

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

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



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

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

“Estrategia y gestión de la marca KM Florería”

PRESENTAN

Lic. en Mercadotecnia Sofía Carolina Márquez Juárez
Lic. en Administración de empresas y emprendimiento Paulina Gpe. Carrillo Ortiz
Lic. en Administración de empresas y emprendimiento Melyna Alejandra Ramírez
Aguirre

Profesor PAP: Mtra. Abril Gomez Rodriguez.
Tlaquepaque, Jalisco, Mayo del 2023

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto	5
3. Desarrollo	7
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	41
5. Conclusiones	46
6. Bibliografía	47

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

El proyecto "Estrategia y gestión de la marca KM Florería" tiene como objetivo principal darle mayor difusión a la florería, empleando un catálogo web para las distintas redes sociales y poder posicionarla en el mercado de la floristería, con diagnósticos, análisis, logística y estrategias para una mejor comercialización y brindar así un servicio excelente ya que sentimos que la empresa no está teniendo el crecimiento esperado.

Para lograr este objetivo, se propone una estrategia integral que incluye la definición de una identidad visual y verbal coherente y atractiva, la implementación de acciones de marketing digital para aumentar la visibilidad ya se laborando fotografías y haciendo calendario de redes esta ayudará a la empresa en la captación de nuevos clientes, y la mejora de la experiencia de compra en la tienda en línea.

Se trabajará en la optimización del catálogo de productos y servicios ofrecidos, y se propondrán promociones especiales y descuentos atractivos para fomentar la fidelización de los clientes.

Se revisará con un experto en finanzas cualquier información financiera actual y se determinará si existe algún problema o área de mejora. Si es necesario, se recomendarán ajustes para que los registros sean precisos y confiables. También se establecerán procedimientos claros y precisos para la generación de informes financieros y se definirán los roles y responsabilidades de tendrá que ser dentro de la empresa.

En definitiva, la implementación de este proyecto permitirá a KM Florería consolidar su presencia en el mercado de las flores y arreglos florales, mejorar su rentabilidad y fortalecer su relación con los clientes.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

KM Florería es una floristería 100% en línea sin ningún local en físico, fundada por Kathy Márquez y actualmente dirigida por Sofia Márquez en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, ofrece una amplia variedad a sus clientes con servicio de arreglos florales, florería de venta al menudeo y comercializar arreglos florales para toda ocasión, tiene como objetivo demostrar que es posible desarrollar en la ciudad un eficiente servicio de arreglos florales. La cual realizará la venta de sus productos al menudeo contará con un servicio adicional de entrega a domicilio además de contar con una gran calidad en el servicio y en nuestros productos a un precio accesible para toda la familia.

Actualmente somos microempresa ya que contamos con únicamente 2 empleados, todos nuestros productos de alta calidad son adquiridos directamente con los proveedores ubicados en el mercado de la flor con dirección C. Mezquitán 820, Artesanos, 44200 Guadalajara, Jal.

¿Qué es el negocio de KM?

Nuestro negocio se dedica principalmente a crear experiencias y/o sentimientos por medio de los arreglos florales a partir de la propia naturaleza.

¿Qué nos hace la diferencia?

Lo que nos diferencia es la personalización de cada uno de los arreglos y eventos conforme a las necesidades y gustos del cliente.

En cuanto al apoyo humano se cuenta con cuatro personas más que son familiares directos. Dándome el apoyo entrega de arreglos florales a mis clientes y dos de ellos también en la compra del recurso materiales para la florería.

En lo referente en lo material pues si se requiere del mismo entre estos son principalmente; la flor además de bases, instrumentos para limpiar la flor, adornos, globos, envolturas, entre algunos otros.

Misión:

Brindar el mejor servicio para poder crecer y consolidarnos como una de las mejores florerías en Guadalajara que se dedica al diseño y comercialización de arreglos florales a precios competitivos ofreciendo productos de calidad para satisfacer las necesidades del mercado local. Enfocándonos en que nuestros clientes logren expresar con detalles sus sentimientos mediante las flores.

Visión:

Ser una empresa líder y reconocida en el servicio de florería en Guadalajara, que se caracteriza en la en el diseño y comercialización de arreglos florales y decoración de eventos siendo nuestro principal objetivo la satisfacción de nuestros clientes.

Valores:

Responsabilidad, creatividad, compromiso, honestidad, puntualidad y calidad.

Productos y servicios:

Arreglos florales, desayunos, arreglos de novias, eventos, y cursos de floristería de cualquier tipo y costo, con servicio a domicilio dentro de Guadalajara.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

Estamos buscando darle mayor difusión a la florería, empleando un catálogo web para las distintas redes sociales y poder posicionarla en el mercado de la floristería, con diagnósticos, análisis, logística y estrategias para una mejor comercialización del producto y brindar así un servicio excelente ya que sentimos que la empresa KM Florería está quedando pausada por falta de herramientas.

1.3 Objetivo general

Lo que está buscando Km Florería es ser una empresa más firme y mejor posicionada queriendo aumentar sus seguidores al igual que clientes, para poder ofrecer un catálogo web y poder crecer el negocio.

1.4 Objetivos específicos

- Rediseñar misión, visión y agregar valores.
- Conocer su mercado meta.
- Analizar la competencia.
- Crear un nuevo análisis FODA.
- Investigar validación y registro de marca ante el IMPI.
- Elaborar catálogo web y brandbook.
- Crear estrategias de promoción y publicidad.
- Crear estrategias de comunicación digital.
- Elaborar fotografías y videos digitales.
- Desarrollar análisis financiero.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

- Rediseñar misión, visión y agregar valores:
 - Mostrar propuesta de misión, visión y valores.
 - Rediseñar misión, visión y agregar valores.
 - Mostrar propuesta final.
- Conocer su mercado meta:
 - Ver análisis en redes sociales.
 - Identificar nuestro mercado meta.
 - Identificar buyer persona.
- Analizar la competencia:
 - Identificar competencia directa e indirecta.
 - Analizar si son correctas y ver otras posibles.
- Crear un nuevo análisis FODA:
 - Identificar cada punto del FODA.
 - Hacer una revisión y análisis de los puntos.
- Investigar validación y registro de marca ante el IMPI:
 - Buscar en internet la clase a la que pertenece.
 - Hacer búsqueda fonética.
 - Investigar documentos.
- Crear estrategias de promoción y publicidad:
 - Investigar las mejores estrategias.
- Crear estrategias de comunicación digital:
 - Realizar calendario de posts en redes.
- Elaborar fotografías y videos digitales:
 - Definir estilo, productos y lugar.
- Elaborar catálogo web y brandbook:
 - Adaptar el logo
 - Realizar catálogo.
- Desarrollar análisis financiero:
 - Análisis del punto de equilibrio.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

- o Las actividades que se consideran: profesionales, técnicas, operativas, otras (especificar).
- o Recursos necesarios: humanos, materiales, económicos, tecnológicos, tiempos.
- o Fechas previstas: reuniones de los equipos y/o asesorías con el profesor, o bien con otras personas, durante el desarrollo del Proyecto.

		KM FLORERIA CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 2023																																				
Actividades/ Estrategias	Fecha		Enero					Febrero					Marzo					Abril					Mayo															
	Inicio	Fin	23	25	30	1	8	13	15	20	22	27	1	6	8	13	15	20	22	27	29	3	5	10	12	17	19	24	26	31	3	8	10					
Rediseñar misión, visión y agregar valores	23 enero	25 enero																																				
valores	-	-																																				
Rediseño de misión, visión y agregar	-	-																																				
Mostrar propuesta final	-	-																																				
Crear un nuevo análisis FODA	25 enero	25 enero																																				
Identificar cada punto del foda	-	-																																				
Hacer una revision y analisis de los puntos	-	-																																				
Presentar propuesta	-	-																																				
Análisis de la competencia	25 enero	30 enero																																				
Identificar competencia directa e indirecta	-	-																																				
Analizar si son correctas y ver otras	-	-																																				
Conocimiento de su mercado meta	30 enero	1 febrero																																				
Ver analisis en redes sociales	-	-																																				
Identificar nuestro mercado meta	-	-																																				
Identificar buyer persona	-	-																																				
Realizar Brandbook	1 febrero	8 febrero																																				
Asesoría maestra	-	-																																				
Investigación de validación y registro	13 febrero	15 febrero																																				
Busca en internet la clase a la que	-	-																																				
Busqueda fonetica	-	-																																				
Investigación de documentos	-	-																																				
Estrategias de comercialización	20 febrero	22 marzo																																				
Presentar propuestas	-	-																																				
Analizar viabilidad	-	-																																				
Presentar propuestas finales	-	-																																				
Primer avance RPAP	27 febrero																																					
Estrategias de promoción y publicidad	1 marzo	13 marzo																																				
Tarjetas de fidelidad	-	-																																				
Presentaciones intermedias	6 marzo	8 marzo																																				
Elaboración de fotografías y videos	15 marzo	22 marzo																																				
Definir estilo, productos y lugar	-	-																																				
Toma de fotografías	-	-																																				
Estrategias de comunicación digital	27 marzo	10 abril																																				
Realizar calendario de posts en redes	-	-																																				
Segundo avance RPAP	29 marzo																																					
Elaborar catálogo web	12 abril	17 abril																																				
Asesoría maestra	-	-																																				
Realizar catalogo	-	-																																				
Orientación en finanzas	19 abril	19 abril																																				
Asesoría maestra	-	-																																				
Presentaciones finales a maestros	3 mayo																																					
Presentaciones finales a empresarios	8 mayo																																					
Avance final de RPAP	8 mayo																																					

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vUeP7DR02SUW7cfdexRxBel5KdqZr_X7/edit?rtpof=true#gid=1453298479

2.3 Productos y entregables

- Documento de misión, visión y valores.
- Documento de mercado meta.
- Documento de la competencia.
- Documento de análisis foda.
- Documento de información para validar y registrar la marca ante el IMPI.
- Documento de estrategias de promoción y publicidad.
- Documento de estrategias de comunicación digital.
- Documento de fotografías y videos digitales.
- Documento de brand book.
- Documento de análisis financiero.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Es la teoría o conceptos en que se fundamentan las acciones y decisiones tomadas para el desarrollo del proyecto; referentes teóricos que ayudan a comprender la problemática abordada; los enfoques y conceptos que apoyan la comprensión del problema y su abordaje en la intervención.

