

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales



**3J02A Desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales I
CEDECOM**

Plan de Comercialización y Comunicación para la empresa I INVITE YOU

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. En Comercio y Negocios Globales, Santiago Arias Díaz Morales

Lic. En Comercio y Negocios Globales, Natalia Chauvet García

Lic. En Comercio y Negocios Globales, Elena Limón García

Lic. En Administración Financiera, Álvaro Miranda de la Cerda

Profesora PAP: Mtra. Graciela Velasco Gutiérrez.

Profesora PAP: Mtra. Montserrat del Carmen Moncada Navarro.

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2020

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
1.1. Objetivos	2
1.2. Justificación	3
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	4
2. Desarrollo	4
2.1. Sustento teórico y metodológico	4
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	4
3. Resultados del trabajo profesional	5
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	5
5. Conclusiones	7
6. Bibliografía	8
Anexos (en caso de ser necesarios)	8

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo principal la elaboración de un plan estratégico de comunicación y de comercialización para la empresa INVITE YOU. Este proyecto nace a raíz de que la empresa quiere migrar su forma de venta de la página Etsy a su propia página web, sin embargo, no tiene los recursos para hacer una transición segura que le siga generando ventas, por eso nuestro objetivo es fortalecer las áreas de redes sociales, publicidad y canales de comercialización.

Se tiene la tarea de hacer archivos y procedimientos adecuados a las necesidades y aptitudes de la empresaria para que la transición a su propia página web sea más segura, rápida y que después de este proyecto la empresaria tenga las herramientas para seguir administrando sus diferentes actividades de una forma correcta.

1. Introducción

1.1. Objetivos

Objetivo General:

El proyecto consiste en elaborar planes estratégicos que ayuden a la empresa a ser más independiente al momento de trasladar sus ventas a su nueva página web y está pensado para trabajarse en dos partes, por un lado, la comunicación y por el otro la comercialización.

Objetivos Específicos:

Estrategia de Comercialización:

- Hacer un manual de uso de la plataforma WIX para que la empresaria pueda hacer las modificaciones y actualizaciones necesarias.
- Hacer un manual de como cerrar la tienda en ETSY.
- Hacer un análisis del perfil del consumidor y los aspectos generales del mercado.
- Validar apoyos con embajadas y nuevos socios comerciales.
- Elaborar un archivo de contactos que le permita a la empresa contactar nuevos canales de distribución.

Estrategia de Comunicación:

- Buscar una estrategia nueva de redes sociales y publicidad a la que se utiliza actualmente en la empresa.
- Elaborar un manual de apoyo para publicaciones en rede sociales y en buscadores de internet.
- Elaborar un archivo de contactos que le permita a la empresa contactar socios claves en redes sociales.

1.2. Justificación

El propósito de este proyecto es aplicar los diversos conocimientos de nuestras diferentes carreras para aplicarlos en una situación real de una empresa. La intención es trabajar en conjunto con la empresaria para que estos conocimientos se apliquen en escenarios donde existe un problema y lo podamos resolver de la mejor manera. Existe una gran oportunidad de negocio para esta empresa, sin embargo, tiene que dar el salto a su independencia y nosotros somos los que podemos colaborar para que ese paso sea más sencillo y sin tanto riesgo. La empresa ha decidido enfocar sus ventas a un mercado extranjero, principalmente Estados Unidos y Canadá, por lo que el enfoque con este proyecto es el de poder hacer más fácil la comercialización en este país y ayudar con las bases para que luego se expanda a nuevos mercados de una forma más organizada y sólida.

El proyecto como ya se comentó consiste en dos partes, una es la elaboración de un plan estratégico que nos ayude a ampliar la comercialización del producto, sobre todo en relación con el e-commerce con una página propia de la empresa. La segunda parte es un plan de comunicación donde la empresa trate de retomar las redes sociales que es un pilar básico de la comunicación con los clientes y que también pueda tener las herramientas para poder promocionar sus publicaciones sin tener que estar pagado mucho dinero.

1.3 Antecedentes

I INVITE YOU es una empresa familiar que opera desde 2014 donde trabaja la actual dueña con su hijo que le ayuda con la producción. También cuentan con el apoyo para los diseños con su hijo mayor. Desde hace 6 años la empresa elabora invitaciones y decoraciones personalizadas para eventos, principalmente bodas, pero desde 2018 la empresa ha tenido problemas con las ventas. El único canal de ventas con el que ha trabajado es una plataforma digital llamada Etsy la cual les cobra muchos dólares mensuales por publicidad, comisión y uso de la plataforma, esto llevó a la empresaria a pedir el apoyo del ITESO a través de sus programas PAP. La empresa tuvo un primer apoyo de alumnos del ITESO en el ciclo de primavera 2020 sin embargo hay mucho que se tienen que trabajar para que la

empresa pueda operar en una nueva plataforma y con diversos canales de distribución.

1.3. Contexto

La empresa se desarrolla en un ambiente macroeconómico inestable por diversas situaciones, principalmente por la pandemia del COVID-19, la crisis económica a nivel mundial y una crisis política en el país. Existe un cambio de normalidad y con esto un nuevo hábito de compra de los consumidores esto se transmite como una inestabilidad constante para la mayoría de los comercios que viven de los eventos con muchas personas, ya que en estas fechas de junio de 2020 los eventos, ferias y celebraciones están limitadas e incluso restringidas. Este tipo de situaciones mundiales es un arma de doble filo para las empresas que se sostienen con ventas en internet ya que por un lado la gente compra más por medio de plataformas, pero por el otro es un mercado muy competitivo y con mucha inestabilidad.

Se considera que para I INVITE YOU es un muy buen momento de hacer un cambio que se enfoque en abrir su propia página web, manejar sus redes sociales con contenido propio y que genere su propia publicidad a través de plataformas, buscadores y redes sociales, todo esto para posicionarse en un nuevo mercado. Se sabe que no va a ser un cambio que haga un impacto inmediato, sin embargo, la empresa está dispuesta a buscar estos nuevos canales de comercialización para que tengan finanzas estables y que puedan crecer como compañía de una forma formal e independiente.

2. Desarrollo

En este apartado se realizará una selección de los conocimientos que se utilizaron para desarrollar este proyecto. Se sustentará el conocimiento en base a las materias o textos adquiridos a lo largo de las diversas carreras de los miembros del equipo.

