiones del proyecto y problematizando para integrar diversas visiones y disciplinas que generen un proyecto de mayor alcance.

Debido a la naturaleza del proyecto solamente podemos vislumbrar el impacto que podría llegar a tener el proyecto y la importancia que si tiene. Generar una sociedad de apoyo a los artesanos desde diferentes trincheras como la importación el turismo, la economía social, el patrimonio cultural, etc.son aspectos que mejorarán.

Los impactos que deseamos son la visibilización del sector artesanal desde la economía social como una fuente de desarrollo económico sin perder de vista su gran valor cultural. Siempre poniendo en el centro a los artesanos y sus familias.

La intención no solo es mejorar la economía sino que sea de manera justa y solidaria, existe en mi una esperanza que estas pequeñas acciones sean a largo plazo motivo de grandes cambios en México. Yo creo que todos los estudiantes deberíamos colaborar con proyectos asi sociales que permitan el crecimiento de nuestro país, pienso que es un compromiso con nuestro país.

Para que este proyecto pueda seguir creciendo y consolidarse es de suma importancia que se vieran involucrados otros departamentos como el SOJ o el DESO que implementen visiones propias con perfiles diversos. También es muy importante el impulso que le dé la Fundación que ahora lo promueve y que las personas que se vean involucradas con la red (voluntarios, el

equipo, los especialistas, colaboradores etc.) lo hagan con la mejor de las voluntades, mucha calidad, disposición y profesionalismo. Al final de este proceso siento que existe gran voluntad de colaborar, construir puentes y redes que beneficien a todo un sector y creo que es importante colaborar con estos grupos.

- **Aprendizajes Éticos**

Alejandro Cortes

Hablando del tema artesanal es un tema muy delicado sin que las personas le tomemos importancia no me refiero a que sea una cuestión apropiado sino más bien es un tema que muchos pasamos por alto y no nos damos cuenta la falta de apoyo que los artesanos necesitan de los demás ya que un problema principal es que sus artesanías son malbaratadas cuando deberían de ser apreciadas y con un valor económico justo . otro problema que se presenta hoy es la falta de seguimiento por parte de sus familias para continuar con la tradición pero volvemos a lo mismo las personas dejan de hacer artesanías porque no generan ingresos suficientes para satisfacer sus necesidades.

Me gustaría seguir aportando al crecimiento de la red y de otros proyecto relacionados con los artesanos de forma directa e indirecta porque las artesanías y artesanos son parte fundamental de todos los mexicanos y por lo mismo forman parte de nuestras vidas.

Gonzalo Hernandez

Mis decisiones han sido primero que nada elegir este proyecto que me atrajo por el tema de ayudar a una empresa o sector a crecer, esto tuvo como consecuencia el involucrarme directamente con un sector e

informarme lo mayor posible para poder idear estrategias que permitan en un futuro un crecimiento importante de este.

Esta experiencia me abre los ojos hacia un sector descuidado, necesitado y olvidado, para en caso de tener la oportunidad apoyarlo y convencer a más gente de hacer lo mismo, a dejar de regatear sus piezas artesanales, que han realizado con tanto esfuerzo, comprar más producto nacional aunque sea un poco más caro, promoverlos entre los conocidos, en general darles una mejor imagen, difundir el esfuerzo que realizan y su importancia cultural.

Realmente desde antes de iniciar este proyecto e incluso la carrera he tenido en mente el dedicarme en el futuro a crear oportunidades para personas que realmente la necesitan y poder desarrollar su potencial al máximo y esta experiencia me ha servido para motivarme más a llevar a cabo este sueño, de no solo generar utilidades en un negocio, sino ayudar a crecer la economía del país, apoyar a gente con talento que lo único que necesitan es alguien que crea en ellos y motivar a los demás a crear también oportunidades para los demás.

Jose Carlos Muñoz

Como lo mencionaba anteriormente, la obligación que tenemos como ciudadanos de apoyar a causas que ven por sectores vulnerables es fundamental para crecer como personas, la economía social en parte esencial es esto mismo, crear una forma diferentes de generar economía, no una de carácter meramente monetaria y solo pensando en el bien o el aprovechamiento de unos cuantos sino también de los más desprotegidos.

Tanya Janeth

La primera decisión que tomé fue sumarme al proyecto de la red consultiva artesanal porque consideraba que mis competencias profesionales iban a ser más útiles en ese proyecto y creo que así fue porque finalmente creo que apoye mucho en la parte administrativa del proyecto.