Misión, visión y valores:

La definición de la misión y visión y valores, según Edgar J. Taylor, la misión es el elemento que da la razón de ser, constituye la esencia de toda persona, empresa u organización. La misión indicará que es lo que hacemos, hacia dónde está dirigido nuestro esfuerzo y aquello que nos hace diferentes.

La visión es ese punto en el futuro a dónde queremos llegar, qué es lo que queremos lograr con el paso del tiempo en un muy largo plazo. Una buena visión debe ser motivadora para todos los integrantes del equipo u organización, debe ser un mensaje claro y convincente. Una buena visión debe ser algo factible pero a su vez debe ser algo que no sea tan sencillo lograr, recordemos que una visión debe estar planeada a muy largo plazo.

Los valores de una organización o equipo de trabajo reflejan la cultura corporativa, son los componentes que rigen las reglas dentro de las cuales deben colaborar los integrantes del equipo. Es importante que los valores vayan acorde a la esencia de la institución¹.

Mercado meta:

Según Douglas da Silva, el mercado meta se refiere al colectivo de clientes ideales al cual destinan tu producto o marca. Se refiere al conjunto de personas que resulta al agruparlas tomando en cuenta sus necesidades, características demográficas e intereses y que conforman al destinatario ideal de tus ofertas².

Benchmarking:

Según el blog Salesforce Latinoamérica, el benchmarking se refiere a un estudio profundizado sobre tus competidores para entender las estrategias y mejores prácticas utilizadas por ellos. Siendo así, este análisis permite que tu empresa

¹ T. E. P. E. L. T. V. J. (2010, 6 octubre). Misión, Visión y Valores. Edgar J. Taylor. <https://jemager.wordpress.com/2010/10/06/mision-vision-y-valores/>

² da Silva, D. (2020, septiembre 9). ¿Qué es el mercado meta? Criterios para entenderlo y aplicarlo. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>

reproduzca o adapte algunas de las acciones para atraer al público y reconquistarlo³.

Estrategias de comunicación digital:

Según el autor Jorge Gijón, la estrategia de comunicación digital es una estrategia de comunicación digital es una herramienta, que forma parte del plan de marketing o del plan de social media de la empresa.

Con ella vas a marcar una serie de pautas planificadas con tal de lograr tu objetivo. Con estas estrategias que aplicarás a tu negocio donde juntas todos los elementos necesarios, darás un impulso a tu imagen, marca y producto, siendo capaz de llegar de forma certera a quien deseas, obteniendo una buena percepción por parte de tu posible cliente, generando crecimiento y atracción a otros usuarios, dando como resultado lo que buscas, ventas⁴.

Brand Book:

Según Paul Rand, el Brand book es un brandbook es una guía que define los elementos visuales, verbales y la promesa de valor que construye la identidad de una marca para divulgar y favorecer su reconocimiento en el mercado. Constituye una herramienta de gestión de marca y comunicación que indica el camino en la construcción de una identidad coherente y consistente, por medio de pautas unificadas que abarcan elementos que van desde la identidad visual hasta los valores corporativos⁵.

Buyer persona:

Según David Molina, el Buyer persona es un buyer persona es una representación ficticia del público objetivo de una empresa mediante la que podemos conocer con detalle a su audiencia para crear estrategias de marketing lo más orientadas posible a partir de sus necesidades. Se trata, por tanto, de una forma de entender mejor a quién nos dirigimos y de relacionarnos con el público al que queremos vender nuestros productos y servicios⁶.

³ Latinoamérica, S. (s/f). Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo? Blog de Salesforce. Recuperado el 29 de marzo de 2023, de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html>

⁴ Ortega, C. (2020, septiembre 26). Estrategias de comunicación digital. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-de-comunicacion-digital/>

⁵ ¿Cómo diseñar un brandbook y mejorar tu estrategia visual al estilo de Paul Rand? (2022, 9 marzo). Crehana. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/brandbook/>

⁶ Molina, D. (2021c, septiembre 27). *Buyer persona: qué es y cómo crearlo en cinco pasos*. IEBS. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://www.iebschool.com/blog/guia-crear-buyer-persona-inbound-marketing/>

Foda:

Según Steph Manzanilla, el análisis FODA se usa para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un negocio o proyecto determinado. De esa forma, pueden establecerse estrategias y acciones efectivas para el desarrollo del proyecto.

Esta técnica puede ser usada tanto en ámbitos profesionales como personales, puesto que ayuda a tener mayor visibilidad de oportunidades competitivas de mejora y de los posibles obstáculos internos y externos que se nos pueden presentar en el futuro⁷.

Cronograma:

Según Vicent Ferrer, el cronograma es una de las herramientas que más se utiliza para la gestión de proyectos. Por definición, heredada de la teoría de la señal, un cronograma es la representación gráfica de un conjunto de señales en función del tiempo. Llevado al campo de la gestión, es una especie de calendario de trabajo, el cual podemos utilizar para organizar mejor nuestro proyecto⁸.

Calendario de redes:

Según Christina Newberry, el calendario de redes sociales se refiere a un calendario de contenidos para redes sociales es una compilación de tus próximas publicaciones para redes sociales, organizadas por fecha. Los social media managers usan los calendarios de contenidos para planificar sus publicaciones, administrar sus campañas y dar seguimiento a sus estrategias actuales⁹.

IMPI:

Según el gobierno de México, el IMPI es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es un Organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio y con la autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial en nuestro país. Acerca y protege eficientemente la propiedad industrial y promueve su respeto para impulsar el desarrollo y bienestar en México¹⁰.

⁷ Blanco, E., & Siqueira, A. (2022, marzo 24). Análisis FODA: qué es y cómo aplicarlo en tu Empresa. Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/analisis-foda-como-hacerlo/>

⁸ Ferrer, V. (2021a, marzo 3). Cronograma: Qué es y cómo aplicarlo. Vicent Ferrer. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://vicentferrer.com/cronograma-que-es/>

⁹ Newberry, C. (2022, octubre 17). Cómo crear un calendario de contenido para redes sociales [plantilla 2022]. Social Media Marketing & Management Dashboard.

<https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>

¹⁰ Industrial, I. M. D. L. P. (2022). ¿Qué es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial? Gobierno de México. Recuperado 10 de abril de 2023, de

<https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/conoce-el-imp-que-es-el-imp>

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

- **Rediseñar misión, visión y agregar valores**

Para rediseñar la misión, visión y valores que ya tenía KM, nos reunimos con el profesor Francisco de la Maza quien nos explicó detalladamente cada una de las cosas que estas debían de incluir, después de tener la sesión con el, aplicamos todo lo mencionado y lo presentamos nuevamente al profesor para que nos diera su punto de vista y sus respectivas correcciones. Así de esta manera, concluimos esta sección.

→ **Misión de KM:**

Somos una florería dedicada a la venta de diseños florales personalizados para aquellas personas que buscan dar un detalle en momentos y fechas especiales; contamos con la experiencia necesaria, floristas capacitados, y la mejor calidad en nuestros productos. Estamos conscientes de la frescura de las flores a la hora de la entrega, para ofrecer el mejor servicio y así lograr la permanencia de nuestros clientes.

→ **Visión de KM:**

Ser una empresa líder y reconocida en el servicio de florería en el municipio de Guadalajara, que se caracteriza en el diseño, comercialización y decoración de eventos, siendo nuestro principal objetivo la satisfacción de nuestros clientes.

→ **Valores de KM:**

Responsabilidad, creatividad, compromiso, puntualidad y calidad.

- **Conocer su mercado meta**

Para conocer el mercado meta de KM floreria, creamos dos buyer personas según las especificaciones que se nos dió acerca del cliente habitual ya que estos son una interpretación de este.

https://drive.google.com/file/d/1lofK49rZA2YuOpNqUscGjyY5zSBvWfRS/view?usp=share_link

 <p>Alejandra Gómez</p>	<p>Demográficos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 34 años • Locación: Guadalajara Jalisco. • Estado: casada 	<p>Bio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alejandra es ama de casa de tiempo completo, lleva casada con Álvaro Fernández 4 años y tiene dos hijos de 2 y 3 años de edad
	<p>Metas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lucir bien y transmitir su buena energía a través de sus pasa tiempos • Ser buena mamá que le gusta dar detalles • Influir positivamente con su pareja e hijos 	<p>Frustraciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • No organizar su tiempo. • Olvidarse de fechas o eventos importantes. • No convivir con su familia
<p>Miedos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprar productos de mala calidad • No estar integrada a grupos sociales 	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenerse sana en todos los ámbitos y en constante descubrimiento de nuevas oportunidades de ocio 	<p>Actividad en redes sociales</p> 
<p>Hábitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer ejercicio • Escuchar musica • Salir con su familia • Conocer lugares nuevos para viajes 	<p>Motivaciones para comprar</p> <p>Confianza </p> <p>Original </p>	<p>Medios de búsqueda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recomendaciones de redes sociales, como instagram, Facebook, tik tok y el principal WA business que sean arreglos personalizados
<p>Marcas Favoritas     </p>		

Imagen 1: Buyer persona mujer.