2.1. Sustento teórico y metodológico

Administración estratégica: Es una materia que nos ayuda a enfocarnos en los principales problemas de una empresa y cómo es que podemos elaborar estrategias que nos permitan resolver las problemáticas. Analizamos mucho los factores internos y externos que rodean a una empresa. En I INVITE YOU nos ayudan estos conocimientos para adaptarnos a la situación actual del mundo y de tomar decisiones que hagan reducir los costos de operación de la empresa para tener unas finanzas estables.

Mercadotecnia Integral: Durante este curso se nos dieron los conocimientos básicos de cómo es que los diferentes medios de comunicación nos ayudan a transmitir un mensaje a un receptor, por lo cual al momento de aplicarlo con la empresa pudimos entender que ellos no tienen un canal de comunicación con sus clientes por lo que era necesario reactivar las redes sociales y ver las estadísticas que estas nos arrojaban para que en un futuro la empresa pueda desarrollar estrategias con estas plataformas.

Promoción Internacional: En este curso aprendimos a identificar procesos de promoción y publicidad internacional. De igual manera como planear y desarrollar estrategias para que las empresas tengan mayor oportunidad de desenvolverse en un mercado a nivel internacional. Se analizan qué herramientas son aptas para su promoción y que se puede mejorar. Para el caso de I INVITE YOU se utilizaron conocimientos previos de instituciones y organizaciones que pueden brindar su apoyo a la empresa para crecer en el mercado norteamericano.

Análisis de mercado del consumidor: Esta materia nos ayuda a encontrar cómo es que el mercado interactúa al momento de hacer una decisión de compra y cuáles son los canales donde compra. Los conocimientos aplicados que nos proporciona esta materia son reconocer cómo es que un consumidor está comprando sus productos, sobre todo ahora en tiempos de contingencia donde muchas de las

compras son hechas por internet y esto obliga a la empresa a tener una página web funcional y que no sea tan cara como Etsy para que pueda seguir compitiendo con precios y calidad.

Consultoría integral en negocios internacionales: Esta es una de las últimas materias de la carrera y en general integra varias clases previamente impartidas. Aplicando los conocimientos de esta materia con I INVITE YOU pudimos rescatar que la comunicación con la empresa es clave para entender qué es lo que quiere realizar y cómo es que la podemos ayudar como profesionales.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

Descripción del proyecto:

Partiendo de los resultados obtenidos en la primera parte de este proyecto, relacionados a la necesidad de encontrar un nuevo canal de distribución para reemplazar a la plataforma Etsy que requiere de grandes cantidades de dólares al mes, se determinó que para este proyecto era necesario concebir una nueva estrategia de comunicación y comercialización para los productos de I INVITE YOU.

Para dichas estrategias, se tuvieron juntas semanales con la empresaria para solucionar dudas y así estructurar las estrategias y tácticas de cada una. Algunas de las tácticas fueron:

1. La realización de un análisis de la proyección de utilidad.
2. Comparación y análisis de tres plataformas para la elaboración de páginas web.
3. Documentación de contactos que pueden funcionar como socios comerciales.
4. Manuales que funcionan como guías prácticas respecto a las metodologías de uso y navegación de plataformas como Wix.

Lo anterior, se pudo elaborar gracias a esfuerzos de investigación vía internet principalmente, pero también con el apoyo telefónico de parte de miembros de instituciones como embajadas y organizaciones comerciales de Estados Unidos y Canadá.

- Plan de trabajo

Para realizar las actividades anteriormente señaladas de este proyecto tuvimos que planear una ruta de trabajo en forma de cronograma esto para garantizar el cumplimiento de las actividades y objetivos planteados en tiempo y forma.

Cronograma:

Cronograma

FECHAS PLANEADAS

DÍAS DE REALIZACIÓN

ACTIVIDADES	Responsable	% de Avance	MAYO		JUNIO				JULIO	
			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
			L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D
			24 al 30	31 al 06	07 al 13	14 al 20	21 al 27	28 al 04	05 al 11	12 al 18
1. EMPRESA -										
Tiempo Real de la realización del apartado										
1.1 Breve Información General de la Empresa en relación con el PAP anterior.	TODOS	100%								
2. PRODUCTO										
Tiempo Real de la realización del apartado										
2.1 Breve Descripción del las Características del Producto en relación con el PAP anterior.	TODOS	100%								
3. PLAN ESTRATEGICO DE COMERCIALIZACIÓN										
Tiempo Real de la realización del apartado										
3.1 Mercado.	Elena y Natalia	100%								
3.1.1 Perfil del Consumidor.	Elena y Natalia	100%								
3.1.2 Aspectos Generales de Mercado.	Elena y Avaro	100%								
3.2 Página Web	Elena y Alvaro	100%								
3.2.1 Manual de apoyo para su creación	Elena y Alvaro	100%								
3.3. Socios Comerciales	Elena y Natalia	100%								

ACTIVIDADES	Responsable	% de Avance	MAYO		JUNIO			JULIO		
			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
			L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D	L-D
			24 al 30	31 al 06	07 al 13	14 al 20	21 al 27	28 al 04	05 al 11	12 al 18
3.3.1 Validación de apoyo de embajadas y organizaciones comerciales de Estados Unidos y Canadá.	Elena y Alvaro	100%								
3.3.2 Contactos de posibles canales de distribución: Wedding planners, organizadores de eventos, etc.	Elena y Natalia	100%								
4. PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN										
Tiempo Real de la realización del apartado										
4.1 Estrategia de posicionamiento a utilizar.	Santiago y Alvaro	100%								
4.2 Plan de Marketing.	Santiago y Natalia	100%								
4.2.1 Manual de apoyo para publicar contenido en redes sociales	Santiago y Natalia	100%								
4.2.2 Lista de precios para las publicaciones en redes sociales y Google Ads, así como manual de uso.	Santiago y Alvaro	100%								
4.2.3 Listado de posibles socios comerciales en redes sociales	Santiago y Alvaro	100%								
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES										
Tiempo Real de la realización del apartado										
5.1 Conclusiones	TODOS	100%								
5.2 Recomendaciones	TODOS	100%								

- Las actividades que se consideran: profesionales, técnicas, operativas, otra (especificar):
 - Contactos con secretarías e instituciones de vinculación.
 - Contacto con diseñador.
 - Comunicación y asesoría con empresa.
 - Asesorías por parte de las profesoras del ITESO.
 - Utilización de conocimientos adquiridos en la carrera.
- Recursos necesarios: humanos, materiales, económicos, tecnológicos, tiempos:
 - Euromonitor.
 - Wix.
 - GoDaddy.
 - Akky.
 - Plataforma Teams.
 - Correo electrónico.
 - Zoom.
 - Llamadas telefónicas.
 - Internet
 - Google Search.
 - Páginas en Instagram.