Después de esta experiencia puede que cambie el rumbo de mi vida porque desde la visita a Tonalá no paro de pensar en un “emprendimiento artesanal” ya que desde mi lado “empresarial” veo una gran oportunidad de este sector en el mercado internacional ya que considero que las artesanías tienen un fuerte valor agregado al ser piezas únicas y hechas a mano. Veo mucho potencial de esta industria y si me gustaría idear algún tipo de negocio relacionado con este sector.

Claudia Sánchez

La ética y la moral juegan un papel muy importante en el desarrollo del PAP ya que los temas con los que se trata son muy delicados. Todas las decisiones que se tomaron para la realización del proyecto fueron evaluadas por cada integrante del equipo, así como por los profesores y el cliente, en este caso Mario Limón. Las decisiones se basaron en los valores que se nos han inculcado a través de nuestra vida personal y profesional, teniendo como base la honestidad en la elaboración del trabajo, responsabilidad, calidad y trabajo en equipo.

Desde un principio, para mi fue muy difícil tomar la decisión del PAP que elegiría puesto que tenía la opción de ayudar a los artesanos o de entrar a una institución que está más relacionada con el comercio internacional. Después de mucho analizarlo, llegué a la conclusión de que lo mejor para

mi desarrollo personal sería tomar el PAP de economía social, por lo que decidí ingresar a éste y ayudar en medida de lo posible a los artesanos. Me pareció que ha sido la mejor decisión que he tomado a lo largo de mi carrera y estoy muy satisfecha de todo lo que pudimos lograr.

Por otra parte, hubo momentos difíciles en mi trabajo debido a que había momentos en los que debía dedicar más tiempo al PAP, sin embargo mi ética no me dejaba hacerme a un lado del proyecto, yo sabía que lo que estaba haciendo era lo correcto y que darle seguimiento a este PAP me daría las herramientas para mejorar como persona, así como de mejorar las condiciones de vida de los artesanos.

El ITESO es reconocido por formar personas antes que profesionistas y esta experiencia para mí, ha sido la prueba de esa frase. Lo que me invita este PAP es a seguir, a que después de haber estudiado una carrera, no utilizarla únicamente para ganar dinero y poder sobrevivir, al contrario me lanza a enfrentar la vida con ojos más conscientes de la situación económica y cultural y que yo, al ser una persona preparada, tengo que aportar para mejorar la sociedad otorgando oportunidades laborales, capacitando personas, seguir estudiando y aprendiendo para formar un rico conocimiento en diversos temas que involucren el desarrollo socioeconómico del país y así mismo participar activamente en la economía de la manera que se pueda, enfocándome en trabajar para pequeñas y medianas empresas mexicanas.

Ejerceré mi profesión para mi país, dirigiéndome a regenerar la manera de pensar de los mexicanos para que revaloricen toda la riqueza cultural que tenemos y quieran participar en incentivar lo que tenemos y al estar enfocada en el comercio internacional, ofrecer a nivel internacional un

pedacito de lo que somos y a través de esto reestablecer la economía nacional.

Yair Santiago

Trabajar con compañeros y personas de distintas profesiones es un reto muy grande, independientemente de la profesión; entender que cada persona tiene una visión muy distinta de la vida y a partir de ello disponerse a la puesta en común el trabajo y la reflexión es una decisión que te hace madurar mucho.

Los resultados podrán ser muy satisfactorios si se logra cierta empatía y se llega a un mismo nivel de diálogo, por el contrario si no se logra, hay siempre que trabajar la relación y el asunto de manera que se solucione cuidando la integridad de las personas. Esto a nivel ético y profesional es un aprendizaje muy enriquecedor.

- **Aprendizajes Personales**

Alejandro Cortes

El pap es una buena forma de empezar a conocer un ambiente laboral profesional integrando diferentes formas de trabajar como lo hicimos con la red consultiva artesanal , ya que trabajamos de la mano personas de diferentes carreras aprendiendo a trabajar realmente en grupo conocer y aceptar diferentes puntos de vista y saber llevar a cabo un proyecto y dirigirlo de forma de líderes.

Esto es sumamente importante para mi ya que todo lo involucrado me hacen una mejor persona en todos los aspectos desde saber trabajar hasta involucrarme a diferentes formas de trabajo y pensamientos

Me gusto mucho que empresas se involucren en una economía social y ayuden a las personas que las lo necesitan a salir adelante de una forma íntegra y que involucren personas que están por salir al mundo laboral.