 <p>Mario Gonzalez</p>	<p>Demográficos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 27 años • Locación: Guadalajara Jalisco. • Estado: con pareja 	<p>Bio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mario es un adulto que trabaja en el negocio familiar, le gusta pasar tiempo con su familia y su novia, los fines de semana le gusta salir de fiesta y conocer lugares nuevos
	<p>Metas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administrar el negocio familiar • Expandirme en la república • Tener familia 	<p>Frustraciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • No ganar suficiente dinero. • Olvidarse de su aniversario con su pareja. • No expandir el negocio • No viajar lo suficiente
<p>Miedos</p> <ul style="list-style-type: none"> • No poder comprar una casa. • No casarse 	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expandir sus negocios en todos los ámbitos y formar una familia 	<p>Actividad en redes sociales</p> 
<p>Hábitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salir con su pareja • Video juegos • Salir con amigos • Conocer pueblos y restaurantes nuevos 	<p>Motivaciones para comprar</p> <p>Confianza </p> <p>Original </p>	<p>Medios de búsqueda</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recomendaciones de redes sociales, principalmente instagram y Tik Tok, al igual que búsquedas en google
<p>Marcas Favoritas    </p>		

Imagen 2: Buyer persona hombre.

- **Analizar la competencia.**

Para conocer la competencia, investigamos acerca de todas las florerías las cuales estuvieran en Guadalajara, que es en donde KM opera. donde dentro de estas buscamos que estuvieran dentro del mismo rango de seguidores, likes y que

fueran negocios en línea, al igual que buscamos florerías con las características contrarias las cuales serían la competencia indirecta.

Se analizó la competencia de las plataformas, facebook, instagram y páginas web, para comprender mejor el mercado en el que opera y determinar cómo se puede destacar a través del sitio web fanpage karma.

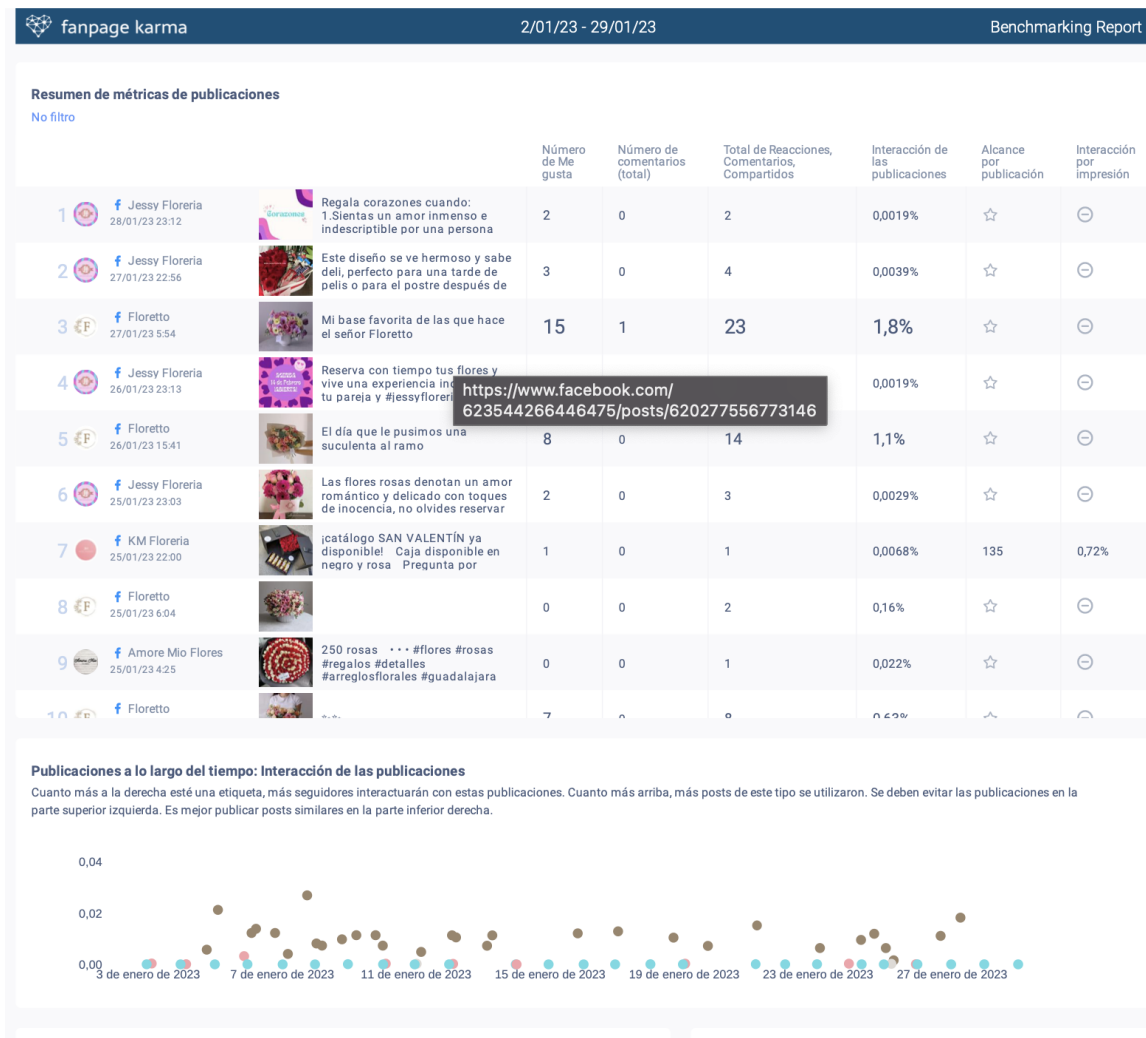


Imagen 3: Resumen métricas de publicaciones.

En esta imagen lo que se realizó fue una investigación para poder saber las publicaciones que les funcionó más a la competencia indirecta, al igual que su número de me gustas o interacciones fecha y hora estimada de publicación, esto nos ayuda tener un poco más de conocimiento y de igual forma saber cuáles son las publicaciones que les interesa más al público.

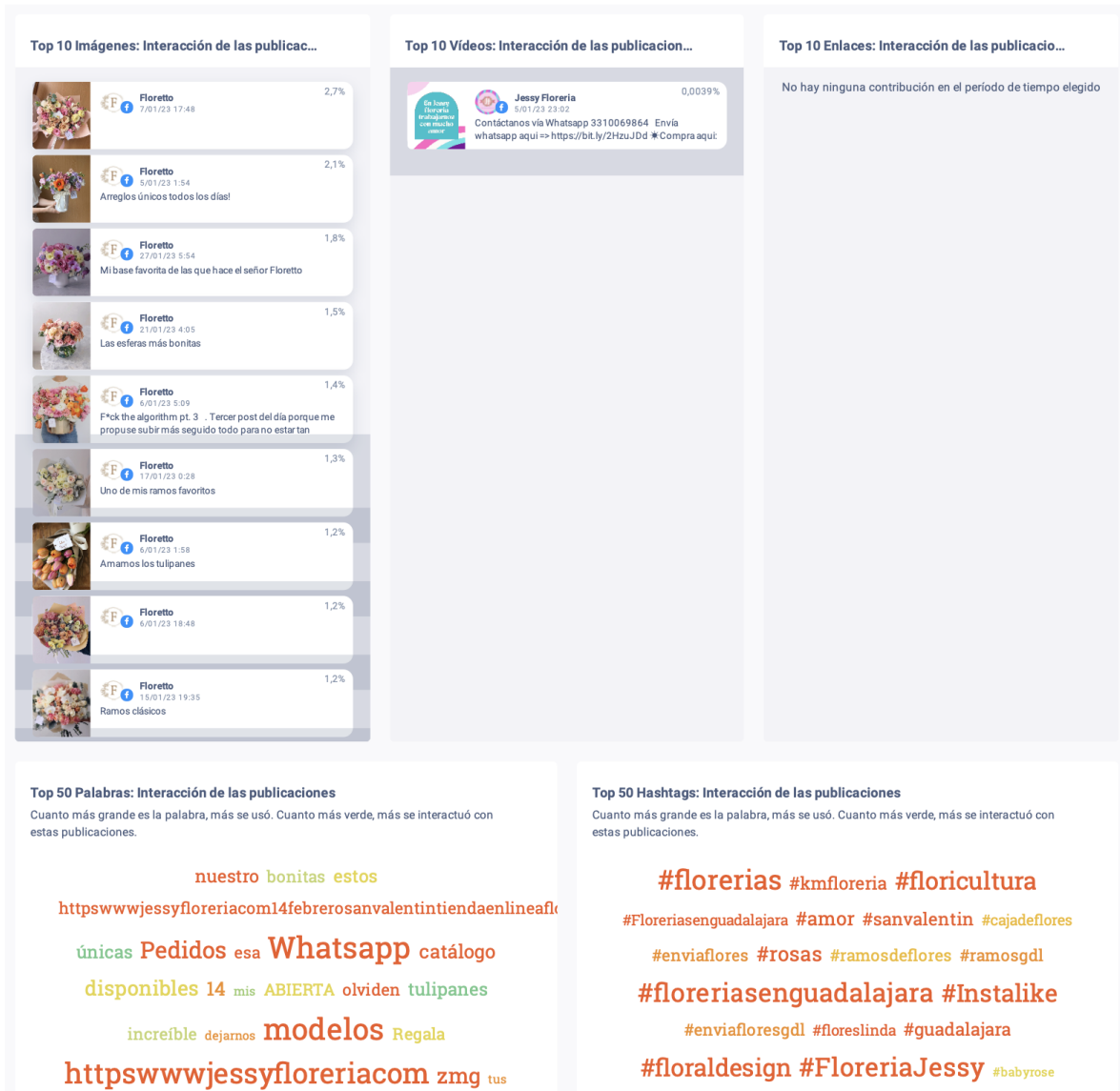


Imagen 4: Resumen de publicaciones exitosas (competencia directa).