Para el desarrollo del proyecto se llevaron a cabo diversas actividades dentro del equipo y con apoyo de parte de la empresa. Las principales actividades nos impulsaron como profesionales a utilizar nuestros conocimientos que hemos adquirido a lo largo de la carrera para aplicarlos de una forma práctica en un ambiente laboral real.

Como consultores se tuvo que hacer contacto con posibles secretarías e instituciones las cuales se dedican al apoyo de las empresas, así como con posibles socios comerciales. Se estuvo utilizando diversas plataformas como Euromonitor para acudir a la información sobre el mercado y características de los consumidores.

Por parte de la empresa I INVITE YOU se solicitó el apoyo de su diseñador Zúrich Minjares para elaborar diseños originales para la página de Instagram y para el posterior diseño de la página web. Así también hubo una constante comunicación con la empresaria para resolver dudas sobre la página web y la elaboración de la misma

- Fechas previstas:

Debido a las circunstancias actuales de contingencia relacionadas al virus COVID 19, se tuvo que trabajar de una manera virtual a lo largo del proyecto, esto nos hizo dedicarle cada día trabajo para poder cumplir los objetivos de tiempo y forma. Se llevaron a cabo juntas semanales con la empresaria y con las asesoras del proyecto, por lo que los recursos tecnológicos fueron indispensables para su realización.

Las juntas tuvieron fecha los días:

- 27 de mayo de 2020, para tratar aspectos generales del proyecto como la discusión de problemáticas para la empresa, los resultados obtenidos del proyecto del periodo anterior y los objetivos a realizar para la segunda parte del proyecto.
- 01 de junio de 2020, se repasó la propuesta de plan de trabajo y se llegó al acuerdo necesario por ambas partes.
- 08 de junio de 2020, se recopiló información relevante a la comunicación y comercialización.
- 15 de junio de 2020, se completó la información para la parte de comunicación y comercialización de la semana 4 y 5.
- 22 de junio de 2020, se resolvieron dudas de los alumnos para la parte del trabajo en la página web y la reactivación de redes sociales.
- 6 julio de 2020 donde se resolvieron dudas de la empresaria.
- 14 de julio de 2020 presentación final del proyecto.

- Desarrollo de propuesta de mejora:

Para elaborar el proyecto de forma profesional se trabajó con diversos recursos para las diferentes actividades:

- **Mercado:** Las primeras semanas se enfocó el proyecto a conocer un poco más del mercado internacional a partir de las necesidades que la empresaria nos expresaba en las juntas. Como equipo nos enfocamos en sus principales mercados siendo Estados Unidos y Canadá. Con esto pudimos identificar, la distribución de las clases sociales, el perfil de los consumidores, los hábitos de compra y otros aspectos generales de los consumidores de estos países.
- **Plan de comercialización:** Para elaborar un nuevo plan de comercialización para I INVITE YOU se tuvieron que implementar diversas estrategias como un análisis en el comercio electrónico y la elaboración de una página web, junto con un manual para apoyar a la empresaria para que le sea más fácil la administración de su propia página web. En el documento de la empresa se anexó un manual de creación y uso para página en Wix, un manual de cierre de página actual en Etsy y una proyección de utilidades con nueva página web. Por confidencialidad no se puede compartir estos recursos.



Imagen # 1 Manual de como cerrar la tienda en Etsy

Anexo 1 para la empresa



Imagen #2 Manual de creación para página web

Anexo 2 para la empresa

- **Socios comerciales:** Como la empresaria sólo tenía un canal de distribución el objetivo en este punto era buscar que otros canales le pudieran favorecer a la empresa para vender el producto.
- **Contacto o acercamiento con organismos nacionales e internacionales de apoyo empresarial:** Debido a la situación del COVID- 19, se decidió utilizar las primeras semanas de la realización del proyecto para entrar en contacto con los organismos y de esa manera tener respuestas de manera rápida o descartar opciones que ya se habían considerado. Se buscó en las páginas oficiales de los organismos para obtener el contacto indicado y por lo tanto un intercambio de correos electrónicos para programar videollamadas o llamadas telefónicas para obtener información relevante para la empresaria.
- **Plan de comunicación:** Durante la elaboración de esta parte del proyecto como equipo nos enfocamos en reactivar las redes sociales, principalmente con un manual el cual pudiera hacer que la misma dueña de la empresa administra sus cuentas. Como el traslado de la página ya es un hecho, vemos conveniente la publicidad en redes sociales como principal campaña publicitaria, esto va a ayudar a la empresaria a tener un mayor flujo de clientes potenciales.

Manual para elaborar una campaña de publicidad en redes sociales

Imagen #3 Manual para elaborar una campaña en red sociales

Anexo 4 para la empresa

3. Resultados del trabajo profesional

A partir de la elaboración de este proyecto, se alcanzaron resultados en relacionados a los objetivos planteados, principalmente elaborar un plan de comercialización el cual le de una nuevo alcance a la empresa y el plan de comunicación que le otorga la oportunidad de tener una constante interacción con posibles nuevos socios comerciales.

Nuestro principal foco de atención era el poderle ayudar a la empresaria a elaborar su nueva página web, dado que la página con la que actualmente trabaja le genera mucho costo de operación y no hace que el negocio sea rentable. Dadas las circunstancias mundiales por causa de la pandemia hace que las personas busquen comprar aún más por páginas de internet fue un momento clave para que la empresaria se decidiera por tomar el riesgo de mudar su plataforma de venta. Esto sin duda le va a llevar tiempo, pero a la larga los resultados van a ser mucho más favorables.

Un cambio importante y resaltable es el beneficio que resultará tanto a corto como largo plazo la transición de la plataforma de Etsy a Wix, esto dando como resultado un incremento en las utilidades además de poder tener un mayor beneficio en términos de diseño para su página web. También es importante resaltar las plataformas que se plantean como opciones de contactos de distribución, estos con beneficios importantes debido a que todas estas cuentan con mucha visualización y un área de oportunidad enorme para todas las empresas que participen de estas,

aunque la mayoría cuenta con una cuota se estima que el beneficio si es resaltable. El uso de todo lo anterior concluye en un crecimiento considerable de la página web de I INVITE YOU.

