

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

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



**ITESO**  
Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas  
Nacionales CEDECOM**

**“Desarrollo de estrategias para mejorar la comercialización de obras de arte  
elaboradas por Karla Betancourt en Tlaquepaque, Jalisco en el periodo  
Agosto a Diciembre 2022”**

**PRESENTAN**

Lic. en Mercadotecnia. Alonso Padilla Guzmán

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda. Beatriz Eugenia Bolaños Eljure

Lic. en Administración de Empresas. Victoria Toscano Cabrera

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Santiago González Ruiz.

Profesor PAP: Mtra. Luz Bertha Ávila Padilla

Tlaquepaque, Jalisco, Agosto 2022

## ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	1
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto	5
3. Desarrollo y resultados del trabajo profesional	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	62
5. Conclusiones	70
6. Bibliografía	74
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	76

# 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 proyecto PAP CEDECOM con asesoría a la artista Karla Betancourt fue un proyecto retador, un giro distinto a lo que los alumnos del equipo estaban acostumbrados, por lo que el cumplimiento de los objetivos fue un reto bastante complejo que los hizo poner en práctica los aprendizajes de la licenciatura y recibir asesoría de profesoras de diseño y de mercadotecnia digital, lo realizado va desde lo primero que se tiene que hacer para la formalización de una empresa como lo es la creación de misión, visión y valores, explorar lo referente a los registros ante IMPI e INDAUTOR, la identificación del mercado meta y de distintos mercados potenciales con la creación de objetivos y sustento para los mismos, hasta la investigación de temas referentes a artistas y lo digital, con la creación de una página web. Mostrando resultados que fueron satisfactorios y muy útiles para la empresaria y para el equipo de alumnos y profesoras, los cuáles darán como resultado, cambios totales en la forma de la distribución del trabajo de Karla Betancourt, una marca registrada en IMPI, una página web para publicitar y comercializar su trabajo y estrategias que le van a permitir explorar nuevos mercados para que ella cumpla sus objetivos a corto y largo plazo.

## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

**Historia y descripción:** Karla Betancourt es una artista plástica dedicada a la creación de obras de alto nivel la cual ha estado trabajando dentro del país ya por varios años, no solo se dedica a hacer pintura, sino que también busca generar distintos tipos de arte, como lo son las esculturas y está interesada actualmente también en el diseño sonoro, es una persona muy expresiva y que le apasiona mucho su trabajo; Su proceso creativo es muy ordenado, primero diseña cada cuadro en un programa de computadora y después comienza a pintar, su inspiración principal es el consumismo, por lo que cada colección trata de pintar el mayor número de obras posibles.

**Contexto económico:** Según el sistema de información cultural de México hay 3,383 artistas en el país, de los cuales 25 se ubican en Jalisco y de los 25 sólo 11 son artistas plásticos.

**Estructura organizacional:** Dentro del negocio cuentan con:

- Director de proyectos (Persona encargada del tema de la gestión burocrática de los espacios, financiamiento, plan financiero del proyecto y vinculaciones en general).
- Encargado de la gestión de fondos (Persona encargada de vinculación del proyecto de arte con convocatorias de fondos tanto de IP / ONGS / sector gubernamental).
- Publirelacionistas (Personas que buscan vinculación para procuración de fondos-proyectos con iniciativa privada y pública desde el tema de las Relaciones Públicas).

**Razón de ser:** Una artista multidisciplinaria que busca hacer reflexiones sobre temas de la sociedad mediante sus obras de arte.

**Objetivos:**

- El objetivo del negocio es el incremento de patrimonio por medio de la comercialización de las obras con un profundo sentido social usando la tecnología de innovación.

**Funciones:** Para lograr cada una de las artes que lleva a cabo se enfoca principalmente en la técnica específicamente óleo, además también el lenguaje considerando paleta de colores, elementos simbólicos y por último discurso donde transmite la idea (acto-consecuencia).

**Líneas y productos ofrecidos:**

- Pintura de Mediano y Gran Formato
- Instalación
- Obra Gráfica
- Escultura

**Servicios que maneja:**

- Propuestas exclusivas de Arte enfocado a espacios específicos.

**Oferta de valor:**

- Calidad
- Profesionalismo
- Vanguardia
- Inicio de Carrera a temprana edad con un futuro de largo plazo (tema de inversión)
- Repercusión en temas de la sociedad (visión social)

**1.2 Problemática u oportunidad detectada**

La principal problemática, es que carece de un orden integral en la parte administrativa y comercial para formalizar la empresa como Karla Betancourt.

### 1.3 Objetivo general

Desarrollar estrategias para mejorar la comercialización de las obras de arte que elabora Karla Betancourt en el periodo de Agosto a Diciembre 2022.

### 1.4 Objetivos específicos

1. Validar visión y valores y crear misión.
2. Diagnosticar las obras de arte con las 4 P 's de mercadotecnia.
3. Investigar y describir el mercado meta.
4. Analizar la competencia de Karla Betancourt dentro del gremio.
5. Analizar el sector y capacidades de la empresa (realizar el FODA.)
6. Verificar la disponibilidad de la marca Karla Betancourt ante el IMPI.
7. Validar y rediseñar la marca Karla Betancourt.
8. Investigar los requisitos y costos para el registro de marca ante el IMPI.
9. Crear un manual de identidad.
10. Diseñar las nuevas etiquetas con el propósito de crear una experiencia de compra que acompañan las obras que son vendidas.
11. Generar estrategia de comercialización para ampliar las ventas a nivel nacional.
12. Generar estrategias de comunicación digital.
13. Crear un archivo en el cual se pueda llevar un historial y control de las ventas realizadas.
14. Crear una página web donde se puedan mostrar las obras existentes de Karla Betancourt y se puedan adquirir mediante la misma.

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

### 2.1 Metodología

A continuación, se lleva a cabo la descripción de cómo se va a desarrollar el proyecto; mencionando los procedimientos de trabajo, herramientas y recursos, así como las metodologías empleadas y los fundamentos de las mismas.

**Objetivo 1:** Validar visión y valores y crear misión.

**Metodología:**

- Leer la visión y valores que ya existen.
- Compararla con el esqueleto propuesto por autores administrativos de renombre.
- Validar si son correctas y si no, modificarlas para que transmitan lo que se busca.
- Investigar el esqueleto propuesto por autores administrativos de renombre para la misión.
- Redactar una misión que vaya de acuerdo a lo que transmite la empresa.

**Objetivo 2:** Diagnosticar las obras de arte con las 4 P's de mercadotecnia.

**Metodología:**

- Indagar en fuentes primarias.
- Realizar la valoración de las obras de arte.

**Objetivo 3:** Investigar y describir el mercado meta.

**Metodología:**

- Indagar en fuentes primarias y secundarias.
- Describir el objetivo meta y al que se quiere llegar.

**Objetivo 4:** Analizar la competencia de Karla dentro del Gremio.

**Metodología:**

- Indagar en fuentes primarias y secundarias.
- Describir quiénes son las personas que están en el mismo mercado dentro de la ZMG.

**Objetivo 5:** Analizar el sector y capacidades de la empresa (Realizar FODA).

**Metodología:**

- Realizar el FODA y FODA estratégico
- Investigar en Denué el sector artístico.
- Investigar en la secretaría de cultura.

**Objetivo 6:** Verificar la disponibilidad de la marca Karla Betancourt ante el IMPI.

**Metodología:**

- Buscar si está disponible fonéticamente la marca en Marcenet y/o clasniza del IMPI.
- Buscar a qué clase pertenece lo que ofrece Karla para poder registrarla.

**Objetivo 7:** Validar y rediseñar la marca Karla Betancourt.

**Metodología:**

- Investigar qué es lo que busca Karla para su marca.
- Crear bocetos y propuestas de logo para Karla.

**Objetivo 8:** Investigar los requisitos y costos para el registro de marca ante el IMPI.

**Metodología:**

- Entrar a la página del IMPI para revisar los requisitos y costos que se necesitan para registrar la marca dependiendo del sector al que se dirige Karla.
- Investigar si existen tutoriales en donde explican cómo registrar una marca y las opciones para realizar dicho trámite.

**Objetivo 9:** Crear un manual de identidad.

**Metodología:**

- Definir bien la filosofía, los valores, la personalidad y el tono de la marca.
- Definir el logo de la marca (diseño, colores y uso).
- Definir los colores, tonos y pantones de la marca.
- Definir la composición de la marca.
- Definir qué uso se le dará a los iconos y otros elementos de la marca.
- Realizar plantilla con logo para usar en las fotografías e ilustraciones
- Definir la tipografía de la marca.



**Objetivo 10:** Diseñar las nuevas etiquetas con el propósito de crear una experiencia de compra que acompañan las obras que son vendidas. (Considerando en el manual de identidad)

**Metodología:**

- Decidir qué información debe de llevar la etiqueta.
- Elegir los colores.
- Elegir el material.
- Hacer varios diseños.
- Digitalizarlos y elegir uno.

**Objetivo 11:** Generar estrategia de comercialización para ampliar las ventas a nivel nacional.

**Metodología:**

- Hacer un análisis de cómo es el estado actual de las ventas
- Creación de un buyer persona
- Encontrar áreas de oportunidad
- Buscar mercados potenciales
- Buscar vinculaciones para aumentar las ventas a nivel nacional (Con retribución)
- Definir los objetivos
- Planear la estrategia

**Objetivo 12:** Generar estrategia de comunicación digital.

**Metodología:**

- Hacer un análisis de cómo es la comunicación digital actual
- Realizar el FODA digital
- Hacer un “Benchmarking digital” de otros artistas
- Hacer un “Benchmarking aspiracional” de otros artistas de los cuales Karla sienta simpatía
- Seleccionar del benchmarking lo que podría ser más útil para aplicarlo a una estrategia de comunicación digital

- Definir los objetivos
- Planear la estrategia (Considerar el FODA estratégico)

**Objetivo 13:** Crear un archivo en el cual se pueda llevar un control de las ventas realizadas.

**Metodología:**

- Investigar en qué plataforma o programa es el más adecuado para llevar el control de las ventas.
- Crear una guía para el uso óptimo de este programa.
- Creación de un formato en el programa seleccionado para que solo se tenga que escribir la información.
- Entrega del archivo con la plantilla para rellenar con las ventas realizadas.

**Objetivo 14:** Crear una página web donde se puedan mostrar las obras existentes de Karla Betancourt y se puedan adquirir mediante la misma.

**Metodología:**

- Investigar y consultar con ayuda externa para la realización de esta.
- Buscar y organizar qué información es la que se requiere que esté en la página web.
- Crear bocetos y propuestas para Karla.
- Entregar la página web



## **Metodología:**

**Objetivo 1:** Validar visión y valores y crear misión.

- Entregable: Visión, misión y valores.

**Objetivo 2:** Diagnosticar las obras de arte con las 4 P's de mercadotecnia

- Entregable: 4 P's de las obras de arte.

**Objetivo 3:** Investigar y describir el mercado meta

- Entregables: Mercado meta.

**Objetivo 4:** Analizar la competencia de Karla dentro del Gremio

- Entregable: Descripción de las personas que se encuentran dentro del mercado.

**Objetivo 5:** Analizar el sector y capacidades de la empresa (Realizar FODA).

- Entregable: FODA y FODA estratégico.

**Objetivo 6:** Verificar la disponibilidad de la marca Karla Betancourt ante el IMPI.

- Entregable: Respuesta si está disponible la marca de Karla mencionando la clase a la que debe registrar.

**Objetivo 7:** Validar y rediseñar la marca Karla Betancourt.

- Entregable: Bocetos y propuestas de la marca.

**Objetivo 8:** Investigar los requisitos y costos para el registro de marca ante el IMPI.

- Entregables: Lista de requisitos y costos del IMPI.

**Objetivo 9:** Crear un manual de identidad.

- Entregables: Manual de identidad de Karla Betancourt.

**Objetivo 10:** Diseñar las nuevas etiquetas con el propósito de crear una experiencia de compra que acompañan las obras que son vendidas. (Considerando en el manual de identidad)

- Entregables: Boceto de las nuevas etiquetas.

**Objetivo 11:** Generar estrategia de comercialización para ampliar las ventas a nivel nacional.

- Entregables: Buyer persona, áreas de oportunidad, mercados potenciales y estrategias de comercialización.

**Objetivo 12:** Generar estrategia de comunicación digital.

- Entregables: FODA digital, estrategia de comunicación digital. Benchmarking digital y benchmarking aspiracional.

**Objetivo 13:** Crear un archivo en el cual se pueda llevar un control de las ventas realizadas.

- Entregables: Archivo editable de control de ventas y manual para el uso del archivo.

**Objetivo 14:** Crear una página web donde se puedan mostrar las obras existentes de Karla Betancourt y se puedan adquirir mediante la misma.

- Entregables: Boceto, propuesta de página web y página web.

### 3. Desarrollo

#### 3.1 Sustento teórico

En este apartado se presenta la teoría o conceptos en que se fundamentan las acciones y decisiones tomadas para el desarrollo del proyecto; referentes teóricos que ayudan a comprender la problemática abordada.

**FODA:** El análisis FODA, también llamado análisis DAFO o DOFA, consiste en un proceso donde se estudian debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa. De ahí, el nombre que adquiere.

**FODA Digital:** Como sus siglas lo indican, DAFO significa: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. Crear un análisis de esto, te ayudará a que la planeación de cómo será tu manejo de redes sociales sea más sencilla y exitosa.

**Wix:** Wix es una plataforma online que ofrece una serie de herramientas para la creación de sitios web profesionales de forma rápida y sencilla. Gracias a funciones preestablecidas y la elección de plantillas personalizables, se puede construir una web en muy poco tiempo y con unos resultados de gran calidad.

**4 p's de mercadotecnia:** Estos cuatro conceptos se engloban dentro del denominado marketing mix, el cual permite crear estrategias eficientes para lanzar un nuevo producto al mercado.

- **Producto:** Según la teoría de las 4 P del marketing, el elemento más importante de cualquier estrategia de mercado es el producto. ...
- **Precio:** La segunda P de las 4 P del marketing mix corresponde al precio, esto es, la cantidad de dinero que el cliente debe pagar para adquirir el producto o servicio que se está intentando vender.
- **Punto de venta:** El punto de venta o la distribución es el medio por el cual el producto llega hasta las manos del cliente. En este sentido, es posible

vender el producto o servicio a través de una tienda física, un ecommerce o utilizando marketplaces como Udemy, Hotmart o Doméstika.

- **Promoción:** En la última variable de las 4 P del marketing entran en juego todos los canales de promoción que permitirán dar a conocer un producto. Se pueden utilizar métodos tradicionales, como la radio, la televisión o carteles publicitarios, o métodos más actuales, como anuncios en páginas web o redes sociales o recurrir al marketing de influencers.

**FODA estratégico:** El análisis DAFO estratégico consiste en resumir en una tabla resumen, la evaluación de los puntos fuertes y débiles internos del Centro (competencia o capacidad para generar y sostener sus ventajas competitivas) con las amenazas y oportunidades externas, pues la Estrategia debe lograr el encaje entre sus capacidades internas y su posición competitiva externa.