En esta siguiente imagen lo que pudimos investigar es de la misma manera el top 10 de las mejores imágenes que tienen mayor alcance de nuestros competidores directos, el tipo de contenido que ellos suben, los hashtags y mejores palabras con el que el público interactúan estas palabras y es más fáciles encontrarlas.

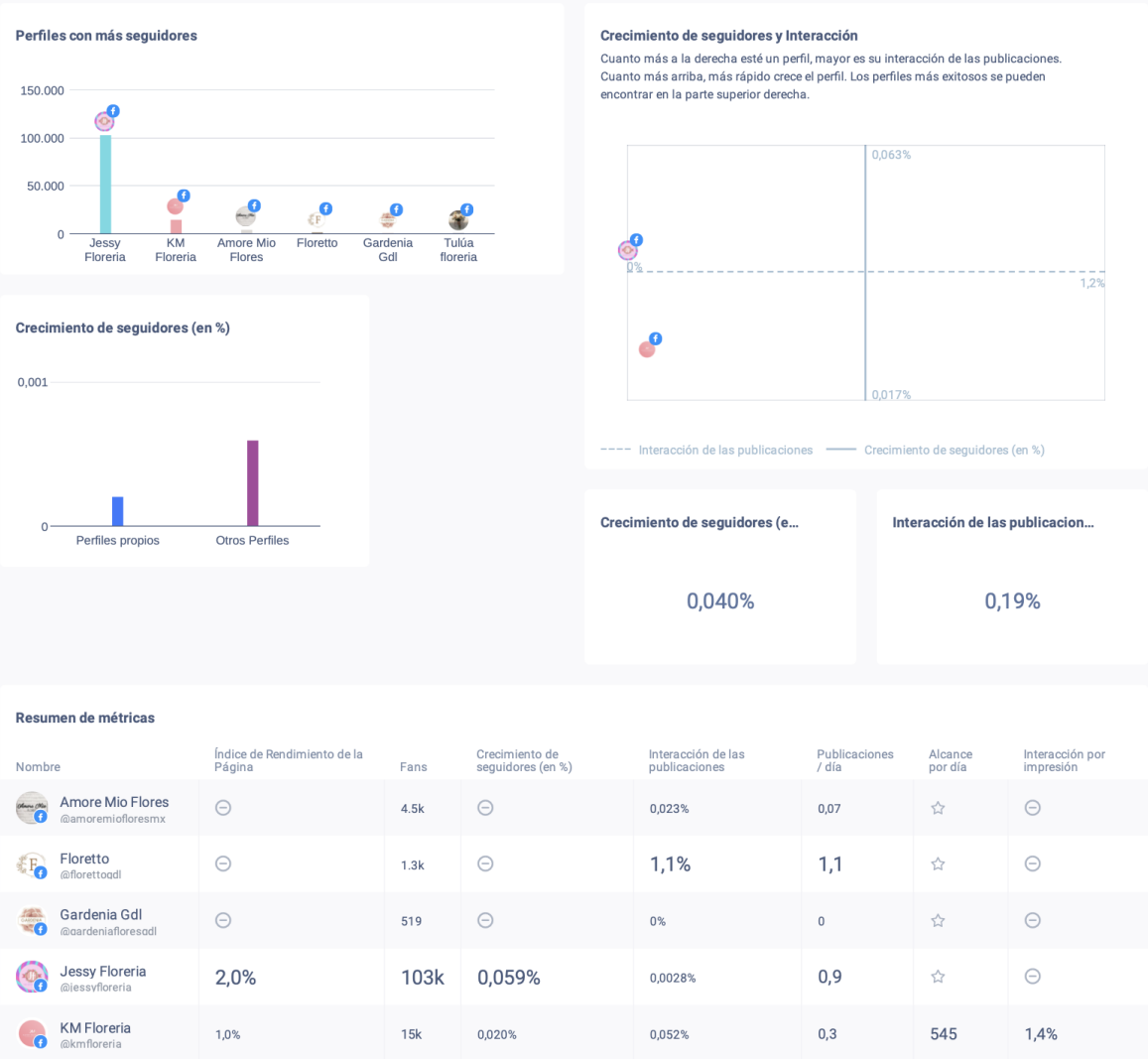


Imagen 5: Métricas de la competencia.

En esta imagen podemos ver cuales son las paginas con mas seguidores , su alcance en redes , el rendimiento que pueden tener en sus cuentas de empresa y el porcentaje que tiene de seguidores, esto nos ayuda para saber cómo estamos en comparación de la competencia y el saber si lo que se está haciendo esta mal o necesitan implementar algún otro tipo de estrategia.

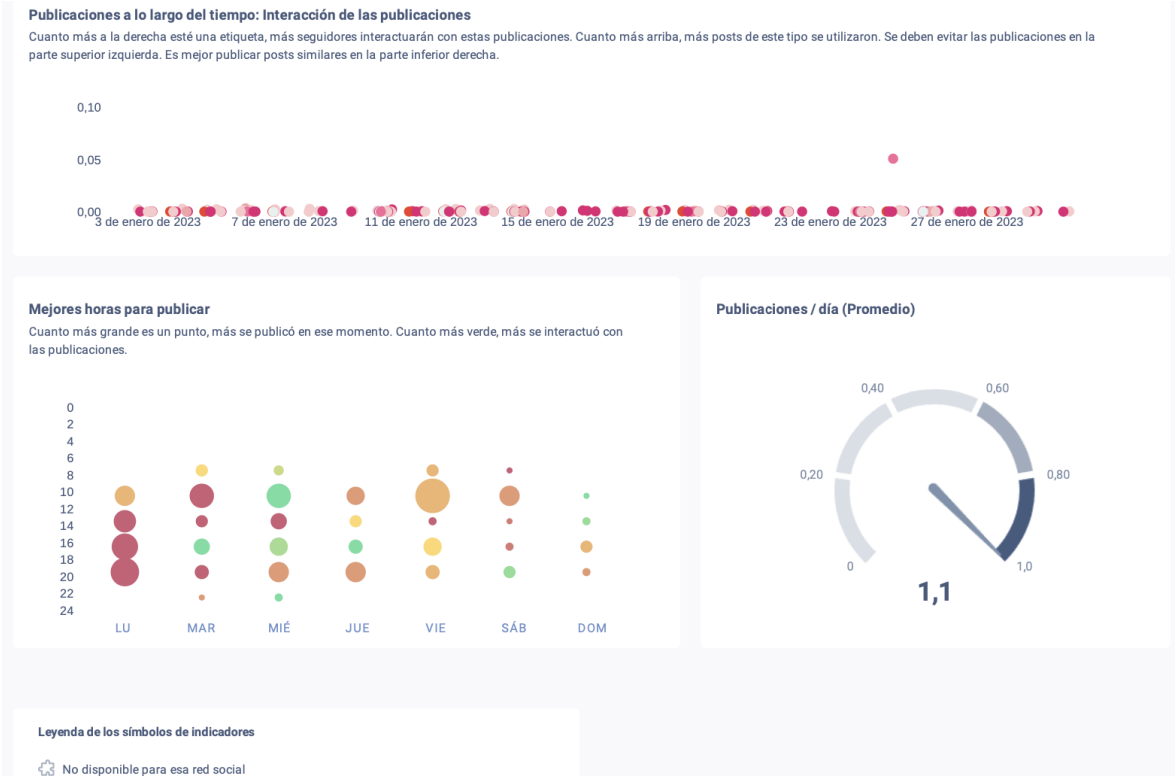


Imagen 6: Métricas de las mejores horas para publicar.

Podemos observar en esta imagen cuales son las mejores horas para publicar el contenido en las redes sociales dependiendo del día , ya que si el punto mientras mas grande esta en una hora aproximada , es donde por igual como a la competencia tiene mayor interacción en su contenido y por ende llega a más personas.