Finalmente, la empresa está pasando por una gran transformación y va requerir que los trabajadores dediquen mucho tiempo y nuevos esfuerzos. Sabemos que la empresa tiene mucho potencial, pero el estar tratando de vender este producto en un mercado internacional tan competitivo les va a exigir un mayor esfuerzo de la gestión interna de la empresa.

Gracias a los elementos trabajados, las metodologías a implementar para satisfacer las necesidades actuales de la empresa, esta será más cercana a sus clientes que antes y fácilmente de operar.

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

- Aprendizajes profesionales:

Elena Limón García: Las principales competencias desarrolladas fueron las metodologías de investigación y desarrollo de ideas para encontrar soluciones que sean efectivas para la empresa. También se desarrolló la parte creativa del equipo puesto que el enfoque que sugería la empresa era mejorar su publicidad para llegar a más clientes posibles. Por otro lado, la comunicación efectiva formó parte esencial para concluir ideas, soluciones, sugerencias etc. por parte de la empresaria e integrantes del equipo. Aunque en su mayoría del equipo eran parte de la misma carrera, fue interesante cómo cada integrante dio su punto de vista. Unos dieron su perspectiva en el marketing mientras que otros aportaron con otro tipo de conocimiento de negociación, comunicación y financiero.

Mis principales aprendizajes sobre el contexto en el cual se desenvuelve una empresa pueden cambiar sin previo aviso como lo fue la contingencia de la enfermedad COVID-19. No obstante las empresas no pueden dejar de operar, al

contrario, se debe de buscar una solución pertinente y efectiva para que la estrategia funcione. Se generan miles de ideas para generar más rentabilidad y soluciones para generar utilidad, aunque se debe de aprender que no siempre se ve reflejado a corto plazo.

Mis saberes puestos a prueba fueron La recolección de información de fuentes confiables y previamente conocida. He aprendido formas correctas de validar ideas o responder dudas referentes a temas propuestos. Creatividad para resolver problemas, trabajo en equipo y cómo contextualizar ideas generadas por otros miembros o por uno mismo.

Finalmente, lo que aprendí para mi proyecto de vida profesional fue que no siempre se tienen que hacer estrategias radicales para hacer funcionar una empresa o generar más utilidad. A veces los objetivos sencillos o detalles que anteriormente no se habían pensado hacen que pueda funcionar de mejor manera la empresa. De igual manera, el impacto que las redes sociales y el *e-commerce* está teniendo en el mundo de los negocios.

Álvaro Miranda De La Cerda: Las competencias más importantes aprendidas a mi gusto serían el trabajo en equipo y la importancia de realizar un buen estudio e investigación para encontrar las mejores opciones para la empresa. Además de la importancia de las opiniones y los diferentes puntos de vista debido a la diferencia de carreras, en mi opinión eso fue muy interesante y útil debido a que mi perspectiva era principalmente financiera, dando como resulta muchas formas diferentes de abordar un mismo problema para ayudar a la empresaria.

Lo principal fueron mis habilidades para buscar y recolectar información de las fuentes correctas y que tuvieran la utilidad necesaria para poder utilizarlas en el proyecto. Creatividad para solucionar las diversas complicaciones que surgieron a lo largo del camino y la importancia de simplificar las cosas.

Mi aprendizaje más importante es entender cómo es que tiene que acoplarse una empresa a la situación actual y buscar la manera de sacarle provecho, para que la contingencia del COVID-19 no se coma a la empresa y pueda seguir operando, la empresaria nos pidió encontrar soluciones que permitieran que su empresa saliera adelante de manera que obtuviera sus beneficios correspondientes.

Aprendí a trabajar en equipo y sin duda alguna mi capacidad para buscar y encontrar la información correcta que se había estado buscando, al igual que encontrar soluciones creativas a los problemas que nos enfrentamos.

Aprendí de este proyecto la importancia de tener muchas opciones en tu empresa debido a que situaciones como la actual no es una que avisa antes de llegar, además de que preparar a tu empresa para que sea lo suficientemente flexible para adaptarse a estas situaciones es vital. La importancia que tiene estar bien posicionado en el e-commerce y el apoyo tan significativo que representa anunciarte correctamente en redes sociales.

Santiago Arias Díaz-Morales: Como competencias a lo largo del proyecto fueron la organización, planificación y aplicación de conocimientos de la carrera, es un proyecto que exige mucho en cuanto a generar varias propuestas e investigar muchos temas a la vez para tener un mejor panorama del entorno donde la empresa está involucrada.

En cuanto a las competencias desarrolladas creo que este año todos hemos tenido que hacer cosas para adaptarnos a una nueva realidad y cómo es que desde nuestras casas podemos hacer las cosas igual que cuando salíamos. En lo personal es muy complicado el tener que estar encerrado y dedicarle tanto tiempo al trabajo y a la escuela, pero uno puede organizarse con su equipo para cumplir de igual manera.

En cuanto a la situación actual de la economía aprecié que la empresa tiene una ventaja la cual es la venta por internet ya que muchas personas están optando por cambiar su forma de consumo. El cambio que hicimos de que la empresa tuviera su propia página web me hizo entender que es una de las grandes oportunidades que las empresas hoy en día pueden implementar ya que los negocios presenciales están siendo golpeados por una gran crisis económica.

Como aprendizaje principal para mi vida profesional puedo decir que aprendí que un negocio o una persona se tienen que adaptar rápidamente a las situaciones y tratar de hacer los cambios rápidos y seguros, esto va a hacer toda la diferencia de sobrevivir o de llevar un negocio al éxito.

Natalia Chauvet García: Gracias a este proyecto pude afinar mis habilidades relacionadas a la investigación y el análisis de la información, al identificar oportunidades y riesgos en el ambiente y contexto actual que es influenciado por muchos factores y puede llegar a beneficiar o afectar a la empresa dependiendo la decisión que sea tomada. Por ello, al momento de ofrecer recomendaciones y elaborar estrategias y planes para la comercialización y la comunicación del producto, me di la tarea de investigar en diversas fuentes y me sentí más decidida a ofrecer un menú variado con diferentes opciones que representan pequeños pasos para que la empresaria pueda decidir qué esfuerzos le resultan más accesibles en determinados momentos.

Entiendo principalmente a la transición que está sufriendo nuestro entorno la importancia de expandir las operaciones de las empresas para poder adaptarse al medio digital y ser más y más accesibles para los consumidores interesados en el producto, por lo que pienso fielmente que nuestros productos deben de aparecer en los primeros resultados de búsqueda dentro de diferentes plataformas.