Gonzalo Hernandez

El PAP me dio herramientas, asesores y principalmente para llegar a conocerme, me brindó una nueva experiencia que es lo principal en la formación de una persona, en la cual pude conectarme con nuevas personas que abarcaron el tema desde distintos puntos de vista y enriquecieron el mío, compartiendo los suyos, y por último, el contacto directo con el sector por medio de visitas, que fue donde se volvió más revelador el proyecto al poder sentir, ver y reconocer las carencias y necesidades principales de quienes queremos apoyar.

Las herramientas brindadas por el PAP me permiten ver que en proyectos complejos es necesario contar con un equipo de trabajo, que en ocasiones es realmente necesario ver las cosas desde distintos puntos de vista y contar con la opinión de gente especializada en otras áreas, pues en ocasiones pequeños detalles que uno no alcanza a ver llegan a ocasionar grandes huecos que pueden impedir llegar a nuestros objetivos.

Jose Carlos Muñoz

El aprendizaje de este PAP fue más allá de lo profesional, yo al principio no sabía mucho acerca de la economía social, cuando entre pensé que sería otro concepto parecido a la caridad, poco a poco fui entendiendo mejor el concepto y lo que realmente se busca atender con este tipo de economía.

El primer contacto que tuve con las artesanías mexicanas de forma más directa fue cuando lleve la clase de cerámica artística en el ITESO, desde ahí comencé a ver realmente cómo estaba el sector de las artesanías en México, sus problemas, las faltas de oportunidades que había y lo mal atendido que estaban por partes de ciertos sectores gubernamentales y no gubernamentales.

A partir de esa experiencia y con el proyecto del PAP dirigido hacia ese sector vi la oportunidad de aportar un poco de mi conocimiento adquirido a través de los años en mi carrera universitaria y aplicarlos en un área que necesita ayuda, después de estas semanas trabajando en el proyecto de la red consultiva y de ir con los propios artesanos a sus talleres, de ver sus trabajo, de escuchar sus opiniones y de convivir con ellos pude darme cuenta del tremendo trabajo que aún queda por hacer para sacar adelante las artesanías y no se llegue a perder ciertas técnicas ancestrales de artesanías por culpa de la falta de oportunidad.

Me alegra que ya se esté tomando un poco de más consciencia por parte de instituciones y grupos para trabajar en sacar adelante este sector tan importante y grande. No se sabe cuántas personas viven de las artesanías, pero si se saben que son muchas, y ellas no están de acuerdo en que desaparezcan.

En la parte profesional tuve la oportunidad de poner en prácticas técnicas mercadológicas, empresariales y culturales que había visto en alguna materia pero no había tenido la oportunidad de ponerlas en acción, me gustó mucho el poder compartir ideas y conocimientos con otros compañeros de otras carreras, fue muy enriquecedor para aprender nuevas

cosas que yo desconocía por no ser de mi carrera, esos aspectos son los que me agradan de los PAPs.

Tanya Janeth

Este Proyecto me hizo darme cuenta de que tengo potencial para dar resultados profesionales pero que aún tengo áreas de mejora. Al ser un proyecto de economía social la experiencia sirve para darse cuenta de que no todos tenemos la misma perspectiva de la realidad y que debo desarrollar un alto nivel de tolerancia y respeto ante otras creencias que no sean las mías. Aprendí también de la existencia del tercer sector de la economía social lo cual fue la enseñanza más significativa.

Claudia Sánchez

El PAP me dio para sensibilizarme de una manera muy profunda en problemáticas sociales. Ahora tengo muchas ganas de dar a conocer a las demás personas todo lo que viví durante el desarrollo del proyecto para crear conciencia y que de esta manera todas las personas quieran ser partícipes de estos temas y así podamos cambiar la realidad social, cultural y económica de México.

El PAP también me dio para conocer los diferentes puntos de vista de las personas al momento de platicar sobre diversos conflictos de la actualidad. Por ejemplo, al estar en equipos interdisciplinarios había diferentes opiniones en cuanto a la pobreza en México. Para mi esto fue muy enriquecedor porque no solamente se dialogan y reflexionan temas desde un punto de vista, sino que todas las opiniones se complementan y me dan las bases para formar un juicio propio.