**Marcenet:** Es una plataforma tecnológica de consulta externa con información de marcas, avisos y nombres comerciales que el IMPI pone a disposición de las personas usuarias del Sistema de Propiedad Industrial, para que de forma gratuita, ágil, segura y en tiempo real puedan consultar expedientes y registros.

**Clasniza:** ClasNiza es una herramienta tecnológica administrada por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la cual facilita a los usuarios la búsqueda y clasificación de productos y servicios necesarios para el llenado de las solicitudes de registro de marcas y avisos comerciales.

**IMPI:** El *IMPI* es un organismo público descentralizado encargado de revisar los temas relacionados con la propiedad industrial.

**INDAUTOR:** Es la facultad que tiene el autor para explotar por sí mismo su obra, así como para autorizar o prohibir a terceros dicha explotación en cualquier forma dentro de los límites que establece la Ley Federal del Derecho de Autor.

**Mercado meta:** El mercado meta es el colectivo de clientes ideales al cual destinan tu producto o marca. Se refiere al conjunto de personas que resulta al

agruparlas tomando en cuenta sus necesidades, características demográficas e intereses y que conforman al destinatario ideal de tus ofertas.

**Red social:** Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

**Manual de identidad:** Un manual de identidad corporativa, es un documento que recopila las directrices a seguir para mantener un orden sobre la identidad visual de una empresa. Recoge los principales elementos gráficos y explica cómo debemos aplicarlos visualmente. Contiene directrices tanto para offline como para online, ya que como ya sabes, todo está relacionado.

**Buyer persona:** Un buyer persona es una representación semi ficticia de tus clientes ideales, este proceso te ayudará a humanizarlo y entenderlo a mayor profundidad. Ellos serán la base de tus estrategias de marketing y contenidos, pues muchas de las plataformas donde publicitar tu marca se basan en algoritmos de acuerdo a gustos y acciones de compra.

En pocas palabras, ponerle un rostro a tu cliente. Elegir su nombre, sus actividades favoritas, y todos esos detalles que permitirán personalizar tus estrategias.

**Mercado potencial:** El mercado potencial está compuesto por un grupo de personas que podrían estar interesadas en comprar los productos o contratar los servicios de una empresa, de manera que podrían convertirse en sus clientes. Por lo tanto, el mercado potencial incluye a tres grupos de personas distintos:

- Aquellas que no han comprado nunca los productos o servicios de una empresa.
- Aquellas que necesitan los productos o servicios de una empresa, pero todavía no lo saben.



- Aquellas que ya han comprado un producto o servicio similar en otra empresa.

Página web: A la hora de definir qué es una página web, podemos decir que se trata de un conjunto de información contenida en una dirección específica de Internet, a la que se accede mediante un navegador y que se construye usando lenguajes de programación.

En otros términos, se entiende como página web al conjunto de información que un sitio web muestra en una pantalla, incluyendo a la totalidad de sus elementos (textos, imágenes, contenidos multimedia, entre otros).

Marca: La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia.

Logotipo: El logotipo es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca.

El logotipo, o también llamado simplemente logo, es definido estrictamente en el área del marketing como el diseño tipográfico, o sea, el diseño del nombre de la marca en sí. El logotipo en este sentido tiene dimensiones, colores, formas y disposiciones específicas y reguladas del nombre de una empresa o institución.

**Estudio de Benchmarking:** El término Benchmarking proviene de la palabra de origen inglés "benchmark", que significa "referencia", y es una herramienta de gestión esencial para el perfeccionamiento de procesos, productos y servicios. Es un análisis estratégico que consiste en evaluar y analizar los procesos, productos, servicios y/o demás aspectos de otras áreas o compañías del mismo segmento para extraer ideas aplicables a la realidad de una determinada organización. (RockContent , 2017)

### **3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados**

A continuación se presentan los resultados sobre lo trabajado en cada objetivo:

#### **Objetivo 1: Validar visión y valores y crear misión.**

**El resultado de este objetivo se logró trabajando ambas partes, equipo Pap y con apoyo de Karla.**

**Misión:** Impulsar a la reflexión de nuestra realidad a través del entendimiento de los fenómenos sociales, realizando proyectos expositivos y obras de arte con un trasfondo de crítica social.

**Visión:** Con una comunidad de coleccionistas/inversionistas comprometidos, buscamos un plan de expansión de una galería, estudio de producción de obras y ventas que transforme a Karla Betancourt como una artista referente nacional de corto a mediano plazo.

#### **Valores:**

- Compromiso
- Profesionalismo
- Resiliencia
- Ambición
- Empatía
- Determinación
- Disciplina
- Autenticidad

#### **Objetivo 2: Diagnosticar las obras de arte con las 4 P's de mercadotecnia**

**A continuación se presenta a detalle el resultado de este objetivo.**

**Producto:**

- Pinturas
- Esculturas
- Piezografías





Plaza:

- Exposiciones de arte (Es el espacio donde se dan a conocer al público determinados objetos artísticos. En términos universales, toda exposición se considera temporal, a menos que se especifique que se trata de una exposición permanente).
- Contacto directo a través de recomendaciones con conocidos, de boca en boca con los compradores.

### **Promoción:**

No aplica, ya que no se ofrece ningún descuento debido a que no se presenta alguna promoción o descuento, lo que si se presenta es publicidad, la cual se describe a continuación:

La campaña de difusión para exposiciones consiste en 3 etapas:

- Etapa 1: Entrevistas para dar a conocer el nuevo proyecto y mantener al artista presente en la comunidad.
- Etapa 2: Entrevistas programadas para anunciar la llegada y la realización del proyecto aprovechando también para hacer invitación a los medios y al público para asistir al evento
- Etapa 3: Tour de medios generalmente para mantener en vida el proyecto durante su exhibición y agradecimiento a los colaboradores, lo cual permite mantener el proyecto y al público con la expectativa de lo que se viene.

Todo depende del impacto que se quiere lograr si es local, nacional o internacional.

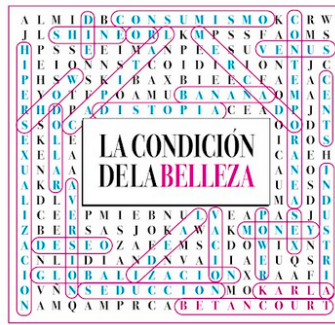
También se entregan folletos como el siguiente:



ABIERTO AL PÚBLICO EN GENERAL  
**2 JULIO - SEPTIEMBRE**

El Gobierno de Guadaluajara a través de la Coordinación General de Construcción de Comunidad, La Dirección de Cultura y el Museo de Arte Raúl Anguiano presentan la exposición:

**JULIO - SEPTIEMBRE 21**



**1 JULIO 21 20:00 HRS**

Museo de Arte Raúl Anguiano MURA  
 Mariano Otero 375 Col. Moderna  
 Tels. 3316579819 / 3316579942 / 3338012032  
 museo-de-arte-raul-anguiano@gmail.com  
 Redes sociales: FB Museo de Arte Raúl Anguiano  
 TW: @MURAGDZ / IG: @muraGdl

MIÉRCOLES A SABADO 10:00 A 18:00 HRS  
 DOMINGOS 10:00 A 15:00 HRS



Actividad presencial gratuita. Cupo limitado a las normas de salud plan. Jalisco COVID-19  
 Para ingresar al museo es obligatorio el uso de cobertores

**MUSEO DE ARTE RAÚL ANGUIANO**  
 Museo de Arte Raúl Anguiano MURA  
 Mariano Otero 375 Col. Moderna  
 Tels. 3316579819 / 3316579942 / 3338012032  
 museo-de-arte-raul-anguiano@gmail.com  
 Redes sociales: FB Museo de Arte Raúl Anguiano  
 TW: @MURAGDZ / IG: @muraGdl

**LA CONDICIÓN DE LA BELLEZA**

**ÚLTIMO RECORRIDO GUIADO**  
**SABADO 18 DE SEPTIEMBRE 10:30 HRS**

Actividad presencial gratuita. Cupo limitado a las normas de salud plan. Jalisco COVID-19  
 Para ingresar al museo es obligatorio el uso de cobertores

Museo de Arte Raúl Anguiano MURA  
 Mariano Otero 375 Col. Moderna  
 Tels. 3316579819 / 3316579942 / 3338012032  
 museo-de-arte-raul-anguiano@gmail.com  
 Redes sociales: FB Museo de Arte Raúl Anguiano  
 TW: @MURAGDZ / IG: @muraGdl

**LA CONDICIÓN DE LA BELLEZA**

**RECORRIDO GUIADO**  
**SABADO 4 DE SEPTIEMBRE 10:30 HRS**

Actividad presencial gratuita. Cupo limitado a las normas de salud plan. Jalisco COVID-19  
 Para ingresar al museo es obligatorio el uso de cobertores

Museo de Arte Raúl Anguiano MURA  
 Mariano Otero 375 Col. Moderna  
 Tels. 3316579819 / 3316579942 / 3338012032  
 museo-de-arte-raul-anguiano@gmail.com  
 Redes sociales: FB Museo de Arte Raúl Anguiano  
 TW: @MURAGDZ / IG: @muraGdl

Revistas: Se hace publicidad mediante revistas especializadas en las cuales le hacen entrevistas a Karla Betancourt.

El contenido de esta página a través de la Coordinación General de Construcción de Comunidad, La Dirección de Cultura y el Museo de Arte Raúl Anguiano promueven la exposición.



**MUSEO DE ARTE RAÚL ANGUIANO**

MARTES A SÁBADO 10:00 A 18:00 HRS  
DOMINGOS 10:00 A 15:00 HRS

Actividad presencial gratuita. Cupo limitado a las normas de salud plan Jalisco COVID-19  
Para ingresar al museo es obligatorio el uso de cubrebocas

Mariano Otero 375 Col. Moderna  
Tels. 3316.579619 / 3316.579942 / 3338.012622  
museoarte.muragdl.com  
Redes sociales: FB Museo de Arte Raúl Anguiano  
TW MURAGDL IG MuseosDL

Redes sociales: Mediante su instagram @karlabetancourtart publica sus obras y las exposiciones en las cuales participa.



- # LACONDICIONDELABELLEZA
- # KARLABETANCOURTART
- # BANANASBETANCOURT
- # ARTECONTEMPORANEO
- # CONTEMPORARYART
- # MODERNART
- # NEOPOPART
- # VISITAMURA
- # ARTEGDL
- # ARTE
- # ART

@KBETANCOURT.ART  
@MURAGDL

**Precio:**

El costo de una piezografía va de \$20,000 a \$60,000 (Una piezografía es un sistema de impresión fina digital utilizada fundamentalmente en trabajos artísticos que requieren la máxima calidad.)

Para las obras, dependiendo de la etapa de la exposición, si es antes o después los precios varían:

- 1mx1m tienen un costo de 85,000
- 2mx2m tienen un costo de 120,000
- 2mx3m tienen un costo de 140,000

El precio de venta se define dependiendo de dónde estudió el artista, dónde está expuesta, la trayectoria del artista, la técnica, el trasfondo, si ha tenido becas importantes y si es o no una figura pública.

### **Objetivo 3: Investigar y describir el mercado meta:**

El mercado del arte es un mercado muy importante en la economía mundial, México es el segundo país de Latinoamérica que cuenta con la mayor cantidad de coleccionistas de arte privados. Aún en las épocas de mayor crisis económica, el mercado del arte no ha caído de forma importante, y se encuentra estable gracias a las inversiones nacionales y extranjeras. Según la revista estadounidense Artnews, ocho coleccionistas mexicanos de arte moderno y contemporáneo están dentro de los 200 coleccionistas de arte moderno más importantes.

- María Asunción Aramburuzabala
- Eugenio López
- El matrimonio de Isabel y Agustín Coppel
- Gabriela Ortiz de Garza y su esposo Ramiro Garza



- Bernardo Gómez Martínez y Alfonso de Agoitia Noriega, ambos vicepresidentes ejecutivos de Grupo Televisa
- Carlos Slim

Respecto a quien busca comprar obras de arte como una inversión, las mejores compras son las que se hacen basadas en el análisis y estudio de la expansión del mercado, proyecciones de los artistas y con el manejo de la situación económica general, es por eso que para ello, se requiere de experiencia en el medio y consejos de expertos. En México el arte es un factor influyente en la economía pública y privada, por lo que destaca como una opción segura y sustentable de inversión.

**Mercado:** Coleccionistas e inversionistas de nivel socioeconómico AB de México que estén interesados en adquirir obras de arte del estilo Neo Pop Art.

#### **Objetivo 4: Analizar la competencia de Karla dentro del Gremio**

Como tal en el gremio artístico no se tiene una competencia directa ya que cada obra es única, pero sí existen personas que se dedican a realizar obras de arte, a continuación se muestran distintos artistas que Karla considera como competencia y se investigaron otros artistas que aparecieron registrados en la página web de secretaría de cultura, los cuales se encuentran en México:

- Satterugly es un artista nacido en Guadalajara, Jalisco en 1984, comenzó a pintar a la edad de 13 años está interesado en otros medios artísticos como la música, la fotografía y la animación digital, Se dedica al street art, por lo que pinta murales en paredes vacías de edificios por toda la ciudad.



- Karla de Lara nace en Guadalajara, Jalisco, México, en 1972, desde muy temprana edad, antes que trazos de escritura mostró capacidades especiales para el trazo libre. Inició sus estudios en fotografía en la temprana adolescencia en sus veranos en el extranjero es la artista mexicana de arte pop más reconocida en la actualidad y con mayor proyección a nivel internacional, con más de 300 exposiciones individuales a lo largo de 37 países.



- Alejandra Robles Barba conocida como Ale RB es una pintora mexicana nacida en 1989 en Guadalajara, Jalisco, México; A temprana edad descubrió su gusto por las artes visuales pero fue hasta los 16 años que descubrió su pasión por la pintura. Su arte se denomina «NAIF» por ser Empírico, libre, espontáneo, ingenuo, colorido y su perspectiva es captada por intuición lo que hace que su obra sea lúdica y con ese estilo que la identifica.



- Yuri es un pintor, escultor, grabador y diseñador mexicano nacido en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, México, en el año de 1972 en una familia ruso española. A temprana edad se siente atraído por el arte y a los seis años ganó su primer concurso de pintura. Gracias a su sensibilidad, junto con su dominio de varias técnicas utilizadas en sus obras, este artista mexicano contemporáneo ha estado viviendo durante los últimos años su “Historia de los Amantes”, misma que ha capturado en sus obras, escribiendo todos y cada uno de sus pensamientos.



- Bernardo Orduño, nacido en Guadalajara Jalisco en 1997; Joven artista y restaurador por parte de la Escuela de Conservación y Restauración de Occidente. Ha exhibido de forma colectiva en Maroma Colectivo en la Cdmx en el 2020, en Tus Muros; Nuestros Puentes, exposición sobre el

fenómeno migratorio en México realizada por el ITESO en Vía Libertad, Guadalajara en el 2017. Fue seleccionado en la convocatoria de Traza Jalisco, interviniendo una de las columnas de la línea 3 del tren ligero en Guadalajara. También realizó una serie de dibujos para el libro Arquitecturas del Fuego I y II del Arquitecto Alejandro Guerrero en colaboración con Colectivo Galimatías y Artlecta.