Para garantizar dicha disponibilidad y accesibilidad, es recomendable llevar a cabo investigaciones que revelen los hábitos de compra de aquellos que consideramos

como mercado, y a su vez, expandirse en la web, probando nuevos nichos de mercado para conseguir la especialización y diferenciación que distingue a la marca de la competencia.

Otra de mis competencias trabajada podría ser el trabajo en equipo y el compromiso que busqué conservar para la elaboración de este proyecto, para lo que mantuve una buena iniciativa y mantener los objetivos claros y actualizados a lo largo del periodo.

- Aprendizajes sociales:

Elena Limón García: En todo momento se buscó la manera de ayudar a la empresaria no solo en crecer su empresa, si no en ayudarle a ver que no se tienen que gastar grandes cantidades económicas para llevar a cabo una empresa rentable. Muchas ideas que aportó el equipo se pudieron validar a través de la investigación de recursos para apoyar a I INVITE YOU.

Este proyecto me ayudó a darme cuenta sobre mi capacidad para preparar un proyecto, durante el desarrollo del proyecto me percaté de lo eficiente que soy al momento de poner en práctica mis conocimientos y poder darles seguimiento. De la misma manera, tengo un buen desenvolvimiento para trabajar con otras personas y escuchar sus ideas sin descartarlas completamente ya que puede ser la solución al problema planteado. No obstante, hay algunos detalles de los cuales se que tengo que mejorar como la toma de decisiones (ser alguien indeciso es mi debilidad) pero con practica y esfuerzo se puede lograr mejorar.

Me ayudó a acercarme a grandes instituciones y empresarios para obtener información fue un gran reto para mi ya que logre desenvolverse más en la comunicación profesional con desconocidos. Mis conocimientos en el comercio fueron de gran utilidad para poder dar una comunicación efectiva al momento de solicitar información adecuada para la empresa. Por otro lado, me di cuenta de

sobre la existencia de apoyos en otros países para los mexicanos que desean emprender. No es imposible hacerse internacional, solo es cuestión de una correcta investigación y acceso a contactos.

No obstante, muchas instituciones y plataformas no se encuentran operando debido a la contingencia, por lo tanto, existe un desconocimiento sobre cómo podrían ayudar a la empresa. Algunas otras dejaron de existir, pero se nos brindó contacto y apoyo de parte de otras instituciones para poder encontrar una solución a la empresa. Aunque al inicio del PAP se esperaba la poca o nula comunicación para la solicitud de información debido a que muchas organizaciones no se encuentran trabajando de manera presencial en las oficinas, así que obtenemos respuestas demasiado lentas o ninguna.

Por otro lado, aunque no teníamos acceso a ciertos contactos mis servicios profesionales produjeron información valiosa para el apoyo de la empresa y ahorro en recursos. De igual manera mi creatividad ayudó a ser más práctico y entendibles manuales solicitados para la comprensión de términos hacia la empresa.

También consideramos que a partir de los conocimientos que se le compartió a I INVITE YOU puede ser fuente de inspiración para otras microempresas que desean crecer y no lo ven posible por falta de recursos económicos en la empresa. Se darán cuenta que no se debe de crear una estrategia costosa ni mucho menos tardada para lograr generar ingresos a mediano plazo. Estos saberes aplicados pueden hacer posible una aportación social y es información transferible a otras empresas ya que existe mucha desinformación en el país para todo tipo de MYPES sobre el apoyo económico, de recursos y tecnológico que existe para su crecimiento en el mercado tanto nacional como internacional. Sin embargo, se debe de mantener el contacto con I INVITE YOU para que este mismo logre en algún punto compartir su experiencia con los apoyos y el nuevo uso de tecnologías para el crecimiento de su empresa con otras pequeñas y medianas empresas del Estado. Se pueden ayudar

a pequeñas empresas en su crecimiento ayudándoles a inyectar sus activos en recursos viables para generar utilidad y darse a conocer.

Álvaro Miranda De La Cerda: Se buscó ayudar a que la empresa de I INVITE YOU tuviera las mejores oportunidades y recursos para enfrentarse a la situación actual del COVID-19, debido a esto se plantearon diversos escenarios y acciones a llevar a cabo para que tuviera cierto abanico de opciones.

Me siento más capacitado para preparar un proyecto, teniendo en cuenta todos los procesos por los cuales nos vimos en la necesidad de cursar para realizar este ejercicio de la manera correcta al igual que darles utilidad a todos esos conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera. Desarrollar mejor nuestra capacidad para trabajar en equipo con los demás, sin embargo, esto también me permite entender que aún queda mucho por aprender y mejorar, que con el tiempo y práctica no es algo que no se pueda lograr.

Aprendí y pude observar mejor cómo obtener información de manera más precisa y específica de manera que esta fuera completamente de utilidad y beneficiosa para la empresa. Mucha información al final no era útil debido a que la manera en que está fuera útil fuera sin considerar la situación actual debido a la falta de infraestructura las plataformas al igual que las instituciones no ofrecían los apoyos necesarios buscados.

Casi no se obtuvo mucho contacto con estas instituciones y plataformas debido a que dichas empresas no contaban con la capacidad de enfrentar a la situación actual de manera que siguieran siendo útiles para las empresas que los buscaban, limitando en gran número las opciones a elegir.

También es importante resaltar que los conocimientos aplicados podrían y deberían servirle a cualquier otra empresa, obviamente considerando su rama y área en la cual estas ejercen, este proyecto sirve para dar a entender que no es necesario

realizar una inversión de números exagerados para apoyar a tu empresa y hacerla crecer. Toda esta información y aplicación es de vital importancia para todas esas empresas que buscan un apoyo económico para mantener su crecimiento y no desaparecer por situaciones como la que nos enfrentamos, debido a esto que muchas veces la desinformación termina siendo más peligrosa que la indecisión, es importante mantener informada a la empresaria para que I INVITE YOU no se vea afectada más adelante y que los cambios y que no se frene su crecimiento para que pueda ser eventualmente un punto de referencia para otras empresas de su tipo.

Santiago Arias Díaz-Morales: Creo que durante este proyecto el tiempo que estuvimos trabajando con la empresaria siempre hubo una constante iniciativa de mejora, proponiendo ideas y oportunidades a la empresa y creo que la empresaria lo tomó muy bien ya que siempre estuvo agradecida y apoyando al equipo para que lo que nosotros proponemos se llevará a cabo. Este proyecto creo que me exigió más en el ámbito de dirigir y organizar a un equipo, rol que anteriormente no lo desempeñaba, sin embargo, creo que es un aprendizaje y experiencia muy enriquecedora.