Es importante reconocer toda la diversidad que hay en la sociedad. El desarrollo del PAP me ayudó a conocer diferentes maneras de vivir, así como de comunicarme, compartir e integrarme con nuevas personas.

Finalmente, para mi proyecto de vida aprendí que no quiero ser una persona que después de graduarse solamente trabaje y genere ingresos para vivir. Lo que realmente quiero es cambiar a México a través de mi carrera, quiero transformar la sociedad para que haya una mejor calidad de vida, quiero que este documento no se quede como un proyecto del ITESO si no traspasarlo a la realidad para poder generar un cambio real.

Yair Santiago

Al final de esta experiencia siento que me invita a ser una persona más sensible del entorno donde me encuentro, de la realidad de las personas principalmente de aquellas que no tienen oportunidades similares y que se encuentran en contextos muy cercanos. Yo creo que independientemente del escenario en el que me desarrolle profesionalmente el PAP me ayudó a poner a las personas en el centro desde la gestión cultural creo que tenemos muy clara esta visión del desarrollo integral humano.

El pap te enfrenta a muchos retos que te ponen a prueba no solo en aspectos profesionales sino también personales, tener la sensibilidad para el trabajo colaborativo y también mucha confianza en relación al escenario de la profesión.

Con estos retos pude vislumbrar crecimientos personales que devienen de aspectos personales profundos y otros contruidos a partir de la formación tanto académica como de valores personales y te alientan mucho a saberse afortunado de la realidad propia y a su vez de asumirse responsable de las realidades de los otros con los que comparto la existencia.

5. Conclusiones

Después de haber logrado los alcances propuestos para el proyecto, se llegó a la conclusión de que la red consultiva artesanal será muy útil para el desarrollo y crecimiento económico y social del sector artesanal. Es muy importante que Punto Artesanal cuente con personal multidisciplinario y capacitado para gestionar el sitio web y que de esta manera exista una excelente organización, sin perder tiempo ni costos.

Es esencial que todo el planteamiento de la red, siga con la misión y visión propuesta en el proyecto, para así lograr los objetivos que se pretenden cumplir con esta. Así mismo, se debe trabajar a la par de los valores ya que van de la mano de los mencionados en la Ley de la economía social.

Una de las recomendaciones es que el análisis FODA sea actualizado constantemente conforme la red avance puesto que con base en este, los objetivos estratégicos pueden ser restablecidos de acuerdo al alcance que Punto Artesanal vaya concretando.

Por otra parte, el branding fue validado por distintos expertos en el tema por lo que se sugiere que se utilice el logotipo y nombre propuestos para la red consultiva, diseños que se pueden seguir a través del manual de identidad corporativa.

Dentro del proyecto se incluye un prototipo del sitio web, mismo que es sencillo y amigable para su uso, sin embargo es necesario que expertos en diseño y comunicación trabajen en el planteamiento del mismo para que se logre un alcance óptimo con los usuarios .

Finalmente, los resultados del proyecto son favorables para la construcción de la red consultiva artesanal ya que están concebidos desde una visión sinérgica que comprende el trabajo web y las relaciones públicas desde diferentes disciplinas como la económica, cultural y social.

Bibliografía

¿Sabes Cuántos Mexicanos Son Usuarios De Internet?". *Excélsior*. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

Claves Para Crear Contenidos Que Convenzan - Webempresa20 - Internet Orientado A Resultados". *Webempresa20 - Internet orientado a resultados*. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

González, Jorge. "Las 7 Dimensiones Del Branding: I. El Concepto De Marca | El Blog De THINK&SELL". *THINK&SELL*. N.p., 2012. Web. 13 July 2016.⁵¹

SECRETARIA DE ECONOMIA, (2015). Diario Oficial de la Federación (Primera Sección). Programa de Fomento a la Economía Social 2015-2018. México: Idefonso Guajardo Villarreal. Publicado en el DOF el 18 de junio de 2015.

Oulhaj, L., Saucedo Pérez, F. and Fernánde Font, F. (n.d.). *Miradas sobre la economía social y solidaria en México*.