Top 10 Imágenes: Interacción de las publicac...	Top 10 Vídeos: Interacción de las publicacion...	Top 10 Enlaces: Interacción de las publicacio...
<p>Verbena Flores 1,7% 5/01/23 2:00 ¡Alerta Giveaway Año Nueve! Estamos muy emocionados de anunciarte esta colaboración con Nina</p> <p>Verbena Flores 1,6% 10/01/23 17:00 Este es uno de los ramos creados con mucho cariño y cuidado por nuestros floristas Al pedir un ramo "Elección</p> <p>Verbena Flores 1,5% 4/01/23 17:00 ¿Quién dijo que el amor tiene que ser (solo) tierno? Creemos en todos los amores, hacia ellos, hacia ellas y</p> <p>Verbena Flores 1,5% 11/01/23 15:00 Todos los días son un buen día para alegrar a tu persona favorita con flores ¡No esperes a una fecha especial!</p> <p>Verbena Flores 1,5% 23/01/23 19:00 Si no encuentras cómo demostrarle a tu persona especial cómo te sientes, intenta hacerlo regalándole flores.</p> <p>Verbena Flores 1,4% 13/01/23 16:00 Queda terminantemente prohibido levantarse sin ilusiones ¡Visita verbenaflores.com y aprovecha nuestro 10%</p> <p>Verbena Flores 1,4% 6/01/23 16:00 Descubre los deliciosos postres que tenemos para ti en verbenaflores.com ¡Obtén un 10% de descuento con el</p> <p>KM Florería 0,88% 5/01/23 2:45 + AMOR Pedidos al 3316707666 Entrega en toda la zmg #dlcoconk #kmfloreria #flores #regalaflores</p> <p>Yaakun Flores 0,32% 17/01/23 18:26 Pedidos: Whatsapp 3318106835 No solo es vivir, es sentirse vivo. ❤️</p>	<p>KM Florería 5,4% 15/01/23 3:40 Querido san Valentín, que ninguno de mis clientes se quede sin su ramo de rosas. Pedidos al 3316707666</p> <p>Verbena Flores 1,5% 16/01/23 19:25 "A Fuego Lento" es la mejor manera de calentar cualquier corazón, al igual que un fuerte abrazo alegrando los días</p> <p>EnviaFlores.com 0,92% 21/01/23 2:41 Porque nadie se resiste a saber QUIÉN FUE #enviaflores #notificaciones #chisme #arreglofloral #amigos</p> <p>EnviaFlores.com 0,75% 11/01/23 2:29 Manifesting flores para este año Envíalas con 10%OFF usando el código AQUIVAMOS</p> <p>EnviaFlores.com 0,69% 5/01/23 1:16 Que se hace con este antojo a 🍷Rosca de Reyes rellena de Nutella de ladinata Envía el postre más deeeel de la</p> <p>KM Florería 0,68% 26/01/23 3:24 No fuiste antes ni después, fuiste a tiempo, a tiempo para que me enamorada de ti. 📩 Pedidos al 3316707666</p> <p>EnviaFlores.com 0,63% 27/01/23 19:15 Esta es una forma de recordarle a tu bestie que merece el amor que siempre intenta darle a los demás Encuentra</p> <p>EnviaFlores.com 0,61% 15/01/23 20:35 CLARAMENTE él si sabía lo que hacía CLARAMENTE yo quiseee chicall! 📩Te regalo 13%OFF con el código</p> <p>EnviaFlores.com 0,43% 4/01/23 19:31 ¿Quién más como Bimba? o andan con el ánimo al 100? sorprende a esa persona que anda vibrando bajito con</p>	<p>No hay ninguna contribución en el período de tiempo elegido</p>
<p>Top 50 Palabras: Interacción de las publicaciones Cuanto más grande es la palabra, más se usó. Cuanto más verde, más se interactuó con estas publicaciones.</p> <p>3318106835 ramos floreriadulcearomacom Valentín Siempre esa enviárselas catálogo Queremos Quién descuento 3321463021 olvides regalos 10OFF especial código 10 usando sorprender alegrarán Pedidos entrega mi etiquetar IG10 enamorarla hermosa Año encantan AQUIVAMOS tus ti favorita</p>	<p>Top 50 Hashtags: Interacción de las publicaciones Cuanto más grande es la palabra, más se usó. Cuanto más verde, más se interactuó con estas publicaciones.</p> <p>#VerbenaFlores #frasesdeamor #teamo #parejas #Ramos #SanValentin2023 #sanvalentino #love #enviaflores #DulceAroma #floresconamor #orquideas #enviafloresgdl #ramosdeclaves #escritos #flores #kmfloreria #florerias #flowerboxes #amor</p>	

Imagen 7: Contenido de páginas con más interacción,

Resumen de métricas

Nombre	Índice de Rendimiento de la Página	Fans	Crecimiento de seguidores (en %)	Interacción de las publicaciones	Publicaciones / día	Alcance por día	Interacción por impresión
 Florería en Guadalajara @amoremiofloresmx	⊖	12k	⊖	0,50%	0,1	☆	⊖
 Floretto Florería @floretto_adi	⊖	7.3k	⊖	0,91%	1,1	☆	⊖
 GARDENIA @gardeniaadi	⊖	3.3k	⊖	0%	0	☆	⊖
 Jessy Florería @florielassy	⊖	7.1k	⊖	0,045%	1,0	☆	⊖
 KM Florería @kmlfloreria	⊖	3.3k	⊖	0,86%	0,4	299	4,3%
 Tulúa @tuluafloreria	⊖	4.5k	⊖	0,60%	0,3	☆	⊖
Promedio	19%	6.2k		0,49%	0,5	299	4,3%

Imagen 8: Resumen de métricas.

- **Crear un nuevo análisis FODA.**

El análisis FODA de igual manera lo presentamos ante el profesor Francisco de la Maza, quien nos hizo pocas correcciones las cuales fueron mínimas y corregidas de inmediato, teniendo como resultado final el siguiente:



Imagen 9: Análisis foda.

- **Investigar validación y registro de marca ante el IMPI.**

Hicimos la investigación para ver si el nombre “KM Florería” estaba libre para hacer uso de él, al hacer la búsqueda nos dimos cuenta de que si estaba disponible. Concluimos que en resumen, el registro ante el IMPI es importante porque brinda protección legal y exclusividad en el uso de la propiedad industrial registrada en México. Todo este procedimiento se le dará seguimiento en el periodo de verano 2023.

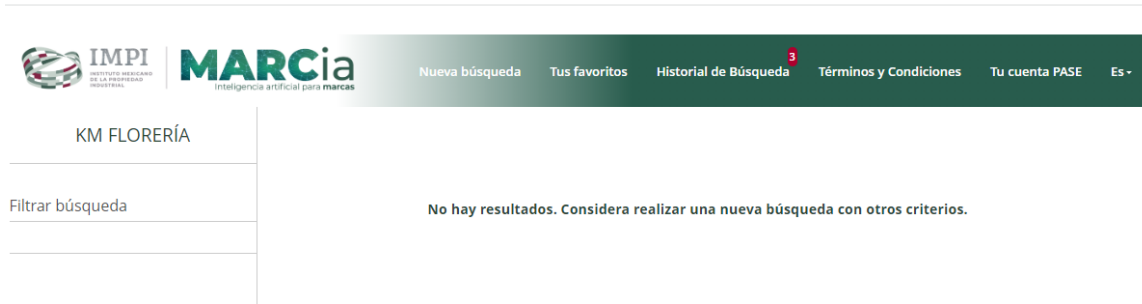


Imagen 10: Verificación de marca ante el IMPI.

- **Crear estrategias de promoción y publicidad.**

La creación de estrategias de promoción en una florería es importante porque puede ayudar a atraer nuevos clientes, fidelizar, aprovechar temporadas, diferenciarse y reforzar imagen por lo que después de recopilar ideas, y analizarlas dentro de KM florería, se llegó a la conclusión que las estrategias serán las siguientes:

-Tarjetas de clientes frecuentes:

Al acumular 5 compras obtendrán un descuento del 10%

Al acumular 10 compras se dará el 15 % de descuento.

Al acumular 15 compras recibirás un ramo de 24 rosas o gerberas gratis.

-Subir foto de tu ramo a tu historia:

Si suben una historia mencionando la florería, tomando captura de la historia, en su próxima compra el envío será gratis, dentro de la zmg.

-Adivina la flor en historias de instagram:

Se hará un concurso mensual, subiendo 4 historias con diferentes estilos de flor, el primero que tenga las 4 correctas recibirán un descuento del 10%, canjeable por máximo de tiempo de un mes.

-Colaboración con Influencer:

Cupón de descuento quienes estén dirigidos con ellos su compra.

