

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

**Apuesta: Economía solidaria y trabajo digno.
Programa de desarrollo de estrategias comerciales nacionales e
internacionales.**



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
3J03 CEDECOM Empresas del sector social**

Título del reporte

**“Diseño e implementación de estrategias de comercialización digital para
empresa de fabricación y venta de ornamentos eclesiásticos, ubicada en
Guadalajara, Jalisco ”**

PRESENTAN

Lic. Negocios y Mercados Digitales, Sara Maria Martinez
Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial, Ana Paula Garcia de la Fuente
Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial, Constanza Montelongo Castillo
Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial, Daniela Laveaga Vaca

Profesora PAP: Mtra. Sofía Guadalupe Lepe Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2025

REPORTE PAP

ÍNDICE

REPORTE PAP	1
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1.Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto.	10
3. Desarrollo	14
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	78
5. Conclusiones y recomendaciones	86
6. Bibliografía	87
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	88

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

Este trabajo documenta el acompañamiento brindado a “Casullas Exclusivas”, una empresa dedicada a la confección de vestimenta y ornamentos litúrgicos, que ha enfrentado retos al incursionar en el entorno digital. El proyecto se centró en fortalecer su presencia en canales digitales, especialmente redes sociales, con el fin de mejorar su visibilidad, conectar con audiencias más jóvenes y posicionarse frente a la competencia. Las actividades incluyeron el diagnóstico de su comunicación digital, la optimización de contenido y el desarrollo de estrategias enfocadas en la atracción, conversión y fidelización de clientes dentro del ecosistema digital.

1.Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

Casullas Exclusivas es una empresa mexicana con sede en Guadalajara, Jalisco, especializada en la confección de vestimenta litúrgica y accesorios religiosos. Su historia se remonta a Telas Exclusivas Guadalajara, una empresa con más de 28 años de experiencia en la industria textil, dedicada originalmente a la venta de telas para alta costura, vestidos de novia y eventos especiales. Con el tiempo, la empresa identificó una creciente demanda de textiles eclesiásticos, lo que la llevó a especializarse en la confección de casullas, albas, estolas, cendales y otros ornamentos religiosos, consolidando su identidad bajo el nombre de “Casullas Exclusivas”. Actualmente, la empresa opera con una sola sucursal en Guadalajara y un equipo de cuatro empleados de tiempo completo, atendiendo clientes a nivel nacional. Su misión es proveer vestimenta eclesiástica de alta calidad, garantizando productos con acabados detallados y materiales duraderos. Sin embargo, la empresa enfrenta desafíos significativos, principalmente su limitada presencia digital, la falta de estrategias formales de marketing y la necesidad de optimizar su estructura organizacional. El sector textil es una de las industrias más relevantes en México, representando aproximadamente el 6% del PIB manufacturero y generando más de 450,000 empleos directos. Dentro de esta industria, los textiles eclesiásticos constituyen un nicho especializado que atiende principalmente a la Iglesia Católica, con más de 12,000 parroquias en el país. La demanda de estos productos se concentra en vestimenta litúrgica, ornamentos y accesorios para el culto. Sin embargo, la industria textil en México enfrenta diversos retos, como la competencia con mercados asiáticos (China, Bangladesh y Vietnam), que ofrecen productos a menor costo, y la creciente necesidad de modernización y digitalización. A pesar de esto, Guadalajara se ha consolidado como un centro clave para la producción textil, gracias a su infraestructura industrial, proximidad con puertos estratégicos y una economía local dinámica. Además, se ha observado una tendencia creciente hacia la moda sostenible, lo que ha generado oportunidades en la fabricación de textiles ecológicos y procesos de producción más eficientes. Casullas Exclusivas tiene

como razón de ser la confección de vestimenta litúrgica de alta calidad, dirigida a sacerdotes, comunidades religiosas y otras instituciones eclesiásticas. Su objetivo es posicionarse como un referente en el sector, ofreciendo productos personalizados que combinan tradición, diseño y durabilidad.

Durante la primera etapa del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), se realizó un diagnóstico integral de la empresa *Casullas Exclusivas*, dedicada a la confección de ornamentos litúrgicos personalizados. Este análisis incluyó herramientas estratégicas como el modelo PESTEL, benchmarking y análisis FODA, las cuales permitieron identificar áreas clave de oportunidad. Entre los principales hallazgos se encontraron: una escasa presencia digital, ausencia de una plataforma de comercio electrónico, una estructura organizacional limitada y una identidad de marca poco consolidada. En respuesta, se diseñó una guía de marketing digital, se propuso una estrategia de rebranding y se avanzó en la formalización administrativa del negocio.

En la segunda etapa del proyecto, el enfoque se dirigió a la implementación de las propuestas formuladas en la fase anterior. Esto implicó la elaboración de un catálogo digital de productos, la optimización del sitio web, el análisis e integración de nuevas pasarelas de pago, así como el diseño de un programa de lealtad y un plan de referidos. Adicionalmente, se ejecutó una estrategia de contenido digital, campañas en redes sociales y colaboraciones con líderes de opinión del ámbito religioso, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente, fortalecer la identidad de marca y aumentar su visibilidad en el mercado.

El objetivo de esta tercera etapa del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) es diseñar e implementar estrategias de comercialización digital que contribuyan al incremento de las ventas de *Casullas Exclusivas* a nivel nacional e internacional. Para ello, se trabajará en la mejora de sus redes sociales, la creación de contenido visual y publicitario, y la difusión del programa de fidelización “Fidelis”, con el fin de aumentar su visibilidad en línea y consolidar su presencia en nuevos mercados durante el segundo semestre de 2025.

Como parte de este proceso, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Crear e implementar estrategias de promoción y publicidad que posicionen la marca y destaquen su propuesta de valor.
- Generar contenido visual y textual relevante que respalde las acciones de comunicación digital.
- Producir videos promocionales alineados con los objetivos de marketing digital y fidelización de clientes.
- Optimizar y/o unificar las redes sociales de la empresa para fortalecer la comunicación con el público objetivo.
- Desarrollar estrategias de Publicidad en el Punto de Venta (POP) que mejoren la experiencia de compra en tienda física.
- Diseñar e implementar acciones de comercialización enfocadas en ampliar el alcance y aumentar las ventas tanto a nivel local como nacional e internacional.

La finalidad de esta tercera fase es consolidar el proceso de transformación digital de Casullas Exclusivas mediante acciones concretas que fortalezcan su presencia en el entorno digital, profesionalicen su comunicación comercial y preparen a la empresa para competir en nuevos mercados. Al integrar estrategias de contenido, fidelización y promoción, el proyecto busca posicionar a la marca como un referente nacional e internacional en la confección de ornamentos litúrgicos personalizados.

1.2 Diagnóstico inicial

Con base en el diagnóstico inicial del proyecto de Casullas Exclusivas y en el nuevo objetivo general, se presenta el análisis situacional de la empresa, incluyendo la comparación de su estado en agosto 2024 y en 2025, con herramientas como las 4P's del marketing y el análisis FODA

Estado de la empresa en agosto 2024

- La empresa tenía presencia digital limitada: redes sociales inactivas, sin ecommerce funcional.

- Carecia de catálogo digital profesional
- No contaba con programas de fidelización
- Solo aceptaba PayPal como método de pago, limitando la accesibilidad

Estado de la empresa en 2025

- Se implementó una estrategia digital clara, alineada al nuevo objetivo general.
- Se mejoró la experiencia del cliente online: catálogo digital actualizado, implementación de reels y publicaciones educativas.
- Se lanzó el programa de lealtad “Fidelis”
- Se crearon videos, campañas en redes, contenido especializado
- Se mejoró la atención por WhatsApp y el engagement en Instagram

Para comprender el estado actual de Casullas Exclusivas y orientar adecuadamente sus estrategias de comercialización digital, se realizó un análisis situacional a partir de dos herramientas clave: las 4 P’s de la mercadotecnia y el FODA. Estas permiten identificar cómo la empresa ha evolucionado en aspectos como producto, precio, plaza y promoción desde 2024 hasta 2025, así como reconocer sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el contexto actual del mercado litúrgico nacional e internacional.

Tabla 1: 4P’s de Casullas Exclusivas

Fuente: Fase 1 y 2 del PAP

4P’s del Marketing - Casullas Exclusivas		
Elemento	Agosto 2024	Junio 2025
Producto	Alta calidad y personalización. Sin diferenciación clara en medios digitales	Mismo nivel de calidad, pero con mejor comunicación visual y narrativa de valor. Catálogo digital claro.
Precio	Elevado en comparación con la competencia. Sin	Se introducen descuentos estratégicos, programa de

	estrategia ni promociones.	lealtad y promociones para diferentes perfiles de cliente
Plaza (Distribución)	Solo tienda física en Guadalajara. Envíos nacionales. No se visualiza el ecommerce.	Mejora en distribución con planes de ecommerce, envío nacional e internacional y atención directa por WhatsApp.
Promoción	Inexistente o muy limitada a recomendaciones boca a boca.	Estrategia integral: reels, carruseles, campañas, giveaway, segmentación de pauta. Redes sociales activas.

Tabla 2: FODA de Casullas

Fuente: Fase 1 y 2 del PAP

FODA - Casullas Exclusivas	
Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> ● Alta calidad artesanal en telas y acabados ● Capacidad de personalización única ● Atención directa y especializada ● Creación de contenido visual atractivo y educativo 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> ● Falta de automatización en procesos clave ● Sitio web aún en proceso de modernización ● Recursos humanos limitados
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> ● Posibilidad de exportar a países con alta población católica ● Auge del marketing litúrgico digital ● Crecimiento de la cultura de fidelización en marcas de nicho 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> ● Competencia asiática con precios bajos ● Mercado de ornamentos religiosos poco modernizado ● Costo alto de producción local y artesanal

Casullas Exclusivas ha avanzado sustancialmente en su proceso de digitalización. Ha pasado de una empresa centrada únicamente en la tienda física, sin recursos digitales estratégicos, a una marca con una propuesta clara de comercialización digital.

1.3 Problemática u oportunidad detectada

La empresa busca incrementar sus ventas a través de medios digitales; sin embargo, enfrenta desafíos en la implementación de una estrategia de comunicación en línea sólida y estructurada. Actualmente, sus redes sociales presentan oportunidades de mejora en términos de consistencia visual, claridad en los mensajes y planificación de contenido. Esto limita el alcance de la marca y su conexión con nuevos públicos.

Además, el programa de fidelización “Fidelis” no ha sido difundido de forma estratégica, lo que reduce su potencial para fortalecer la relación con clientes recurrentes. La ausencia de contenido audiovisual diseñado específicamente para promover la identidad de la marca, junto con la falta de una estrategia comercial enfocada en el mercado internacional, representa un área clave de oportunidad.

Ante este panorama, el proyecto propone implementar acciones enfocadas en mejorar la presencia digital, optimizar el uso de redes sociales, generar contenido visual atractivo, dar mayor visibilidad al programa de fidelización y diseñar campañas que impulsen las ventas tanto en el ámbito nacional como internacional.

1.4 Objetivo general

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar e implementar estrategias de comercialización digital para incrementar las ventas de Casullas Exclusivas a nivel nacional e internacional, mediante la mejora de sus redes sociales, la creación de contenido visual y publicitario, y la difusión del programa de fidelización “Fidelis”. Estas acciones buscan aumentar la visibilidad en línea de la marca y consolidar su presencia en nuevos mercados durante el segundo semestre de 2025.

Con base en ello, se revisarán los avances previos del proyecto para identificar logros, áreas de mejora y lecciones aprendidas que permitan orientar las decisiones actuales. Se crearán e implementarán estrategias de promoción y publicidad que posicionan la marca y resaltan su oferta de valor, mediante contenido visual y textual

relevante que respalde los objetivos de comunicación digital de la empresa. Se producirá material audiovisual alineado con las metas de marketing y fidelización, aprovechando el potencial narrativo de los videos promocionales como herramienta para conectar con los clientes.

De manera complementaria, se optimizarán y unificarán las redes sociales de la empresa para mejorar su coherencia comunicativa y su conexión con el público objetivo. Además, se desarrollarán estrategias de publicidad en el punto de venta (POP) que fortalezcan la experiencia de compra en tienda física. Finalmente, se diseñarán e implementarán estrategias de comercialización enfocadas en ampliar el alcance y aumentar las ventas tanto en el mercado local como en el internacional, contribuyendo al crecimiento sostenido de la marca.

1.5 Objetivos específicos

1. Revisar los avances previos del proyecto para identificar logros, áreas de mejora y lecciones aprendidas.
2. Crear e implementar estrategias de promoción y publicidad que posicionan la marca y destacan su oferta de valor.
3. Generar contenido visual y textual relevante para apoyar las estrategias de comunicación digital de la empresa.
4. Producir videos promocionales alineados con los objetivos de marketing digital y fidelización de clientes.
5. Optimizar y/o unificar las redes sociales de la empresa para mejorar la comunicación con el público objetivo.
6. Desarrollar estrategias POP (Publicidad en el Punto de Venta) que mejoren la experiencia de compra en tienda física.
7. Diseñar e implementar estrategias de comercialización enfocadas en aumentar el alcance y las ventas tanto a nivel local como nacional e internacional.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

A continuación, se presenta la planeación y seguimiento del proyecto, que incluye la metodología utilizada, el cronograma de actividades y los productos entregables. Se describe cómo se desarrollará el proyecto, los procedimientos de trabajo, las herramientas y recursos empleados, así como las etapas y plazos para cumplir los objetivos establecidos. También se detallan los productos que se entregarán al finalizar el proyecto.

2.1 Metodología

El desarrollo del plan de marketing para Casullas Exclusivas se organiza en dos fases principales: Recopilación de información e Implementación del proyecto, tal como se detalla en la gráfica de Gantt. La metodología de trabajo se basa en una gestión por objetivos específicos, apoyada en herramientas colaborativas, diseño de contenido digital, y seguimiento continuo del desempeño de las estrategias aplicadas.

Fase 1: Recopilación de información

Objetivo: Reunir datos clave para diseñar estrategias de marketing alineadas con el perfil del público objetivo.

Procedimientos y herramientas:

- Reuniones de equipo para presentación del proyecto, generación de ideas y alineación de objetivos.
- Revisión de tendencias litúrgicas y análisis de grupos de Facebook religiosos para identificar canales y audiencias relevantes.
- Herramientas: sesiones colaborativas, hojas compartidas, aplicaciones y/o plataformas para edición de contenido.

Fase 2: Implementación del proyecto

Objetivo: Diseñar, ejecutar y evaluar campañas de contenido digital y estrategias de fidelización (FIDELIS).

Procedimientos:

- Planificación y calendario de contenidos y creación de publicaciones.
- Desarrollo de campañas visuales: Reels, edición de videos, diseño gráfico.
- Implementación del programa Fidelis, incluyendo beneficios y dinámica de comunicación.
- Sesiones de feedback interno para modificaciones y ajustes.

Fundamento metodológico:

- Aplicación de Inbound Marketing para atraer, conectar y fidelizar clientes mediante contenido de valor.
- Uso de Customer Experience Mapping para estructurar el programa Fidelis.

Metodología por objetivos específicos (basado en Gráfica de Gantt):

- Analizar el entorno y necesidades del cliente: Investigación de grupos y revisión de métricas.
- Diseñar contenido atractivo y funcional: Calendario, edición de reels, creación de publicaciones.
- Implementar programa de fidelización (FIDELIS): Estrategia y diseño de Fidelis.
- Evaluar y ajustar estrategias: Reuniones para feedback y manejo de objeciones.

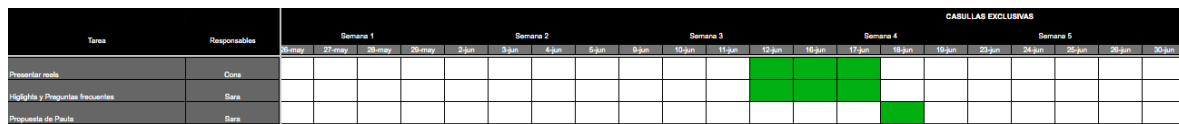
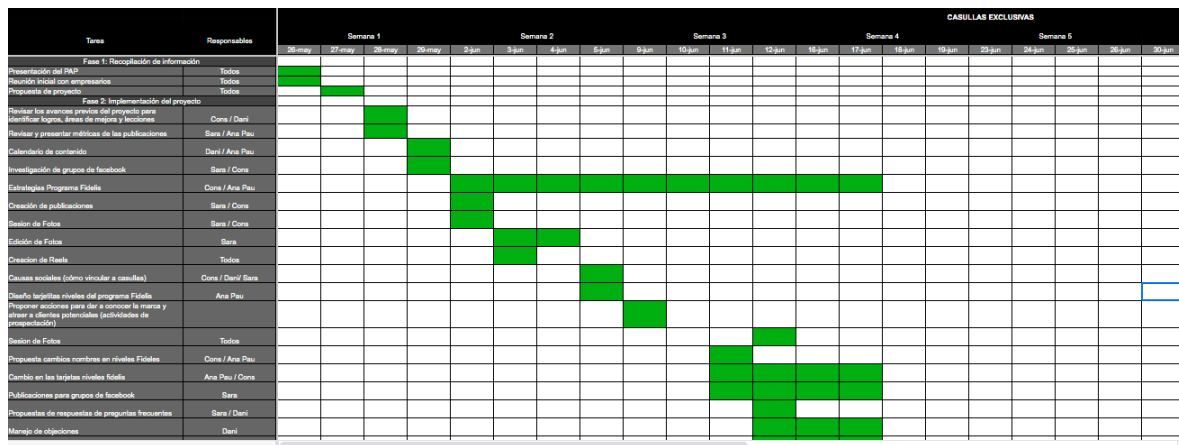
2.2 Cronograma o plan de trabajo

La presente gráfica de Gantt muestra la planificación y calendarización de las estrategias de marketing diseñadas para fortalecer la presencia, posicionamiento y fidelización de clientes del negocio de “Casullas Exclusivas”. Este cronograma

permite visualizar de forma estructurada las acciones promocionales programadas. La organización temporal facilita una ejecución ordenada y estratégica, maximizando así el impacto de cada acción de marketing.