Turok, M. (2009). Integrantes del grupo impulsor Artesanías y Medio Ambiente. In *Artesanías y medio ambiente* (1st ed.). México, D.F. Retrieved from <http://www.biodiversidad.gob.mx/publicaciones/librosDig/pdf/ArtesaniayMedioAmb.pdf>

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN,. (2012). *LEY FEDERAL PARA EL FOMENTO DE LA MICROINDUSTRIA Y LA ACTIVIDAD ARTESANAL*. México, D.F: Secretaría de Servicios Parlamentarios. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/127.pdf>

Gobierno del estado,. (2009). *Ley de protección y fomento a las artesanías Guerrero*. Recuperado de <http://docs.mexico.justia.com.s3.amazonaws.com/estatales/guerrero/ley-de-proteccion-y-fomento-a-las-artesantias.pdf>).

Congreso del Estado de B.C.,. (2001). *Ley de fomento a las artesanías indígenas de Baja California*. Tijuana. Recuperado de <http://www.tijuana.gob.mx/Leyes/pdf2011/leyes/Leyartindig.pdf>

Nociones Básicas de Economía Social. (2016). *Inaes.gob.mx*. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.inaes.gob.mx/doctos/Nociones1%20x%20web/index.html>

Gobierno de la República,. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. México: Lic. Enrique Peña Nieto.

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN,. (2012). *LEY DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA* (pp. 4,5). Ciudad de México: Secretaría de Servicios Parlamentarios.

INEGI(2015). Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares.

Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de TIC en Hogares, ENDUTIH 2015. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=19007>

Carreras, R. (2016). *Claves para crear contenidos que convengan - Webempresa20 - Internet orientado a resultados..* Retrieved 12 July 2016, from <http://www.webempresa20.com/libro-online/264-web-empresa-20-claves-para-crear-contenidos-que-convenzan.html>

Núñez, V. (2014). *Las pirámides del Marketing de Contenidos. Vilma Núñez - Consultora Estratégica de Marketing.* Retrieved 12 July 2016, from <http://vilmanunez.com/2014/04/16/la-piramides-del-marketing-de-contenidos/>

Thompson, I. (2016). *Misión y visión. Promonegocios.net.* Retrieved 12 July 2016, from <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

Robbins Coulter (2010). Fundamentos de administración. Administración. Pearson. 10ma edición.

Maestres, R. (2015). MISIÓN, VISIÓN Y VALORES: ¿SIRVE PARA ALGO SU DEFINICIÓN?. Debates IESA.

Jack Fleitman. (2000). Negocios exitosos : cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio. México: McGraw-Hill Interamericana.

José Mario Rizo Rivas (2014) El análisis FODA como herramienta para determinar la competitividad de la empresa familiar. pp 50-53

Castellanos Cruz, R. (2016). *Objetivos Estratégicos*. *Eumed.net*. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/345/Objetivos%20Estrategicos.htm>

Duran Esquivel Gabriel. (2004, junio 14). *Plan de acción para la ejecución de metas y tareas*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/plan-accion-ejecucion-metas-tareas/>

Quijano, G. (2013). *Modelo Canvas, una Herramienta para Generar Modelos de Negocios*. *Marketing y Finanzas*. Retrieved 12 July 2016, from <http://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>

Bean, R. (2014). *Branding y Marketing ¿Cuál es la diferencia?* | *Revista Merca2.0*. *Revista Merca2.0*. Retrieved 12 July 2016.

Silva Bustillos B. *Reseña de ¿Qué es el branding?*. *Revista Del Centro De Investigación. Universidad La Salle* [serial online]. January 2011;9(35):43-44. Available from: Fuente Académica Premier, Ipswich, MA. Accessed July 3, 2016.

"José Francisco Ruiz: ¿Que Es El Naming?". *Josefranciscoruiz.com*. N.p., 2012. Web. 13 July 2016.

¿Qué Es El Branding Y El Naming? Diseñadores De Marcas". *Innovanity | Diseño, web y comunicación*. N.p., 2012. Web. 13 July 2016.

Gínes, Guillermo. "¿Qué Es La Imagen De Marca?". *QueAprendemosHoy.com*. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

Toro, Orozco, Jaime Alberto, and Ferre Pavia. "Identidad E Imagen: Los Valores intangibles De La Marca | CatáLogo Digital De Publicaciones DC". Fido.palermo.edu. N.p., 2016. Web. 13 July 2016.

GALINDO (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Compilación. Addison Wesley Longman. México. 345 p.

Leonor Arfuch. (1995). La entrevista, una invención dialógica. Argentina: PAIDOS.
Link: http://www.cepsifotocopiadora.com.ar/archivos/folios/38797_2015910.pdf

Anexos

En disco.