Siendo este mi segundo PAP y trabajar con la misma empresa, siento que lo que pude aportar fue mucho más representativo, no solamente al dar continuidad sino de mi parte el querer que la empresaria pueda tener un negocio funcional y que le ayude a vivir. Como profesional es lo que se tienen que hacer ayudar a las personas que no tienen los mismos conocimientos que tu para poder impulsar la economía y mejorar la forma de vida de las personas sin esperar nada a cambio.

Para seguir apoyando este tipo de empresas creo que es sumamente importante pasar la voz de que existen comercios y personas trabajadoras con un producto de muy buena calidad. Constantemente no se voltea a ver a nuestros empresarios mexicanos, pero creo que eso puede cambiar si uno apoya este tipo de proyectos.

Natalia Chauvet García: Al comprender el nivel de desigualdad que existe en México, considero como indispensable ofrecer apoyo a los empresarios emergentes que ofrecen soluciones de calidad a la sociedad, ya que asumo a la diversidad de opciones de consumo para el individuo como un factor importante para mejorar los niveles de vida de la población en general.

Aprendí en la clase de Plan de Mercadotecnia, la importancia de establecer objetivos para la planificación y elaboración de estrategias, que a su vez se conforman por diferentes tácticas que te permiten hacer dichos objetivos realidad.

Esta metodología fue la que implementamos para el proyecto y es la que prefiero implementar en general en diferentes ámbitos profesionales para trabajar con más personas y tener expectativas en común de lo que se busca obtener de los esfuerzos realizados.

Espero poder involucrarme con más proyectos de este tipo en el futuro para poder implementar nuevos conocimientos a mis propios proyectos e iniciativas profesionales y personales.

Me parece que apoyar a los emprendedores locales es la clave para tener un consumo más responsable al tener mayor acercamiento a los procesos, apoyarles resulta más accesible que antes porque es posible a partir de difusión boca en boca y en redes sociales, el seguimiento de los perfiles y el contenido que las marcas comparten también permiten a los consumidores tener una relación más durable con sus empresas y productos favoritos.

Efectivamente al concretar casi por completo mis estudios puedo observar la diferencia del contexto actual con aquel que estudié en su momento en diferentes clases teóricas. En este momento la situación ha sido claramente difícil al presentarse un periodo indefinido de transición en aspectos culturales, económicos y sociales debido a los resultados de la pandemia. He llegado a la conclusión de

que en estos momentos los recursos tecnológicos son indispensables para mantener a la economía en pie, por lo que un funcionamiento óptimo de los negocios con el soporte de las tecnologías es algo que poseen aquellas empresas que podrán adaptarse y tener éxito.

- Aprendizajes éticos:

Elena Limón García: Las decisiones más importantes que tomé en este proyecto fueron los cambios que hicimos en nuestra solución. Le dimos a la empresa soluciones más acertadas a la realidad para su problema planteado lo cual hizo que se crearan ideas que se tuvieron que descartar durante el proceso del proyecto. De igual manera, al no tener comunicación eficiente sobre información que se requería se consideraban procesos poco convencionales para llegar a dicha información, no obstante, se optó por tener un documento con información validada de manera oficial y poner contactos en dado caso que a la empresa desee comunicarse en un futuro.

Aunque se quiera cambiar alguna situación de la noche a la mañana se debe de tener paciencia para lograr el resultado deseado. Muchas veces la situación impide llegar a la meta, sin embargo, se deben de buscar recursos confiables al igual que validar información brindada para lograr el objetivo. Esta experiencia me invita a seguir buscando experiencias en donde mis conocimientos y tácticas me ayuden a solucionar problemas a empresas, e intentar ser siempre creativa y eficiente.

La manera en la que ejerceré mi profesión después de esta experiencia PAP es hacerlo con el amor y la pasión que conlleva, ya que si no amo lo que hago en mi profesión como podre brindar mis conocimientos a los demás. Por otro lado, quisiera hacerlo para otras empresas que sean pequeñas o medianas que consideren que no tengan la oportunidad de crecer por falta de recursos. Este proyecto me demostró que es posible si se quiere y se tiene la flexibilidad de implementar cambios.

Álvaro Miranda De La Cerda: Todas iniciaron como opiniones y terminaron plasmándose en un documento dando pie a nuevas oportunidades y soluciones. Aunque al final la mayoría de los cambios que realizamos y aportamos a la empresa son principalmente tomando en cuenta que la decisión la tomará la empresaria, de igual manera es importante considerar que las decisiones que se fueron formando a lo largo del desarrollo del proyecto como podría ser la plataforma para darse a conocer de mejor manera al público estará impactando de forma positiva a la empresa.

Me ayudó bastante a aprender cómo es que se tiene que desempeñar uno para poder encontrar las soluciones que buscas al igual que la importancia y lo que representa el tener que encontrar información sobre apoyos a empresas. En este caso la situación no ayuda a que se logren los objetivos, pero es necesario no aflojar y buscar más opciones para lograr lo que uno está buscando obtener. Este proyecto me ayudó a mí a obtener experiencia sobre este tipo de situaciones y cómo se mueve el mundo durante ellas para entender la situación de las empresas y poder ayudar a solucionar las mismas.

En persona me encuentro actualmente trabajando para dos empresas, una en la cual si pudiera apoyar de manera en que lo que he aprendido puede ser ejercido y utilizado en un futuro ya que soy el único administrador de la empresa y debido a la naturaleza de mi posición en cuanto me familiarice con la empresa me tocaría a mí tomar decisiones y formar planes para que eventualmente sean parte de la empresa en un futuro cercano.

Santiago Arias Díaz-Morales: En cuanto a los cambios más importantes que tomé en este proyecto creo que la principal decisión fue el seguir trabajando con esta empresa, ya que sabía que tenía muchos problemas, pero era más importante para mí ayudar a la empresaria que de verdad necesita una orientación para poder levantar el negocio. El siempre estar pensando en una mejora para la empresa de parte del equipo creo que fue algo muy rescatable porque todos aportamos nuestros

conocimientos y tiempos para dar grandes resultados para que la empresa fuera mejorando.

Creo que como experiencia vivida esto me lleva a tratar de contribuir con mis conocimientos a aquellas personas que de verdad lo necesitan, uno en cierta manera se vuelve egoísta con sus conocimientos y eso no ayuda ni a uno mismo por lo que él siempre compartir y ayudar va a dejarnos más para la vida.