Gráfica 1. de Gantt.

Fuente: Elaboración propia.



2.3 Productos y entregables

A continuación se describen los productos y entregables generados a lo largo del desarrollo del proyecto con la empresa *Casullas Exclusivas*, enfocados en el fortalecimiento de su estrategia de comunicación digital, fidelización de clientes y posicionamiento de marca:

1. Producción de videos promocionales

Se realizaron piezas audiovisuales de corta y media duración con fines promocionales, centradas en mostrar los valores de la marca, su calidad artesanal

y el impacto espiritual de sus productos. Los videos fueron adaptados para plataformas digitales y diseñados para generar los diferentes pilares de objetivo.

2. Serie testimonial en video “Fe que viste”

Se desarrolló una serie de testimonios en formato audiovisual donde clientes y líderes religiosos compartieron su experiencia con la marca, destacando el valor simbólico de las casullas recibidas. Estas piezas buscan fortalecer el vínculo emocional entre la empresa y su comunidad.

3. Estrategia de comercialización digital

Se diseñó una propuesta de estrategia comercial enfocada en la captación de nuevos clientes a nivel nacional e internacional. Esta incluye canales de venta adecuados, segmentación por tipo de cliente, recomendaciones de pauta en redes sociales y posicionamiento en entornos digitales.

4. Calendario de contenido mensual

Se elaboró un calendario temático con publicaciones planificadas para plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp Business. El contenido incluye fechas litúrgicas, lanzamientos, campañas promocionales y publicaciones informativas relacionadas con el programa Fidelis.

5. Microvideos explicativos del programa Fidelis

Se produjeron videos cortos con lenguaje visual claro y directo, orientados a explicar los beneficios del programa de fidelidad Fidelis. Estos materiales permiten que tanto nuevos como actuales clientes comprendan fácilmente cómo funciona el programa y sus niveles.

6. Videos detrás de escena del proceso artesanal

Se documentó en video el proceso de elaboración de una casulla, desde la selección de telas hasta los acabados finales. Este contenido busca dar visibilidad al trabajo artesanal y transmitir el valor y la dedicación detrás de cada pieza.

7. Videos en formato vertical y horizontal optimizados para redes sociales

Todos los materiales audiovisuales fueron desarrollados en formatos compatibles con Reels para Instagram y Facebook de la empresa, asegurando una distribución versátil y adaptada al comportamiento actual del consumidor digital.

8. Evaluación de desempeño de los contenidos audiovisuales

Se diseñó un sistema de seguimiento y análisis basado en métricas clave como número de vistas, tiempo de retención, interacciones y tasa de conversión. Esto permite valorar la efectividad de los contenidos y ajustar las futuras estrategias de comunicación.

9. Propuesta de continuidad audiovisual

Se presentó una propuesta de línea editorial y planificación de contenido que permita dar continuidad a las campañas desarrolladas, así como expandir el alcance del programa Fidelis en futuras etapas del proyecto.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Durante el desarrollo del proyecto con *Casullas Exclusivas*, se utilizaron distintos conceptos clave del marketing digital y comercial. A continuación, se presenta un glosario con los términos más importantes, sus definiciones y la bibliografía en formato APA que respalda su uso. Estos conceptos fueron la base para tomar decisiones y estructurar las estrategias aplicadas.

1. Vocabulario técnico

- **Branding emocional:** Estrategia de marca que busca crear vínculos afectivos con los consumidores, apelando a sus emociones, valores y experiencias personales para construir lealtad y diferenciación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

- **Fidelización de clientes:** Proceso estratégico mediante el cual una empresa busca mantener a sus clientes actuales comprometidos, motivándolos a seguir comprando a través de incentivos, beneficios y experiencias positivas.
Reichheld, F. F. (2001). *The Loyalty Effect: The Hidden Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value*. Harvard Business Review Press.
- **Programa de lealtad:** Sistema estructurado que otorga recompensas o beneficios a los clientes a cambio de su recurrencia, volumen de compra o interacción con la marca.
Reichheld, F. F. (2001). *The Loyalty Effect*. Harvard Business Review Press.
- **Marketing de contenidos:** Técnica de marketing que consiste en crear y distribuir contenido relevante y valioso para atraer, adquirir y retener a una audiencia definida, con el objetivo de generar una acción rentable por parte del cliente.
Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing*. McGraw-Hill Education.
- **KPI (Key Performance Indicator):** Indicador clave de rendimiento que permite medir el éxito de una campaña o estrategia de marketing digital, en función de objetivos específicos como vistas, interacción, retención o conversión.
Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
- **Segmentación digital:** Proceso de dividir a la audiencia en grupos más pequeños con características similares (ubicación, intereses, comportamientos) para enviar mensajes más personalizados y efectivos.
Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*.
- **Omnicanalidad:** Enfoque de comunicación que integra todos los canales de contacto con el cliente (redes sociales, sitio web,

WhatsApp, etc.) para ofrecer una experiencia fluida, coherente y sin interrupciones.

Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing* (4th ed.). Kogan Page.

- **Engagement:** Nivel de compromiso o interacción que tiene un usuario con una marca, medido a través de likes, comentarios, compartidos o participación activa en el contenido.
Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing*.
- **Buyer persona:** Representación semificticia del cliente ideal basada en datos reales, comportamientos, motivaciones y objetivos. Ayuda a dirigir estrategias de marketing más efectivas.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- **Call to Action (CTA):** Frase o botón diseñado para motivar al usuario a realizar una acción específica (ej. “Únete ahora”, “Haz tu pedido”, “Contáctanos”).
Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*.
- **Embudo de conversión:** Modelo que representa las etapas que atraviesa un cliente desde que conoce una marca hasta que realiza una compra o acción final. Incluye fases como atracción, consideración y conversión.
Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing*.
- **Meta Business Suite:** Plataforma oficial de Meta (Facebook e Instagram) que permite gestionar mensajes, publicaciones, campañas publicitarias y métricas desde un solo lugar.
Meta. (s.f.). *Meta Business Suite*. Recuperado de <https://business.facebook.com>
- **Pautar:** En marketing digital, “pautar” se refiere al acto de programar y gestionar anuncios pagados en plataformas como Facebook, Instagram o Google. Esto incluye definir el público objetivo, presupuesto, duración y formato del anuncio, con el fin de aumentar el alcance, la visibilidad y/o las conversiones.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.

2. Vocabulario de la industria:

- **Casullas:** Vestidura que se pone el sacerdote sobre las demás para celebrar la misa, consistente en una pieza alargada, con una abertura en el centro para pasar la cabeza. (RAE, s.f.)
- **Ornamentos:** Vestiduras sagradas que usan los sacerdotes cuando celebran. (RAE, s.f.)
- **Galones:** Tejido fuerte y estrecho, a manera de cinta, que sirve para guarnecer vestidos u otras cosas. (RAE, s.f.)
- **Cendales:** Tela de seda o lino muy delgada y transparente. (RAE, s.f.)
- **Dalmáticas:** Túnica blanca con mangas anchas y cortas y adornada de púrpura, que tomaron de los dálmatas los antiguos romanos. (RAE, s.f.)
- **Albas:** Vestidura o túnica de lienzo blanco que los sacerdotes, diáconos y subdiáconos se ponen sobre el hábito y el amito para celebrar los oficios. (RAE, s.f.)
- **Sotanas:** Vestidura talar, abrochada a veces de arriba abajo, que usan los eclesiásticos y los legos que sirven en las funciones de iglesia. Fue empleada también por los estudiantes de las universidades. (RAE, s.f.)
- **Estola:** Ornamento sagrado que consiste en una banda de tela de dos metros aproximadamente de largo y unos siete centímetros de ancho, con tres cruces, una en el medio y otra en cada extremo, los cuales se ensanchan gradualmente hasta medir en los bordes doce centímetros. (RAE, s.f.)

- **Estolón:** Estola muy grande que usa el diácono en las misas de los días feriados de Cuaresma, y la viste sólo cuando se quita la dalmática y se queda con el alba. (RAE, s.f.)
- **Brocado:** Tela de seda entretejida con oro o plata, de modo que el metal forme en la cara superior flores o dibujos briscados. (RAE, s.f.)
- **Palia:** Lienzo sobre el que se extienden los corporales para decir misa. (RAE, s.f.)
- **Corporal:** Paño o lienzo blanco cuadrado que se extiende durante la misa encima del altar para colocar sobre él el cáliz, el copón y la patena. (RAE, s.f.)
- **Cáliz:** Vaso en el que el sacerdote católico consagra el vino en la eucaristía. (RAE, s.f.)
- **Copón:** Recipiente diseñado para contener el pan eucarístico (hostia), una vez consagrado. (RAE, s.f.)
- **Patena:** Bandeja pequeña, generalmente dorada y lisa, donde se deposita la hostia durante la celebración eucarística. También usada para recoger pequeños trozos de hostia que puedan desprenderse en el momento en que los fieles reciben la comunión (hostia consagrada). (RAE, s.f.)
- **Custodia:** En el culto católico, pieza de oro, plata u otro metal, donde se expone la hostia consagrada a la adoración de los fieles. (RAE, s.f.)

3. Materias de la carrera que sirven como apoyo técnico:

- Gestión Empresarial: FODA y PESTEL.
- Costos para la toma de decisiones: Estrategia de precios.
- Mercadotecnia integral: Estrategias de marketing.
- Fotografía digital: Fotografía de producto.
- Fotografía de publicidad.
- Diseño editorial: Edición de imágenes y uso de suit Adobe.
- Taller de contenido digital: Crear contenido en redes sociales.
- Dirección de experiencias del cliente: mejorar el servicio y la experiencia de compra del cliente.

- Análisis del mercado de negocios: evaluar la competencia, identificar oportunidades y definir estrategias.
- Relaciones públicas: crear estrategias de comunicación.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Se tuvo una entrevista inicial con los empresarios con el propósito de establecer los objetivos del trabajo. Después de obtener su aprobación, se establece la metodología de trabajo. El proyecto se estructuró en tres fases principales, las cuales se describen a continuación para mostrar el desarrollo y avance de las actividades realizadas.

Fase 1: Recopilación de información

La primera fase del proyecto se enfocó en el levantamiento de información clave para entender el contexto de Casullas Exclusivas y alinear al equipo de trabajo. Se realizaron actividades como la presentación del PAP, una reunión inicial con los empresarios y la elaboración de la propuesta de proyecto. Esta etapa permitió establecer los objetivos comunes y trazar una ruta de acción para avanzar de manera coordinada durante el desarrollo del proyecto.

Fase 2: Implementación del proyecto

Durante la segunda fase, el equipo trabajó en la ejecución de estrategias orientadas a la digitalización y comercialización de la marca. Se llevaron a cabo tareas como la creación de contenido visual, la producción de reels, el diseño de materiales del programa de fidelización “Fidelis”, campañas en redes sociales y acciones de comunicación dirigidas a públicos específicos. Además, se revisaron métricas, se propusieron mejoras, y se fortaleció la identidad visual de la marca, con el objetivo de incrementar su alcance y mejorar la relación con los clientes.

Análisis de Métricas Iniciales.

Las métricas son una herramienta clave para comprender el comportamiento del negocio y tomar decisiones fundamentadas desde el inicio. Medir indicadores específicos nos permitió monitorear el rendimiento, detectar posibles desviaciones y ajustar estrategias de manera oportuna. Estas métricas no solo sirvieron como punto de partida, sino también como guía para el crecimiento sostenible del proyecto, asegurando que cada acción contribuya al cumplimiento de los objetivos comerciales.

Imagen 1: Métricas iniciales

Fuente: Elaboración propia

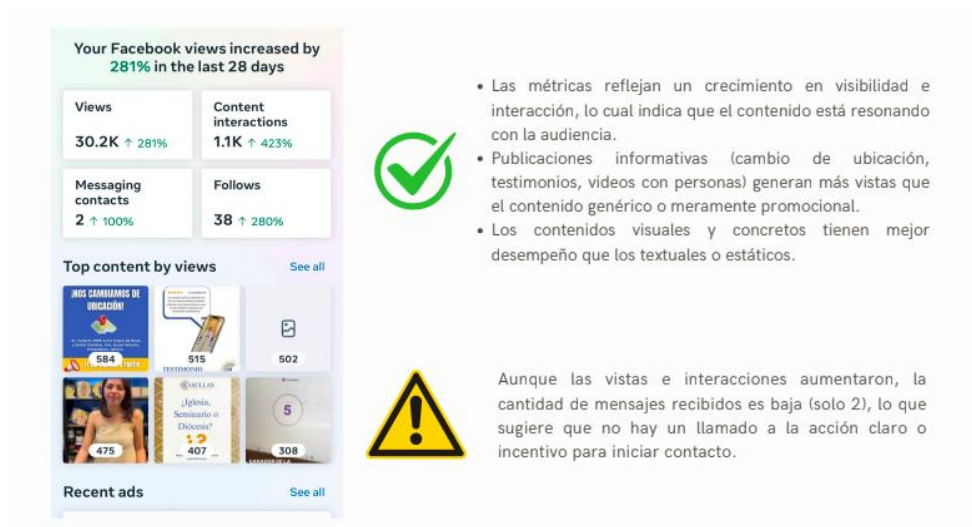


Imagen 2: Publicación testimonio

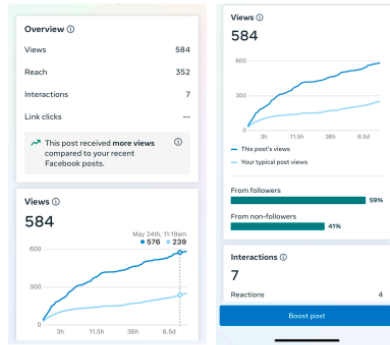
Fuente:Elaboración propia

Imagen 3: Métricas de publicación

Fuente: Elaboración propia y Meta



Imagen 4: Publicación iglesia, seminario o diócesis
Fuente: Elaboración propia



- Vistas: 584 (más que el promedio)
- Alcance orgánico alto: 41% fueron personas que no siguen la cuenta
- Likes bajos (4), pero no es lo más importante

1. Genera confianza: Es un testimonio real, no un contenido superficial.
2. Alcance sin inversión: Alto rendimiento sin pauta.
3. Prueba social: Refuerza la credibilidad de la marca.
4. Contenido reutilizable: Útil para campañas futuras o presentaciones.

Imagen 5: Métricas publicación
Fuente: Elaboración propia y Meta

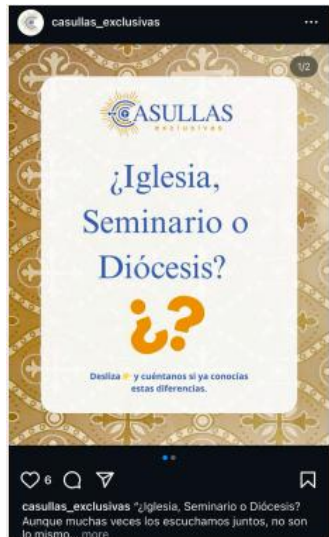
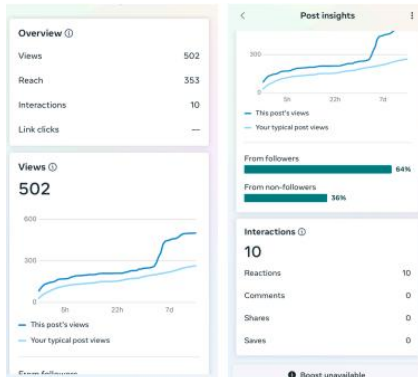


Imagen 6: Estrategias publicaciones
Fuente: Elaboración propia



- Vistas: 502
- Alcance: 353 personas
- Interacciones: 10 (todas reacciones, sin comentarios ni compartidos)
- 64% de vistas fueron de seguidores, 36% de nuevos usuarios

ESTRATEGIAS

- Reels mostrando casullas en detalle (acabados, materiales, bordados)
- Reels de behind the scenes
- Casullas para ocasiones especiales (Pentecostés, Semana Santa, etc.)
- Top 3 errores al comprar casullas y cómo evitarlos
- Casullas personalizadas: ejemplos con nombres o bordados únicos



Imagen 7: Highlights en Instagram
Fuente: Elaboración propia

HIGHLIGHTS EN INSTAGRAM

1. Testimonios – Video o texto con fotos reales
2. Catálogo – Productos por tipo: casullas, estolas, dalmáticas
3. Preguntas Frecuentes – Envíos, tallas, materiales, tiempos
4. Proceso – Cómo se hacen las casullas
5. Detrás de cámaras – Equipo, bordado, entrega
6. Contacto – Cómo comprar, cotizar o pedir personalizada



Imagen 8: Estrategia para WhatsApp
Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIA WHATSAPP BUSINESS

1. Promociones y descuentos exclusivos por WhatsApp
2. Testimonios y contenido espiritual: enviar de vez en cuando mensajes inspiradores, sin vender directamente.
3. Recordatorios de fechas litúrgicas: enviar mensajes antes de temporadas clave para que los clientes se preparen.
4. Atención post-venta y fidelización: Después de cada compra, enviar mensaje de agradecimiento, una breve encuesta o solicitud de testimonio, cupón de descuento para la siguiente compra.



Áreas y sugerencias de mejora

Con el objetivo de fortalecer la presencia y competitividad, se realizó un análisis detallado de distintas áreas clave: digitalización, atención al cliente, marketing

digital, programas de lealtad y relaciones públicas. A partir de los hallazgos detectados, se identificaron oportunidades concretas de mejora para optimizar procesos, elevar la experiencia del cliente y aumentar el alcance de la marca. Este diagnóstico también planteó indicadores de seguimiento para asegurar que cada acción tenga impacto medible y contribuya al crecimiento sostenible del negocio.

→ Digitalización

Hallazgos:

- La página web solo permite pagos por PayPal.
- La navegación es poco amigable.

Oportunidades de mejora:

- Tener más pasarelas/métodos de pago.
- Rediseñar el sitio web que se vea más moderno y sea adaptado a móviles.

→ Atención al Cliente

Hallazgos:

- No hay tanto seguimiento postventa.

Oportunidades de mejora:

- Implementar un formato digital de los pedidos
- Mejorar la eficiencia en atención y respuestas por whatsapp.