- Andrés Alcocer Coronado Nacido en Querétaro el 27 de junio de 1994, su primer acercamiento con la pintura comienza desde temprana edad pero es retomada hasta más adelante, al ingresar al taller del maestro Juan E. Muñoz, donde aprende de fabricación de lienzos, marcos además de dibujo.



- Josué Antonio Castillo Riaño. Nació en la ciudad de México en 1960. Es pintor autodidacta desde 1989. Radica en Guadalajara, Jalisco, desde 1986. De manera paralela trabaja pintura y grabado, este último en el taller de *La torre de los grillos*, con Humberto Baca, al mismo tiempo que diseña páginas web. Colabora como columnista, ilustrador y diseñador en revistas y suplementos culturales de Jalisco, Tabasco y Michoacán. Es miembro fundador y director general de El Cálamo Editorial. Ha presentado las exposiciones individuales *Acción restringida* (Presidencia Municipal de Zapopan, 2006), *Esa luz la sombra* (Foro de Arte y Cultura, Secretaría de Cultura de Jalisco, Guadalajara, 2005), *Memoria del silencio* (Casa Serrano, Centro Universitario de los Altos, Universidad de Guadalajara, 2004), *Miocardio* etc.



- Laura García Rulfo. Nació en Guadalajara, Jalisco, en 1950. Ha presentado las exposiciones individuales Óleos y dibujos (Galería Vincent, Guadalajara, 1991), Daltonismo (Galería Jorge Álvarez, Guadalajara, 1995), Grafito y más (Alianza Francesa, Guadalajara, 1996), El ser seccionado (Museo de las Artes, Guadalajara, 1997), Duermevela entretelas (Televisa de Occidente, Guadalajara, 1998), Juego de manos (La Mandrágora, Guadalajara, 2000), Caras vemos (Exconvento del Carmen, Guadalajara, 2000), entre otras. Ha sido alumna de maestros de la talla de Goustel Faust (1968), Salvador Medrano (1976), José Fors (1985), Carlos Vargas y Davis Birks (1992), entre otros.



- Nelly Contreras: Nacida en Guadalajara Jalisco domina el óleo y otras diferentes técnicas, su obra ha sido seleccionada en concursos y muestras del Museo Regional, el Salón de Octubre y el II Encuentro de Arte Joven. Ha presentado varias exposiciones individuales y colectivas en la Galería Chucho Reyes, el Foro de Artes y Cultura, el Museo Regional y el Hotel Fiesta Americana, entre otros.



- Rubén Orozco Loza: Originario de Guadalajara, Jalisco, es un escultor que principalmente se ha dado a conocer por realizar esculturas de personajes famosos de la vida artística como, Frida Khalo, David Bowie entre otros, trabaja con hiperrealismo escultórico. En 2019, inauguró su exposición

titulada “Identidades” en el Museo de Arte Contemporáneo de San Luis Potosí, donde deleitó a los asistentes con sus minuciosas y espectaculares esculturas. A pesar de ser bastante joven, Orozco Loza ha cautivado al mundo entero por su particular técnica y virtuosismo. Actualmente, sus obras forman parte de colecciones de arte en Argentina, Austria, Estados Unidos, Inglaterra, Italia, España, Mónaco y México.



- Aurora Díaz Fregoso: Nacida en Guadalajara, Jalisco. Aurora Díaz ha participado en exposiciones individuales y colectivas, sobre todo en salas ubicadas en Jalisco, como en 2006 “De Artesanía y Arte”. Museo Regional de la Cerámica. San Pedro Tlaquepaque, Jalisco México. 2006 “Expresión Manual”. Centro Cultural “El Centenario”. Guadalajara, Jalisco, México. 2008 “Silencio teatro rojo”, Galería Decorama, Guadalajara, Jalisco México.





- Alejandro Ontiveros Ávalos: Artista plástico autodidacta. Ha tenido siete exposiciones individuales en: Casa de la Cultura de Zapopan, Casa Colomos, galería bar Les Fleurs du Mort, Foro de Arte y Cultura, Casa Tonalli, galería bar El Teulloc. Su trabajo ha sido expuesto en más de 50 exposiciones colectivas. Obtuvo dos menciones honoríficas en el Encuentro de Arte Joven de Guadalajara, Jalisco, y un primer lugar en el Concurso de Arte Oscuro.



- Lila Dipp Ibarra

Artista nacida en Guadalajara en 1957. En los últimos años ha expuesto en numerosas ocasiones en su ciudad natal, así como en lugares tan diferentes como Ciudad de México, Santa Fe, Miami, Arizona, Bélgica y Francia. Realiza obras de pintura y escultura.

Exposiciones Individuales; 1992 Verde, Rojo, Azul, Morado, Lila Dipp, 6 marzo, Los Espejos. Puerto Vallarta, Jalisco, México, 1994 Sueños Y Seducciones, 11 marzo, Galería Gigin's . Manzanillo, Colima, México, Inshallah. Agosto, Galeríazul de Felipe Covarrubias. Guadalajara, Jalisco, México, 1996 Crypto-Gramma.



- Alfredo López Casanova

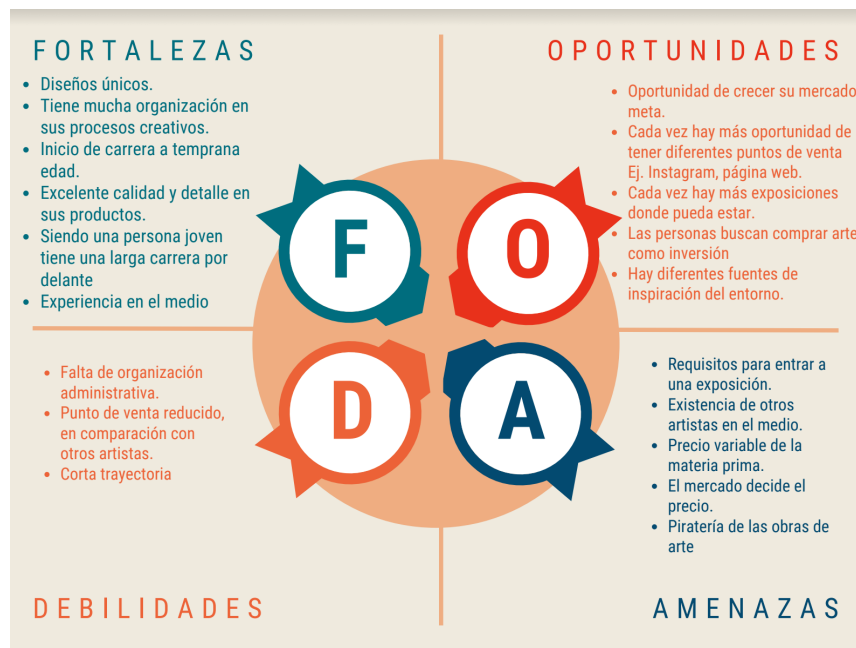


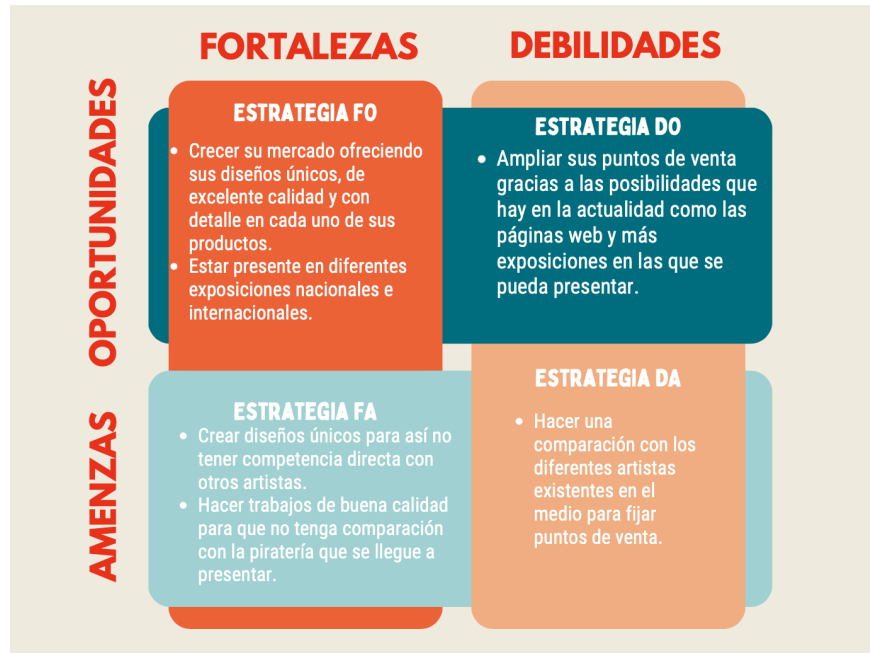
Inició sus estudios de artes plásticas en el taller de la maestra María Luisa González Aréchiga y los continuó en la Universidad de Guadalajara. Entre su producción se encuentran el relieve El nacimiento del hombre nuevo, la colección de relieves La vía de la cruz.

Desde 1999 ha moldeado los bustos en bronce de los escritores galardonados con el Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe Juan Rulfo, entregado año con año en el marco de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, entre los que se encuentran Sergio Pitol, Juan García Ponce, Juan Gelman y Cintio Vitier. Entre sus esculturas destacan las denominadas Estela por la paz y La serpiente.

**Objetivo 5: Analizar el sector y capacidades de la empresa (Realizar FODA).**

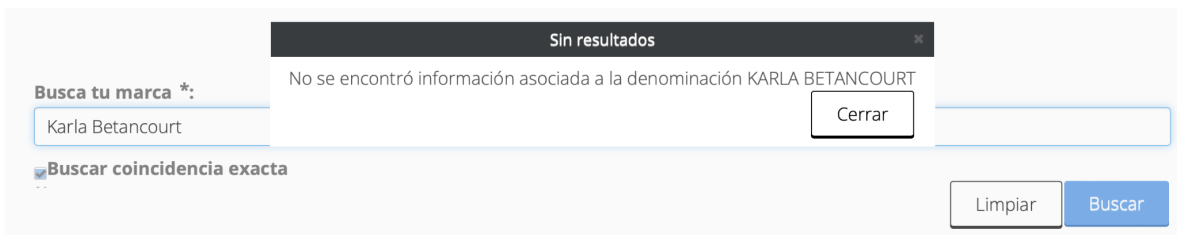
A continuación se muestra el FODA que se realizó, se analizaron las fortalezas y debilidades de Karla Betancourt, se analizaron las oportunidades y amenazas que presenta el mercado y se realizó el FODA estratégico para generar estrategias que combinen los resultados del FODA.





**Objetivo 6:** Verificar la disponibilidad de la marca Karla Betancourt ante el IMPI.

No se encontró ninguna coincidencia en la búsqueda de Karla Betancourt, ni en marcanet, ni en clasniza. Por lo cual está disponible.



**Objetivo 7:** Validar y rediseñar la marca Karla Betancourt.

Se hizo un rediseño de marca con apoyo de la asesora de diseño y se rediseñó el logo de Karla Betancourt dando como resultado el siguiente:



**Objetivo 8:** Investigar los requisitos y costos para el registro de marca ante el IMPI.

Según la Gaceta de la propiedad industrial la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas del IMPI, se realizó un análisis y se llegó a la conclusión de que para el registro de Karla Betancourt lo mejor era registrarla con el nombre “Karla Betancourt”, haciendo el análisis se llegó a la conclusión que Karla Betancourt está dentro de las categorías:

- Clase 41: “Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.”

La búsqueda se hizo en el portal [marcia.impi.gob.mx](http://marcia.impi.gob.mx) y en la búsqueda fonética del IMPI en [marcanet](http://marcanet).

La clase 41 comprende principalmente los servicios prestados por personas o instituciones para desarrollar las facultades mentales de personas o animales, así como los servicios destinados a divertir o entretener.

Esta clase comprende en particular:

- los servicios de educación de personas o la doma y adiestramiento de animales, en todas sus formas;
- los servicios cuyos principales propósitos son el recreo, la diversión y el entretenimiento de personas;
- los servicios de presentación al público de obras de artes plásticas o literarias con fines culturales o educativos.

**Concepto****Monto**

---

Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título. (el costo no incluye IVA)\*

\$2,457.79 mxn

---

Además se compartieron a Karla mediante la carpeta de drive, los links para hacer los trámites, los costos y la información completa directamente desde el sitio de IMPI y se agregó información que en un principio no estaba planeada, la información sobre INDAUTOR y el registro de cada obra de arte.

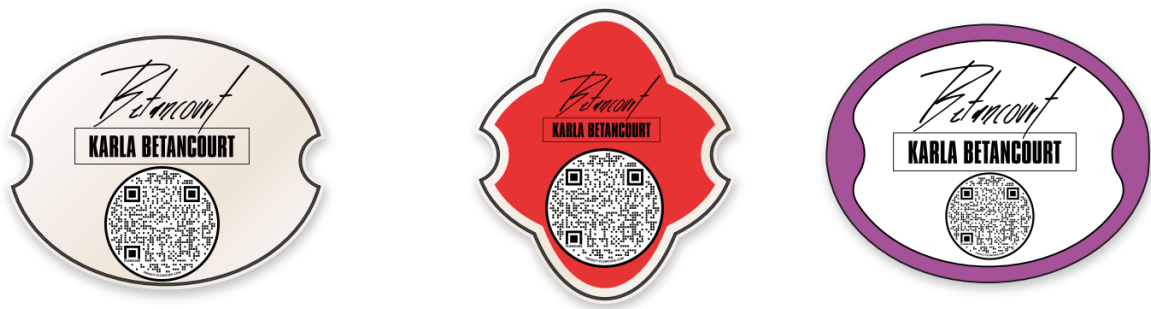
**Objetivo 9:** Crear un manual de identidad.

Se creó el manual de identidad con apoyo de la asesora en diseño, el mismo se compartió a Karla en la carpeta de drive, el manual se puede ver en el siguiente link:

<https://drive.google.com/file/d/171uZslj-XfZYTHq6zxSXeMfVy7sLlkd-/view?usp=sharing>

**Objetivo 10:** Diseñar las nuevas etiquetas con el propósito de crear una experiencia de compra que acompañan las obras que son vendidas. (Considerando en el manual de identidad)

Se diseñaron las siguientes 3 propuestas de etiquetas, las cuales se le compartieron a Karla en el formato editable en illustrator.



En las etiquetas se puede observar el logo de Karla Betancourt con un código QR que dirige a su cuenta de Instagram.

**Objetivo 11:** Generar estrategia de comercialización para ampliar las ventas a nivel nacional.

### **Buyer persona**

Para Karla Betancourt se redactó el siguiente Buyer persona, dándole el enfoque de una persona de NSE AB, que está buscando opciones para invertir en arte.