-El ramo del mes con oferta:

Identificar el ramo que menos se venda en esas fechas y agregar un descuento

-Trae un amigo y gana un descuento:

Por cada amigo 100 puntos

- **Crear estrategias de comunicación digital**

Ya que tenemos diseñadas nuestras estrategias de promoción y publicidad, la maestra Abril Gómez nos compartió un par de formatos los cuales nos podrían funcionar para facilitar la manera en la que KM florería utilice su contenido y utilice sus estrategias, debido a que nos falta un poco de contenido, aún no podemos definir bien la manera en la que vamos a publicar, por lo que solamente hicimos un par de notas y así después poder aplicarlos una vez que contemos con el material completo.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/17aqoJruwy3mrztbqHuwXtXH6iCbBGBKNZ/edit?usp=share_link&oid=113230790118028149324&rtpof=true&sd=true

Calendario Junio												
Semana	Día	Hora	Red Social	Copy in	Estado	Objetivo	Copy out	Hashtags	Tipo de formato	Tipo de contenido	URL	Especificaciones
S1	Lunes	6 pm	Instagram	¿Como comprar?	Programado	Leads	-		Imagen	como comprar		Historia
	Martes	10 am	Facebook	-	Programado	Engagement	conoce la flor favor	#dlloconkm #kmflor	Video	Arreglo floral del mes		Post
	Miércoles											
	Jueves	3 pm	Instagram	-	Programado	Engagement	conoce la flor favor	#dlloconkm #kmflor	Video	Arreglo floral del mes		Post
	Viernes	9 am	Facebook	¿como comprar?	Programado	Ventas	-		Imagen	como comprar		Historia
	Sábado											
S2	Domingo											
	Lunes	9am	Facebook	-	Programado	Engagement	te enseñamos un p	#dlloconkm #kmflor	Video	Proceso del arreglo		post
	Martes											
	Miércoles	9pm	Instagram	Tips para cuidar tu	Programado	Engagement	-		Imagen	Tips para cuidar tu flor		historia
	Jueves	10am	Facebook	tips para cuidar tu fl	Programado	Engagement	-		Imagen	Tips para cuidar tu flor		historia
	Viernes	8am	Instagram	-	Programado	Engagement	te enseñamos un por	#dlloconkm #kmflor	Video	Proceso del arreglo		post
S3	Sábado											
	Domingo											
	Lunes											
	Martes	8 am	Facebook	Sabias que	Programado	Engagement	-		Imagen	sabias que		historia
	Miércoles	10 am	Instagram	Adivina flor	Programado	Engagement	-		Encuestas	Adivina la flor		historias
	Jueves	10 am	Facebook	¿que significa el color	Programado	Engagement	que color te identif	#dlloconkm #kmflor	Imagen	Significado del color de		post
S4	Viernes											
	Sábado	11 am	Instagram	-	Programado	Ventas	-		Imagen	flor		historias
	Domingo											
	Lunes	8am	Instagram	Conoce un poco de	Programado	Fidelización	-		Video	Proceso de compra de l		historia
	Martes	10am	Facebook	Cual es tu flor favor	Programado	Engagement	-		Encuestas	Flor favorita		historia
	Miércoles	10pm	Instagram	Tiempo de cambiar	Programado	Engagement	dale una segunda v	#dlloconkm #kmflor	Video	Como transplantar		post
S4	Jueves	10 am	Facebook	...	Programado	Fidelización	a tus recuerdos con	#dlloconkm #kmflor	Imagen	Frase		post
	Viernes											
	Sábado	11 am	Instagram	-	Programado	Fidelización	-			flor		historia
	Domingo											

Imagen 11: Cronograma de redes sociales.

- **Elaborar fotografías y videos digitales**

Durante varias sesiones buscamos ideas y también al momento de analizar la competencia, llegamos a una idea específica de cómo queríamos que fueran nuestros productos, se compraron los fondos adecuados, se formó un stand, se

hicieron variedad de ramos y arreglos y se tomaron las respectivas fotos y vídeos con un equipo de fotografía profesional, teniendo como resultado productos profesionales.



Imagen 12: Arreglo floral KM Florería.



Imagen 13: Stand sesión fotográfica.









Imagen 17: Espacio de trabajo KM Florería.

En la siguiente liga podrá encontrar el resultado de las fotografías elaboradas:
<https://drive.google.com/drive/folders/1jtUZBOv5yGjKtQ0mfleu25LNpdWme8Vb?usp=sharing>

- **Elaborar catálogo web y brandbook**

Después de haber platicado un poco con la maestra de diseño Luz del Carmen Ortega acerca de nuestra paleta de colores y de haber modificado el logo, continuamos con el brandbook, el cuál a través de revisar varios ejemplos, hicimos el nuestro utilizando cada uno de los elementos que teníamos y aplicamos todo aquello en cuanto al diseño que se nos dijo, el cual se muestra en la siguiente liga:

https://drive.google.com/file/d/1s6uW6LHjDScLjqO9JVKLXBGFIHUBHCeO/view?usp=share_link

BRAND BOOK



Imagen 18: Portada brandbook.

LOGOTIPO

Las iniciales de nuestro logotipo representan las iniciales de la fundadora, Kathy Marquez, las cuales utilizamos en todos nuestros productos para identificarnos.



PERSONALIDAD DE MARCA

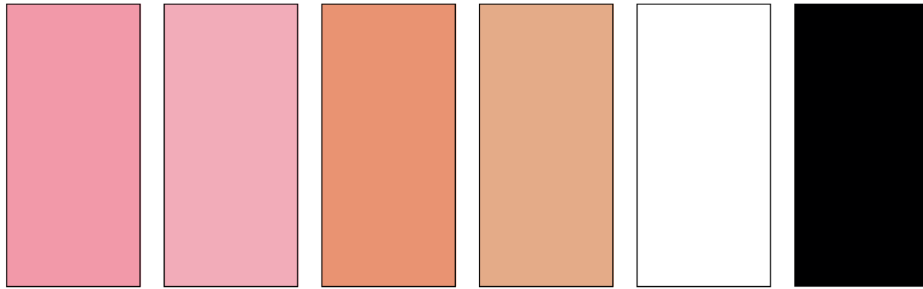
Es una Mujer de 25 de años de edad que estudio alguna carrera de negocios, y tiene un emprendimiento el cual en este tiene mucha interacción con las personas. Su personalidad es alegre, creativa, social , carismática, sentimental, afectiva, organizada y responsable. Se relaciona muy fácil con la gente, con una voz suave y es extrovertida. Tiene varias pasiones y actividades que le gusta hacer como ir al cine, pasear a su perro y salir con sus amigos; por último sus valores son la responsabilidad, respeto, caritativa, alegre y paciente.



VARIANTES DE LOGOTIPO



PALETA DE COLORES



#F299A9 #F2ACB9 #E99372 #E4AB88 #FFFFFF #000000



TIPOGRAFÍA

Las fuentes elegidas son YESEVS ONE y LORA ,se eligieron por ser muy legibles , tener una fácil lectura y fácil de usar en diferentes tipos de plantillas.

PRINCIPAL

YESEVA ONE

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz**

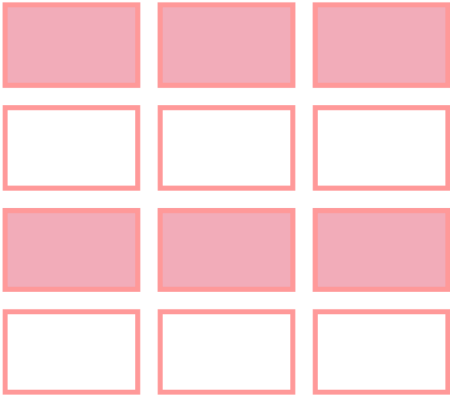
SECUNDARIA

LORA

Aa Bb Cc Dd Ee Ff
Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz



LAYOUT REDES



APLICACIÓN-MANDIL



APLICACIÓN- T-SHIRT



CATÁLOGO WEB



INFORMACIÓN Importante

- Agenda con anticipación, **cerramos pedidos 8 de mayo.**
- Las fotos son referencia del estilo, tamaño, cantidad de flor y forma del arreglo. **NO SERÁN COPIAS IDÉNTICAS DE TU ARREGLO.**
- El acomodo y tono de la flor de tu arreglo podrán variar ligeramente según disponibilidad.
- Se puede trabajar un diseño totalmente personalizado.




SM
LIBRERIA SAGUATE

Colección día de las madres

Base "Isabel"

Descripción:
Rosas, hortensia verde, Lisianthus, craspedia y follaje.
En base redonda de cerámica.


\$1.700



Base "Amore"

Descripción:
50 rosas, lisianthus blanco, astromelia y follaje.
En base cilíndrica de cerámica.

\$2.000




#libreriasaguata

Colección día de las madres

Ramo "Celeste"

Descripción:
Rosas, lisianthus, perrito, hortensia y follaje.


\$1.400



Ramo "Luna"

Descripción:
10 tulipanes y follaje.


\$950



Ramo "Rosa"

Descripción:
24 rosas y follaje.

\$1.000



Para el catálogo web del día de las madres utilizamos las fotografías que tomamos en la sesión de fotos, así como las letras que especificamos y las paletas de colores. En la siguiente liga se muestra el resultado:

https://drive.google.com/file/d/1RRxK8CXv5bfhFBDurzvP0-8y2YNBWgbn/view?usp=share_link



Imagen 29: Portada catálogo día de las madres.

Colección día de las madres



Base "Isabel"

Descripción:

Rosas, hortensia verde,
lisianthus, craspedia y follaje.

En base redonda de cerámica.

\$1.700

Base "Amore"

Descripción:

50 rosas, lisianthus blanco,
astromelia y follaje.

En base cilíndrica de cerámica.

\$2.000



#DiloconKMflorería

Colección día de las madres.



Ramo "Celeste"

Descripción:
Rosas, lisianthus, perrito,
hortensia y follaje.

\$1.400

Ramo "Luna"

Descripción:
10 tulipanes y follaje.

\$950



Ramo "Rosa"

Descripción:
24 rosas y follaje.

\$1.000



PASOS para agendar

- Elige el arreglo de tu preferencia y escríbenos para confirmar.
- Pregunta el costo de tu envío.
- Realiza el pago de tu arreglo y el costo de envío vía depósito, transferencia o pago en Oxxo y envía tu comprobante, por favor en concepto pon tu nombre.
- En caso de que no reciban las flores después de 10 minutos de espera, el repartidor las regresará al taller y deberán pasar por ellas o agendar nuevo envío con costo, sujeto a disponibilidad de horario
- Las entregas se agendan por horarios, consulta disponibilidad en los siguientes espacios:

A) 09 de mayo a partir de las 6 pm-11 pm.