Seguimiento:

- Medir tiempos de respuesta y satisfacción al cliente mensualmente.

→ Marketing Digital y Redes Sociales

Hallazgos:

- La estrategia digital se mejoró pero hay poca captación de nuevos públicos.

Oportunidades de mejora:

- Optimizar campañas de pauta digital con segmentaciones más finas.
- Usar más testimonios de clientes satisfechos.
- Generar más dinámicas en redes sociales.
- Mejorar estructura en redes: highlights/historias destacadas, historias con encuestas, más giveaways para incentivar la participación.
- Meterse a grupos de FB en donde estén a fin a Casullas para cuando se programe también programa a grupos.

Seguimiento:

- Evaluar desempeño de campañas trimestralmente.

- Probar nuevos formatos de contenido.

→ Programa de Lealtad

Oportunidades de mejora:

- Crear una base de datos automatizada con seguimiento de beneficios.
- Incentivar la inscripción con regalos iniciales y recordatorios automáticos.

Seguimiento:

- Medir la tasa de recompra por mes.
- Aplicar encuestas de satisfacción cada dos meses a clientes frecuentes.
- Usar herramientas de email marketing para recordar beneficios acumulados.

→ Alianzas y Relaciones Públicas

Oportunidades de mejora:

- Formalizar alianzas con seminarios, diócesis o comunidades religiosas.
- Enfocar relaciones públicas hacia eventos presenciales o ferias eclesiales.

Seguimiento:

- Establecer calendario de eventos religiosos y definir participación.

Grupos de Facebook

Como parte de la estrategia digital de crecimiento orgánico para Casullas Exclusivas, se ha identificado una oportunidad clave en la participación activa dentro de grupos de Facebook. Estos espacios digitales reúnen públicos altamente segmentados y comprometidos, lo que permite una comunicación más directa, relevante y personalizada. A continuación, se presenta un análisis de distintos grupos, cada uno con objetivos específicos, así como estrategias recomendadas para aprovechar su potencial, fortalecer la presencia de la marca y generar conexiones significativas que impulsen tanto la reputación como las ventas del negocio.

Investigación Grupos de Facebook

Objetivo:

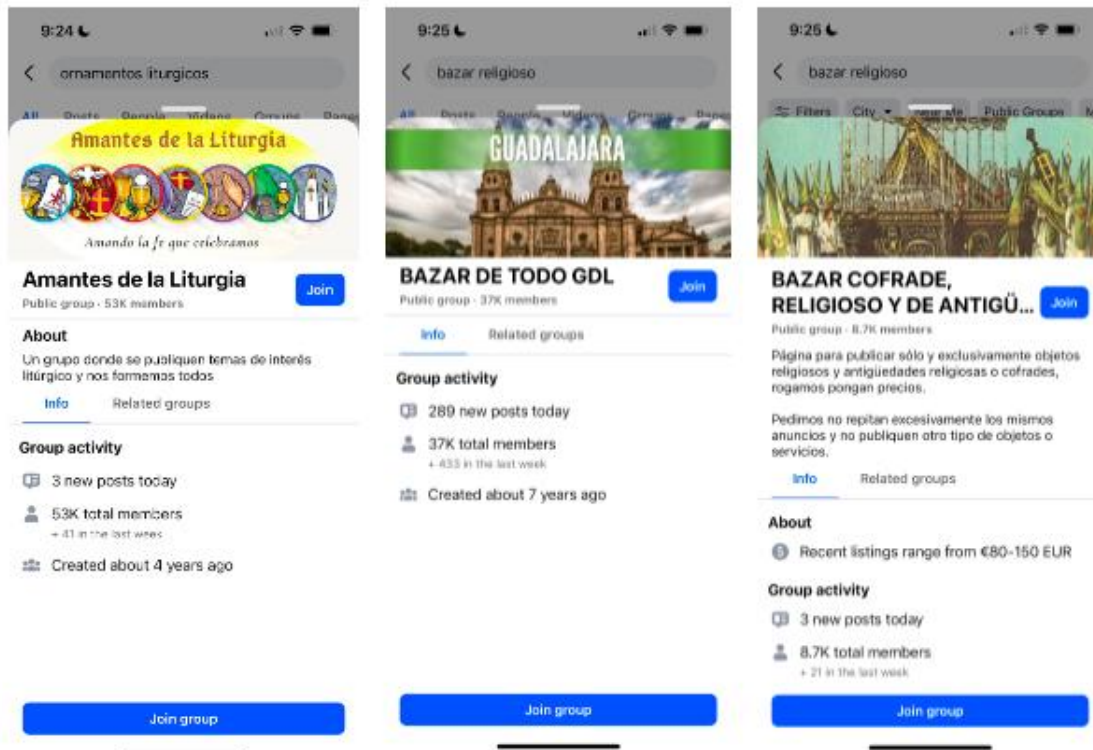
Incrementar la visibilidad, alcance y ventas de Casullas Exclusivas mediante la participación activa en grupos de Facebook donde se concentran comunidades

interesadas en ornamentos litúrgicos, vestiduras sacerdotales y artículos religiosos, aprovechando estos espacios para promocionar nuevos productos, ofertas y contenido relevante de forma orgánica y segmentada.

Cada grupo tiene un objetivo diferente.

Imagen 9: Grupos de Facebook

Fuente: Facebook



1. Amantes de la Liturgia (53K miembros)

Objetivo específico: Posicionar a Casullas Exclusivas como una marca experta en ornamentos litúrgicos que además educa e inspira a través de contenido valioso.

- Publicar fotos de casullas con explicaciones breves del simbolismo litúrgico de cada color o bordado.
- Compartir contenido formativo (por ejemplo: "¿Qué representa el color verde en el Tiempo Ordinario?" con una casulla de ejemplo).
- Mostrar el proceso artesanal detrás de las vestiduras para destacar calidad.
- Iniciar conversaciones tipo: "¿Cuál es tu casulla favorita para Adviento? Les compartimos la nuestra".

2. BAZAR DE TODO GDL (37K miembros)

Objetivo específico: Generar ventas directas en el canal más comercial y con alta actividad diaria, destacando la disponibilidad inmediata y personalización.

- Publicar una vez por semana con fotos llamativas y texto claro: “Casullas disponibles para entrega inmediata. Personalizadas, desde \$X. Envíos en GDL y todo México”.
- Aprovechar los días de mayor actividad (viernes a domingo) para publicar y estar en el top del feed.
- Ofrecer promociones especiales como “Envío gratis en GDL esta semana”.
- Invitar a contactar por inbox o WhatsApp para atención rápida.

3. BAZAR COFRADE, RELIGIOSO Y DE ANTIGÜEDADES (8.7K miembros)

Objetivo específico: Captar un segmento que valora la tradición y valor artesanal de las casullas.

- Publicar fotos de modelos de casullas con bordados tradicionales o inspiradas en antigüedades.
- Incluir una breve descripción del diseño.
- Aclarar que se hacen envíos nacionales e internacionales, ideal para el perfil de este grupo.
- Usar palabras clave.

Imagen 10: Grupo de Facebook
Fuente: Facebook

4. Ventas de artículos religiosos católicos (46K miembros)

Objetivo específico: Aumentar las ventas directas de casullas y vestiduras litúrgicas en un canal de alto volumen y tráfico constante.

- Publicar fotos claras de los productos disponibles con precios visibles y llamados a la acción como “Entrega inmediata” o “Envío nacional”.
- Usar formatos directos tipo catálogo: “Casullas bordadas desde \$X. Personalizadas o listas para entrega. Contáctanos por mensaje directo.”
- Participar en los comentarios para resolver dudas rápidamente y generar confianza.
- Rotar publicaciones entre productos nuevos, ofertas especiales y paquetes por temporada litúrgica (ej. Semana Santa, Adviento, etc.).

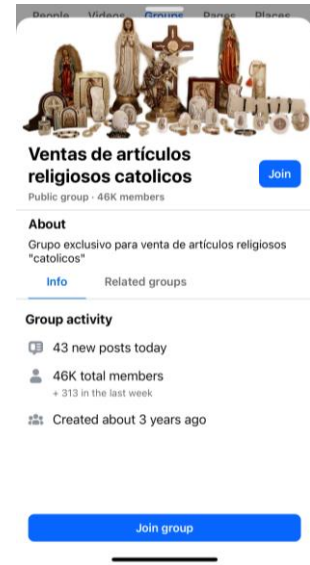


Imagen 11: Grupo de Facebook
Fuente: Facebook

5. Compra y venta artículos religiosos México (+27K miembros)

Objetivo específico: Aumentar visibilidad de los productos y generar ventas nacionales.

Estrategia sugerida:

- Subir publicaciones con precio y especificaciones claras.
- Mostrar diseños de temporada (Semana Santa, Pentecostés, etc.).
- Publicar reels/fotos de bordados detallados.



Imagen 12: Grupo de Facebook
Fuente: Facebook

6. Bazar Cofrade México – Tradición Religiosa (+11K miembros)

Objetivo específico: Conectar con quienes quieren comprar artículos religiosos

Estrategia sugerida:

- Compartir fotos de casullas con bordados tradicionales.
- Resaltar técnicas artesanales.
- Incluir descripciones históricas o litúrgicas.



Imagen 13: Grupo de Facebook
Fuente: Facebook

7. Católicos de Guadalajara

- Miembros: 57

Objetivo específico: Conectar con la comunidad católica local para compartir contenido educativo y promocionar productos litúrgicos.

Estrategia sugerida:

- Publicar imágenes de casullas con explicaciones sobre su simbolismo litúrgico.
- Compartir contenido formativo relacionado con las festividades y colores litúrgicos.
- Ofrecer promociones exclusivas para miembros del grupo.



Imagen 14: Grupo de Facebook
Fuente: Facebook

8 Sacerdotes Vestiduras (80 miembros)

- Descripción: Comunidad dedicada a compartir y discutir sobre vestiduras sacerdotales, su simbolismo y uso en la liturgia.
- Objetivo específico: Establecer a Casullas Exclusivas como una marca referente en ornamentos litúrgicos, ofreciendo contenido educativo y productos de alta calidad.
- Estrategia sugerida:



- Publicar imágenes de casullas con explicaciones breves sobre el simbolismo litúrgico de cada color o bordado.
- Compartir contenido formativo, como "¿Qué representa el color verde en el Tiempo Ordinario?" acompañado de una casulla de ejemplo.
- Mostrar el proceso artesanal detrás de las vestiduras para destacar la calidad y dedicación en su elaboración.

Estrategias Programa Fidelis

El Programa Fidelis nace con el propósito de fortalecer la relación con nuestros clientes del sector eclesial a través de un sistema de lealtad que reconoce y premia su fidelidad. Más allá de ofrecer beneficios comerciales, Fidelis busca enriquecer la experiencia de compra y cultivar un vínculo espiritual significativo con la marca Casullas Exclusivas. Mediante incentivos como descuentos, regalos y contenido exclusivo, este programa impulsa la recurrencia y genera un sentido de pertenencia, motivando a los clientes a mantenerse conectados y comprometidos con la calidad y el valor que representa nuestra oferta litúrgica.

Objetivo:

Fidelizar a los clientes del sector eclesial a través de un programa de lealtad que premie la recurrencia, mejore la experiencia de compra y fortalezca el vínculo espiritual y comercial con la marca Casullas Exclusivas.

- Crear un carrusel de Instagram/Facebook con los beneficios: descuentos, regalos, envíos gratis.
- Publicar Reels con testimonios de clientes que ya obtuvieron un beneficio.
- Hacer una serie tipo: "¿Sabías que si compras 3 veces puedes obtener una casulla con descuento?"
- Crear una historia destacada llamada "FIDELIS" con toda la info del programa.
- Campaña "Conoce Fidelis"
 - Reels con texto tipo: "¿Ya conoces el programa que premia tu fidelidad?"
 - Mostrar testimonios + beneficios.
 - Incluir llamado claro: "Desliza para unirte" o "Link en bio".
- Retos o dinámicas litúrgicas

- Ejemplo: “Reto de Adviento: publica tu altar y etiqueta a Casullas Exclusivas. ¡Gana puntos Fidelis!”
- Landing page simple
 - Página con beneficios resumidos y botón “Unirme a Fidelis”.
 - Con opción de registro rápido por WhatsApp o formulario.
- Video explicativo del programa
 - Reels con título: “¿Qué es Fidelis?”.
 - Mostrar: niveles, recompensas, cómo se gana, testimonios.
- Contenido exclusivo para miembros
 - *Stories* o *Reels privados* enviados por DM o grupo de difusión con adelantos, colecciones o regalos sorpresa.

Sistema de Puntos por Compra

- Establecer un sistema donde cada compra genera puntos que el cliente pueda canjear.
 - Ejemplo: \$1,000 MXN = 10 puntos | 50 puntos = envío gratis | 100 puntos = artículo de cortesía
- Notificar al cliente cuando acumule nuevos puntos, para motivar a seguir comprando.

Niveles de Membresía

- Crear niveles tipo:
 - Fidelis Bronce: \$1 - \$5,000 compras en los últimos 12 meses → 5% de descuento, acceso a preventas
 - Fidelis Plata: \$5,001 - \$10,000 compras en los últimos 12 meses → 10% de descuento, acceso a preventas, 50% de descuento en envíos nacionales
 - Fidelis Oro: \$10,001+ compras en los últimos 12 meses → 15% de descuento, acceso a preventas + regalo litúrgico, 50% de descuento en envíos nacionales

BLANCO -basico- espiritualidad, celebraciones especiales

AZUL- intermedio- todo lo referente a maría

AMARILLO- avanzado- fiesta, celebraciones especiales, elegancia

Tabla 3: Niveles de membresía

Fuente: Elaboración propia

Nombre del Nivel	Color / Casulla	Monto de Compra Anual	Beneficios
Fidelis Blanco (<i>Inicio de Camino</i>)	Blanco – Pureza, nuevas etapas	\$1 – \$5,000 MXN	5% de descuento, acceso a preventas
Fidelis Azul (<i>Devoción Constante</i>)	Azul – Fe, esperanza, compromiso	\$5,001 – \$10,000 MXN	10% de descuento, acceso a preventas, 50% de descuento en envíos nacionales
Fidelis Dorado (<i>Honor al Servicio</i>)	Amarillo / Dorado – Gloria, consagración	\$10,001+ MXN	15% de descuento, acceso a preventas, regalo litúrgico, 50% de descuento en envíos nacionales

Opciones de nombre: Fidelis (base), Fidelis Honor, Fidelis Eterno

Datos de contacto:

- Nombre
- Num. Celular
- Correo

Restricciones

- No acumulable con otras promociones
- 50% de descuento en envíos nacionales (Plata y Oro)
- Entregas a domicilio dentro de la ZMG
- No transferible
- Aplican restricciones

Contenido Exclusivo

- Crear una sección o grupo exclusivo para miembros:
 - Acceso anticipado a colecciones
 - Contenido espiritual: videos, reflexiones, explicaciones litúrgicas
 - Lives con el diseñador o invitados religiosos
 - Boletín exclusivo (marketing externo)

Casullas en enfoque social

Para conectar de manera auténtica y profunda con nuestra comunidad, es fundamental compartir historias reales que reflejen el valor espiritual y humano detrás de cada casulla. Estas narrativas no solamente fortalecen el vínculo emocional con sacerdotes, seminaristas y fieles, sino que también destacan el compromiso social y pastoral de Casullas Exclusivas. A través de testimonios, colaboraciones con parroquias, campañas comunitarias y contenido emotivo, buscamos inspirar, motivar y crear una comunidad sólida que se identifique con la tradición, la fe y el propósito detrás de cada casulla.

Historias reales

Compartir videos o fotos de sacerdotes contando la historia de su primera casulla o una casulla especial que recibieron.

Testimonios del taller

Mostrar a quienes elaboran las casullas contando su experiencia, el cuidado que ponen y lo que significa para ellos su trabajo.

Campaña de comunidad

Lanza un hashtag invitando a sacerdotes y fieles a subir una foto de su casulla favorita con su historia.

Colaboraciones con parroquias

Regalar una casulla en conjunto con una parroquia o seminario, y documentar la entrega de forma cercana.

Preguntas para generar conversación

Publicar preguntas como “¿Quién te regaló tu primera casulla?” para motivar que las personas cuenten su experiencia.

Reels con voz en off

Crear videos con narración que cuentan pequeñas historias emotivas relacionadas con la fe y las casullas.

Apoyo a vocaciones

Muestra que parte de las ventas se destinan a apoyar a seminaristas

Historia de casullas

Publicaciones donde se muestran casullas con valor simbólico, restauradas o heredadas, acompañadas de la historia detrás.

Historias sacerdotes: sacerdotes que han sido enviados a misiones rurales o zonas marginadas, mostrando su trabajo pastoral y la casulla que los acompaña.

Gratitud: Crear una imagen colectiva con fotos de sacerdotes, seminaristas y parroquias agradeciendo a Casullas Exclusivas por su apoyo.

Estampa con historia: por cada casulla vendida, incluir una estampa con la historia de un seminarista que recibió ayuda gracias a ese tipo de compra.

Diseño de tarjetas programa Fidelis

A continuación se presentará el diseño, propósito y estructura de las tarjetas correspondientes al programa de lealtad Fidelis. Este programa fue creado con el objetivo de reconocer y recompensar la constancia, confianza y preferencia de nuestros clientes, especialmente dentro del ámbito litúrgico y religioso.

Las tarjetas han sido concebidas como elementos representativos de cada nivel de fidelidad, integrando no solo una identidad visual acorde al simbolismo litúrgico, sino también beneficios diferenciados según el grado de relación del cliente con la marca. Cada nivel, desde quienes inician su camino con nosotros, hasta quienes han consolidado una relación continua de servicio y compromiso, está representado con denominaciones significativas, colores simbólicos y atributos únicos.

El diseño de estas tarjetas responde a criterios tanto funcionales como simbólicos: facilitan la identificación del cliente dentro del programa, comunican de forma visual su nivel de membresía y transmiten los valores de respeto, espiritualidad y excelencia artesanal que caracterizan a Casullas Exclusivas.