**LUIS RICARDO REYES  
PALAZUELOS**

### **INFORMACIÓN PERSONAL**

**GÉNERO:** MASCULINO.

**EDAD:** 55 AÑOS.

**ESTADO CIVIL:** CASADO.

**HIJOS/AS:** TRES HIJOS, VALENTINA (28), LILIANA (23) Y LUCIANO (20).

**CARGO:** DUEÑO Y PRESIDENTE DE UNA CONSTRUCTORA.

**LUGAR DE RESIDENCIA:** ZAPOPAN JALISCO.

**TIPO DE EDUCACIÓN:** MAESTRÍA.

**INGRESOS:** \$120,000.00 MENSUALES.

**MOTIVACIONES PERSONALES:** QUE SU CONSTRUCTORA SEA LA MEJOR EN MÉXICO Y LE DEN PROYECTOS INTERNACIONALES.

**INTERESES Y HOBBIES:** JUGAR GOLF, COLECCIONAR ARTE, VIAJAR POR EL MUNDO, LA F1, PRACTICAR TENIS, ASISITIR A CURSOS DE EMPRESARIOS EXISTOSOS.

### **PERSONALIDAD**

Es una persona que busca la excelencia, en su vida profesional y personal, por eso le gusta siempre estarse preparando y aprendiendo cosas nuevas en cualquier ámbito, por eso está interesado en adquirir arte como inversión para un futuro.

### **ÍDOLOS**

Es fan de Federer, Nadal, Florentino Perez, Elon Musk, Carlos Slim, Diego Rivera, José Clemente Orozco, Dalí, Picasso, Da Vinci, Sergio Perez, Steve Jobs, Bill Gates, Lorena Ochoa y Tiger Woods

### **TEMORES**

El único temor que tienes no poder darle a su familia lo mejor, es por ello que siempre dedica tiempo a ellos para que estén en plenitud, aunque es un hombre de trabajo, no deja que su familia no sea su prioridad.

### **RRSS PREFERIDAS**

- Twitter
- LinkedIn
- Instagram
- Youtube

### **HÁBITOS DE COMPRA**

Le gusta mucho ser innovador, es por ello que siempre esta atento a tendencias y a oportunidades de mercado, cuando fue el surgimiento de los NFT se sintió interesado pero no se animó porque no había buenos comentarios, por eso está interesado en el arte como inversión más segura y a largo plazo.

### **CURVA DE INNOVACIÓN**

Es un Early adopter- creador de tendencias. Saca ideas nuevas tan pronto como puede. No se engancha con un solo producto.

### **INTERESÉS EN EL ARTE**

Debido a su amor a viajar por el mundo, le gusta visitar distintos museos y por ello es que ha desarrollado este interés al arte, por eso ha empezado a buscar opciones para compartir su pasión por el arte y como innovar, por eso está buscando opciones de inversión de arte. Sus museos favoritos son Louvre, París; Museo del Vaticano, Vaticano; Metropolitan Museum of Art, Nueva York; Museo Soumaya, Ciudad de México.



### **Áreas de oportunidad:**

Al ser un giro de negocio con un mercado más limitado, en comparación con otros, es más complicado generar alguna estrategia que vaya enfocada a la distribución masiva de los productos, en este caso las pinturas, es por ello que un área de oportunidad muy grande es la de el mercado de personas que están buscando comprar arte como una inversión a futuro, cada vez más personas están buscando opciones para invertir su dinero y el arte es una inversión relativamente segura, ya que por ejemplo en el caso de Karla, es una artista que está iniciando su carrera y con los planes que tiene y el crecimiento que tendrá, además de sus intenciones de convertirse en una figura pública y teniendo sus exposiciones en distintos lugares, para una persona que busca invertir en arte, es una opción interesante comprar una pintura o una escultura de Karla y que con el paso de los años y el crecimiento de su carrera, lo más probable es que esa obra aumente su valor por lo que pueda significar una utilidad para el coleccionista.

### **Mercados potenciales:**

El mercado potencial más grande que tienen las obras de arte de Karla Betancourt son las personas que buscan adquirir obras de arte como inversión, su mercado actual son coleccionistas, pero puede llegar con su crecimiento a este mercado de inversionistas de arte.

Karla tiene distintas características que vuelven sus obras de arte atractivas para quien busque invertir:

- Es joven
- Tiene intenciones de crear obras de otro tipo, no solo pintura y escultura sino que también está interesada en crear diseño sonoro

- Tiene un proceso establecido lo que hace que tendrá asegurada la creación de obras cada año, eso significa que su carrera crecerá y las obras irán aumentando de valor
- Tiene intenciones de expandirse con sus obras a México y fuera de México, lo que hace que su potencial de crecimiento sea muy grande.

Como se observa en el objetivo 3 el potencial del mercado de coleccionistas por inversión está en crecimiento y es un gran mercado potencial.

### **Estrategia de comercialización:**

Debido a que en el medio del arte y con Karla en particular mucha de la publicidad es mediante la recomendación boca en boca, los siguientes objetivos podrían ser útiles con la intención de mejorar las ventas de Karla y hacerse un nombre ella y sus obras en el mercado:

- **Buscar vinculaciones.** Karla ha comentado que el lograr vinculaciones es una gran opción y además como ella está dispuesta a que estas vinculaciones sean con retribución, es una excelente opción para que sea un ganar ganar para ambos.
- **Crear una cuenta de Instagram dedicada exclusivamente a su arte.** Separar su cuenta que tiene ahora y que se quede como una cuenta personal y que se abra otra en la cual se dedique exclusivamente a darle publicidad a su trabajo, así quién esté interesado en solo el arte puede seguir esa cuenta e informarse de el trabajo de Karla, dónde va a estar exponiendo sus obras, que colecciones va a sacar o cosas exclusivamente de ella como artista y sus obras y no tanto ella como persona.
- **Aumentar su presencia en distintos medios para tener más difusión.** Las entrevistas que ha realizado en distintos medios son métodos muy buenos para darle difusión a ella como artista y a su trabajo, como en las

revistas especializadas en las cuales ha estado, el seguir con esa línea de presentarse en revistas así o en periódicos o lugares.

- **Que las entrevistas no sean exclusivas de la publicidad de las colecciones.** Que busque realizar entrevistas también en los periodos donde no está en exposiciones, para poder darle más difusión a su trabajo, así esos tiempos entre colección, que no sean tiempos donde esté “desaparecida” y que solo se vea en su perfil de instagram personal.

**Objetivo 12:** Generar estrategia de comunicación digital.

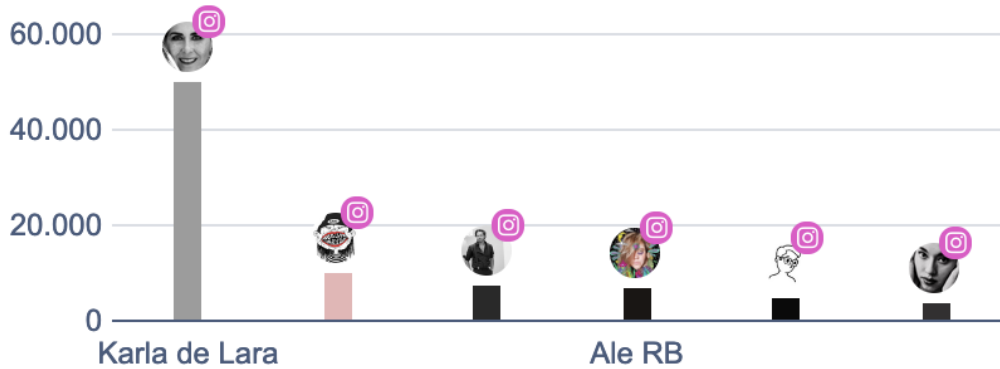
### FODA DIGITAL

Análisis de la situación de la empresa en medios digitales.

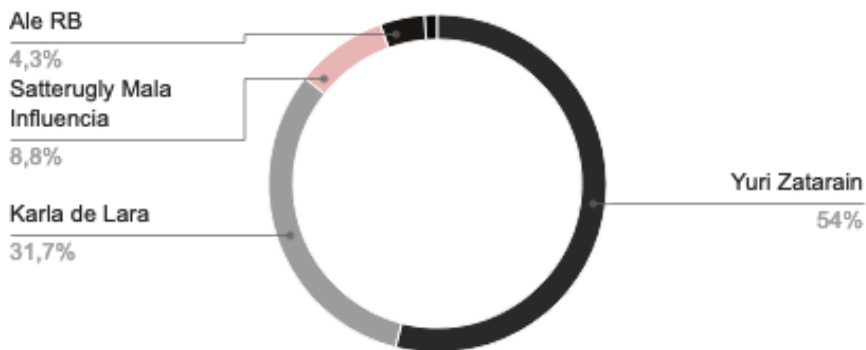


En la siguiente tabla comparativa podemos observar cuales es el perfil con más seguidores y la diferencia entre ellos.

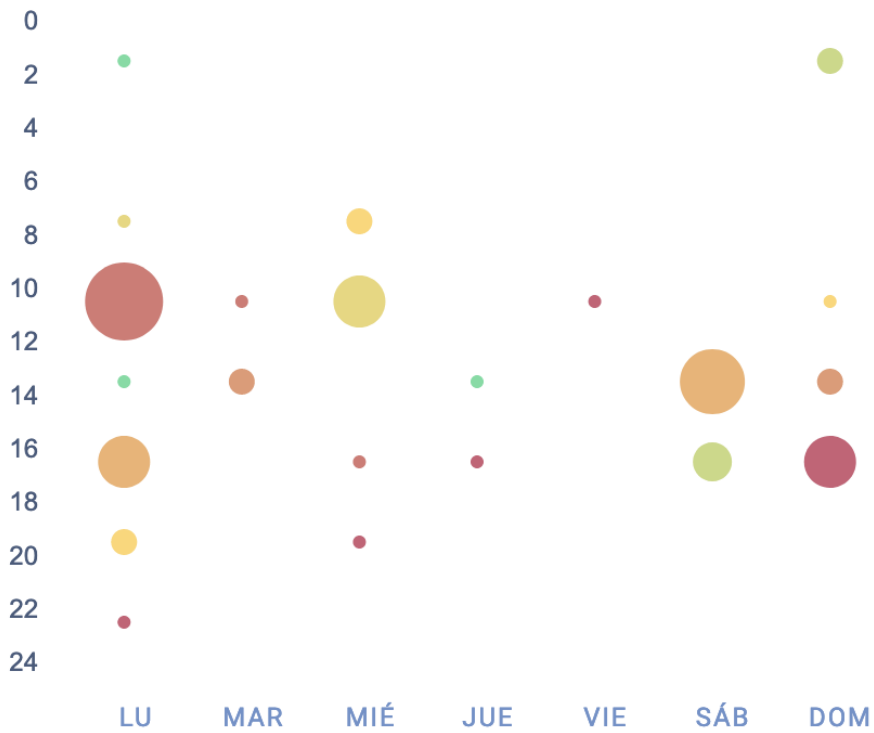
## Perfiles con más seguidores



En este gráfico podemos observar el porcentaje de interacciones en sus publicaciones de cada perfil.



En el siguiente gráfico podemos observar cuales son las mejores horas para publicar, cuanto más grande es un punto más se publicó en ese momento y cuanto más verde más se interactuó con las publicaciones.



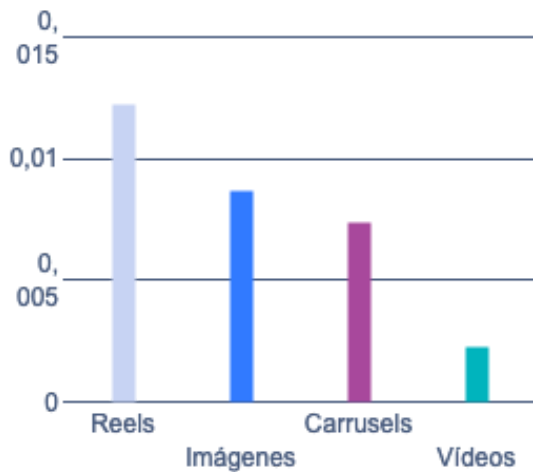
En la fotografía podemos observar las top 50 palabras, cuanto más grande se vea la palabra más se usó, y cuanto más verde más se interactuó con estas publicaciones.

dia Cortés noviembre exposición nuestros  
pueblo espacios octubre recorrer llena nuevo MEXICO  
Miguel Casa artistas historia ALMA interior  
construyendo tierra Interior... orgullo azteca durante han  
Revista ahuehuete Guadalajara corazones aparece mi  
tan Yuri gracias compartir fundaciones piezas Galería  
buscas Dios Moctezuma magia 2022... colores  
Mexicana gran deja Carrousel EVOCATIONS

En la siguiente fotografía podemos observar los top 50 hashtags, cuanto más grande se vea la palabra más se usó, y cuanto más verde más se interactuó con estas publicaciones. Hashtags que recomendamos para Karla, excluyendo ambos de Karla de Lara y los de ubicaciones geográficas que no tienen nada que ver:

#sculpture #mexico #sanmigueldeallende #oscarsaborio  
#cristobaltoral #texas #artgallery #ilustracion #fridakahlo #artist #Izzi  
#artecontemporaneo #mexicosepintasolo #jaliscotv  
#escultura #pinocchio #almademéxico #diadem Muertos #jalisco  
#PiezaDelMes #mexicosepintasolo #Zapopan #arte #tokio  
#malainfluencia #karladelara #rubrica #characterdesign #artwork  
#amor #demexicoparaelmundo #Megacable #popart #illustration  
#karladelara #nofronteras #artoftheworldgallery #pop  
#illustration #painting #sketchbook #delta #art  
#contemporaryart #texas #EvocationsKarladeLara #houston  
#museodelasamericas #dayofthedeath #denver

En esta gráfica podemos observar cual es la interacción de las publicaciones.



## **BENCHMARKING DIGITAL**

Es un proceso mediante el cual una empresa hace comparaciones con sus productos y servicios con una empresa líder de su mismo sector, con la finalidad de aprender qué están haciendo los líderes para después implementarlo en su empresa y mejorar los productos y servicios que ofrecen.