B) 10 de mayo entre 7:30am.-1:30 pm.

C) 10 de mayo entre 1:30-4:30 pm.

D) 10 de mayo entre 4:30-6:30 pm.



Flores y Más



- **Desarrollar análisis financiero**

La maestra Maria Eugenia nos dio una asesoría y nos platicó acerca de la importancia de desarrollar un análisis financiero en una florería el cual sirve para evaluar el rendimiento, identificar las áreas de mejora, tomar decisiones, prever una situación financiera, entre otras razones.

Identificamos los gastos fijos y variables que se tienen en todo el mes para realizar cada uno de nuestros ramos, algunos productos duran más de 1 mes , por lo que no se tienen que estar comprando cada mes. Después hicimos un análisis para sacar el punto de equilibrio de 3 ramos diferentes, esto significa el número de ramos que tenemos que vender en el mes para no perder, para lograr esto identificamos qué cantidad y materiales se necesitan para hacer cada uno de los ramos; finalmente nos invitó a realizar nuestro propio formato de control de gastos para así poder comenzar con este nuevo proceso de registro para KM florería.

Gastos		Fijos	variables	Ramo básico	cantidad	precio	arreglo con base de vidrio	cantidad	precio	arreglo base de carton	cantidad	precio
2	rosas			2 paquetes (50)		\$300.00	rosa	2	\$150	flor	1	\$300
3	flores			listón	1 metro	\$20.00	oasis	2	\$60	rosa	1	\$150
4	listones			papel	3 pliegos	\$27.00	liston	1	\$20	bolsa cartón	1	\$300
5	cajas			cinta	media cinta	\$0.00	tarjetas	1	\$9	tarjeta	1	\$9
6	bases			tarjetas		\$9	bases	1	\$400	oasis	1	\$60
7	tijeras			comida para flor		\$9	comida para flor	1	\$9	comida para flor	1	\$9
8	oasis			TOTAL		\$365.00	folleje	1	\$180	bolsa plástico	1	\$15
9	comida para flor			GASTOS INDIREC. GIF			flor	1	\$300	listón	1	\$20
10				cinta, grapas, silicon	\$300.00	\$13.39	bolsa plastico	1	\$15	TOTAL		\$863
11	botellas			envio		\$150	TOTAL		\$1,143			
12	dulces			precio de venta		\$870	precio de venta		\$2,386	precio de venta		\$1,143
13	peluches			costo de venta u		\$378.39						
14	globos			PUNTO DE EQUILIBRIO			PUNTO DE EQUILIBRIO			PUNTO DE EQUILIBRIO		
15	tarjetas de presentacion			COSTOS FIJOS	\$11,318	22	COSTOS FIJOS		\$9	COSTOS FIJOS		\$9
16	stickers			PVU - CVU	\$505		PVU - CVU		\$1,243	PVU - CVU		\$505
17	tarjetas recados			MARGEN UT								
18	gasolina											
19	agua	\$220										
20	luz	\$198										
21	internet	\$500										
22	comision trabajador											
23	papel											
24	limpiaflor				100%	\$365.00						
25	paga por redes sociales				132.88%	\$485.00						
26	telas											
27	plan del celular	\$300		Ventas mensuales		\$19,498.34						
28	credito extra del celular floreria	\$100										
29	sueldo	\$10,000				100%	\$870					
30		\$11,318				17.24%	\$150.00					
31												

Imagen : Formato análisis financiero.

	A	B	C	D	E	F	G
1	CONTROL DE GASTOS						
2							
3	FECHA DE PAGO	FORMA DE PAGO	DESCRIPCIÓN	IMPORTE PAGADO	SUBTOTAL		
4							
5							
6							
7							
8							

Imagen : Formato de control de gastos.

En la siguiente liga se encuentran los resultados:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1P25dCs-jA4Yt6MImPMMAk5QJpz8avM6X/edit#gid=611894552>

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

- **Aprendizajes profesionales**

En este proyecto logramos aplicar los conocimientos de nuestras carreras, aprendimos de otras e hicimos de todo un poco. Estar en KM nos hizo comprender la forma en la que los negocios funcionan, como es que cada detalle por más mínimo que parezca importa. Comprendimos todo lo que conlleva tener en pie una florería, aprendimos acerca de sus proveedores, del proceso para hacer un arreglo, de los medios de comunicación que utiliza, sus precios, su preparación ante días fuertes, entregas, entre otros. KM cuenta con un gran potencial por lo

que posicionar la marca fue el objetivo principal, a lo que en equipo y en ayuda de algunos maestros, aplicamos nuestros conocimientos y modificamos la manera en la que estaban redactados ciertos datos de la empresa, logramos identificar su cliente ideal, creamos contenido y catálogos, analizamos a la competencia, creamos estrategias de publicidad e introducimos la marca al tema financiero.

Al trabajar en un proyecto como este tuvimos la oportunidad de investigar y analizar el contexto económico actual en el que se desarrolla el sector. Esto puede incluir temas como la situación económica del país, las políticas gubernamentales y las tendencias sociales relevantes para el sector. Esto puede incluir, por ejemplo, cuestiones de regulación, la competencia en el mercado, la escasez de recursos o la necesidad de actualización tecnológica. Encontramos conexiones con otros profesionales o negocios, lo que puede ser beneficioso para futuras oportunidades dentro del negocio.

- **Aprendizajes sociales**

Paulina Guadalupe Carrillo Ortiz:

A través de este proyecto, puedo decir que gracias a mi creatividad y mi espíritu emprendedor logré beneficiar a KM Florería logrando nuestro principal objetivo, ser más firme y posicionada, donde cada uno de los miembros de este equipo fue parte de y fuimos capaces de evidenciar cada momento. KM Florería más allá de ser una empresa dependiente, tiene un gran impacto social y este beneficia a otros grupos sociales siendo estos todos aquellos productos/materia que forman parte del proceso para elaborar un arreglo floral, los cuales también están en cumplimiento de su parte, donde como resultado ambos nos beneficiamos haciendo lo que nos corresponde logrando una economía social.

Sofía Carolina Márquez Juárez:

Trabajar dentro de mi negocio me proporcionó varios aprendizajes sociales muy valiosos como fueron el aprendizaje sobre el valor del trabajo en equipo y el como no solo es beneficiarse el uno mismo, si no ayudar a locatarios o personas que tienen sus propios cultivos de rosa, es decir que todo quede entre negocios locales para que se pueda hacer una economía más sólida y mejorar la economía del país, ya que existen muchas proveedores que todos los productos los traen fuera de México, lo que esto conlleva es que el trabajar en una florería implica trabajar junto a más personas, desde la selección de flores, materiales, hasta la creación y entrega de arreglos florales, donde se va generando mayores empleos en el

punto de necesitar la ayuda de otras personas. A través de esta experiencia, se puede aprender a trabajar con otros de manera efectiva y a apreciar el valor del trabajo en equipo y cómo entre todos puede mejorar el comercio local.

Esta experiencia puede ayudar a desarrollar habilidades que pueden ser aplicables en muchos otros ámbitos de la vida. Uno de los puntos también a resaltar y que me llevo como aprendizaje sobre el servicio al cliente: la industria de las flores está muy enfocada en el servicio al cliente. Como tal, trabajar en una florería puede ayudar a desarrollar habilidades de servicio al cliente, como la capacidad de escuchar y comprender las necesidades de los clientes y proporcionar soluciones adecuadas para satisfacerlas.

En general, trabajar junto a una florería puede proporcionar una experiencia valiosa de aprendizaje social, que puede ayudar a desarrollar habilidades y competencias para el éxito en muchos ámbitos profesionales y personales, como la capacidad de dirigir un proyecto con la ética correcta y que a largo plazo pueda generar un impacto social, ya sea de cualquier medio como económico, laboral, ambiental, entre otros,

Melyna Alejandra Ramírez Aguirre:

Para mí, haber realizado este proyecto me hizo darme cuenta de que hay muchísimos emprendedores en México que buscan salir adelante de alguna manera. Me gusto mucho haber sido parte del crecimiento de esta empresa, y apoyar el sueño de una pequeña empresaria que tiene la visión de llevar su empresa a algo grande; considero que mis habilidades como emprendedora y mi creatividad me llevaron a impactar con este proyecto la calidad de vida de la sociedad.

Después de haber finalizado con este proyecto me siento capaz de poder preparar un proyecto como este, de conseguir los objetivos, tomar decisiones importantes, darle el seguimiento necesario ayudando de alguna manera a la sociedad. Creo que unas de las prácticas sociales que logré con este proyecto fue apoyar a nuevos emprendedores, y apoyar el comercio local y justo. Me siento muy contenta de que mis servicios profesionales contribuyeron para mejorar la economía del país, poco a poco en México nos estamos animando más a emprender y a quitarnos el miedo de fracasar.

Sigo teniendo la misma visión social del mundo, considero que nos falta mucho por avanzar, pero lo ideal sería que el mundo fuera justo y equitativo, que todos tuviéramos las mismas oportunidades y acceso a los recursos necesarios para poder salir adelante, sin importar la raza, género, religión, condición socioeconómica, etc.

- **Aprendizajes éticos**

Paulina Guadalupe Carrillo Ortiz:

Más allá de todos aquellos procesos que conllevan tener una empresa, nos dimos cuenta de la importancia que es para KM el hacer las cosas de una manera correcta en todo momento, desde no regatear al comprar la flor al momento de surtir para los arreglos, hasta en los precios en los que se oferta el arreglo. KM da lo mejor para sus clientes, es una florería de confiar, sus flores son de calidad y sus arreglos son propios y únicos.