Imagen 15: Portada tarjeta Fidelis

Fuente: Elaboración propia



Imagen 16: Primer nivel de Fidelis

Fuente: Elaboración propia



Imagen 17: Segundo nivel Fidelis

Imagen 18: Tercer nivel Fidelis

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración Propia



Textos para campañas de invitación al programa de lealtad Fidelis

En esta parte se presentan los textos diseñados para ser utilizados en campañas de comunicación por correo electrónico y WhatsApp, con el objetivo de invitar a clientes actuales y potenciales a formar parte del programa de lealtad Fidelis de Casullas Exclusivas.

La elaboración de estos mensajes responde a la necesidad de establecer un vínculo más cercano y significativo con nuestra comunidad, fortaleciendo la relación con quienes valoran el arte litúrgico, el trabajo artesanal y la espiritualidad que cada pieza transmite. A través de una redacción clara, cálida y coherente con la identidad de la marca, estos textos buscan transmitir no solo los beneficios funcionales del programa, sino también su carga simbólica y emocional.

EMAIL

Opción 1

Asunto:

🎁 Nos renovamos para ti — Descubre FIDELIS

Cuerpo:

¡En Casullas Exclusivas estamos premiando la fidelidad!

Lanzamos **FIDELIS**, un programa de lealtad pensado para premiar tu preferencia y fortalecer nuestra relación contigo.

Al registrarte, obtienes:

- ✅ Descuentos por nivel
- ✅ Beneficios exclusivos
- ✅ Regalos por fidelidad
- ✅ Acceso anticipado a lanzamientos

👉 Da clic aquí y comienza a disfrutar tus recompensas:
[enlace a whatsapp?]

Gracias por acompañarnos en esta nueva etapa.

Atentamente,

El equipo de Casullas Exclusivas

WHATSAPP

Opción 2

¡Tenemos algo nuevo para ti en Casullas Exclusivas!

Ya puedes formar parte de **FIDELIS**, nuestro programa de lealtad 🎁

Con tu registro, comienzas a disfrutar:

- 👉 Puntos por tus compras
- 👉 Regalos especiales según tu nivel
- 👉 Acceso exclusivo a lanzamientos

¿Te interesa? Escríbenos 👉

Gracias por caminar con nosotros en esta nueva etapa 🙌

Sesión de fotos

Con el objetivo de fortalecer la identidad visual de Casullas Exclusivas y proyectar la calidad, el simbolismo y el valor artesanal de nuestras piezas, se llevó a cabo una sesión fotográfica especializada en la cual se documentaron distintos elementos del catálogo: telas litúrgicas, casullas bordadas y accesorios eclesiásticos complementarios.

Esta sesión tuvo como propósito capturar la riqueza de texturas, detalles y acabados que distinguen a nuestras prendas, así como destacar su dimensión estética y espiritual.

Las fotografías resultantes servirán como material base para diversas aplicaciones institucionales, incluyendo el catálogo, campañas promocionales, publicaciones digitales y contenido para redes sociales.

Imagen 19: Sesión de fotos
Fuente: Elaboración propia



Imagen 20: Sesión de fotos
Fuente: Elaboración propia



Imagen 21: Sesión de fotos
Fuente: Elaboración propia



Imagen 22: Sesión de fotos
Fuente: Elaboración propia



Anexo: 11.Sesión de fotos

Elaboración de reels

Como parte de la estrategia de comunicación visual y posicionamiento digital de Casullas Exclusivas, se desarrolló una serie de reels destinados a fortalecer la presencia de la marca en redes sociales, particularmente en plataformas como Instagram y Facebook.

La elaboración de estos videos cortos responde a la necesidad de generar contenido dinámico, emocional y visualmente atractivo que permita acercar al público al universo litúrgico desde una perspectiva contemporánea. Cada reel ha sido planeado para destacar elementos clave de la marca: la elaboración artesanal de las casullas, la simbología de los bordados, la calidad de los materiales, la experiencia del cliente, y el valor espiritual de cada pieza.

Imagen 23: Reel casulla canta misa
Fuente: Elaboración propia



Imagen 24: Reel pasos para hacer una casulla
Fuente: Elaboración propia



Anexo: 12. reels

Propuestas de promoción

Se desarrollaron una serie de propuestas de promoción que responden al objetivo estratégico de dar a conocer la marca, atraer nuevos clientes potenciales y construir relaciones sostenibles a largo plazo.

Estas propuestas han sido diseñadas considerando las características particulares del sector litúrgico. A través de estrategias creativas y orientadas a la prospección

activa, se busca posicionar a Casullas Exclusivas como una marca confiable, especializada y relevante en el ámbito religioso.

Presencia en eventos religiosos

- Participar o patrocinar congresos pastorales, encuentros diocesanos, ordenaciones sacerdotales.
- Montar stands o dar charlas sobre vestimenta litúrgica.

Marketing de recomendación (boca a boca)

- Ofrecer beneficios a sacerdotes que recomienden la tienda a otros (por cada cliente referido: descuento o regalo).

Aliados estratégicos

- Alianzas con:
 - Seminarios y casas de formación
 - Tiendas religiosas o editoriales católicas
 - Artesanos que hagan accesorios litúrgicos complementarios (estolas, mitras, etc.)

Fotografía y catálogo profesional

- Catálogo impreso y digital con fotos de calidad, ambientadas en templos o durante la liturgia.
- Permite que el cliente “visualice” cómo realmente se ve.

Campañas con sentido de urgencia

- “Edición limitada de casullas bordadas a mano solo por esta temporada.”

Certificaciones o autenticidad artesanal

- Ofrece un plus: “Casullas elaboradas por artesanos certificados bajo normas de respeto litúrgico”.

Dinámicas de participación:

Invitar a la comunidad a compartir fotos usando las casullas o accesorios, con hashtags y opción de ser publicados.

Correo mensual con novedades:

Mantener informada a la comunidad de Fidelis y no-Fidelis con lanzamientos, historias y beneficios.

Promociones por recomendación:

Si alguien se refiere a un nuevo cliente, ambos reciben un beneficio (envío gratis, puntos, regalo simbólico).

Pop-ups o stands en eventos religiosos:

Asistir a congresos, bazares o ferias eclesiales para dar a conocer todo el proyecto.

Estrategias Fidelis

Promociones y Ventas Especiales

- “Semana del Clero”: descuentos especiales por tiempo limitado para sacerdotes o parroquias que compren en grupo.
- “Tu Primera Casulla”: promoción especial para nuevos sacerdotes o recién ordenados (descuento exclusivo o regalo simbólico).
- Ofertas cruzadas: alianzas con librerías religiosas o tiendas de artículos litúrgicos (ej: comprando una casulla, obtienes un cupón en otra tienda aliada).

Marketing Digital y Redes Sociales

- Live de lanzamientos: transmisiones en vivo para presentar nuevas colecciones o colores litúrgicos según el calendario.
- Campaña “Elige tu color litúrgico”: encuestas interactivas o trivias sobre los significados de los colores y cuándo se usan.

Email y WhatsApp Marketing

- Boletín “Liturgia y Estilo”: envío mensual con tips, fechas clave, y adelantos exclusivos.
- Recordatorios litúrgicos personalizados: enviar mensajes cerca de fechas importantes (Corpus Christi, Semana Santa, etc.) con sugerencias de casullas especiales.

Objeciones comunes de clientes

En el proceso de comercialización de productos litúrgicos, es natural que los clientes expresen ciertas objeciones o inquietudes antes de concretar una compra. Estas dudas pueden surgir por motivos relacionados con el precio, la personalización, la logística o el conocimiento previo de la marca. Atender adecuadamente estas objeciones no solo mejora la experiencia del cliente, sino que fortalece la confianza y genera oportunidades reales de conversión.

La siguiente tabla identifica las objeciones más frecuentes que presentan los clientes de Casullas Exclusivas, agrupadas por tema, junto con una respuesta recomendada que permite dar una atención oportuna, empática y alineada con los valores de la empresa.

Tabla 4: Identificación y respuesta a objeciones
Fuente: Elaboración propia

Tema	Objeción del Cliente
Precio	"Están muy caras, he visto más baratas en otros lados."
Venta por unidad	"No necesito tantas casullas, sólo uso una o dos."
Diseño	"No me gusta el diseño."
Compra directo en tienda	"Prefiero comprarlas en persona, no en línea."
Tiempo	"Me preocupa que no llegue a tiempo para la celebración."
Confiabilidad	"No conozco su marca, ¿cómo sé que son confiables?"
Cambios	"¿Y si no me queda bien o no me gusta al recibirla?"
Material	"¿De qué están hechas las casullas? ¿Son resistentes?"
Cancelación	"¿Qué pasa si quiero cancelar mi pedido?"
Métodos pago	"¿Qué métodos de pago aceptan?"
Envíos	"¿Hacen envíos a todo el país o al extranjero?"
Respuesta Recomendada	
Entiendo su preocupación. Usamos materiales de alta calidad y bordado artesanal, lo que garantiza durabilidad y una presentación digna para la liturgia.	
Ofrecemos ventas por unidad y también sets básicos para quienes necesitan cubrir sólo lo esencial.	
Podemos personalizar los diseños litúrgicos para adaptarlos a las preferencias de cada uno. También contamos con catálogo con más variedad de estilos y diseños.	
Lo comprendo. De igual manera, ofrecemos además asesoría vía WhatsApp para mostrarle los modelos en detalle y responder todas sus dudas antes de comprar.	
Coordinamos los pedidos con anticipación. Ofrecemos envíos express y le compartimos el número de rastreo para mayor tranquilidad. Siempre procuramos cumplir con la fecha acordada.	
Podemos mostrarle fotos de trabajos anteriores, testimonios de clientes y nuestros canales oficiales. También ofrecemos atención personalizada para acompañarlo durante todo el proceso.	
Contamos con política de cambios. Si hay algún problema con la tela o diseño, puede solicitar cambio según disponibilidad dentro de los primeros días de recibir su pedido.	
Usamos tejidos litúrgicos de alta calidad como brocados, lino, poliéster. Son telas resistentes, fáciles de lavar y pensadas para conservarse bien con el uso litúrgico frecuente.	
No se aceptan devoluciones en productos de casullas ni telas. Únicamente se permite el cambio por otra casulla o por una tela diferente, según disponibilidad.	
Aceptamos transferencias bancarias, depósitos, pagos con tarjeta y también pagos en efectivo si es en punto físico o entrega local.	
Sí, realizamos envíos a todo México y también al extranjero. Trabajamos con paqueterías confiables y ofrecemos seguimiento durante todo el trayecto.	

Preguntas frecuentes

El objetivo de esta sección es facilitar el proceso de compra y mejorar la experiencia del cliente, brindando respuestas claras, accesibles y anticipadas a las inquietudes más comunes que pueden surgir al momento de adquirir vestimenta o artículos litúrgicos con Casullas Exclusivas.

A través de esta herramienta, buscamos agilizar la atención, ofrecer mayor transparencia en nuestros procesos y generar confianza en quienes se acercan por primera vez a nuestra marca, así como en clientes recurrentes. Las preguntas aquí recopiladas reflejan situaciones reales que hemos identificado a lo largo de nuestras interacciones, y se han estructurado de forma clara y ordenada para facilitar su consulta.

1. ¿Tienen algún catálogo?

Sí, puedes solicitar nuestro catálogo digital por WhatsApp o consultarlo en nuestras historias destacadas de Instagram.

2. ¿Puedo agendar alguna cita para atención personalizada?

Sí. Podemos atenderte con previa cita en nuestra tienda física o por videollamada si deseas revisar telas, medidas o diseño. [link a whatsapp](#)

3. ¿Cuál es su horario de atención?

Lunes a viernes de 9:30 a.m. a 6:00 p.m.
Sábados de 9:30 a.m. a 2:00 p.m.

4. ¿Cuáles son los costos y precios?

Los precios varían según el tipo de prenda, personalización y materiales. Para cotizaciones exactas, puedes escribirnos directamente.

5. ¿Qué materiales usan?

Utilizamos telas de alta calidad como brocados, lino y poliéster. Puedes checar en nuestra página web para conocer más tipos de tela.

6. ¿Se puede personalizar alguna casulla o accesorio eclesiástico?

Sí. Ofrecemos personalización en color, bordado, símbolos litúrgicos, medidas y tipo de tela. También contamos con modelos ya confeccionados.

7. ¿Qué tipo de productos ofrecen además de casullas?

Ofrecemos albas, estolas, cendales, dalmáticas, mitras, rosarios, bonetes y otros accesorios litúrgicos.

8. ¿Cuál es el proceso para hacer un pedido?

Puedes contactarnos por WhatsApp, Instagram o teléfono. Te guiaremos paso a paso desde la selección hasta el envío.

9. ¿Cuándo se empieza a trabajar el pedido?

El pedido se empieza a trabajar una vez recibido el anticipo del 50% o el pago completo. Sin anticipo, no se inicia ningún proceso de producción o apartado.

10. ¿Cuál es la política de cancelación?

Si cancelas tu pedido después de haber realizado el anticipo, este no es reembolsable, ya que el trabajo comienza desde ese momento. No se hacen devoluciones en casullas ni telas.

11. ¿Se aceptan cambios o devoluciones?

No se aceptan devoluciones en productos de casullas ni telas. Únicamente se permite el cambio por otra casulla o por una tela diferente, según disponibilidad.

12. ¿Hacen envíos a toda la República o al extranjero?

Sí. Realizamos envíos a toda la República Mexicana y al extranjero mediante paqueterías confiables.

13. ¿Qué métodos de pago manejan?

Aceptamos transferencias, depósitos bancarios y pagos con tarjeta (presencialmente en tienda).

Propuesta de pauta

La pauta publicitaria ha sido diseñada para aprovechar el alcance, segmentación y formato visual de las plataformas (Facebook e Instagram), enfocándose en públicos específicos del sector eclesiástico, así como comunidades afines al arte sacro, la liturgia y el trabajo artesanal. A través de campañas estratégicas, buscamos destacar el valor diferencial de cada prenda, su elaboración manual, simbología espiritual y diseño único, al tiempo que incentivamos la conversión mediante promociones exclusivas por tiempo limitado.

Esta propuesta contempla anuncios con enfoque tanto comercial como institucional, priorizando la visibilidad de productos destacados, promociones especiales y mensajes que fortalezcan la identidad de la marca.

Objetivo: vender piezas únicas con descuento y posicionar la marca como referencia en casullas hechas a mano y vestimenta litúrgica personalizada.

1. Objetivos de la campaña

Generar ventas directas de casullas en inventario (listas para entrega).

Posicionar la marca entre comunidades religiosas como una opción de calidad, personalización y diseño exclusivo.

Captar mensajes por WhatsApp e Instagram para ventas actuales y futuras.

2. Duración recomendada

10 a 14 días
 Presencia constante
 Captar nuevos públicos

3. Plataformas donde se mostrará el anuncio

Instagram Reels
 Instagram Stories (apoyo visual)
 Facebook Feed y Stories (refuerzo)

Calendario de Publicaciones

A lo largo del verano, se utilizó una presentación para mostrar a los empresarios, a la asesora y a los compañeros con las propuestas de diseño para las publicaciones en redes sociales. Con base en los comentarios recibidos durante las juntas, dichos diseños fueron modificados o aprobados.

Imagen 25: Calendario editorial junio 2025

Fuente: Elaboración propia

CALENDARIO EDITORIAL JUNIO 2025														
Semana	Día	Hora	Red Social	Red Social 2	Red Social 3	Contenido visual	Estado	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de formato	URL	Especificaciones	Copywriter
S1	Jueves 5	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Imagen de casulla + cita de un santo sobre la liturgia	Idea	Branding	"La belleza de lo sagrado no es accesorio: es testimonio."	#CasualsExclusivas #SantidadEstética #EnLaFe	Imagen			Cons
	Sábado 7	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Story Nueva Liturgión con Honorio	Idea	Ventas			Infografía			Sara
	Domingo 8	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Camisón con explicación visual de los 7 dones del Espíritu Santo (Pentecostés)	Idea	Engagement	"Conoce los dones del Espíritu que transforman vidas. ¿Ven, Espíritu Santo! Llena nuestros corazones con tu luz y poder."	#CasualsExclusivas #DonesDelEspiritu #Pentecostés #EspirituSanto	Imagen			Cons
	Lunes 9		Facebook	Instagram	WhatsApp	Highlights en stories de accesorios	Idea	Ventas						
S2	Miércoles 11	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Introducción a Fideles: puntos, niveles, beneficios	Idea	Fidelización	"Fideles: nuestro agradecimiento a tu fidelidad litúrgica 🙏"	#CasualsExclusivas #ProgramaFideles #CienDíasConfes #CasualsExclusivas #VocesEnLaFe	Imagen		Envío por correo electrónico al listado generado desde sitio web	Sara
	Jueves 12	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Jóven seminarista contando su llamado (Jesús Buno y Elmo Sacerdotes)	Idea	Engagement	"La vocación sacerdotal sigue viva. Escucha este testimonio 🙏"		Imagen			Cons
	Sábado 14	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Trinia en stories: ¿Qué sabes sobre San Antonio?	Idea	Engagement	"¿Ponte a prueba! ¿Qué tanto sabes del santo más buscado? 📖"		Historia			Sara
S3	Sábado 14	10:00 AM	Facebook	Instagram	Instagram	"Top 5 casullas más vendidas este mes"	Idea	Ventas	"Conoce las favoritas de la comunidad. ¿Cuál elegirías?"	#CasualsExclusivas #CasualsFavoritas #Top5Liturgico #CasualsExclusivas #SantísimaTrinidad #CincoDías #Amulterías	Imagen			Cons
	Domingo 15	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Vídeo explicativo del misterio de la Trinidad	Idea	Engagement	"Un solo Dios en tres personas. Un misterio de amor eterno."		Vídeo			Sara
	Martes 17	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	10 Highlights Colección "Tradición & Diseño"	Idea	Branding	"Casuals para quienes buscan servir con dignidad y belleza."		Historia			Cons
	Jueves 19	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Camisón: "3 formas de vivir la Eucaristía hoy"	Idea	Engagement	"Jesús camina entre nosotros en el Santísimo Sacramento."	#CasualsExclusivas #CorpusChristi #Eucaristía #JesúsVivo	Imagen			Sara
	Jueves 19	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Live con sacerdote hablando de vestidura litúrgica	Idea	Branding	"Conéctate en vivo este lunes. Hablaremos sobre la importancia de la vestidura litúrgica."		Live			Cons
S4	Sábado 21	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Frases inspiradoras sobre pureza, estudio y fe (San Luis Gonzaga)	Idea	Engagement	"Haz de tu juventud un testimonio de fe."	#CasualsExclusivas #JuventudSantísima #Benedictina #Faithful #Worship	Imagen			Sara
	Martes 24	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Reel mostrando 3 casullas distintas	Idea	Ventas	"¿Buscas una casulla que refleje tu vocación? Mira estas opciones."	#CasualsExclusivas #SantísimaTrinidad #SagradoCorazón #Amulterías	Vídeo			Cons
	Viernes 27	11:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Infografía: Simbolismo del Corazón de Jesús	Idea	Engagement	"¿Cuál representa el corazón traspasado de Cristo? Descóbralo aquí."	#CasualsExclusivas #CorazónTraspasado #Confesiones #CasualsPremium #PackagingConfes #CincoDíasConfes	Infografía			Cons
	Sábado 28	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Reel mostrando empaque y entrega personalizada	Idea	Ventas	"Cuidamos cada detalle, desde el hilo hasta la entrega."		Vídeo			Sara