Principal objetivo es tener una investigación constante acerca de cómo mejorar la empresa, pero también tienen otros objetivos como por ejemplo:

- Ampliar el conocimiento que tiene la empresa
- Estudiar e identificar las áreas que se tienen que mejorar
- Reducir costes
- Mejora de la comunicación
- Implantar nuevas estrategias

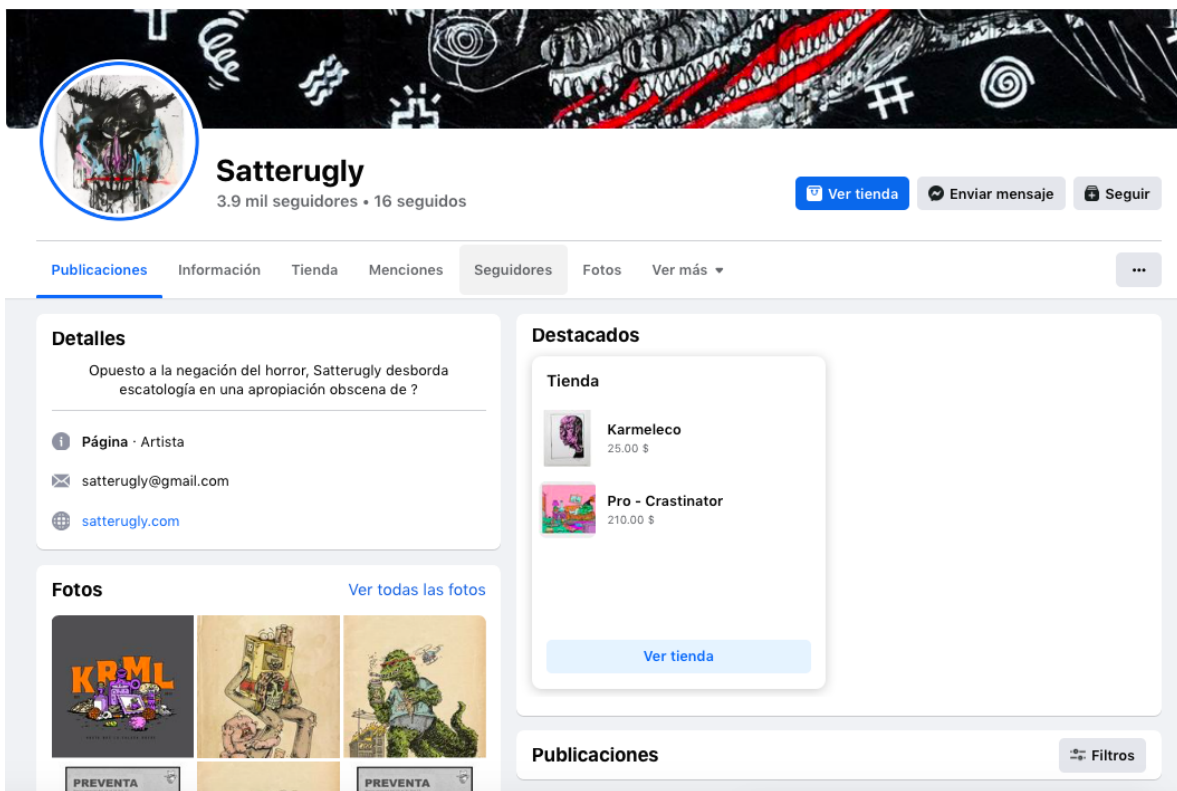
Redes sociales:

1. Satterugly

Cuenta con cuentas oficiales de Instagram y Facebook.



The screenshot shows the Instagram profile for 'satterugly'. The profile picture is a stylized illustration of a man with a wide, toothy grin, wearing a black cap with 'KRML' on it. The bio identifies the account as 'Satterugly Mala Influencia', an artist specializing in 'Art, illustrations & Design'. It lists the email 'satterugly@gmail.com' and several social media handles: '@karmelostudio', '@lakarmelo', '@fecalbeats', and '@tatuajeskarmelo'. A YouTube link 'youtu.be/R3E0P-opOFE' is also provided. Below the bio, there are three featured posts: 'Miniaturas', 'PRINTS', and 'Comicx', each with a small circular thumbnail.



The screenshot shows the Facebook profile for 'Satterugly'. The cover photo is a large, dark illustration featuring a creature with sharp teeth and red accents. The profile picture is a circular illustration of a creature's face. The bio states 'Opuesto a la negación del horror, Satterugly desborda escatología en una apropiación obscena de ?'. The page is categorized as 'Artista' and has 3.9 mil seguidores and 16 seguidos. A 'Tienda' (Shop) section is visible, listing two items: 'Karmeleco' for 25.00 \$ and 'Pro - Crastinator' for 210.00 \$. Below the shop, there is a 'Fotos' section with a grid of three images, including one with the 'KRML' logo and 'PREVENTA' text. The navigation bar at the bottom includes 'Publicaciones', 'Información', 'Tienda', 'Menciones', 'Seguidores', 'Fotos', and 'Ver más'.



Instagram:

- Comparte bocetos, ideas, promociona obras disponibles, comparte y sube reels (videos cortos) del proceso de las diferentes obras, comparte merchandising y en donde se va a presentar.
- Mantiene historias destacadas.

Facebook:

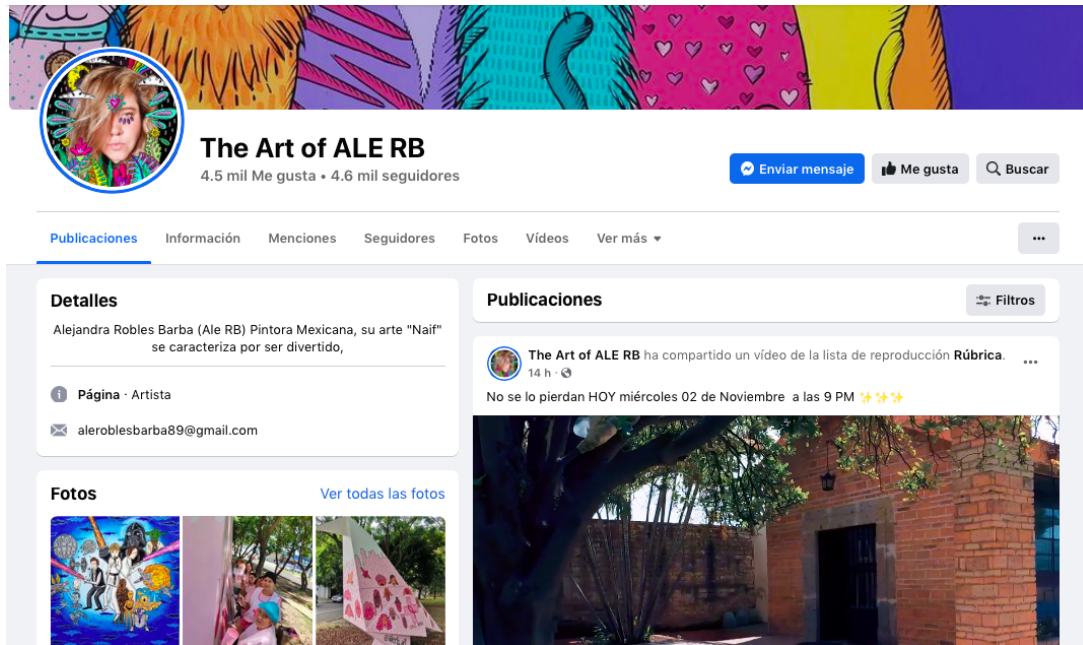
- Contiene su tienda online.
- Promociona preventas y sus obras con una pequeña descripción.

## 2. Alejandra Robles

Cuenta con cuenta oficial de Facebook.

Facebook:

- Comparte algunas de sus obras, promociona exhibiciones próximas y después del evento.
- Comparte sus colaboraciones.



### 3. Yuri Zatarain


Cuenta con cuentas oficiales de Instagram y Facebook, donde le hace uso entre personal y trabajo y también tiene las de su galería @galeriayurizatarain en la cual se comparte más sobre su trabajo.

Instagram:

- Comparte, promociona próximas exhibiciones, sube reels (videos cortos) del proceso del montaje en sus exhibiciones, en donde se encuentran sus obras, etc.
- Mantiene historias destacadas.

Facebook:

- Comparte obras exhibidas, promociona próximos eventos.

 **Yuri Zatarain**  
2.7 mil seguidores • 1 seguidos

[Enviar mensaje](#) [Seguir](#) [Buscar](#)



[Publicaciones](#) [Información](#) [Menciones](#) [Seguidores](#) [Fotos](#) [Vídeos](#) [Ver más](#)


**Detalles**  
Colección 2011 "Tu, yo y tu otro yo" [www.yurizatarain.com](http://www.yurizatarain.com)

**Página** · Personaje público  
33 3624 8401  
[yurizatarain.com](http://yurizatarain.com)

**Fotos** [Ver todas las fotos](#)








**Publicaciones** [Filtros](#)

 Yuri Zatarain está en **San Miguel Allende**.  
3 h ·   
SAN MIGUEL DE ALLENDE...Día de Muertos...2 de noviembre de 2022...




 **yurizatarainart** [Enviar mensaje](#) [Seguir](#) [...](#)

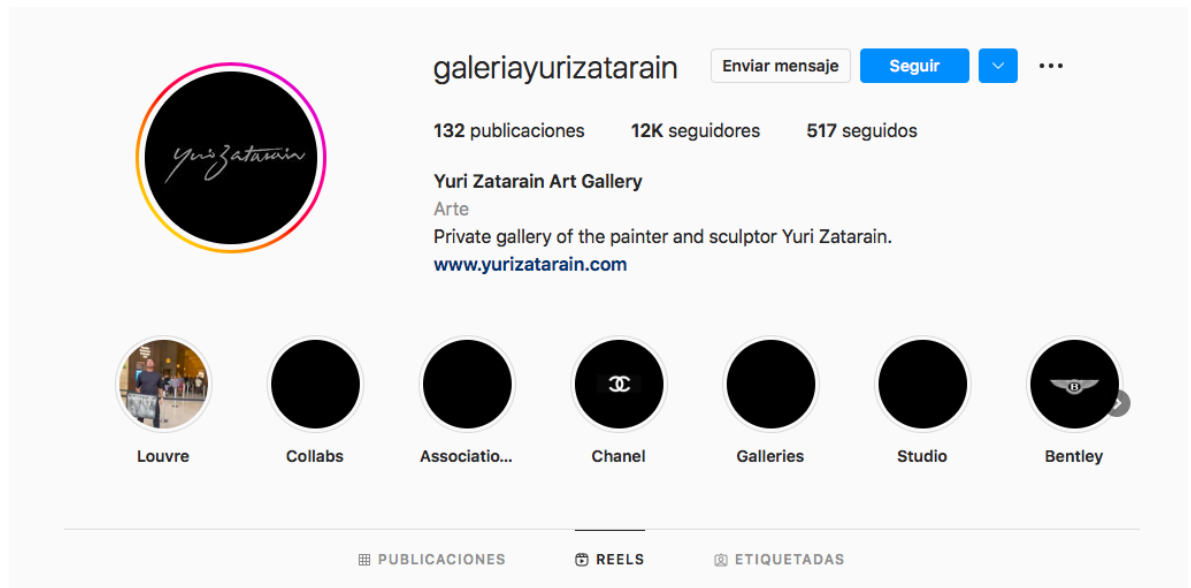
1,053 publicaciones 7,482 seguidores 39 seguidos

Yuri Zatarain

 7 puertas  Ley del Arte  Ley belleza  Beacon Hill  Artwork 2...  Lobby33  Metro Bar...

[PUBLICACIONES](#) [REELS](#) [ETIQUETADAS](#)



#### 4. Bernardo Orduño

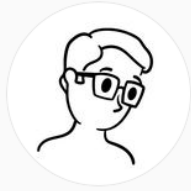
Cuenta con cuentas oficiales de Instagram y Facebook.

Instagram:

- Comparte, promociona próximas exhibiciones, sube reels (videos cortos) del proceso de creación de sus obras.
- Mantiene historias destacadas.

Facebook:

- Comparte obras exhibidas, promociona próximos eventos.
- Comparte sobre las técnicas que utilizó en sus obras y un poco del proceso de realización.



bernard.orduno

Enviar mensaje

Seguir



241 publicaciones

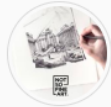
4,834 seguidores

948 seguidos

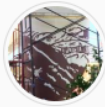
bernardo orduño guerra

Artista

Guadalajara, Jalisco 📍



Expo



Traza



Museo La ...