Después de esta experiencia creo que se aprende de todas partes, primero de la experiencia de la empresa y la empresaria, el trabajo con tu equipo porque ciertamente es un proyecto que exige más y debes poner de tu parte el máximo y también de la relación con la asesora ya que te aclara puntos que todavía no somos tan sensibles para apreciarlos.

Natalia Chauvet García: A partir de esta experiencia puedo decir que me es más claro identificar lo que involucra un trabajo de consultoría en relación al trato con los clientes, me parece que en la actualidad las circunstancias probablemente pueden llegar a representar un reto, pero dentro del mercado existen empresarios que precisamente por el cambio que está sufriendo el contexto, necesitan apoyo y ven a los recursos tecnológicos como indispensables. Por lo anterior me siento segura de mis habilidades y conocimientos adquiridos al dominar diversas herramientas tecnológicas que me han generado resultados palpables en terrenos profesionales. Espero poder ir eventualmente más allá de la consultoría para formar mis propios proyectos y comenzar a construir mi legado para la sociedad y mis seres queridos.

- Aprendizajes en lo personal:

Elena Limón García: Gracias a este PAP logré detectar que soy una persona perseverante y eficiente al momento de trabajar en el proyecto. Cuando daba mi punto de vista, me percaté de lo importante que puede ser la aportación de ideas ya que puede llegar a ser base para la solución. Siempre encontré maneras de

mejorar la información que le compartimos a la empresaria. Me gustó lograr trabajar con cronómetro el proyecto y aprender a organizar mis tiempos que se le dedicaba al proyecto sin necesidad que me estuvieran diciendo que hacer.

Me dio la oportunidad de cambiar mi visión sobre el *e-commerce* y la manera en la que las empresas se pueden llegar a manejar. También aprendí que existen demasiados recursos de apoyo que te permiten el crecimiento como empresa y que también ayuda al crecimiento del país. Por otro lado, aprendí a comunicarme asertivamente con los miembros de mi equipo y con la empresaria sobre problemas o dudas que surgían durante la realización del PAP.

Dentro de este PAP siempre estaba en contacto con mucha gente, con mi equipo, profesores, personas que estaban involucradas en el tema o en la industria y con la empresaria. Me ayudó a darme cuenta sobre la perspectiva que tiene cada persona al momento de plantearle un problema y el tipo de solución que puede ofrecer. Sinceramente, aunque algunas ideas eran locas tenían sentido y podían hacerse realidad con la adecuada estrategia y ejecución. Aprendí que tener varias cabezas pensando es mejor que una.

Al no ser posible el contacto cara a cara con las personas que se solicitaba para la información del PAP, aprendí a ser paciente con el uso de las tecnologías y nuevos recursos de investigación para poder llegar al objetivo solicitado. La importancia de aprender a escuchar diferentes opiniones para un nuevo panorama de soluciones y aprender a ser flexible con los cambios que se deben de hacer.

Álvaro Miranda De La Cerda: Me ayudó a entender mi deficiencia en mi capacidad para investigar y me ayudó a mejorar muchísimo para lograr mejorarlo a lo largo del proyecto, debido a esto es que me siento mucho más confiando que al inicio de este proyecto de dicha capacidad. También de la importancia que tiene alzar la voz y opinar y dar tus ideas para poder llegar a una solución que posiblemente no había

sido considerada, aprendí a medir mis tiempos y trabajar con un calendario para poder alcanzar dicha meta establecida.

Me enseñó lo complicado que es manejar una empresa en momentos como este del COVID-19, al igual que entendí un poco más el e-commerce debido a que ya había incurrido yo en él con una empresa con un amigo vendiendo ropa, y la dificultad que tiene lograr que las instituciones apoyen las empresas. También aprendí a lograr ser más específico para poder explicar de mejor manera y más clara los procesos complicados.

Realmente no es como que este proyecto me haya ayudado más que mis trabajos en los cuales me tengo que relacionar con una mayor diversidad, además de diferentes perspectivas, aunque por el lado de la diferencia de estudios universitarios si es muy notable y aportan idea muy completas que aportaron con un potencial de ejecución muy notable.

Me ayudó a aprender a ir más allá del contacto cara a cara, aprendía a buscar y aprender a utilizar nuevos recursos y plataformas al igual que investigar para lograr llegar a la meta establecida, ser más flexible, escuchar opiniones y entender que no solo hay una solución sino diversas oportunidades de acción y saber tomar decisiones en todo momento.

Al no ser posible el contacto cara a cara con las personas que se solicitaba para la información del PAP, aprendí a ser paciente con el uso de las tecnologías y nuevos recursos de investigación para poder llegar al objetivo solicitado. La importancia de aprender a escuchar diferentes opiniones para un nuevo panorama de soluciones y aprender a ser flexible con los cambios que se deben de hacer.

Santiago Arias Díaz-Morales: Gracias a este PAP pude ver como es el trabajo de consultoría y cómo se involucra uno con el proyecto y con la empresa, que áreas se deben de cubrir y cómo hacerlo de la formas más profesional y precisa. El PAP

también me ayudó a conocer otra realidad empresarial de México y cómo es que uno puede ayudar y hacer diversos negocios.

El trabajar con un equipo que no conoces y que aparte lo tienes que hacer a distancia lo volvió todavía más retador, pero creo que esto solo ayuda a desarrollar nuevas capacidades y seguir mejorando. La comunicación creo que es un factor muy importante dentro de este PAP, con el equipo, la empresaria, la maestra y con los contactos que se tienen que hacer a lo largo del proyecto, esto es algo que no se enseña mucho en la carrera, pero que como profesionales debemos tener esta competencia y es aquí donde uno empieza a desarrollarla como un verdadero profesional.

Uno aprende muchas cosas con este tipo de experiencias y para mí a lo largo de dos semestres trabajando en este proyecto, pude darme cuenta de que uno tiene que estar en constante cambio y abierto a las nuevas oportunidades, es lo que va a hacer a una persona o negocio exitoso o que lo lleve al fracaso si no se cambia de la mejor forma.

Natalia Chauvet García: Reconocí en mí misma la capacidad del *Know How* para esclarecer las necesidades a resolver como objetivos y establecer las estrategias para conseguir cumplir dichos objetivos. También encontré la importancia de establecer metas y delegar actividades conforme a las aptitudes y conocimientos de mis compañeros al momento de trabajar juntos.