Imagen 26: Calendario editorial Julio 2025

Fuente: Elaboración propia

CALENDARIO EDITORIAL JULIO 2025															
Semana	Día	Hora	Red Social	Red Social 2	Red Social 3	Contenido visual	Estado	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de formato	URL	Especificaciones	Copywriter	
S1	Miércoles 2	11:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	¿Sabías que el donado puede reemplazar al blanco?	Idea	Engagement	El donado puede usarse en lugar del blanco en celebraciones como Navidad, Pascua o Corpus Christi. Es un color que representa fealdad, gloria y solemnidad. 👉 Escribe por WhatsApp y te ayudamos a elegir tu casulla donado ideal. 👉 https://casillas.com/2025/	#CasullaDonada #CasullaExclusiva #PresenciaCelebracion #CasullaAlgoricos				Sara	
	Viernes 4	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Reel de bordado	Idea	Branding	*Cada detalle cuenta. Nuestras casullas son obras de arte litúrgicas.	#CasullaExclusiva #CasullaArtesanal #CasullaAlgoricos	Imagen			Constanza	
	Domingo 6	11:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Imagen con cliente feliz o sacerdote con su casulla.	Idea	Branding	*Cada sacerdote, una misión única. Cada casulla, un reflejo de su vocación.	#CasullaExclusiva #CasullaPersonalizada #CasullaAlgoricos	Imagen			Sara	
S2	Martes 7		Facebook	Instagram	WhatsApp	Casulla del mes	Idea	Branding		#CasullaDelMes #CasullaAlgoricos #CasullaExclusiva #CasullaPersonalizada					
	Jueves 10	07:00 PM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Vídeo detrás de escena del bordado	Idea	Engagement	*¿Sabías cuánto tiempo lleva bordar una casulla? Te lo mostramos en este video 🎥*	#CasullaExclusiva #CasullaArtesanal #CasullaAlgoricos	Vídeo			Constanza	
	Lunes 14	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Historia mostrando los cuidados de una casulla	Idea	Fidelización	*Tipos para mantener tu casulla como nueva 🌟*	#CuidadosAlgoricos #TiposDeCasulla #CasullaDonada	Historia			Sara	
	Miércoles 16		Facebook	Instagram	WhatsApp	Un básico que todos deben tener									
S3	Viernes 18	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	¿Cómo elegir tu próxima casulla?*	Idea	Veritas	*Material, color, estilo... Te ayudamos a decidir 🎨*	#CasullaExclusiva #CasullaAlgoricos #ElegirCasulla #CasullaArtesanal	Vídeo			Constanza	
	Lunes 21	10:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Imagen recordatorio de pedido personalizado	Idea	Veritas	*¿Quieres una casulla única? Aún estás a tiempo de pedir la tuya 🎨*	#PedidoATempo #CasullaPersonalizada #CasullaAlgoricos	Imagen			Sara	
	Miércoles 23		Facebook	Instagram	WhatsApp	Últimas piezas disponibles									
	Jueves 24	06:00 PM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Imagen de promoción última semana	Idea	Veritas	*Últimos días para aprovechar nuestra promoción de agosto!*	#UltimosDias #DescuentoDeAgosto #CasullaConDescuento	Imagen			Constanza	
S4	Lunes 28		Facebook	Instagram	WhatsApp	¿Sabías que el morado no es solo para funerales?*									
	Miércoles 30	11:00 AM	Facebook	Instagram	WhatsApp	Reel	Idea	Fidelización	*Esto fue julio con ustedes. Gracias por tanto 🙏*	#ResumenAlgoricos #ResumenDeAgosto #ComunidadAlgoricos	Vídeo			Sara	

Calendario de Redes Sociales

Se creó contenido para Casullas Exclusivas durante el mes de Junio y Julio para fortalecer la presencia digital de Casullas Exclusivas a través de contenido estratégico que muestre sus productos, valores litúrgicos y diferenciadores, logrando mayor visibilidad, interacción y contacto directo con posibles clientes.

Imagen 27: Calendario de redes sociales (1)

Fuente: Elaboración propia



Imagen 28: Calendario de redes sociales (2)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 29: Calendario de redes sociales (3)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 30: Calendario de redes sociales (4)
Fuente: Elaboración propia

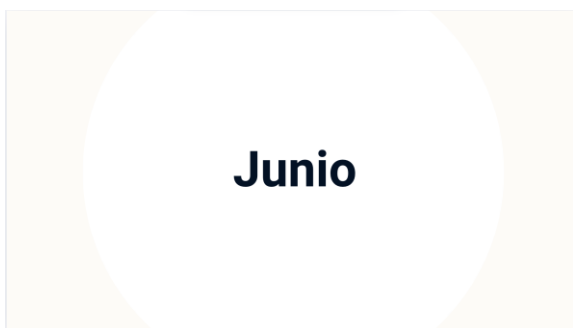


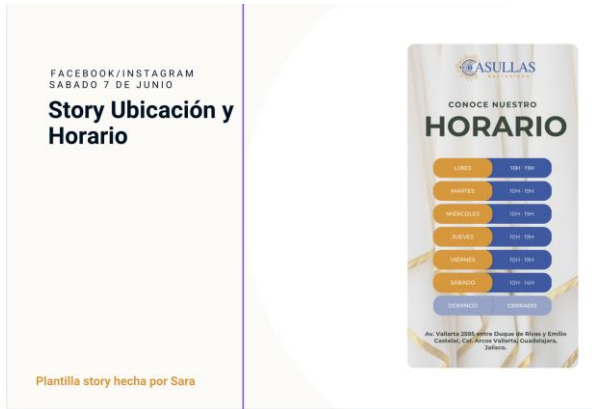
Imagen 31: Calendario de redes sociales (5)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 32: Calendario de redes sociales (6)

Imagen 33: Calendario de redes sociales (7)

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Imagen 34: Calendario de redes sociales (8)
Fuente: Elaboración propia

Imagen 35: Calendario de redes sociales (9)
Fuente: Elaboración propia

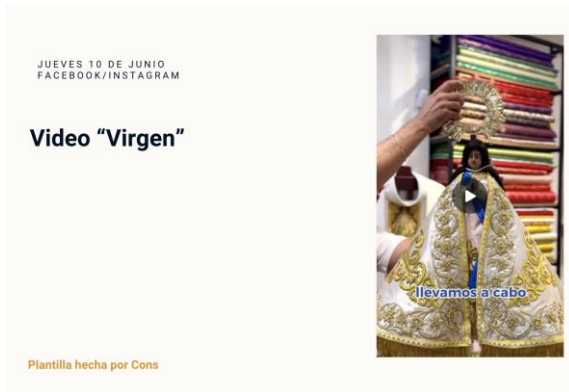


Imagen 36: Calendario de redes sociales (10)
Fuente: Elaboración propia

Imagen 37: Calendario de redes sociales (11)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 38: Calendario de redes sociales (12)
Fuente: Elaboración propia

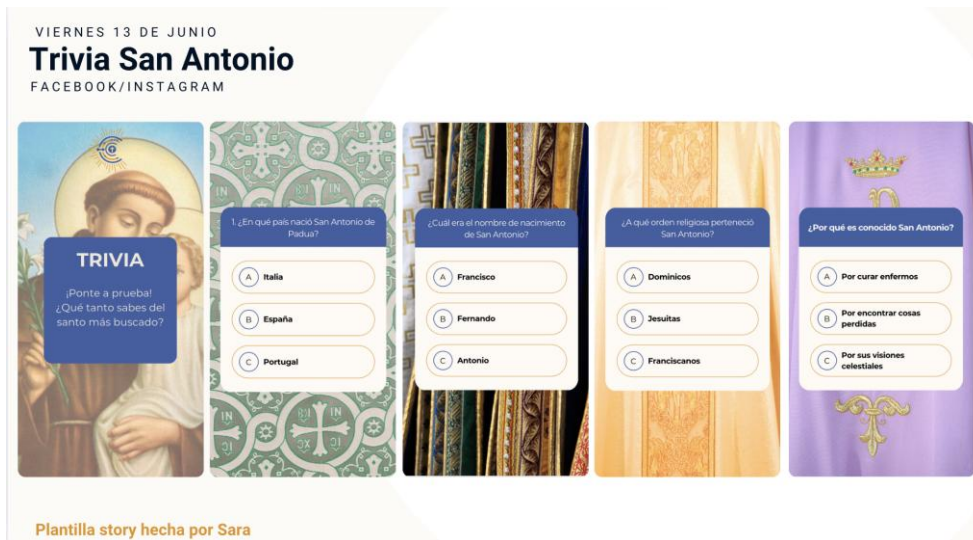


Imagen 39: Calendario de redes sociales (13)

Fuente: Elaboración propia



Imagen 40: Calendario de redes sociales (13)

Fuente: Elaboración propia

FACEBOOK/INSTAGRAM
DOMINGO 15 DE JUNIO

Reel Video explicativo del misterio de la Trinidad.

Reel hecho por Sara



Imagen 41: Calendario de redes sociales (14)
Fuente: Elaboración propia

JUEVES 19 DE JUNIO
FACEBOOK/INSTAGRAM

POST

Video promocionalas "Casullas personalizadas /Telas"

Plantilla hecha por Cons



Imagen 42: Calendario de redes sociales (15)

Fuente: Elaboración propia

JUEVES 18 DE JUNIO
FACEBOOK/INSTAGRAM

POST 5

**Video promocional
"Descuentos"**



Plantilla hecha por Cons

Imagen 43: Calendario de redes sociales (16)
Fuente: Elaboración propia

FACEBOOK/INSTAGRAM
MARTES 17 DE JUNIO

**Logo Colección
tradición y
diseño**



Reel hecho por Sara



Imagen 44: Calendario de redes sociales (17)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 45: Calendario de redes sociales (18)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 46: Calendario de redes sociales (19)
Fuente: Elaboración propia

FACEBOOK/INSTAGRAM

POST

Infografía: Simbolismo del Corazón de Jesús.

El simbolismo detrás del Corazón de Jesús

- Llama ardiente:** Su amor eterno por la humanidad.
- Cruz:** El sacrificio redentor de Cristo.
- Rayos de luz:** Su misericordia que se expande a todos.
- Corona de espinas:** Su amor eterno por la humanidad.
- Sangre: Herida abierta:** Su entrega total, aún en el sufrimiento.

Plantilla hecha por Cons

Imagen 50: Calendario de redes sociales (23)
Fuente: Elaboración propia

FACEBOOK/INSTAGRAM

MIÉRCOLES 25 DE JUNIO

Post grupo de Facebook

¡TU FE ES ÚNICA, TU CASULLA TAMBIÉN DEBE SERLO

Somos una empresa mexicana especializada en la confección de vestimenta religiosa y ornamentos litúrgicos. Elaboramos casullas, albas, estolas y accesorios con acabados artesanales, materiales de alta calidad y un profundo valor simbólico.

¡VEN Y CONÓCENOS!

Av. Ignacio L. Vallarta 2595, Jardines del Los Arcos, 44130 Guadaluajara, Jal.

33.3076.2676

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!

@CASULLAS_EXCLUSIVAS
 @CASULLAS EXCLUSIVAS

Casullas Exclusivas
 11K likes • 11K followers

Plantilla hecha por Sara

Imagen 51: Calendario de redes sociales (24)
Fuente: Elaboración propia

FACEBOOK/INSTAGRAM

POST 9

Video informativo de Canta misa

utiliza un sacerdote

Plantilla hecha por Cons

Imagen 52: Calendario de redes sociales (25)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 53: Calendario de redes sociales (26)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 54: Calendario de redes sociales (27)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 55: Calendario de redes sociales (28)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 56: Calendario de redes sociales (29)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 57: Calendario de redes sociales (30)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 58: Calendario de redes sociales (31)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 59: Calendario de redes sociales (32)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 60: Calendario de redes sociales (35)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 61: Calendario de redes sociales (36)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 62: Calendario de redes sociales (37)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 63: Calendario de redes sociales (36)
Fuente: Elaboración propia





Imagen 64: Calendario de redes sociales (38)
Fuente: Elaboración propia



Propuestas e Ideas de reels

El objetivo de estas propuestas es impulsar las ventas directas y al mismo tiempo generar conversación orgánica en redes sociales. A través de videos breves y visuales, buscamos mostrar el valor artesanal, la personalización y la exclusividad de cada casulla.

Se observó que los Reels con enfoque en el proceso artesanal, testimonios y disponibilidad inmediata son los que más interacción generan (comentarios, preguntas, mensajes por WhatsApp) y además se traducen en ventas reales. Por eso, las ideas están pensadas para humanizar la marca, educar al cliente y ofrecer contenido útil, atractivo y compartible.

Ideas de Reels:

- Mostrar el diseño a mano, corte de tela, bordado y el producto terminado sobre maniquí.
- “Color litúrgico del mes”
Reel mensual donde se muestra el color litúrgico con una casulla correspondiente y una breve explicación.
Ejemplo: “Junio, mes del Sagrado Corazón – Color litúrgico: Rojo”
- “¿Sabías qué?”
Datos curiosos de la historia de las casullas con imágenes de archivo y detalles de los diseños actuales.
Ejemplo: “¿Sabías que las casullas no siempre fueron como las conocemos hoy?”
- “Una casulla toma _ horas de bordado”
Mostrar el proceso a cámara rápida con un contador de horas.
Final: “Hecho con fe, hecho a mano”
- “Regalo perfecto para un sacerdote especial”
Estilo punto de vista: envolviendo la casulla, colocando tarjeta de agradecimiento.
Dirigido a quienes desean regalar sin mostrar al sacerdote.
- “De tela a obra terminada”
Corte rápido tipo TikTok: mostrar la tela, luego el mismo ángulo pero con la casulla ya terminada.
- “¿Cómo pedir tu casulla paso a paso?”
Guía visual:
 1. Elige tela
 2. Mide
 3. Personaliza
 4. Recibe

Para nuevos clientes que no saben cómo empezar.
- “Un día en el taller”
Mostrar el ambiente del taller, la tienda, el proceso hecho a mano de las casullas, etc.
- “¿Buscas un regalo con valor espiritual?”
Reel mostrando casullas, accesorios o prendas más accesibles como idea de regalo para ordenaciones, aniversarios o primeras misas.
- “¿Cómo cuidar correctamente tu casulla?” (Reel tipo tutorial)
Mostrar paso a paso cómo doblarla, cómo guardarla, cómo lavarla (lavado delicado, agua fría, no secadora), cómo planchar con vapor.
- “¿Por qué el Papa usó esa casulla?”
Mostrar a algún Papa o representante de la iglesia que haya usado una

casulla específica, explicar por qué eligió ese color y, al final, presentar nuestras casullas similares. Ejemplo: “¿Sabes por qué el Papa usó esta casulla blanca con dorado? No fue al azar. El color blanco representa pureza, gozo y solemnidad. El dorado se usa en las grandes celebraciones como Navidad o Pascua. Nosotros también tenemos casullas blancas con bordados dorados, hechas 100 % a mano.”

1. Estructura de Reels

Con el objetivo de fortalecer la presencia digital de Casullas Exclusivas, se diseñó una serie de ideas para Reels que respondieron tanto a los intereses del público como a las necesidades comerciales de la marca. Estas propuestas se enfocan en mostrar el valor artesanal, la personalización y el significado espiritual de cada pieza, al tiempo que generan interacción orgánica, confianza y cercanía con los clientes.

La estructura de cada Reel parte de un concepto central (informativo, emocional o comercial) y se apoya en elementos visuales como el proceso de confección, testimonios, curiosidades litúrgicas o demostraciones prácticas. Se priorizaron los formatos que ya han demostrado generar mayor interacción y conversiones reales, seleccionando únicamente aquellos que aportan valor, son fáciles de replicar y refuerzan la identidad de la marca.

1. “Color litúrgico

Mes: Julio – Tiempo Ordinario

Estilo: Reflexivo, sereno, simbólico

 Voz en off:

“Julio es un mes que nos invita a caminar con esperanza.

Durante este tiempo, la Iglesia celebra el llamado Tiempo Ordinario, donde lo cotidiano se llena de sentido.

El color verde, protagonista de este mes, representa la esperanza: la vida que crece, la fe que se fortalece, la comunidad que camina unida.

Cada casulla verde que ves, es más que una prenda litúrgica... Es un símbolo de la promesa de Dios que florece en el alma.

Que este mes, vivamos con los ojos puestos en el cielo,

pero con los pies firmes en la tierra.


Casullas Exclusivas. Color, símbolo y fe.”


 Copy:

 Julio, tiempo para crecer en la fe.

El verde nos recuerda que la esperanza es parte del camino cristiano.
¿Ya conocías el significado del color litúrgico de este mes?

 "El Señor es mi pastor... en verdes praderas me hace descansar." (Sal 23)

 Vive el color. Vive la liturgia.

 Hashtags sugeridos: #ColorLitúrgico #TiempoOrdinario #EsperanzaCatólica

2. “¿Sabías qué?”