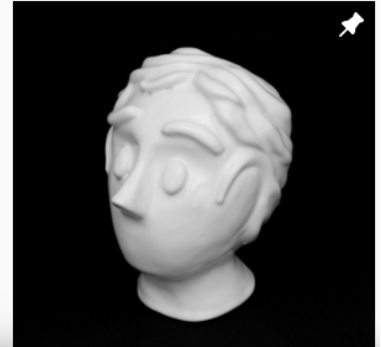


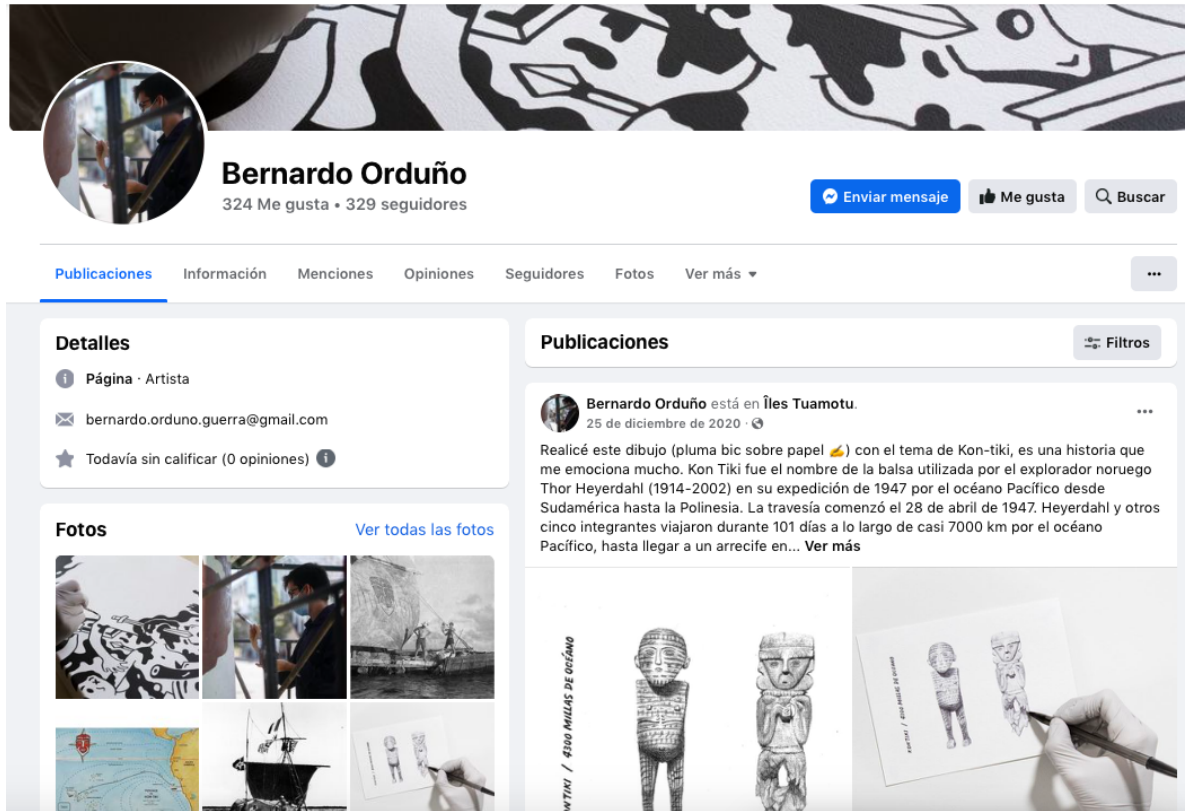
MNA

PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETADAS



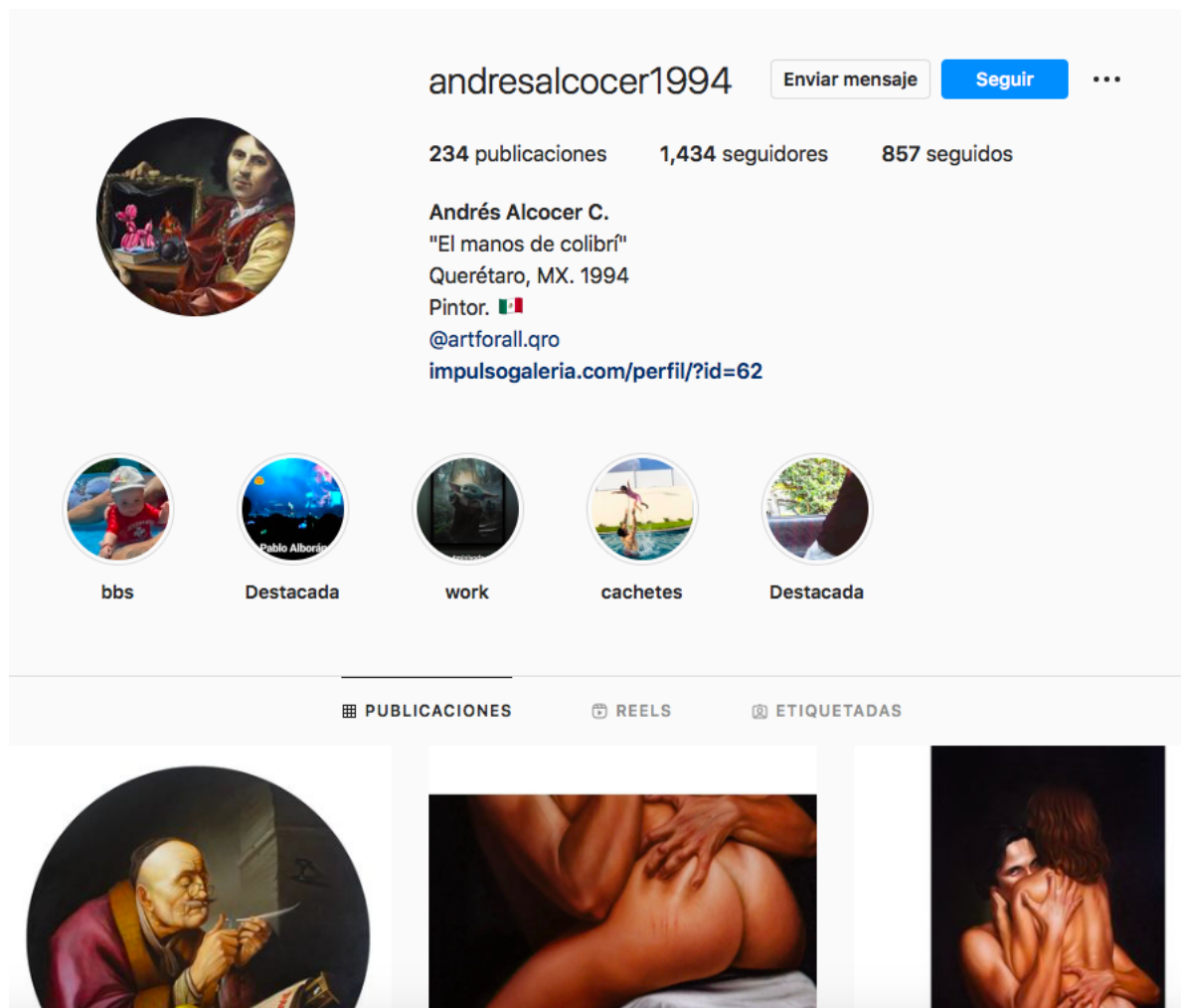


## 5. Andrés Alcocer

Cuenta con cuentas oficiales de Instagram.

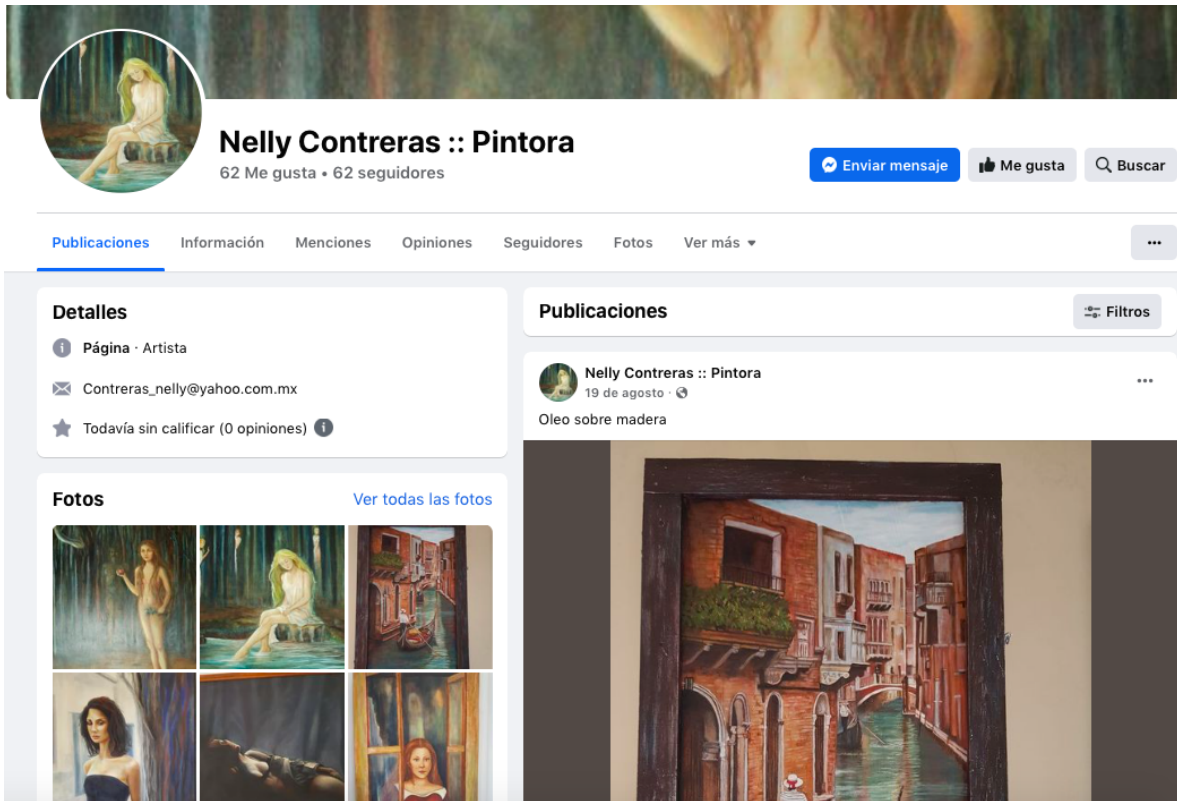
Instagram:

- Mantiene una cuenta con historias destacadas personales y de trabajo.
- Los posts los mantiene sobre sus obras realizadas y los reels como acercamientos de sus obras.
- También mantiene un link directo a su página web en donde se encuentran próximas exhibiciones, ofrece sus diferentes servicios y ventas de obras.



## 6. Nelly Contreras

Cuenta con cuentas oficial de Facebook, en la cual te utiliza como punto de venta, la cual sube y comparte sus obras.



## 7. Rubén Orozco Loza

Cuenta con cuentas oficiales de Instagram y Facebook.

Instagram:

- Mantiene una cuenta con historias destacadas.
- Los posts los mantiene sobre sus obras realizadas y procesos, los reels como procesos de sus obras.

Facebook:

- Comparte procesos de sus esculturas con una breve descripción de la técnica.





rubenorozcoloza

Enviar mensaje

Seguir



390 publicaciones

212K seguidores

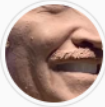
617 seguidos

Ruben Orozco Loza

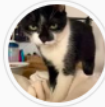
Artista

Escultor Hiperrealista Mexicano- Mexican Hyperrealist Sculptor . País - México 🇲🇪

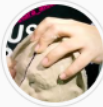
[www.youtube.com/user/rubenescultor](http://www.youtube.com/user/rubenescultor)



Destacada



Destacada



F-M



FREDDIE



Destacada



Destacada

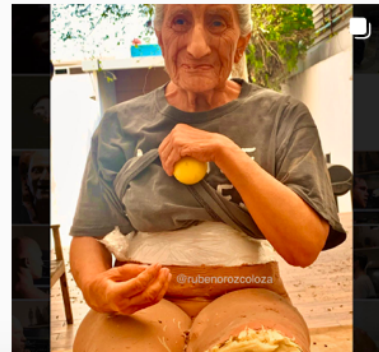


Destacada

PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETADAS



Hiperrealista - Ruben Orozco Loza

383 mil seguidores • 4 seguidos

Enviar mensaje

Seguir

Buscar

Publicaciones

Información

Menciones

Seguidores

Fotos

Videos

Ver más



Detalles

ESCULTOR HIPERREALISTA MEXICANO - MEXICAN HYPERREALIST SCULPTOR-

Página · Artista

rubenescultor@gmail.com

[sites.google.com/view/rubenorozcoloza/p%C3%A1gina-principal](https://sites.google.com/view/rubenorozcoloza/p%C3%A1gina-principal)

Fotos

Ver todas las fotos



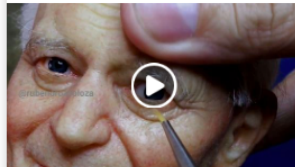
Destacados

Hiperrealista - Ruben Orozco Loza

4 de septiembre de 2020

PEQUEÑO HOMBRECITO

#ESCULTURA #HIPERREALISTA #ESCULTURAHIPERREALISTA...

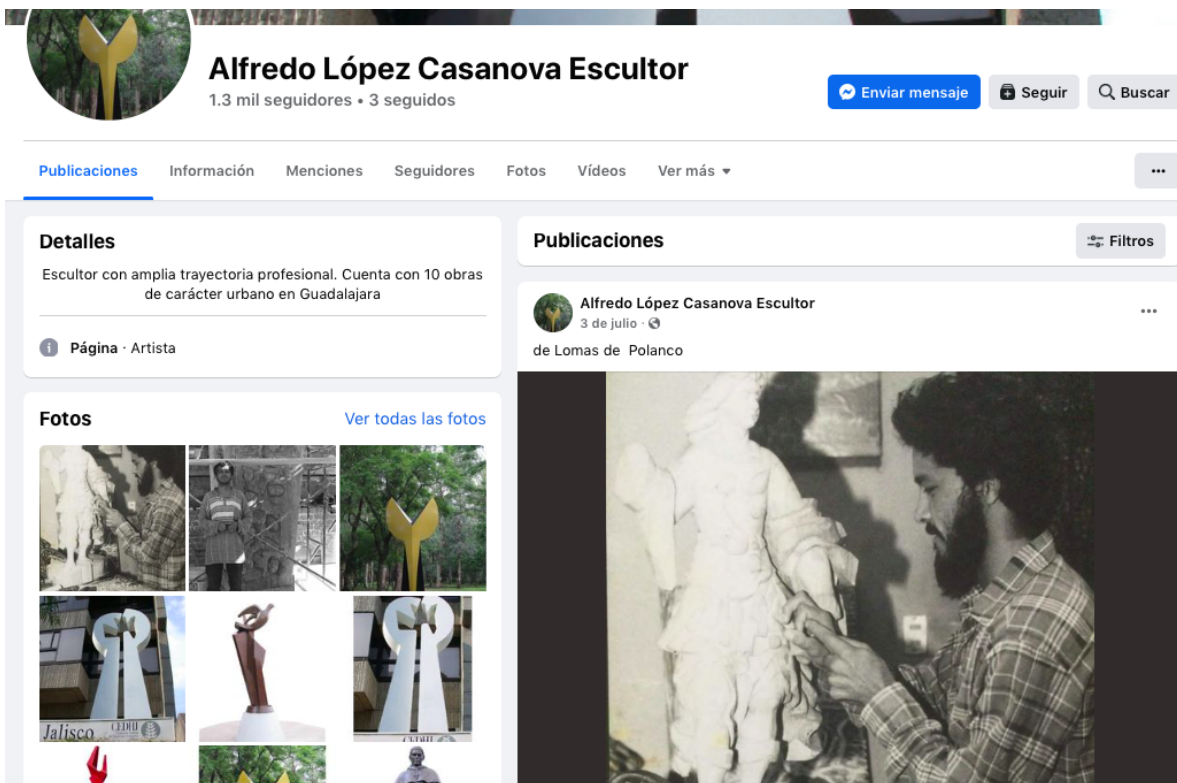


## 8. Alfredo López Casanova

Cuenta con cuenta oficial Facebook.

Facebook:

- Principalmente se comparten notas de entrevistas, un poco sobre su trabajo y técnicas.
- Es más que nada una cuenta personal ya que no está dedicada totalmente a su trabajo.



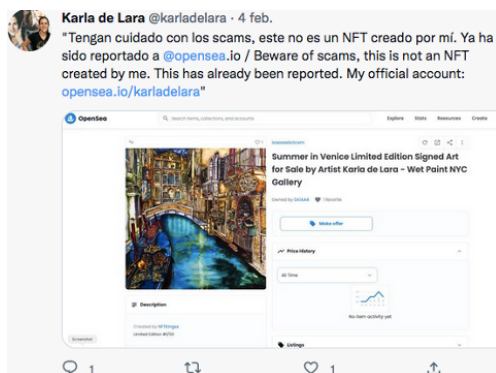
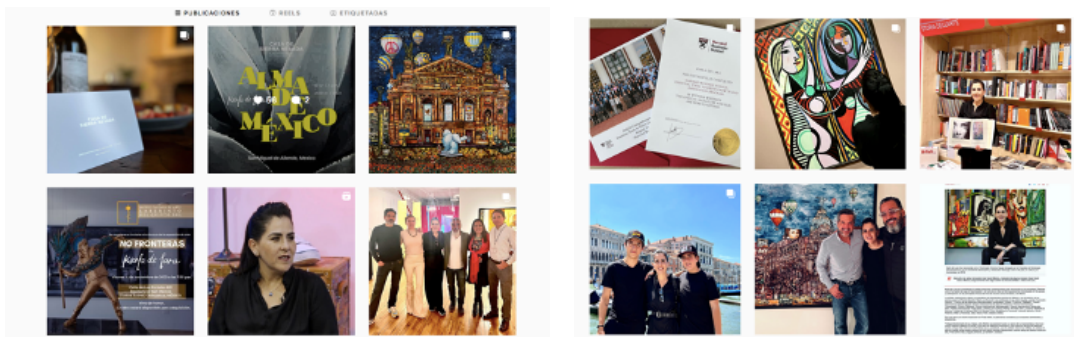
Se investigaron a estos 8 artistas por el hecho que desde un inicio los consideramos como competencia de Karla y por ser activos en sus redes sociales.

Se concluyó que Karla deberá ser más activa en redes sociales sobre sus proyectos por eso en la parte de conclusiones y recomendaciones se da la sugerencia que se abra una cuenta enfocada más en sus proceso creativos y procesos de esta misma.

## Benchmarking aspiracional:

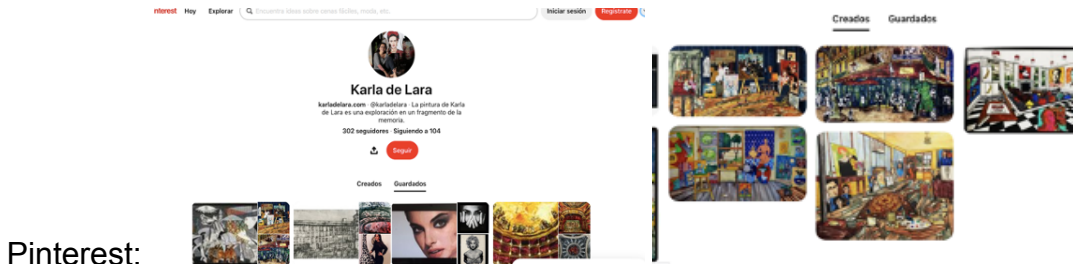
Karla de Lara: No solo maneja instagram, sino que también tiene una cuenta de Twitter y otra de Pinterest. En sus redes sociales hace promoción a su trabajo, así como también comparte los artículos de entidades publicitarias en las cuales hablan de ella, también hace reflexiones sobre su obras y hace publicaciones sobre su vida cotidiana y los eventos a los que asiste .