Con relación al trato y atención prestada a la empresa, comprendo la necesidad de guiar amigablemente a los empresarios y otorgar metodologías o manuales que les permita entender la lógica detrás de los procesos a concretar para cumplir sus objetivos.

5. Conclusiones:

Al culminar este proyecto se puede decir que se cumplieron con todos los objetivos planteados. La propuesta general del trabajo constaba en dos partes una como plan de comunicación y la otra como parte de un plan de comercialización.

Como parte de los objetivos cumplidos era hacer una página web propia de la empresa, reactivar redes sociales, buscar apoyos para la empresa y generar una base de datos donde pudiera encontrar posibles socios comerciales tanto comerciales como para publicidad. Todo esto se logró con mucho trabajo del equipo y junto a la empresaria, ya que a lo largo del proyecto se tuvo que estar modificando algunos objetivos específicos dependiendo de las necesidades de la empresaria, sin embargo, se realizó un trabajo exitoso y con bases sólidas para que la empresa pueda expandir sus medios de comercialización no solo a Estados Unidos y Canadá, en un futuro lo pueda replicar en nuevos países.

La empresa está en una situación de un cambio delicado, la cual consta de trasladar su único canal de ventas por medio de la página de Etsy a su propia página web. Tomando en cuenta esto también se denota que el cambio realizado de una plataforma a la otra traería diversos beneficios incluidos una mejora en la presentación de la plataforma, un beneficio importante para una empresa que vende diseños, como equipo minimizamos el riesgo de cambio e hicimos manuales completos para cada una de las actividades principales, esto ayuda a la empresa a que pueda tener las bases sólidas para tener un nuevo y mejor canal de ventas para un futuro.

Se realizó un documento en el cual se desarrolla y explica los diversos escenarios posibles en el que se puede estimar el ingreso que podría ser obtenido dependiendo de la situación en la que se coloque el usuario, este documento cuenta con la capacidad de modificarse para poder conocer una estimación de utilidad neta después de los costos de la página, de esta manera podría realizarse un posicionamiento diferente dependiendo de la meta impuesta por el usuario.

La inversión y el apoyo que se debe buscar en este momento es una decisión que se debe tomar con su debido cuidado, tomando en cuenta lo anterior, los socios comerciales son un enorme área de oportunidad, sin embargo, sigue siendo una inversión que no debe tomarse a la ligera.

6. Bibliografía:

- IBIS World. (Agosto, 2019). Trade Show & Event Planning in Canada - Market Research Report. 4 de junio de 2020, de IBIS World. Recuperado de: <https://www.ibisworld.com/canada/market-research-reports/trade-show-event-planning-industry/>
- IBIS World. (marzo, 2019). Party & Event Planners Industry in the US - Market Research Report. 4 de junio de 2020, de IBIS World. Recuperado de: <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/party-event-planners-industry/>
- Euromonitor. (julio, 2019). Consumer overview in the USA. 4 de junio de 2020, de Passport, Euromonitor Statistics. Recuperado de: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/tab>
- Euromonitor. (septiembre, 2019). Consumer behaviour in Canada. 4 de junio de 2020, de Passport, Euromonitor Statistics. Recuperado de: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/tab>
- Euromonitor. (julio, 2019). Income and expenditure: US. 4 de junio de 2020, de Passport, Euromonitor Statistics. Recuperado de: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/tab>
- Euromonitor. (julio, 2019). Income and expenditure: Canada. 4 de junio de 2020, de Passport, Euromonitor Statistics. Recuperado de: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.iteso.mx/portal/analysis/tab>
- The University of British Columbia. (22 de agosto, 2018). Industry Overview: Event Planning. 4 de junio de 2020, de Small Business Accelerator Program UBC. Recuperado de: <https://sba.ubc.ca/blog/industry-overview-event-planning>
- OECD Statistics. (3 de diciembre del 2019). Final consumption expenditure of households. 5 de Junio de 2020, de Organization for Economic Co-operation and development. Recuperado de: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=SNA_TABLE5
- Abril, Bernardo. (4 de mayo, 2015). ¿Cuántos Beneficios Debemos Compartir con Nuestro Socio Comercial en Destino? 5 de junio de 2020, de Global

Exportise. Recuperado de: <http://www.exportaconinteligencia.com/cuantos-beneficios-debemos-compartir-socio-comercial-destino/>

- Paige Cooper. (20 de abril del 2020). 140 estadísticas de redes sociales que son importantes para los mercadólogos en 2020. 12 de junio de 2020, de Hoot Suite Sitio web: [https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/#:~:text=La%20mayor%20parte%20del%20mundo%20est%C3%A1%20en%20redes%20sociales&text=El%2084%20%25%20de%20las%20personas,del%209.2%25%20desde%202019\).](https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/#:~:text=La%20mayor%20parte%20del%20mundo%20est%C3%A1%20en%20redes%20sociales&text=El%2084%20%25%20de%20las%20personas,del%209.2%25%20desde%202019).)
- Laura Montells. (24 de enero de 2017). Tamaño de Fotografías en Instagram. 17 de junio de 2020, de MetriCool Sitio web: <https://metricool.com/es/tamano-de-fotos-instagram/>
- MAS Digital. (13 de diciembre de 2016). Posicionamiento de marca en redes sociales. 5 de junio de 2020, de MAS Digital Sitio web: <https://www.masdigital.net/nuestro-blog/tips-para-posicionar-tu-marca-en-redes-sociales>
- ConexiónESAN. (10 de enero 2018). Las redes sociales como estrategia de posicionamiento de marca. 05 junio de 2020, de ConexiónESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/las-redes-sociales-como-estrategia-de-posicionamiento-de-marca/>
- SEDECO. (2019). Información de SEDECO. 18 de junio de 2020, de Secretaría de Desarrollo Económico. Recuperado de: <https://sedeco.jalisco.gob.mx/>
- SEDECO. (2019). Información de Jalisco Competitivo. 18 de junio de 2020, de Secretaría de Desarrollo Económico. Recuperado de: <https://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas-apoyo/19719>
- AMCHAM. (2020). Información de American Chamber. 18 de junio de 2020, de American Chamber. Recuperado de: <https://www.amcham.org.mx/>
- WEDDINGVIBE. (2020). Información para proveedores. 23 de junio de 2020, de Wedding Vibe. Recuperado de: <https://weddingvibe.com/vendor/>

Anexos

Por cuestiones de confidencialidad, la empresa nos ha pedido que no hagamos públicos los anexos ya que contienen información delicada de las operaciones diarias y cuentas de la misma.