Tema: Evolución de la casulla

Estilo: Informativo, histórico, curioso

 Voz en off:

“¿Sabías que las casullas no siempre fueron como las conocemos hoy?”

En la antigüedad, eran mucho más cerradas y pesadas,
pensadas para ceremonias solemnes y frías iglesias de piedra.

Su forma ha cambiado con el paso de los siglos,
pero su significado permanece:
representar la dignidad del sacerdote y el misterio que celebra.

Hoy, en Casullas Exclusivas, diseñamos con respeto al pasado
y con creatividad hacia el presente.

Ligereza, elegancia y devoción... todo en una misma prenda.

Porque la historia de la liturgia... también se borda.”

 Copy:

 La historia también se borda...

Las casullas han cambiado con los siglos, pero su belleza sigue reflejando lo eterno.
Descubre el legado litúrgico que inspira nuestros diseños actuales.

👉 Cuéntanos en los comentarios:
¿prefieres los diseños clásicos o modernos?

📌 Hashtags sugeridos: #HistoriaLitúrgica #CasullasConTradición #¿SabíasQué

3. “Una casulla toma horas de bordado”

¿Alguna vez te has preguntado cómo se hacen las casullas de los sacerdotes?

No es una fábrica. No es en serie.
Cada casulla comienza con una tela...

Un diseño pensado, una intención bordada.
Manos que cortan, que cosen, que rezan mientras crean.
Aquí no se trabaja con prisa, se trabaja con fe.
En Casullas Exclusivas todo es artesanal.
Cada puntada tiene un propósito.
Cada casulla es única, como la vocación que la viste.

- selección de tela
- borado

Y...
Estas casullas que estás viendo están terminadas y con descuento.
¿Te gustó alguna?
Mádanos mensaje o escríbenos por WhatsApp al 378 711 4545
y te decimos cuáles están disponibles.

🌟 Entrega inmediata. Piezas únicas. No se repiten.
Vestir lo sagrado también puede ser especial... y accesible.


4. “Regalo perfecto para un sacerdote especial”

¿Buscas un regalo para un sacerdote y no sabes por dónde empezar?
Aquí te damos 5 opciones que no fallan —y todas las tenemos disponibles en Casullas Exclusivas:

1. Una casulla artesanal
Nada más simbólico que regalar la prenda principal del altar, hecha 100% a mano y personalizada.
2. Una imagen de su santo o virgen favorita
Un detalle devocional que puede acompañarlo en su espacio personal o ministerio.
3. Una estola bordada
Perfecta para uso diario. Ligera, práctica y siempre necesaria.
4. Una palia
Un regalo sutil pero muy valorado, lleno de detalles litúrgicos.

5. Un alba elegante
Fundamental para toda celebración. Cómoda, limpia y solemne.
6. meter las casullas con descuento

Todos estos regalos pueden personalizarse y entregarse con presentación especial.


 Si estás por sorprender a un sacerdote en su ordenación, aniversario o cumpleaños...

Escríbenos al 378 711 4545 y te ayudamos a elegir el mejor.

5. “De tela a obra terminada”

Tema: Proceso creativo

Estilo: Creativo, visual, simbólico

 Voz en off:

“Todo comienza con una tela.

Un lienzo en blanco...
que poco a poco se transforma en algo sagrado.


Bordados, cortes, hilos dorados...
y muchas horas de dedicación.


Así nacen los trabajos especiales.

De lo simple... a lo eterno.

Casullas Exclusivas.
Pasión, fe... y arte.”

 Copy:

 Todo comienza con una tela... y termina con un símbolo de fe.
Cada casulla es el resultado de transformar lo ordinario en algo sagrado.


 ¿Ya viste cómo nace una obra litúrgica?

Déjate sorprender por el proceso.

 Hashtags sugeridos: #ObraDeFe #CasullaTerminada #LiturgiaConEstilo

6. “¿Cómo pedir tu casulla paso a paso?”

Estilo: Práctico, claro, acogedor

 Voz en off:

“¿Es tu primera vez pidiendo una casulla personalizada?
No te preocupes. Aquí te guiamos paso a paso:

- 1 Elige la tela que más se adapte a tu estilo litúrgico.
- 2 Toma tus medidas, o visítanos y te ayudamos.
- 3 Personaliza con bordados, colores y símbolos significativos.
- 4 Recíbela lista, hecha a mano con amor y oración.

Así de fácil es llevar tu vocación a otro nivel con Casullas Exclusivas.


Contáctanos y comienza tu diseño.”

 Copy:

 ¿Primera vez pidiendo tu casulla?

Aquí te explicamos cómo hacerlo en 4 pasos muy sencillos. Porque vestir tu fe no tiene por qué ser complicado.

 Escríbenos y comencemos tu diseño personalizado.

 #CasullasPasoAPaso #GuíaLitúrgica #VestirLaVocación #CasullasExclusivas

Nuevas Propuestas ventas/digitales

Se diseñó un conjunto de iniciativas que generen contenido constante, eleven el valor percibido de la marca y detonen ventas directas mediante promociones específicas, conexión emocional con los clientes, y estrategias de fidelización y referidos.

"Casulla del Mes"

- Cada mes se presenta una casulla destacada con promoción limitada (envío gratis, bordado personalizado o descuento especial).
- Genera urgencia y contenido constante.

"Primera Casulla" – Kit de Ordenación

- Paquete especial para sacerdotes recién ordenados: casulla + estola + medalla de regalo.

- Promoción exclusiva con copia emotiva y personalizada.
- Ideal para captar nuevos clientes a largo plazo.

"Recomienda y Gana"

- Programa de referidos para sacerdotes: si recomiendan la marca y su contacto compra, ambos reciben beneficio.
- Aumenta ventas por confianza boca a boca.

"Colección de los Santos"

- Casullas inspiradas en santos: San Juan Pablo II, San Francisco de Asís, San José, etc.
- Cada diseño incluye historia visual y simbología.
- Aumenta el valor emocional y el storytelling.

"Casulla Express"

- Línea de casullas listas para envío inmediato (modelos básicos y universales).
- Captura ventas urgentes y prácticas.

"Altar Digital" – Galería de clientes

- Pedir a los sacerdotes que compartan fotos de ellos celebrando misa con nuestras casullas (con hashtag o mención).
- Genera contenido orgánico, comunidad y confianza social.

Creación de Etiquetas para Casullas

El objetivo de diseñar etiquetas para Casullas Exclusivas es fortalecer la identidad visual de la marca y elevar la percepción de valor de cada prenda. Al no contar previamente con etiquetas formales, se busca que estas piezas no solo cumplan una función informativa —como mostrar el modelo, código de barras e instrucciones de cuidado—, sino que también comuniquen el carácter artesanal, exclusivo y litúrgico de cada casulla. Incorporando frases como “Vestir lo sagrado” y elementos gráficos distintivos, las etiquetas se convierten en una extensión del producto: transmiten profesionalismo, generan confianza en el cliente y refuerzan la conexión emocional con la marca desde el primer contacto.

Imagen 65: Etiquetas para Casullas
Fuente: Elaboración propia



Automatización

Se crearon mensajes automatizados para Casullas Exclusivas con el objetivo de optimizar la atención al cliente en redes sociales, mejorar la velocidad de respuesta y mantener una comunicación coherente con la identidad de la marca.

Estos mensajes permiten responder de forma inmediata a preguntas frecuentes como precios, tiempos de entrega, ubicación y atención personalizada, brindando una experiencia más eficiente sin perder el toque cercano y profesional que caracteriza a la marca.

A continuación, se presentan los mensajes automatizados implementados para Messenger, comentarios en publicaciones e Instagram, así como sus objetivos y configuraciones clave.

En meta, se activaron mensajes tanto en Messenger como en Instagram

Imagen 66:

Fuente: Meta Business

Canal
¿Dónde quieres usar esta automatización?

Messenger

Instagram

Imagen 67:

Fuente: Meta Business

Estado	Nombre	Objetivo	Canal	
<input checked="" type="checkbox"/>	Respuesta instantánea	Saludar a las personas	Messenger Instagram	Editar
<input checked="" type="checkbox"/>	Preguntas frecuentes	Compartir información	Messenger Instagram	Editar

Imagen 68:

Fuente: Meta Business

Cuando sucede esto
Casillas Exclusivas está ausente.

Selecciona las horas en que estás ausente cada semana. También puedes actualizar tu estado a "Ausente" en la bandeja de entrada.

Dom
 Lun
 Mar
 Mié
 Jue
 Vie
 Sáb

(GMT-06:00) America/Mexico ...

Día Horario en que estás ausente

Dom 00:00-23:45

Sáb 14:00-23:45

Imagen 69 :
Fuente: Meta Business

- | | |
|--|--|
| <p>Aa Pregunta n.º 7
¿Qué materiales usan?</p> <p>Aa Pregunta n.º 8
¿Se puede personalizar alguna casulla o accesorio eclesiástico?</p> <p>Aa Pregunta n.º 9
¿Qué tipo de productos ofrecen además de casullas?</p> <p>Aa Pregunta n.º 10
¿Cuándo se empieza a trabajar el pedido?</p> <p>Aa Pregunta n.º 11
¿Cuál es la política de cancelación?</p> <p>Aa Pregunta n.º 12
¿Se aceptan cambios o devoluciones?</p> <p>Aa Pregunta n.º 13
¿Hacen envíos a toda la República o al extranjero?</p> | <p>Aa Pregunta n.º 1
¿Cuál es su horario de atención?</p> <p>Aa Pregunta n.º 2
¿Dónde están ubicados?</p> <p>Aa Pregunta n.º 3
¿Tienen algún catálogo?</p> <p>Aa Pregunta n.º 4
¿Cuáles son los costos y precios?</p> <p>Aa Pregunta n.º 5
¿Qué métodos de pago manejan?</p> <p>Aa Pregunta n.º 6
¿Dónde puedo contactarlos para hacer un pedido o resolver dudas?</p> <p>Aa Pregunta n.º 7
¿Qué materiales usan?</p> <p>Aa Pregunta n.º 8
¿Se puede personalizar alguna casulla o accesorio eclesiástico?</p> |
|--|--|

Respuesta de Saludo
Imagen 70:
Fuente: Meta Business

Respuesta instantánea Activado

Responde el primer mensaje que alguien te envíe por Messenger o Instagram. Puedes personalizarlo para saludar a esa persona, ofrecerle más información o indicarle cuándo responderás.

Canal
¿Dónde quieres usar esta automatización?

Messenger

Instagram

Cuando sucede esto
Casullas Exclusivas recibe un mensaje en las plataformas seleccionadas.

Realizar esta acción
Responde al cliente al instante.

Mensaje

¡Hola Casullas x ! Gracias por ponerse en contacto con nosotros. Recibimos su mensaje y agradecemos su interés, nos pondremos en contacto con usted lo más pronto posible. 179/500

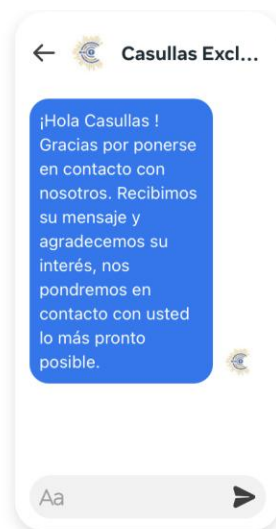
[Más información sobre la automatización](#)

Imagen 71, 72,73,:

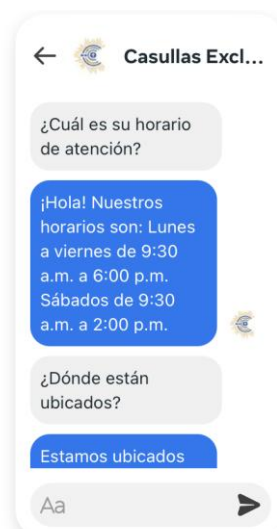
Fuente: Meta Business



Mensaje fuera de horario



Mensaje instantáneo



Preguntas frecuentes

Cotización Etiquetas

El objetivo de esta cotización es encontrar al proveedor que ofrezca la mejor relación entre calidad, cantidad mínima accesible y precio por unidad para la producción de

etiquetas que acompañarán cada casulla artesanal. Luamia Paper y Daniel Serrano destacan por permitir pedidos desde 100 piezas, ideal si buscas una producción más controlada o prototipos.

Fue un tamaño de Altura: 12 cm, Ancho: 7.5 cm

Luamia paper

- \$760 con foil y \$650 sin foil, las 100 pzas (Pueden ser menos piezas)
- Es papel de 350gr y se le aplica laminado ya sea mate o brillante, el que sea de su preferencia
- Para comenzar con el proceso es necesario 50% de anticipo y el resto lo pueden liquidar al momento de la entrega
- Entregas a domicilio con costo según la zona o, pueden pasar a recoger su paquete a cualquier sucursal de paquetería Casa Blanca

DATESA

- Mínimo 5000 piezas
- Precio por etiqueta \$2.19
- Total \$10,950

Imagen 74: Cotización

Fuente: Proveedor DATESA

Atención: **Cons Montelongo** Guadalajara, Jalisco, 27 de junio de 2025
Teléfono **33 2646 7410** Email

Por medio de la presente, nos permitimos someter a su amable No. Cotización **25-137**

CANT.	PRODUCTO	MATERIAL MEDIDA	DETALLES DE PRODUCTO	MARCA	PRECIO	TOTAL
5,000	PRESENTACION COLGANTE	CARTON 75X120 MM	IMPRESIÓN 5 TINTAS + EMPAME + SUAJE + OJILLO METALICO	CASULLAS	\$2.19	\$10,950.00

TIEMPO DE ENTREGA PARA ETIQUETAS ES DE 3/4 SEMANAS / EN HERRAJES ES DE 4/5 SEMANAS	SUBTOTAL	\$10,950.00
UNA VEZ AUTORIZADO EL DISEÑO CORRE TIEMPO DE ENTREGA	IVA 16%	\$1,752.00
EN LA CANTIDAD SIEMPRE EXISTE LA PROBABILIDAD DE UN 20% (+/-) SE PAGA LO QUE SALE	TOTAL	\$12,702.00
EL COLOR PUEDE VARIAR 10% (+/-)	ANTICIPO	\$6,351.00
ES NECESARIO EL 50% DE ANTICIPO / EL IMPORTE ES MAS IVA SIN EXCEPCIÓN ALGUNA		

IMAGEN y / o BOCETO DE REFERENCIA	CUENTAS BANCARIAS FISCALES
	VICTOR HUGO MENDOZA LOPEZ CTA: 13-08-42-52-43 Clave Interbancaria 072-320-013-084-252-430 TARJETA DÉBITO 4189-2810-0055-7398 R.F.C. MELV830120-1R1  COSTO DE PAQUETERÍA NO INCLUIDO EN COTIZACIÓN

ETIQUETAS PARA ROPA Santa Tere

- Mínimo 5000 piezas
- Sin empalmar quedaría en \$1 peso , si fuera empalmada en 1.30
- Total=\$5000 o \$6,500

Medidas Nuevas

10 cm por alto por 6.5 por ancho

Empalmado con bajo relieve = \$1.5 pesos la pieza = \$7500 (por las 5000 piezas)

Cartón sencillo con bajo relieve = \$1.20 pesos la pieza = \$6000 (por las 5000 piezas)

Daniel Serrano

- \$680 100 pzs

Imagen 75 : Tabla cotización

Fuente: Elaboración propia

Cotizaci_n_de_Etiquetas_para_Casullas_Exclusivas

Proveedor	Costo Total	Precio Unitario	Mínimo de Piezas	Notas
Luamia Paper	\$760 (foil) / \$650 (sin foil)	\$7.60 / \$6.50	100	Foil opcional, papel 350g con laminado, 50% anticipo
DATESA	\$10,950.00	\$2.19	5000	Producción mínima alta, entrega sin más detalles
Etiquetas Santa Tere	\$5,000.00	\$1.00	5000	Precio sin empalmar
Etiquetas Santa Tere (empalmada)	\$6,500.00	\$1.30	5000	Precio con empalmar
Daniel Serrano	\$680.00	\$6.80	100	Precio cerrado por 100 piezas

Nueva Propuesta de Pauta

Objetivo de campaña:

Generar mensajes de personas interesadas en comprar una casulla bordada a mano para un sacerdote. La campaña busca destacar el valor simbólico del regalo, la calidad artesanal y aprovechar el interés por piezas exclusivas-.

Presupuesto sugerido:

- **México:** \$1500 MXN por 7 - 10 días

Reel de significado de Casulla

Segmentación sugerida:

Hombres y mujeres 23-60 años

Ideas de Caption para el Reel

1. Hay padres que ya lo tienen todo. Pero no una casulla como esta. Bordadas a mano. En descuento. Con entrega inmediata.

📱 Escríbenos: <https://wa.link/v2591t>

2. Un padre entrega su vida al altar. Lo mínimo que merece es vestir algo digno de su vocación. Tenemos casullas bordadas, únicas y disponibles.

📱 Mándanos mensaje: <https://wa.link/v2591t>

3.No es solo una casulla. Es un símbolo que lo acompaña en cada Eucaristía. Hoy tenemos descuentos activos.

Escríbenos: <https://wa.link/v2591t>

Hashtags

#CasullasExclusivas #RegaloParaPadre
#Sacerdotes #VestimentaLitúrgica
#BordadoArtesanal #HechoEnMéxico
#RegalosReligiosos #LiturgiaConEstilo
#CasullasBordadas #FeYTradición
#ArteSagrado #RopaLitúrgica

CATÁLOGO FOTOGRÁFICO (carpeta)

El objetivo principal de entregar a “Casullas Exclusivas” un catálogo fotográfico organizado en una carpeta digital es brindar a la empresa una herramienta visual completa y funcional que les permita contar con todo el material generado a lo largo de las cuatro sesiones de fotos realizadas durante el desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional. Este catálogo reúne fotografías de producto, ambientes, detalles de las casullas, procesos de elaboración, así como imágenes pensadas específicamente para ser utilizadas en las redes sociales como Facebook e Instagram, en la parrilla de contenido y en los reels promocionales.