Instagram:

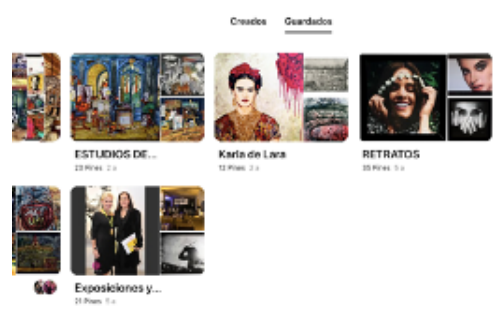


Twitter:





Pinterest:



Página Web: En la página web ella tiene varios apartados, por ejemplo, uno para descargar su libro de arte y otro para las diferentes exposiciones, nos muestra las diferentes colecciones de arte que ha creado, los artículos en los que la han publicado y al final vienen sus redes sociales, correo electrónico etc.



**Objetivo 13:** Crear un archivo en el cual se pueda llevar un control de las ventas realizadas.

Se creó el archivo con las instrucciones que Karla solicitó y se le compartió mediante la carpeta de Drive, se puede ver el archivo en el siguiente link:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/14-QCRwsKkv-EBN6hfEoYNmf0TF5qmywpDalwM2le-vY/edit?usp=sharing>

**Plantilla de Registro venta de obras Karla Betancourt**

<i>"Nombre de la colección"</i>									
NUM DE OBRA	TIEMPO DE ELABORACIÓN	FICHA TÉCNICA OBRA	FECHA DE LA VENTA	NOMBRE DE LA OBRA	TIPO DE OBRA	NEGOCIACIÓN DE LA OBRA	COLECCIONISTA	COMPRADOR	MONTO
1									\$0,00
2									\$0,00
3									\$0,00
4									\$0,00
5									\$0,00
6									\$0,00
7									\$0,00
8									\$0,00
9									\$0,00
10									\$0,00
11									\$0,00
12									\$0,00
13									\$0,00
14									\$0,00
15									\$0,00
<b>TOTAL</b>									<b>\$0,00</b>

GRÁFICA TOMATO ELABORADO ALCANFOR ESTUDIO				
NUM DE OBRA	COLECCIONISTA	FECHA DE LA VENTA	NEGOCIACIÓN DE LA OBRA	MONTO
1				\$0,00
2				\$0,00
3				\$0,00
4				\$0,00
5				\$0,00
6				\$0,00
7				\$0,00
8				\$0,00
9				\$0,00
10				\$0,00
11				\$0,00
12				\$0,00
13				\$0,00
14				\$0,00
15				\$0,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$0,00</b>

**Objetivo 14:** Crear una página web donde se puedan mostrar las obras existentes de Karla Betancourt y se puedan adquirir mediante la misma.

Se desarrolló un esqueleto de página web para entregarle a Karla, este fue creado en la plataforma Wix, con asesoría de la maestra Abril de diseño, se entregó la página en su mayoría realizada para que Karla le diera los detalles finales de diseño para que quedara a su gusto, se entregaron segmentos de: página principal, exhibiciones, portafolio, prensa y una parte de tienda en la cual se usa como ejemplo para la propuesta de crear y comercializar mercancía oficial de Karla Betancourt en un futuro.

Además se compartió un video tutorial de Youtube donde se explica la información importante para que Karla sepa editar la página después de terminado el PAP.

<https://www.youtube.com/watch?v=4q97uMfhAbk>

- Minuto 4:38 (Cómo agregar imágenes y videos).
- Minuto 32:46 (Cómo cambiar el diseño del sitio).
- Minuto 43:26 (Cómo publicar la página).

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

- Aprendizajes profesionales (en equipo).

A lo largo de este semestre estuvimos trabajando en el PAP de CEDECOM y como equipo estuvimos a cargo del proyecto de Karla Betancourt, gracias a esto tuvimos la oportunidad de desarrollar diferentes competencias tanto genéricas como las propias de nuestra profesión, entre ellas están el pensamiento crítico y reflexivo ya que desarrollamos innovaciones y propusimos soluciones a los problemas que Karla nos presentó, así como dar nuestro punto de vista. Otra competencia fue el trabajo en equipo, ya que todo el proyecto lo trabajamos de manera colaborativa y ayudándonos entre sí para cumplir con nuestros objetivos, también la organización para poder cumplir y priorizar todas las actividades que debíamos realizar, lo que nos permitió ser más productivos, y el pensamiento estratégico porque analizamos, planeamos, organizamos, dirigimos y elaboramos el proyecto para que se llevará a cabo de una manera exitosa.

Gracias al Proyecto de Aplicación Profesional desarrollamos competencias desde distintas disciplinas como el rediseño de una marca ya que estuvimos trabajando en el logo de Karla Betancourt y la creación de su manual de identidad, además hicimos una investigación de temas legales de registro de marca así como los derechos de autor.

Nuestros aprendizajes más importantes sobre las problemáticas que se viven en el campo laboral es que el empresario puede llegar a tener desconocimiento de muchas cosas y hay que entregar resultados de una manera simple para su mejor entendimiento y funcionamiento ya que no es

necesario ser experto en todo y hay personas que nos pueden colaborar en ello.

Como equipo tuvimos diferentes saberes que pusimos a prueba como la creación de estrategias, análisis de mercado según el giro de la empresa, importancia y creación de misión, visión y valores y el rediseñar una marca. Por último, como equipo nuestro mayor aprendizaje para nuestro proyecto de vida profesional fue saber la importancia de trabajar y apoyarnos entre todos, así es como cada uno aportó sus experiencias y sus saberes para cumplir con el objetivo en común, además de la organización lo que nos ayudó a ser más proactivos y así terminar el proyecto en tiempo y forma. Todas estas competencias y aprendizajes obtenidos a lo largo del PAP sin duda nos ayudará a formarnos en nuestra vida laboral.

- Aprendizajes sociales

**Santiago Gonzalez Ruiz:** Creo que en este proyecto afine bastante mi sentido de trabajo en equipo, ya que normalmente yo soy quien lleva la batuta en cuanto a las decisiones de los equipos con los que trabajo, en esta ocasión le toco a mi compañero Alonso y aprendí a que no siempre tengo que mandar yo y la verdad me costó menos trabajo adaptarme de lo que yo pensaba.

Creo que mi sugerencia de hacer merchandise con las obras de Karla Betancourt fue una buena idea para que la implemente en el futuro, ya que podrá generar una fuente de ingresos constante durante todo el año.

Este fue el proyecto más largo que he hecho en toda mi carrera, esto me ayudó a manejar mi ansiedad, a organizarme y manejar mejor mis tiempos. Es importante recalcar que mediante este proyecto ayudamos a Karla a entender un poco mejor la forma en la que se debe administrar una empresa.

**Alonso Padilla:** Como sociedad creo que estamos en un momento difícil, hay mucha desunión y cada persona está buscando su beneficio propio antes de dejar



algo a los demás, es una cuestión que me preocupa y me hace reflexionar profundamente, creo que la sociedad necesita líderes, líderes que se atrevan a tomar el rol y poder influenciar de una buena forma a los que lo rodean; en este proyecto creo que tome el rol de líder el equipo con el único objetivo de que pudiéramos tener claro el rumbo y que cumplieramos los objetivos, la idea de tomar las 3 horas todos los días de clase fue mía y lo hice para que fuera mucho más fácil trabajar y creo que salió bien. Mis compañeros trabajaron muy bien en lo que teníamos que hacer y eso fue muy bueno, porque nosotros tomamos un rol de hacer lo que tenemos que hacer de una buena forma, creo que eso es lo que le falta a la sociedad, que grupos de personas se animen a hacer las cosas bien y que las hagan con compromiso.

Respecto a Karla como empresaria y a lo que se dedica, me siento feliz de haberla apoyado, creo que actualmente necesitamos personas que se dediquen a hacer ver los problemas que tenemos como sociedad, creo que el arte es una excelente herramienta y un excelente medio para hacer conciencia de una forma creativa y original, me siento orgulloso de que como equipo y yo personalmente, la pudimos apoyar para que a partir de lo que le ayudamos, ella pueda mejorar y crecer como empresa, en un giro tan inexplorado para mí, creo que el que la apoyamos de la forma que lo hicimos, la va hacer crecer y convertirse en una artista que será conocida primero nacionalmente y luego le permitirá crecer y llegar con sus críticas a todo el mundo, críticas que son necesarias, darnos cuenta en qué estamos fallando como sociedad y poder cambiarla, porque tenemos la responsabilidad como seres humanos de dejar un mundo mejor del que nosotros recibimos y en el cuál estamos viviendo.

**Victoria Toscano:** A lo largo de este proyecto tuve la oportunidad de formar equipo con otras tres personas que no conocía y creo que esto es una de las más importantes acciones que debemos tomar a lo largo de la vida, saber hacer equipo para un bien común, ayudarnos entre sí y tener compañerismo es de las principales aportaciones que me llevó de este proyecto.

Por otro lado, fue un desafío para mí trabajar en el proyecto de Karla Betancourt ya que, no conocía absolutamente nada sobre el giro del arte y su mercado. Aprendí muchísimas cosas que no sabía y además me pareció muy interesante e importante que sus obras de arte sean una reflexión hacia los problemas actuales que se viven hoy en día en la sociedad, creo que al mundo le hace falta más reflexionar sobre temas tan importantes que estamos pasando y qué mejor manera que hacerla a través del arte.

**Beatriz Bolaños:** Durante el proceso de este proyecto en mi opinión se trabajó muy bien en equipo, ya que intentamos diferentes maneras de trabajar y nos quedamos con la que mejor nos funcionó, considero que es importante mencionar la iniciativa en todo momento de Alonso, sin embargo la apertura del equipo para escuchar y estar abiertos a diferentes opiniones, pensamientos y/o maneras de trabajar favorece al resultado del proyecto.

En este proyecto he aplicado y puesto en práctica diferentes aprendizajes que he obtenido a lo largo de la carrera, de diferentes materias, sobre todo por el hecho que la carrera es principalmente práctica y se ha simulado múltiples veces el inventar una empresa y este proyecto me ha dado la oportunidad de entender y poner en práctica lo que se necesita para poder formalizar una empresa, aunque la necesidad de Karla fue principalmente administrativa.

- Aprendizajes éticos (personal)

**Santiago González:** Como ya mencioné anteriormente esta vez me tocó tomar decisiones en equipo, por lo que realmente estaría mintiendo si dijera que yo tome alguna decisión, pero lo que sí puedo decir es que me gusto trabajar con mis compañeros, creo que tuvimos una buena experiencia y aprendimos uno el otro; Me gusto trabajar con personas de otras carreras en un proyecto en el que realmente se necesitara saber y tener conocimientos específicos de otras carreras, ya que esto me llevó a confiar en mi equipo.

Creo que mi profesión no fue tan necesaria en este proyecto PAP en específico, con la excepción de algunas cosas, pero me gustaría ejercer haciendo comercio internacional en general, compra, venta y comercialización de bienes a nivel global.

**Alonso Padilla:** Me llevo una experiencia distinta de este PAP en el sentido ético, me parece que la forma en la cual trabajé con mi equipo en este segundo proyecto fue muy distinta al primero, la conexión que logré con mis compañeras en mi primer PAP fue mejor, compartimos más gustos e incluso ya nos conocíamos antes lo cual hizo que desde un inicio la forma de trabajar y la convivencia fue más llevadera. En este PAP fue con compañeros nuevos y un proyecto que inicialmente no me apasionaba porque era un giro que no conocía, pero supe adaptarme con mis compañeros hasta que logramos una convivencia muy amena.

Es una reflexión que me llevo y me parece que es demasiado importante, en la vida laboral no siempre vas a tener la oportunidad de escoger con quien trabajar y podría ser una experiencia negativa si no te adaptas a ello, me siento orgulloso de que pude tomar en este proyecto el rol de líder y estoy convencido que la forma en la cuál actué fue la que permitió que el proyecto tuviera éxito en los tiempos y en el cumplimiento de los objetivos pactados. Me siento feliz de que puedo adaptar distintos roles en un equipo y eso hace que mis capacidades para trabajar sean mejores. Por eso creo que estos dos proyectos que he cursado me han dado muchos aprendizajes para mi vida laboral que está muy próxima a empezar.

**Victoria Toscano:** De las principales decisiones que tomé a lo largo de este PAP fue organizarme en mis horas de trabajo y así aprovechar las tres horas que se asignan a este proyecto y con esta estrategia no llevarme ninguna tarea, las consecuencias de esta decisión fue que pude ser más productiva por lo que pude cumplir con mis objetivos de mis otras asignaturas y no descuidar nada, además no deje nada para el último momento y todos los proyectos se terminaron en tiempo.

Esta experiencia vivida me lleva a ser más responsable y organizada, porque me doy cuenta que estos valores son muy importantes en cualquier aspecto de nuestra vida y también nos ayudan a cumplir con nuestros objetivos sin necesidad de sentir frustración o estrés y a lograrlos satisfactoriamente. Por otro lado, me invita a la convivencia, ya que en este proyecto tuvimos que convivir con personas que al principio no conocíamos y que no tuvimos la oportunidad de escoger, y es algo que en la vida laboral es real, nunca vamos a tener la oportunidad de elegir a nuestros colaboradores y es esencial crear una convivencia amena y saber trabajar en equipo para el bien común.

**Beatriz Bolaños:** A lo largo de este proceso me anime a compartir lo que sentía, comenzamos a trabajar de una manera distinta a la que terminamos y al compartir con mis compañeros que no estaba funcionando, coincidió con Alonso que compartimos el mismo sentir, por lo que comenzamos a proponer diferentes soluciones.

Esta experiencia de trabajar con personas que no conocía fue un reto para mí, sin embargo entiendo que en la vida laboral no siempre se trabaja con amigos, afortunadamente considero que se creó un buen ambiente ya que todos estuvimos dispuestos y con el mismo objetivo siempre, en cambio logramos crear un entorno ameno en donde se trabajó y donde el convivio fue placentero.

Después de esta experiencia aprendí y entendí el proceso del PAP por lo que me facilitará la próxima tanto como para la vida laboral.

- Aprendizajes en lo personal

**Santiago González:** En este PAP aprendí a trabajar en equipo sin necesariamente yo llevar el liderazgo del mismo, me di cuenta también que no soy el mejor en todo, mis demás compañeros son mejores que yo en sus áreas

específicas de su carrera, que en la mayoría de las veces yo ni siquiera tenía idea de que eran.

Me di cuenta que puedo aportar bastante a los demás sin ser el líder, también me doy cuenta de que para que algo sea exitoso se necesita la colaboración de todos los involucrados.