Sofía Márquez Juárez:

Trabajar en KM implica una serie de responsabilidades éticas que deben ser consideradas por los empleados y por el empleador, lo que me llevo con este proyecto es que la industria de las flores es conocida por su compromiso con la calidad y la excelencia. Al trabajar en una florería, se puede aprender la importancia de mantener altos estándares de calidad y excelencia en todo lo que se hace y ser lo más claro con los consumidores, de igual forma en el ámbito de las flores también puede proporcionar una oportunidad para aprender sobre la equidad y la justicia en las relaciones comerciales y laborales. Al trabajar en una florería, se puede aprender sobre la importancia de tratar a todos los proveedores y empleados de manera justa y equitativa y de una manera responsable y ética.

Melyna Alejandra Ramírez Aguirre:

Trabajar con esta empresa me dejó muy claro que no importa que tan grande o pequeño sea un negocio, porque todas las decisiones que tomemos van a repercutir en los resultados. Durante la elaboración de este proyecto se tuvieron que tomar decisiones importantes para la empresa, como decidir qué tipo de contenido queremos mostrar a los clientes, es muy fácil solo copiar ideas de la competencia, pero nos dimos cuenta que es muy importante ser originales y tener nuestra propia identidad. Otra de las situaciones que se presentaron, fue decidir si era necesario mostrar el

proceso de cómo se hacían los arreglos, para esta decisión consideré importante la transparencia y responsabilidad social al mostrar a nuestros clientes la realidad desde cómo se compra la flor, hasta que ya está terminado el producto.

Todo esto me invita a siempre seguir mis valores, respetando el trabajo de los demás, y a aprender que el camino fácil no siempre es el correcto, va a haber situaciones en las que tendremos que ir por el camino difícil, para hacer las cosas bien y lograr nuestros objetivos.

- **Aprendizajes en lo personal**

Paulina Guadalupe Carrillo Ortiz:

Este proyecto para mi fue muy padre, me encantó que pudimos hacer de todo un poco, aprendí de muchas personas, me tocó un equipo con el cual pude trabajar muy agusto a lo que como resultado obtuvimos puras cosas buenas y esto gracias a que nos pudimos entender muy bien.

Me llevo muchas cosas buenas de este PAP, tanto amistades como en lo profesional, me hice más consciente de cómo es que se manejan las empresas, de la importancia de realizar cada proceso correctamente y del potencial que puedes llegar a tener si haces las cosas bien, si haces lo que te gusta y si logras escuchar al cliente.

Sofía Márquez Juárez:

En este proyecto de aplicaciones profesionales, fue todo una travesía ya que había herramientas que yo no las manejaba por completo o puntos que no eran para nada mi fuerte, pero gracias a las asesorías de los distintos profesores fue como nos pudieron ayudar a avanzar con este proyecto e ir conociendo las distintas herramientas .

Trabajar en este proyecto que para mi es más que nada mi sustento, puede ser una experiencia enriquecedora y desafiante. Por un lado, la familiaridad con la empresa y su funcionamiento permitirá tener un conocimiento profundo del negocio y de los desafíos que enfrente en ella , lo que me pudo ser de gran ayuda en la elaboración del proyecto y la toma de decisiones.

En general, el trabajar junto al ITESO ,maestros y compañeros de mi universidad conjunto a mi empresa de florería es una gran oportunidad para aplicar los conocimientos y habilidades aprendidos en el aula a situaciones reales de negocio. Esto no solo puede mejorar el rendimiento

de la empresa, sino que también me puede ayudar a desarrollar habilidades prácticas y valiosas para mi futura carrera profesional y aplicar lo aprendido en la empresa.

De este proyecto, me llevo el saber trabajar en equipo y con personas que tienen diferentes habilidades. También trabajar bajo presión, alcanzar objetivos de manera ética y tomar dirección del proyecto en general.

Melyna Alejandra Ramírez Aguirre:

Este PAP fue un reto para mi, ya que tuve que aplicar todos mis conocimientos adquiridos durante la carrera, sin embargo, me siento muy orgullosa de todo lo que logré, ahora me siento más segura de que ha valido la pena todo mi esfuerzo durante toda mi carrera. El trabajo en equipo siempre ha sido una de las cosas que considero más valiosas a la hora de realizar este tipo de proyectos, escuchar distintos puntos de vista nos ayuda a ampliar nuestra mente y lograr mejores resultados.

Me siento muy satisfecha con todas las herramientas que adquirí al realizar este proyecto, creo que me será de mucha ayuda para mi vida profesional y personal. También me gustó haberme salido de mi zona de confort al trabajar en diferentes áreas a las de mi carrera, considero que siempre es bueno conocer de otra áreas y aprender de ellas.

5. Conclusiones y recomendaciones

Después de trabajar en la estrategia y gestión de marca de la florería, se puede concluir que es fundamental contar con un enfoque sólido y coherente para lograr una presencia exitosa en el mercado. La investigación y el análisis de mercado han demostrado la importancia de conocer las necesidades y preferencias de los clientes, así como de establecer una imagen y una voz de marca consistentes y distintivas.

Al definir la propuesta de valor única de la florería y comunicar de manera efectiva a través de varios canales, incluidas las redes sociales y la publicidad en línea, se ha logrado mejorar el reconocimiento de la marca y aumentar la lealtad de los clientes existentes. Además, la implementación de estrategias para fomentar la satisfacción del cliente, como ofrecer productos y servicios de alta calidad, brindar un servicio personalizado y desarrollar programas de fidelización, ha sido crucial para mantener la satisfacción de los clientes y fomentar el boca a boca positivo.

En resumen, la estrategia y gestión de marca efectiva son fundamentales para el éxito de una florería, y deben basarse en un conocimiento profundo del mercado y los clientes, así como en una comunicación clara y coherente de la propuesta de valor de la marca.

Después de haber concluido con los objetivos de este proyecto, consideramos que la empresa debería seguir con estas recomendaciones:

- Seguir haciendo análisis de la competencia: Mantenerse en constante actualización de su competencia ayudará a la empresa a conocer las tendencias del mercado, las estrategias que se están utilizando y las oportunidades y amenazas que existen.
- Hacer sesiones de fotos para fechas importantes: Esto ayudará a promocionar los productos en tendencia, para hacer publicidad en redes sociales, reforzamiento de la marca, e inspiración para los clientes.
- Tener cronograma de redes cada mes: Es importante para tener una organización y planificación de publicaciones en redes sociales, ahorro de tiempo, interacción con los seguidores y hacer un buen análisis.
- Mantener un enfoque constante en la estrategia y gestión de marca: Esto ayudará a que la marca siempre tenga una identidad y diferenciación en el mercado, permitirá que la marca pueda adaptarse a cambios correctamente, y a construir una reputación positiva para la vista de los clientes o nuevos prospectos.
- Continuar monitoreando y adaptándose al mercado: Día con día las tendencias y los gustos de los clientes cambian, por lo que es importante darle seguimiento a lo que el mercado está buscando, buscar las mejores opciones para satisfacer sus necesidades.
- Desarrollar programas de fidelización de clientes: Los clientes es lo más importante en un negocio, por ello se deben crear ideas para retenerlos y que se vuelvan fieles a la marca, darles algo atractivo que la competencia no les da.

6. Bibliografía

- T. E. P. E. L. T. V. J. (2010, 6 octubre). Misión, Visión y Valores. Edgar J. Taylor. <https://jemager.wordpress.com/2010/10/06/mision-vision-y-valores/>
- da Silva, D. (2020, septiembre 9). ¿Qué es el mercado meta? Criterios para entenderlo y aplicarlo. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>
- Latinoamérica, S. (s/f). Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo? Blog de Salesforce. Recuperado el 29 de marzo de 2023, de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html>

- Ortega, C. (2020, septiembre 26). Estrategias de comunicación digital. QuestionPro.
<https://www.questionpro.com/blog/es/estrategias-de-comunicacion-digital/>
- ¿Cómo diseñar un brandbook y mejorar tu estrategia visual al estilo de Paul Rand? (2022, 9 marzo). Crehana. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/brandbook/>
- Molina, D. (2021c, septiembre 27). *Buyer persona: qué es y cómo crearlo en cinco pasos*. IEBS. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://www.iebschool.com/blog/guia-crear-buyer-persona-inbound-marketing/>
- Blanco, E., & Siqueira, A. (2022, marzo 24). Análisis FODA: qué es y cómo aplicarlo en tu Empresa. Blog de Inbound Marketing y Ventas | RD Station. <https://www.rdstation.com/blog/es/analisis-foda-como-hacerlo/>
- Ferrer, V. (2021a, marzo 3). Cronograma: Qué es y cómo aplicarlo. Vicent Ferrer. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://vicentferrer.com/cronograma-que-es/>
- Newberry, C. (2022, octubre 17). Cómo crear un calendario de contenido para redes sociales [plantilla 2022]. Social Media Marketing & Management Dashboard.
<https://blog.hootsuite.com/es/calendario-de-contenido-de-redes-sociales/>
- Industrial, I. M. D. L. P. (2022). ¿Qué es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial? Gobierno de México. Recuperado 10 de abril de 2023, de <https://www.gob.mx/imp/acciones-y-programas/conoce-el-imp-que-es-el-imp>