Las fotografías que se presentan en este documento son únicamente una selección representativa del total capturado en dichas sesiones. El resto del material se encuentra disponible dentro de la carpeta digital del catálogo, a la cual “Casullas Exclusivas” podrá acceder libremente para adaptar y reutilizar según sus necesidades. El link de acceso al catálogo completo puede consultarse en el Capítulo 7, correspondiente a los Anexos, donde se encuentra detallada toda la estructura de entrega. Esta entrega garantiza que “Casullas Exclusivas” cuente con

material propio y profesional, alineado a su identidad visual, para continuar con su desarrollo de marca en medios digitales y físicos.

Imagen 76 : Catálogo de producto

Fuente: Elaboración propia



Imagen 77: Catálogo de

Fuente: Elaboración propia



Imagen 78 : Catálogo de producto

Fuente: Elaboración propia



Imagen 79 : Catálogo de

Fuente: Elaboración propia



Copia de CATÁLOGO CASULLAS.pdf

Esta carpeta fue elaborada con el objetivo de documentar de forma visual y ordenada las telas disponibles en Casullas Exclusivas, incluyendo fotografías individuales de cada una, acompañadas de su número o clave correspondiente. La finalidad principal es contar con un catálogo visual que facilite la elección de materiales tanto para los dueños de la empresa como para sus clientes, ya sea para la elaboración de casullas u otras prendas personalizadas.

El catálogo fue concebido en formato digital para mayor practicidad, aunque queda completamente a discreción de la empresa decidir si desea imprimirlo para su consulta física. En este documento se presentará únicamente una muestra representativa de las fotografías que conforman dicho catálogo; sin embargo, la

carpeta completa con todas las imágenes está disponible en el capítulo 7, dentro del apartado de Anexos, para su revisión detallada.

Este insumo tiene como propósito servir como herramienta de apoyo para el proceso de personalización, selección de materiales y mejora de la atención al cliente dentro de "Casullas Exclusivas".

Imagen 80 : Catálogo de producto

Fuente: Elaboración propia



Imagen 81 : Catálogo de producto

Fuente: Elaboración propia

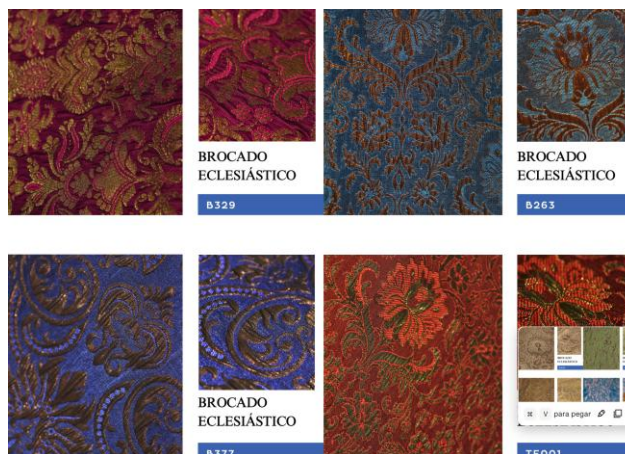


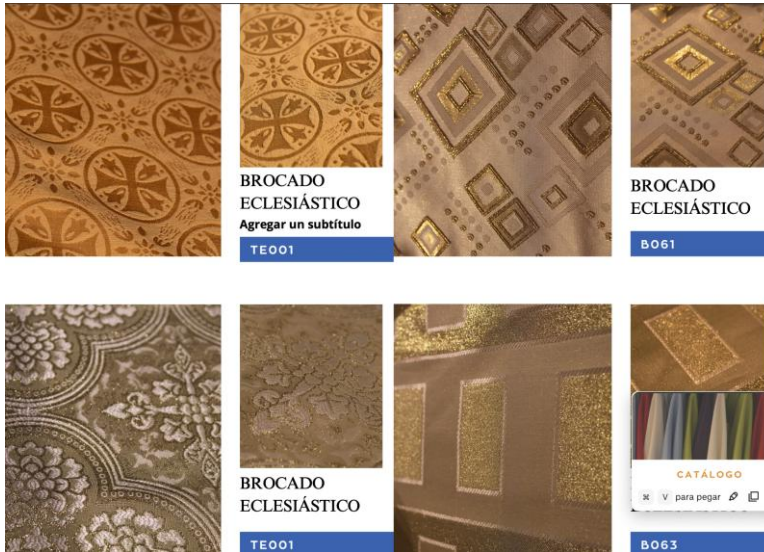
Imagen 82: Catálogo de producto

Fuente: Elaboración propia



Imagen 83 : Catálogo de producto

Fuente: Elaboración propia



Ideas de Reel para Padre Alex

El objetivo de estos guiones es generar cercanía con la audiencia y mostrar a "Casullas Exclusivas" como una marca humana, cálida y comprometida con lo espiritual y artesanal. A través de contenido creativo y emocional, se busca que los clientes se identifiquen con el proceso de elegir o personalizar su casulla, destacando la experiencia de compra como algo personal, simbólico y significativo, más allá de lo comercial.

1. "Los susurros de las casullas"

El padre toca una casulla y se escucha un susurro sutil (voz femenina):

— "Soy perfecta para el domingo de Pascua..."

Toca otra:

— "Contigo hasta el último canto..."

Última:

— "Hazme brillar en tu homilía."

Él queda paralizado. Texto:

Sí, padre... a veces las casullas te eligen a ti.

2. "Antes y después"

Pantalla dividida:
Izquierda: padre con casulla vieja, apagada, él con cara seria.
Derecha: entra a Casullas Exclusivas, se prueba una nueva, se mira al espejo, sonrío.

(poner un texto sobre la pantalla)

3. "Día de shopping"




Planos cortos:

- Padre entrando a la tienda
 - Mirando casullas con emoción
 - Tocando los tejidos
 - Probándose frente al espejo
 - Tú diciéndole "esa" con una sonrisa
- Final: Él caminando hacia la puerta con su nueva casulla, feliz.

(poner un texto sobre la pantalla llamativo)

4. "¿Cuál me queda mejor?" (tipo encuesta)

Padre se prueba 3 casullas distintas, una tras otra.
Cada vez que sale, aparece en pantalla:

Opción	A	
Opción	B	
Opción	C	

Final:
Ayúdale a elegir la ideal.
¿Con cuál se queda?

5. "El padre indeciso" (tipo TikTok)

Padre mira dos casullas.
Mira una, suena música de tensión.
Mira la otra, suena campanas celestiales.
Regresa a la primera... otra música.
Final: corte con él llevándose ¡las dos!

Texto: Cuando no puedes escoger... porque ambas son divinas.

Tarjeta de presentación

El objetivo de diseñar las tarjetas de presentación para Casullas Exclusivas es brindar a los dueños una herramienta práctica, accesible y profesional que les permita compartir fácilmente la información de contacto con los clientes. Al incluir el número de celular, correo electrónico, dirección de la tienda y un código QR directo a WhatsApp, se busca facilitar la comunicación, resolver dudas de manera inmediata y fortalecer la relación con los clientes. Estas tarjetas surgen como respuesta a la necesidad expresada por los propios dueños, quienes mencionaron que frecuentemente les solicitaban una tarjeta con datos de contacto, por lo que ahora podrán entregarlas de forma rápida, ordenada y efectiva.

Propuesta 1.

Imagen 84: Tarjeta de presentación (1)

Fuente: Elaboración propia



Imagen 85: Tarjeta de presentación (2)

Fuente: Elaboración propia



Propuesta 2

Imagen 86 : Tarjeta de presentación (4)
Fuente: Elaboración propia



Imagen 87: Tarjeta de presentación (4)
Fuente: Elaboración propia



Análisis de métricas y resultados

El objetivo de esta revisión es **comparar el estado actual de las redes sociales (Instagram y Facebook)** con respecto a cómo se encontraban al inicio del verano, para evaluar el impacto real de las estrategias de contenido y pauta publicitaria, identificar qué funcionó, qué audiencia se está atrayendo y tomar decisiones con base en datos.

1. Views (Vistas)

Cantidad total de veces que se visualizó el contenido, sin importar si fue la misma persona varias veces.

- Instagram: 180,500 vistas (aumento de 4,914 %)
- Facebook: 90,300 vistas (aumento de 759 %)

Esto indica un crecimiento muy alto, especialmente en Instagram, donde el contenido fue ampliamente difundido, probablemente gracias a un buen uso de reels, diseño visual atractivo y pauta activa.

2. Content Interactions (Interacciones con el contenido)

Suma de todas las acciones realizadas en tus publicaciones: likes, comentarios, compartidos, guardados, clics en enlaces.

- Instagram: 6,800 interacciones
- Facebook: 914 interacciones

Las interacciones reflejan el nivel de conexión que genera tu contenido. Instagram está generando más respuestas emocionales o interés, lo que lo posiciona como tu plataforma más fuerte.

3. Messaging Contacts (Contactos por mensaje)

Número de personas que te escribieron los últimos 28 días directamente desde una publicación o anuncio.

- Instagram: 41 mensajes (incremento del 583 %)
- Facebook: 37 mensajes (incremento del 1,800 %)

Estos números reflejan intención de compra o al menos interés directo en los productos. Facebook tiene menos vistas, pero una tasa de conversión a mensajes muy alta.

4. Followers (Seguidores nuevos)

Cantidad de personas que decidieron seguir tu cuenta tras ver el contenido.

- Instagram: 1,600 seguidores nuevos
- Facebook: 100 seguidores nuevos

Instagram no solo está trayendo más vistas, sino también seguidores de forma orgánica, lo que fortalece tu comunidad a largo plazo.

Métricas por publicación

Ejemplo: Publicación "¿Sabías que el dorado puede reemplazar al blanco?"

- Vistas: 3,720
- Buen número de compartidos y comentarios

- Posiblemente más de 100 interacciones

Este tipo de contenido funciona bien porque educa, es claro, directo y aporta valor. Genera conversación y engagement tanto con seguidores como con usuarios nuevos.

Alcance orgánico vs no seguidores

En los posts analizados, la mayoría de las vistas provienen de personas que no te siguen. En algunos casos más del 55 %. Eso significa que Instagram está mostrando tu contenido a más gente a través de la sección de explorar o reels, lo cual es señal de que el algoritmo lo considera relevante.

Demografía de la audiencia

- Género predominante: hombres (80 a 87 %)
- Rango de edad dominante:
 - 25 a 34 años: 44 a 46 %
 - 35 a 44 años: 20 a 22 %
 - 18 a 24 años: 20 a 24 %

Esto indica que tu contenido está conectando con adultos jóvenes, probablemente sacerdotes, seminaristas o encargados de parroquias. Esta información es clave para definir tono de voz, diseño visual, frecuencia y tipo de publicaciones.

Las métricas reflejan un crecimiento acelerado en alcance, interacción y conversiones potenciales. Instagram es claramente la plataforma más fuerte, mientras que Facebook, aunque con menor alcance, tiene buena respuesta en mensajes. Las publicaciones educativas, visuales y con enfoque litúrgico generan mejores resultados que las promocionales sin contexto.

Comparativo: Inicio vs Final del Verano

Tabla 3: Comparativo de Métricas de Inicio de Verano a Final.

Fuente: Meta Business

Métrica	Inicio del verano	Final del verano (ahora)	Cambio
----------------	--------------------------	-------------------------------------	---------------

Vistas (Instagram)	584 (mejor publicación)	180,500 (total en 28 días)	+30,800 %
Vistas (Facebook)	502 (mejor publicación)	90,300 (total en 28 días)	+17,900 %
Mensajes recibidos	2	41 (Instagram) / 37 (Facebook)	+3,900 %
Seguidores nuevos (Instagram)	No reportados / crecimiento lento	1,600	Exponencial
Interacciones (Instagram)	10 (en mejores posts)	6,800	+67,900 %
Interacciones (Facebook)	-	914	Alto
No seguidores viendo contenido	36–41 %	50–55 % promedio	Mayor alcance orgánico

Conclusiones clave

1. Alcance

Pasó de tener **cientos de vistas por post** a **decenas de miles por semana**. El cambio más importante está en la adopción de reels y pauta bien dirigida, lo que multiplicó la exposición de la marca.

2. Interacción

Antes casi no había comentarios ni compartidos. Ahora hay publicaciones con **más de 100 interacciones** y participación activa (guardados, compartidos, mensajes).

3. Conversión

En el inicio del verano, **solo 2 personas escribieron por mensaje directo**, lo que sugería que no había un llamado claro a la acción. Ahora se están recibiendo

docenas de mensajes por semana, lo cual refleja un crecimiento real en el interés comercial.

4. Seguidores

De crecimiento lento y limitado, ahora pasaste a sumar más de **1,600 seguidores nuevos en menos de un mes**, todos impulsados por contenido útil, visual y educativo.

5. Tipo de contenido más exitoso

En ambos periodos se nota que los mejores resultados vienen de:

- Videos mostrando casullas con detalle.
 - Contenido detrás de cámaras.
 - Reels que resuelven dudas litúrgicas.
- Pero al principio no se estaban ejecutando de forma constante. Ahora sí.

Conclusión general

La comparación muestra que el trabajo realizado en verano tuvo un impacto fuerte y positivo. No solo aumentó el alcance, sino también la calidad de la interacción y la intención de compra. Instagram se consolidó como el canal más importante, y Facebook como un soporte que genera contactos directos. La comunidad creció, el contenido es más compartido, y la marca tiene una presencia más clara y profesional.

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

Aprendizajes profesionales

Reflexión sobre las competencias desarrolladas de la propia profesión. Beneficios académicos profesionales obtenidos por parte del alumno al desarrollar el Proyecto de Aplicación Profesional. Experiencia multidisciplinaria o interdisciplinaria, si la hubo.

Sara Maria Martinez: Durante mi PAP en Casullas Exclusivas, pude aplicar conocimientos clave de mi carrera como la estrategia digital, la generación de contenido enfocado en audiencias específicas y el análisis de resultados. Fue la primera vez que trabajé con un producto tan cargado de simbolismo, lo cual me retó a comunicar con mayor sensibilidad y propósito.

Uno de los mayores aprendizajes fue entender cómo conectar con un nicho tan particular, como lo es el público religioso, sin dejar de lado la creatividad ni el enfoque comercial. Analizar lo que funcionaba, ajustar ideas y ver cómo ciertos contenidos generaban interacción real y ventas me ayudó a reforzar mi pensamiento estratégico.

Además, este proyecto me hizo reflexionar sobre el valor de lo artesanal en el contexto actual, donde lo hecho a mano compite en un mercado digital. Confirmé que quiero ser una profesional capaz de contar historias auténticas, que comuniquen valor y generen impacto.

Ana Paula Garcia: Diseñar e implementar estrategias de comercialización digital para Casullas Exclusivas me permitió aplicar conocimientos fundamentales de mi carrera en un escenario real, enfrentando retos concretos del comercio electrónico, la comunicación digital y el posicionamiento de marca. A través de la mejora de sus redes sociales, la creación de contenido visual y la difusión del programa de fidelización Fidelis, desarrollé competencias clave como la gestión de campañas digitales, el diseño estratégico de contenidos, y la evaluación de métricas para medir resultados.

Esta experiencia fortaleció mis capacidades de análisis, planeación y toma de decisiones, al mismo tiempo que me enseñó a adaptarme a un mercado especializado y tradicional como lo es el de la vestimenta litúrgica.

Constanza Montelongo Castillo: Durante el desarrollo del PAP en “Casullas Exclusivas”, viví una experiencia muy enriquecedora que me permitió desarrollar de manera profunda mis conocimientos teóricos con su aplicación real, en un contexto completamente nuevo para mí. Desde el inicio supe que me enfrentaría a un gran reto, ya que nunca antes había trabajado en un ámbito relacionado con lo litúrgico, ni conocía de cerca las particularidades del mercado eclesiástico. Mi formación previa se había desarrollado en empresas de otro sector, por lo que esta oportunidad representó una gran oportunidad para ampliar mis saberes profesionales y personales.

Uno de los principales aprendizajes profesionales fue la capacidad de adaptarme rápidamente a un entorno completamente distinto. Me vi en la necesidad de investigar, aprender y comprender el simbolismo de las casullas, su historia, los

elementos que las componen y su valor dentro de la tradición católica. Entender su uso, los colores litúrgicos, las formas y los tiempos en los que se utilizan fue clave para poder desarrollar estrategias de comunicación adecuadas y respetuosas. Este proceso fue esencial para lograr que el contenido y la imagen de la marca estuvieran alineados con su propósito espiritual y artesanal.

En cuanto a competencias, desarrollé habilidades genéricas como el trabajo en equipo, la comunicación efectiva, la escucha activa, la planificación y la gestión del tiempo. También fortalecí competencias propias de mi carrera como el análisis de mercado, el diseño de estrategias de marketing digital, la producción de contenido audiovisual y la elaboración de material gráfico alineado con la identidad de marca. Pude aplicar mis conocimientos en herramientas como Canva, CapCut y redes sociales, se configuró respuestas automáticas, diseño de catálogos digitales y participar en la creación de etiquetas físicas para los productos, se hicieron documentos de respuestas rápidas, documento de objeciones, carpetas de las fotos y videos tomadas en el establecimiento del negocio, documentos de contenido de publicidad y marketing digital, entre muchas cosas más. Además, fui parte de retroalimentar y enseñar a los dueños de la empresa a mejorar su atención al cliente, explicándoles la importancia de este pilar y de responder con rapidez, claridad y empatía sobre la atención al cliente y todo lo que implica.

Trabajar en “Casullas Exclusivas” me permitió también desarrollar una perspectiva multidisciplinaria. Aprendí de mis compañeras, que venían con experiencias y conocimientos diferentes, y juntas logramos un trabajo integral que combinó diseño, comunicación, estrategia y análisis. Nuestra colaboración fue clave para el éxito del proyecto. Además, enfrentamos juntos los desafíos de crear contenido para un público específico que espera respeto, sensibilidad y profundidad. Esto me obligó a poner a prueba mis saberes, especialmente mi capacidad de análisis y mi sensibilidad cultural.