En un futuro me gustaría manejar el negocio familiar y esta experiencia me ayudó a ver más ámbitos del negocio, no solo en el que me especializo.

**Alonso Padilla:** El principal aprendizaje que me llevo es a lidiar con la frustración, en este proyecto muchas veces me sentía que estábamos perdiendo el tiempo, la comunicación tan mala que había entre Karla y el equipo, en mi opinión, nos retrasó muchísimo en el proyecto, recuerdo sobre todo con el tema de las etiquetas que fue una pérdida de tiempo de por lo menos una sesión, no pudimos avanzar en nada sobre ese tema porque no había una claridad de Karla hacia nosotros y eso nos retrasó. Con la página web igual, tardó tiempo en darme la retro y las indicaciones y eso hizo que no pudiera avanzar y me retrasó un poco, no culpo a Karla porque se que ella estaba ocupada, pero si creo que debimos encontrar una forma distinta de comunicarnos con ella para que fuera más eficiente el aprovechamiento del tiempo.

Muchas veces en la vida y en el trabajo, las cosas no salen como tu lo esperas y es algo que me han repetido muchas veces y me lleva siempre hacia lo mismo, me siento frustrado y desesperado porque siento que las cosas no salen como yo quiero, pero como en este caso, no depende de mí si las cosas salen de una forma u otra en cuestión de tiempos, creo que lo mejor hubiera sido que desde un principio todas las propuestas a Karla fueran con instrucciones e indicaciones claras y así hubiéramos aprovechado más el tiempo. Ese es el aprendizaje principal que me voy a llevar toda la vida, las cosas si no salen de acuerdo a lo que yo espero, no significa que vayan a salir mal, se le tiene que encontrar la forma de hacerlo lo mejor posible y así ser asertivo con lo que decido hacer,

siempre con la premisa de hacer las cosas de una forma correcta y que sea buscando la excelencia.

**Victoria Toscano:** En este PAP tuve la oportunidad de ejercer y aportar mis conocimientos que he adquirido a lo largo de mi carrera, además gracias a esto me ayudó a conocer algunos aspectos de mi, por ejemplo, lo que más me gustó y para lo que creo que soy buena, algo de este es que soy una persona muy organizada y me gusta llevar agenda de todo para poder cumplir en tiempo y forma mis tareas. Otra de las cosas es que me gusta crear diseños y es algo que no sabía, por ejemplo al momento de crear el manual de identidad es un tema que no tenía experiencia y gracias a la asesora Luz pude aprender muchísimo de los diseños que se manejan y que es lo correcto e incorrecto, y creo que es una habilidad que me ayudará mucho en mi futuro, ya que un manual de identidad es esencial en cualquier empresa.

Por otro lado, me di cuenta que soy muy buena trabajando en equipo, me gustó mucho la experiencia de poder convivir con otras personas de diferentes carreras y con diferentes habilidades y competencias, desde mi punto de vista, esto es algo muy importante porque nos complementamos los unos a los otros. Además me parece que es muy importante tener un ambiente de trabajo sano para ser más productivos y es algo que en mi equipo se logró, ya que pudimos conectar muy bien y gracias a esto mi experiencia con el PAP fue muy buena y satisfecha.

**Beatriz Bolaños:** Así como tuve la oportunidad de poner en práctica lo aprendido a lo largo de la carrera también la posibilidad de crecer personalmente en el reafirmar la capacidad que tengo. Al mismo tiempo este proyecto me hizo darme cuenta que el mercado mexicano es mucho más grande de lo que imaginaba por lo que creo que la difusión y el impulso al arte mexicano debería ser más constante y promocionar con el apoyo de publicidad para que sea más fácil comercializarlo. La importancia que tiene el saber, el ceder, el trabajar en equipo es realmente importante porque en la vida laboral es imprescindible.

## 5. Conclusiones:

- El cambio que hubo entre el inicio del proyecto respecto a lo que conforma Karla Betancourt respecto a lo empresarial, fue muy grande, de acuerdo al diagnóstico que se realizó previo a la creación de los objetivos, dió como resultado al equipo un panorama de que iba a ser un reto complejo, se trazaron objetivos para ayudar a formalizar la empresa y la marca, cosas que van a permitir a Karla ser una artista que resalta no solo en la parte artística sino también la parte administrativa, las estrategias digitales y de comercialización que le van a permitir aprovechar las oportunidades que el mercado le ofrece.
- Fue un reto complejo el desde cero hacer varias cosas como el investigar lo del registro del IMPI, el rediseño de marca, el manual de identidad, como crear estrategias digitales, de comercialización y la creación de la página web, ya que a pesar de que el equipo incluía 4 integrantes de distintas áreas (comercio, mercadotecnia, administración y diseño de modas), el tener la visión de distintas áreas fue muy positivo pero siguió siendo un gran reto por la complejidad del giro con la que se trabajó, ya que ninguno teníamos experiencia con un empresario así, pero al terminar el proyecto el equipo queda satisfecho con lo que se realizó y con la seguridad de que en lo que se apoyó le va a significar un cambio muy positivo.

- El cumplimiento de los 14 objetivos da como resultado algo muy positivo para Karla, el equipo le ayudó para darle ese salto de forma integral en comparación a otros artistas que por ejemplo no están registrados en IMPI, no tienen una página web, no tienen estrategias en redes sociales, lo cual son áreas de oportunidad que Karla puede implementar con el apoyo de los resultados que se lograron en el PAP conforme el paso del tiempo para que tenga crecimiento como artista y figura pública.

## Recomendaciones

Se encontraron algunas sugerencias que como equipo se consideran que serían de utilidad para que se apliquen aún finalizado el proyecto:

- **La creación de una cuenta de Instagram exclusiva de su arte**, la sugerencia va orientada a separar la cuenta que ya tiene y que esa cuenta sea exclusiva de ella como figura pública y artista, con forme pase el tiempo y vaya creciendo, va a ir siendo su arte y ella como artista, más atractiva para distintas personas entonces, quien quiera conocer su arte exclusivamente puede seguir la cuenta nueva dedicada a su arte y por ese medio informarse del mismo sin necesidad de tener que ver la parte de Karla como persona.

Esta cuenta nueva podría ser utilizada también para estrategias de publicidad de sus exposiciones y galerías, que sea una cuenta exclusivamente profesional, además la cuenta con la que ya tiene, podría darle una libertad más grande de que suba el contenido que sea y así pueda subir lo que ella quiera y si en el futuro quiere hacer cosas además de su arte, puede subirlo sin ningún problema a su cuenta de Instagram sin que sea algo que se salga de la línea del arte. También en esta cuenta nueva se puede hacer una estrategia en la cual se pague por publicidad mediante [business.facebook.com](https://business.facebook.com), en la cual puedes pagar por que tu



cuenta salga como anuncios a otras cuentas que tienen intereses similares a los tuyos.

- Se consideró después de hacer un análisis tanto del mercado como de la competencia, que Karla tiene un área de oportunidad muy grande en el mercado digital, un área que todavía no aprovecha al máximo ya que cuenta solo con su perfil de Instagram personal, por ello se sugiere el **lanzamiento de la página web**: El lanzamiento de la página web como está presupuestado, es una excelente opción, tener presencia digital mediante una página web es una oportunidad muy grande que se tiene que aprovechar, el equipo dejó lo básico de la página web para que se le den detalles finales y se publique, además de que es una gran oportunidad también para tener presencia en google y buscadores.

El tener una página web con palabras clave, cómo se configuró, puede hacer que quien busque, por ejemplo, “artista mexicana” aparezca Karla Betancourt y sus obras o también se puede pagar para que cuando alguien busque, la página web de Karla sea la primera en aparecer.

La página web es una gran herramienta también que sirva como portafolio, donde se muestran sus obras, sus colecciones o las entrevistas donde aparece, así quien quiera conocer más de su trabajo, en la página web tenga de una forma fácil todo el contenido.

- Por lo que mencionó Karla, sobre su intención, mediante la página web tener la posibilidad de comprar, después de hacer un análisis, se concluyó que la venta de obras por la página web no sería algo muy viable por la principal razón del precio, pero viendo y analizando a la competencia y como idea del equipo, se sugiere la creación y posterior **lanzamiento de productos publicitarios o mercancía oficial**, como pueden ser sudaderas, tazas, llaveros, playeras; es una excelente opción para que se

pueda llegar a un mercado distinto, el mercado de quienes son fans de su trabajo pero no tienen la posibilidad de comprar una obra de Karla, pueden manifestar que es fan de su trabajo y comprar algo de ella.

Sin embargo esta sugerencia es a largo plazo, ya que Karla es una artista que está iniciando su carrera y conforme vaya avanzando, va a convertirse en alguien más famosa por lo que más gente va a interesarse en su trabajo, por ello es una sugerencia que podría tener éxito pero en un futuro, por que en este momento no está bien posicionada en el mercado.

- Respecto a la intención de Karla de ser una figura pública y de aumentar su fama y el reconocimiento, se sugiere que los espacios entre los cuales realiza las obras para cada colección, son espacios que presentan una oportunidad para la **realización de más entrevistas**, darle más foco a su arte apareciendo en distintos medios, buscar en qué medios puede aparecer, no solo prensa, con la cuál ya tuvo entrevistas con su primera exposición de la condición de la belleza, sino también buscar algún otro medio para aparecer, buscar alguna colaboración con algún canal o alguna persona de un medio digital o salir en los medios tradicionales como son los periódicos o revistas especializadas donde ya ha salido, siempre buscando darle más difusión a ella y a su trabajo.
- Siguiendo la línea de la sugerencia anterior, en estos espacios entre colecciones, un área de oportunidad es realizar **apariciones en eventos públicos**, para así empezar a aumentar su fama y su reconocimiento público y que sea una persona reconocida para gente que puede estar dentro del medio del arte o fuera de él, así se expandiría a más personas lo cuál provocaría que llame la atención quién es y así se den cuenta que es una artista y puedan sentirse motivados para seguir conociendo más de su trabajo e incluso comprar alguna pieza.

## Bibliografía:

- Secretaria de cultura de México. (2022). Artistas de México. 22 de agosto del 2022, de SIC México Sitio web: <https://sic.cultura.gob.mx/index.php?table=artista>
- Da Silva, Douglas. (2020) “Cómo hacer una misión y visión empresarial en 6 pasos” Zendesk. Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-hacer-una-mision-y-vision/>
- Dorantes, Ricardo. (2019) “Así se mueve el mercado de arte en México”. Recuperado de: <https://www.altonivel.com.mx/empresas/asi-se-mueve-el-mercado-del-arte-en-mexico/>
- Feriarte (2021). “¿Qué es el mercado del arte?” Feriarte. Recuperado de: <https://www.ifema.es/feriarte/noticias/que-es-el-mercado-del-arte>
- Galerías Victoria. (2022). “El mercado del arte en México ¿Vale la pena invertir?” Recuperado de: <https://www.galeriasvictoria.com.mx/el-mercado-del-arte-en-mexico-vale-la-pena-invertir>
- Volupt art. (2022) “Coleccionistas de arte, de los más respetables en México” Recuperado de: [Coleccionistas de Arte , de los más respetables en México - Volupt Art](#)
- RockContent . (25 de Agosto de 2017). *RockContent*. Obtenido de Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>
- (Kiziryan, M. (2021, 17 septiembre). *Análisis FODA*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>)
- (*FODA Digital, ¿qué es, cómo hacerlo y para qué funciona?* (2017, 9 agosto). Socialtools.me. <https://www.socialtools.me/blog/foda-digital/>)
- (Jimenez, A. (2022, 30 agosto). *Qué es Wix: Características, ventajas y desventajas*. Packlink PRO.

<https://pro.packlink.es/becommerce/que-es-wix-caracteristicas-ventajas-y-desventajas/>)

- (Santander Universidades. (2022, 21 octubre). *Las 4 p del marketing* | Blog. Becas Santander. <https://www.becas-santander.com/es/blog/las-4-p-del-marketing.html>)
- (N/A, (2014, 16 enero). *PDI/PLA.03 DEFINICIÓN DE ALTERNATIVAS ESTRATÉGICAS*. UNICAN. <https://web.unican.es/unidades/serviciopdiretribuciones/Gestionporprocesos/PDIPLA-03%20DEFINICI%C3%93N%20DE%20ALTERNATIVAS%20ESTRAT%C3%89GICAS.pdf>)
- (Industrial, I. M. D. L. P. (s. f.). *Servicios de ofrece el IMPI: Marcanet*. gob.mx. <https://www.gob.mx/impi/articulos/servicios-de-ofrece-el-impi-marcanet-132869>)
- (ClasNiza ClasNiza. (s. f.). <https://clasniza.impi.gob.mx/>)
- ( F. (2021b, marzo 5). *¿Qué es el IMPI y cómo se relaciona con tu negocio?* Franquicia. <http://www.franquiciatunegocio.com/que-es-el-impi-y-como-se-relaciona-con-tu-negocio/>)
- (N. (s. f.). *Derechos de autor*. Indautor. [https://www.indautor.gob.mx/documentos/informacion-general/Derecho\\_de\\_autor.pdf](https://www.indautor.gob.mx/documentos/informacion-general/Derecho_de_autor.pdf))
- (Silva, D. da. (1970, 1 enero). *¿Qué es mercado meta? 4 tipos de segmentación de audiencia*. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>)
- (RD Station. (s. f.). *¿Qué son las Redes Sociales?【Guía completa + ejemplos】*. <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>)
- (Llasera, J. P. (2021, 18 mayo). *Manual de identidad: Qué es y cómo realizar uno de forma correcta*. Imborrable. <https://imborrable.com/blog/manual-de-identidad/>)

- (Retamoza, E. (2022, 1 julio). *Buyer Persona: ¿Qué Es Y Cómo Crearlo Para Tu Marca?* Intagono. [https://intagono.com/blog/buyer-persona-para-tu-marca/?utm\\_source=google](https://intagono.com/blog/buyer-persona-para-tu-marca/?utm_source=google))
- (Santander Universidades. (2022b, octubre 25). *Qué es el mercado potencial* | *Blog. Becas Santander.* <https://www.becas-santander.com/es/blog/mercado-potencial.html>)
- (*¿Qué es una página web y cómo puedo hacer una para mi proyecto?* (2022, 1 junio). Shopify. <https://www.shopify.com/es/blog/que-es-una-pagina-web>)
- (Roldán, P. N. (2021, 1 septiembre). *Marca.* Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/marca.html>)
- (*Significado de Logotipo.* (2019, 7 agosto). Significados. <https://www.significados.com/logotipo/>)
- RockContent . (25 de Agosto de 2017). *RockContent.* Obtenido de *Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas:* <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>

### **Anexos (en caso de ser necesarios)**

Presentación inicial:  
[https://drive.google.com/file/d/1odGJH3laZB\\_ghoCkZik\\_51Tib7E1juvj/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1odGJH3laZB_ghoCkZik_51Tib7E1juvj/view?usp=sharing)

Presentación de primer avance:  
[https://drive.google.com/file/d/1nK-88t5F1vKz2fcHMLmx7mWjVuj-lu\\_/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1nK-88t5F1vKz2fcHMLmx7mWjVuj-lu_/view?usp=sharing)