Uno de los principales desafíos fue la pauta en redes sociales, ya que no podríamos segmentar o publicar con la libertad que quisiéramos por tratarse de un producto religioso. Eso nos obligó a pensar estratégicamente, a elegir con cuidado los videos que mejor funcionaban y a repetir fórmulas que ya habían demostrado buenos resultados. También enfrentamos dificultades en el seguimiento con algunos miembros del equipo de Casullas Exclusivas, lo que nos llevó a aprender a trabajar con lo que teníamos, a ser resolutivos y creativos.

Hoy me siento mucho más preparada para enfrentar nuevos proyectos. Sé cómo establecer objetivos claros, cómo llevar a cabo campañas de contenido, cómo comunicar con respeto, y cómo aportar valor en entornos diversos. Además, entendí

que la profesionalización no está solo en las grandes empresas, sino también en los pequeños negocios que hacen un trabajo con pasión, entrega y calidad.

Daniela Laveaga Vaca: Trabajar en el Proyecto de Aplicación Profesional para Casullas Exclusivas fue una experiencia que me permitió ampliar mi visión profesional y personal en un ámbito que desconocía por completo: el sector litúrgico. Enfrentarme a un mercado tan particular me llevó a desarrollar una gran capacidad de aprendizaje autónomo, ya que tuve que familiarizarme con conceptos, tradiciones y valores que son fundamentales para conectar con un público muy específico.

Durante este proceso, descubrí la importancia de combinar el conocimiento técnico con una profunda sensibilidad cultural y espiritual. No bastaba con diseñar campañas o gestionar contenidos; era imprescindible entender el simbolismo detrás de cada casulla, su significado y la tradición que la envuelve para poder comunicar de forma auténtica y respetuosa. Esto me obligó a desarrollar habilidades de investigación, análisis cultural y empatía, competencias que enriquecieron significativamente mi perfil profesional.

Desde el punto de vista académico y práctico, fortalecí mis capacidades en marketing digital y creación de contenidos, pero también aprendí a ser más flexible y creativa frente a las limitaciones del negocio. Trabajar con mis compañeras también fue una manera muy enriquecedora de ver los proyectos y el buen trabajo en equipo es con lo que más me quedo.

En cuanto a mi proyecto de vida, este trabajo reafirmó mi interés por proyectos que no solo busquen rentabilidad, sino que también generen un impacto positivo y auténtico en comunidades específicas. Aprendí a adaptar mis habilidades y conocimientos para atender necesidades particulares y a comunicar con respeto y sensibilidad, cualidades que considero esenciales para crecer como profesional y como persona.

Aprendizajes sociales

Reflexión y análisis del impacto social de la aplicación profesional colaborativa. Contribución para la sociedad.

Sara Maria Martinez: En Casullas Exclusivas entendí que incluso un proyecto pequeño puede tener impacto social si se comunica con intención. Al resaltar el valor de lo artesanal y lo simbólico, contribuí a revalorizar una tradición importante. Fortalecí mi capacidad para planear, tomar decisiones y evaluar resultados con base en objetivos claros, siempre buscando que el contenido conectara con las

personas desde lo emocional y lo significativo. Confirmé que mi trabajo puede aportar a una economía más humana, con propósito y visión social.

Ana Paula Garcia: Este proyecto me permitió entender cómo el diseño y la implementación de estrategias digitales pueden tener un impacto directo en sectores que tradicionalmente han estado alejados del entorno tecnológico. La posibilidad de contribuir al crecimiento de una empresa local como Casullas Exclusivas, que busca expandirse a nuevos mercados sin perder su esencia artesanal y religiosa, me hizo más consciente del poder que tienen las herramientas digitales.

La difusión del programa de lealtad Fidelis, así como el fortalecimiento de la comunicación visual de la marca, contribuyeron a visibilizar su propuesta de valor frente a audiencias nuevas y diversas.

Constanza Montelongo Castillo: En el aspecto social, me di cuenta del impacto que nuestro trabajo podía tener en un proyecto local como “Casullas Exclusivas”. Aportamos ideas para dignificar lo hecho a mano, visibilizar oficios tradicionales y destacar el valor del consumo local. Nuestra estrategia de contenido digital no solo sirvió para atraer más clientes, sino también para educar al público sobre la importancia cultural y espiritual de las casullas. Fue muy satisfactorio ver cómo el trabajo universitario puede tener un alcance real en la comunidad, y cómo desde una pequeña empresa se puede generar un gran cambio.

Además, nuestros servicios ayudaron a que el público valorara el trabajo artesanal y que “Casullas Exclusivas” tiene un compromiso ético con sus colaboradores. Desde nuestra labor profesional aportamos bienes sociales como información educativa, visibilidad para el arte litúrgico, apoyo a la economía local, e incluso reforzamos la identidad de una empresa que busca conservar valores y tradiciones. Este conocimiento que aplicamos puede replicarse en otros proyectos similares, pues aprendimos a adaptarnos al entorno, a identificar las necesidades del cliente y a diseñar soluciones específicas y realistas.

Mi visión del mundo social se amplió. Ahora reconozco que mi profesión puede tener impacto más allá de lo comercial: puede generar visibilidad para causas, para oficios no tan conocidos, para productos que tienen un trasfondo profundo. Mis supuestos sobre la mercadotecnia se reforzaron, ya que el marketing no solo es una herramienta para vender, hoy sé que puede ser un medio para educar, emocionar y preservar.

Daniela Laveaga Vaca: Durante mi participación en el proyecto con Casullas Exclusivas, comprendí que incluso los negocios más pequeños pueden ser agentes de transformación social cuando se alinean con valores auténticos y se conectan de manera significativa con su comunidad. Aunque a primera vista parecía un emprendimiento dedicado únicamente a la venta de artículos litúrgicos, pronto descubrí que detrás de cada casulla había una historia de fe, identidad, vocación y pertenencia, que lo convertía en un vehículo para fortalecer el tejido social en comunidades religiosas.

Este proyecto me permitió desplegar la creatividad y el espíritu emprendedor. Un impacto que considero especialmente significativo fue la creación de contenido con propósito: piezas visuales, testimonios y dinámicas en redes que no solo promovían productos, sino que fortalecían la conexión espiritual, celebraban la identidad religiosa y fomentaban el orgullo por la vocación sacerdotal.

Hoy tengo una visión del mundo más empática y realista. Sé que los proyectos profesionales pueden y deben tener un impacto social duradero, y que ese impacto no solo se mide en cifras, sino en conexiones humanas, en reconocimiento y en sentido. Lo aprendido en este proyecto me acompañará en cada paso futuro, especialmente al buscar que mi trabajo no solo sea funcional, sino también útil, justo y con valor para los demás.

Aprendizajes éticos

Reflexión ética, tanto valoración personal y colectiva de la experiencia.

Sara Maria Martinez: El PAP me enfrentó a decisiones concretas: cómo comunicar una marca religiosa sin convertirla en algo superficial, cómo mostrar respeto por lo litúrgico sin perder el enfoque comercial. Elegí priorizar el sentido y la intención sobre lo meramente visual o “tendencia”, y eso cambió mi forma de ver mi rol profesional.

Esta experiencia me hizo cuestionarme cómo quiero comunicar, a quién quiero servir con lo que hago y desde dónde lo hago. No fue solo una práctica profesional, fue una experiencia que me exigió coherencia entre lo que pienso, lo que creo y lo que ejecuto.

Después del PAP, entiendo que ejercer mi profesión no es solo aplicar estrategias, sino también tomar postura. Y la mía es clara: quiero trabajar con marcas o

proyectos que construyan, que respeten lo que representan y que generen vínculos reales con las personas.

Ana Paula Garcia: Tomar decisiones durante la ejecución de este PAP implicó siempre considerar el respeto a la identidad de la marca, la fidelidad al mensaje que desea comunicar, y el impacto que nuestras acciones podrían tener en su reputación y relación con los clientes. Elegir cómo comunicar el valor de las casullas, qué tono usar en redes sociales y cómo construir confianza con nuevos públicos, fueron decisiones que asumimos con responsabilidad, sabiendo que la ética en la comunicación es tan importante como la creatividad.

Esta experiencia me invita a ejercer mi profesión con más conciencia, recordando que detrás de cada proyecto hay personas, historias y valores que deben ser cuidados. A partir de este PAP, tengo más claro que quiero ejercer mi carrera aportando valor real y respetando siempre la esencia de las marcas con las que colabore.

Constanza Montelongo Castillo: Desde lo ético, entendí la gran responsabilidad que conlleva comunicar productos con una carga simbólica tan fuerte como lo son las casullas. Cada imagen, cada palabra y cada mensaje tenía que estar bien pensado para no ofender a ningún sector religioso. Este proceso me enseñó a tomar decisiones más conscientes, basadas en la investigación y el respeto, considerando el impacto que nuestras acciones pueden tener en comunidades específicas. Me volví más cuidadosa en mi manera de comunicar y eso fortaleció mi criterio profesional.

También aprendí que en proyectos como este, donde se trata con elementos sensibles y públicos diversos, la ética profesional debe estar presente en todo momento. En conjunto con mis compañeras, aprendimos a dialogar, a aceptar críticas y a ajustar nuestros contenidos con base en valores como el respeto, la empatía y la responsabilidad.

Daniela Laveaga: El Proyecto de Aplicación Profesional en Casullas Exclusivas me invitó a reflexionar profundamente sobre el ejercicio ético de mi profesión, no solo desde lo técnico, sino desde la manera en que me relaciono con las personas, los valores que comunico y el impacto que genero con cada decisión. Trabajar con un público vinculado a la fe y lo espiritual me hizo aún más consciente de la responsabilidad que implica comunicar con respeto, evitar la superficialidad y actuar con coherencia entre lo que se ofrece y lo que se transmite.

Una de las decisiones más importantes que tomé fue priorizar el contenido con propósito por encima del contenido meramente comercial. Esta decisión generó un tipo de conexión mucho más genuina con el público, y reafirmó en mí la importancia de trabajar con autenticidad.

La experiencia vivida me lanza a ejercer mi profesión con una mirada más humana, más crítica y más responsable. Me recordó que detrás de cada proyecto hay personas, historias, identidades y contextos que merecen ser valorados. No se trata solo de lograr resultados, sino de hacerlo de una manera ética, cuidando la dignidad de los otros y fomentando un impacto positivo.

Aprendizajes en lo personal

Reflexión de lo que la experiencia ha aportado en y para tu vida.

Sara Maria Martinez: Este PAP me ayudó a conocerme mejor, a descubrir que me siento más motivada cuando trabajo en proyectos con significado y fondo. Aprendí que disfruto comunicar desde lo auténtico y conectar con personas que valoran lo simbólico y lo hecho con intención.

También me permitió ver otras formas de vivir la fe, el arte y el consumo, y eso me ayudó a ser más empática y abierta. Me quedo con la certeza de que quiero construir un proyecto de vida profesional que combine propósito, creatividad y conexión real con las personas.

Ana Paula Garcia: Haber trabajado por segunda vez con Casullas Exclusivas me permitió no solo dar continuidad a un proceso que inició con diagnóstico y propuesta, sino también experimentar la evolución de un proyecto real desde sus primeras ideas hasta su implementación. Esta segunda etapa me retó a profundizar en mis conocimientos, a asumir nuevas responsabilidades y a demostrar mayor iniciativa, pero sobre todo, a darme cuenta de cuánto he crecido como persona y como profesionista.

En lo personal, fue muy valioso reconocer los avances logrados a lo largo del tiempo, así como los retos que aún persisten. A diferencia del primer semestre, en esta ocasión me sentí más segura al tomar decisiones, al proponer ideas con impacto comercial y social, y al trabajar con una visión más estratégica y enfocada en resultados concretos.

Constanza Montelongo Castillo: A nivel personal, el PAP fue una experiencia que me retó, me motivó y me formó. Me ayudó a confiar más en mis capacidades, a tomar iniciativa y a desenvolverme con autonomía. Aprendí que soy capaz de adaptarme a contextos que desconozco, que puedo aprender sobre la marcha y que tengo las herramientas para generar propuestas útiles y originales. Convivir con la diversidad de opiniones, aceptar críticas y aprender de mis compañeras fortaleció también mi carácter profesional.

“Casullas Exclusivas” me enseñó que lo local también es valioso, que lo artesanal también merece difusión y que desde el marketing digital podemos contribuir a la preservación de la identidad cultural. Me reafirmó que me apasiona el marketing estratégico y creativo, y me motivó a seguir formándome en el diseño de soluciones reales que conecten con las personas.

El Proyecto de Aplicación Profesional me dio más de lo que imaginé. No solo conocimientos, sino también confianza, libertad creativa, dirección y la colaboración entre diferentes grupos. Me ayudó a tener una visión más clara de hacia dónde quiero ir, de cómo quiero ejercer mi profesión y del tipo de impacto que quiero tener en mi entorno. Me voy con la certeza de que, incluso desde un rol pequeño, puedo aportar a causas grandes, y que lo aprendido aquí será base sólida para seguir creciendo profesionalmente.

Daniela Laveaga: Más allá de lo profesional y académico, el Proyecto de Aplicación Profesional en Casullas Exclusivas representó una experiencia transformadora en lo personal. Me ayudó a descubrir aspectos de mí que no conocía, a poner a prueba mi capacidad de adaptarme, de escuchar con atención y de mirar con respeto realidades distintas a las mías. Estar en contacto con un mundo profundamente simbólico y espiritual me obligó a parar, observar y comprender desde otro lugar: con empatía, con apertura y con humildad.

En lo más profundo, este PAP me ayudó a redefinir lo que quiero para mi proyecto de vida. Aprendí que quiero dedicarme a trabajos con sentido, que generen impacto más allá de lo comercial. Me interesa aportar desde lo que sé, pero también desde lo que soy, alguien con sensibilidad, con ética, con ganas de contribuir al bienestar colectivo. Hoy, me siento más consciente de mis capacidades, pero también más comprometida con el tipo de profesional y persona que quiero ser en el mundo.

5. Conclusiones y recomendaciones

Durante esta nueva etapa del Proyecto de Aplicación Profesional, se dio continuidad al fortalecimiento de la presencia digital de “Casullas Exclusivas”, consolidando avances importantes en el área de marketing, comunicación visual y atención al cliente. A lo largo del semestre, se desarrollaron contenidos creativos en distintos formatos (reels, fotografías, diseños gráficos, mensajes clave), alineados a los valores de la marca, y pensados para generar mayor cercanía con su público objetivo. Asimismo, se entregaron herramientas prácticas como catálogos digitales, carpetas organizadas de fotografías, respuestas rápidas y tarjetas de presentación, entre otros. Todo con el objetivo de mejorar la experiencia de sus clientes y facilitar los procesos de venta.

Uno de los principales retos fue entender y adaptarse al sector litúrgico, un mercado poco explorado previamente por el equipo. Esto implicó una investigación profunda, sensibilidad en el lenguaje y un enfoque respetuoso en la producción de contenido. También representó un reto el trabajo de pauta publicitaria en redes sociales, ya que al tratarse de un producto religioso, las plataformas limitaron su alcance, lo cual obligó al equipo a diseñar estrategias más cuidadosas y efectivas, basadas en la observación del comportamiento del público y el rendimiento de cada pieza de contenido.

Se recomienda a la empresa seguir apostando por la creación constante de reels y videos, ya que este tipo de publicaciones ha demostrado generar mayor alcance, vistas e interacción que las imágenes estáticas. También es importante mejorar la atención al cliente en redes sociales, respondiendo con mayor rapidez, calidez y estrategias orientadas al cierre de venta. Esto puede hacer una diferencia significativa en la conversión de mensajes en compras efectivas. Además, se sugiere continuar utilizando los materiales entregados (fotografías, catálogos y recursos gráficos), aprovechando la carpeta de catálogo como una herramienta flexible para personalizar productos y mostrar de manera más atractiva la variedad de telas y estilos.

Por último, se recomienda mantener una comunicación coherente, cercana y profesional, siendo fieles a la esencia espiritual y artesanal de Casullas Exclusivas, lo cual ha sido clave para fortalecer su identidad y diferenciarse dentro del sector. El trabajo realizado en este semestre sienta una base sólida para que la empresa siga creciendo, conectando con nuevas audiencias y generando valor desde lo local, lo hecho a mano y lo personalizado.

6. Bibliografía

- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage.
- González, J. M. (2018). *Metodología de proyectos: diseño, ejecución y evaluación*. Trillas.
- Comisión Episcopal de Liturgia (CELAM). (2006). *Orientaciones pastorales sobre la Liturgia*. Bogotá: CELAM.
- Martínez Gordo, M. (2009). *La simbología de la liturgia: signos, ornamentos y ritos*. Editorial Verbo Divino.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.
- Scolari, C. A. (2012). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Bravo, J., & Pizarro, C. (2018). *Fotografía de producto: Técnicas y creatividad para destacar en ecommerce y redes sociales*. Gustavo Gili.
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es>
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *Marketing en Internet* (7ª ed.). Pearson.

7. Anexos (en caso de ser necesarios)

[1. Propuesta de proyecto Casullas Verano.docx](#)

[2. Grafica de gantt Verano 2025.xlsx](#)

[3. Métricas.pdf](#)

[4. Áreas y sugerencias de mejora](#)

[5. Grupos de Facebook](#)

[6. Plan redes sociales PAP.xlsx](#)

[7. Estrategias Programa Fidelis](#)

- [8.Casullas en enfoque social](#)
- [9. Texto Fidelis email](#)
- [10. Plantilla - Calendario Redes Sociales Verano.xlsx](#)
- [10.1 PUBLICACIONES](#)
- [11. Sesión de Fotos](#)
- [12. Reels](#)
- [13. Propuestas de Promoción .docx](#)
- [14. Objeciones.xlsx](#)
- [14.1 Preguntas frecuentes](#)
- [15. Propuesta de Pauta](#)
- [16. Ideas de reels](#)
- [17. Nuevas Propuestas ventas/digitales](#)
- [18. ETIQUETAS](#)
- [19. Calendario de Publicaciones](#)
- [20. Automatización](#)
- [21. Idea de reels y estructura](#)
- [22. Cotización Etiquetas](#)
- [23. Nueva Propuesta de Pauta](#)
- [24. CATALOGO FOTOS](#)
- [25. Copia de CATÁLOGO CASULLAS.pdf](#)
- [26. Ideas de Reel para Padre Alex](#)

27. Metricas Finales