

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

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

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



**ITESO, Universidad  
Jesuita de Guadalajara**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)  
3J03 CEDECOM Empresas del Sector Social**

**“Desarrollo e implementación de herramientas de marketing digital,  
administrativas y de comunicación para empresa dedicada al arte de  
filigrana en papel, ubicada en Guadalajara, Jalisco”**

**PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Negocios y Mercados Digitales. Cristina González López

Lic. en Negocios y Mercados Digitales. Ingrid Mariana Quevedo Gálvez

Lic. en Finanzas. Miriam Solis Dueñas

Lic. en Diseño Keila Michelle Guzmán Macías

Profesora PAP: Mtra. Sofía Guadalupe Lepe Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, Julio de 2025

# REPORTE PAP

## ÍNDICE

REPORTE PAP	1
REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
1.1 Antecedentes del proyecto y contexto	3
1.2 Diagnóstico inicial	11
1.3 Problemática u oportunidad detectada.	13
1.4 Objetivo general	14
1.5 Objetivos específicos.	14
<b>2. Planeación y seguimiento del proyecto.</b>	<b>16</b>
2.1 Metodología	16
2.2 Cronograma o plan de trabajo	18
2.3 Productos y entregables	19
<b>3. Desarrollo</b>	<b>20</b>
3.1 Sustento teórico	20
3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados.	26
<b>4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.</b>	<b>67</b>
<b>5. Conclusiones y recomendaciones</b>	<b>78</b>
<b>6. Bibliografía</b>	<b>79</b>
<b>7. Anexos</b>	<b>81</b>

# REPORTE PAP

## Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente. A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

## Resumen

El presente Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) tuvo como objetivo fortalecer el emprendimiento Huitzil GR mediante el desarrollo e implementación de herramientas digitales, administrativas y de comunicación. El trabajo se enfocó en mejorar la organización interna de la empresa, así como en aumentar su presencia digital y capacidad operativa.

La metodología se basó en un diagnóstico inicial que permitió identificar áreas clave de mejora, seguido de una planeación por fases y la ejecución de acciones específicas. Entre los principales entregables se encuentran: una plantilla de control de inventario, un análisis financiero básico, la implementación de WhatsApp Business como canal de ventas, un calendario de redes sociales, un catálogo digital y materiales visuales para redes. Asimismo, se generaron insumos visuales y organizativos que contribuyen a la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

## 1. Introducción

Este proyecto de Aplicación Profesional (PAP) tiene como finalidad aplicar conocimientos académicos en un entorno real, apoyando el fortalecimiento de un emprendimiento local. A través de un análisis estructurado del contexto, antecedentes, tendencias y factores externos, se busca generar estrategias que impulsen el crecimiento y la sostenibilidad del proyecto seleccionado. De esta manera, se integran elementos teóricos y prácticos en beneficio tanto de la formación profesional como del desarrollo del emprendimiento.

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

En esta sección se presentan los antecedentes del proyecto y el contexto en el que se desarrolla, así como el avance de Huitzil GR con el PAP CEDECOM Primavera 2025. El emprendimiento "Huitzil GR", fue creado por Gabriela Ramos, quien se especializa en manualidades con la técnica de filigrana en papel. Para comprender mejor el entorno del proyecto, se ofrece una breve historia de la filigrana, su evolución a lo largo del tiempo y un análisis general de las tendencias actuales en la industria de las manualidades.

## **ANÁLISIS Y TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA DE LAS MANUALIDADES**

### **Historia**

La filigrana en papel, también conocida como quilling, es una técnica artesanal que consiste en enrollar, doblar y dar forma a tiras de papel para crear diseños decorativos. Su origen se remonta, según la mayor parte de las reseñas históricas, al tiempo de las culturas de China, Medio Oriente y el Antiguo Egipto. Durante los siglos **XV y XVI**, los monjes y religiosas de los conventos en Francia, España e Italia, usaban esta técnica para embellecer sus objetos religiosos, como cuadros y relicarios, enrollando el papel en la base de unas plumas (quill) y de allí derivaría su denominación inglesa "Quilling".



Imagen 1. Decoración de objeto religioso  
Fuente. Pily Nuñez



Imagen 2. Decoración religiosa  
Fuente. Pily Nuñez

### **Siglo XVIII-XIX:**

La técnica se popularizó en Inglaterra y América, utilizada principalmente por mujeres de clase alta como pasatiempo.



Imagen 3. Decoración de caja de té

Fuente. Pily Nuñez

### **Siglo XX:**

Con la industrialización, el quilling casi desaparece, pero en los años 70 resurge en EE.UU. y Europa con el auge del arte artesanal.



Imagen 4. Filigrana antigua, decoración de caja

Fuente. Luciérnaga Fantástica

## Siglo XXI:

- Gracias a internet, la filigrana en papel se globalizó. En 2010, Pinterest y YouTube impulsaron su enseñanza y difusión.
- A partir de 2015, empresas como Quilled Creations y Papierkult reportaron un crecimiento del 20-30% anual en la venta de herramientas y kits.
- La tendencia del arte sostenible y DIY (hazlo tú mismo) ha aumentado la demanda.
- Actualmente, hay artistas de filigrana reconocidos mundialmente, como Yulia Brodskaya, con colaboraciones para marcas como Nike y Starbucks.



Imagen 5. Arte de Yulia Brodskaya  
Fuente. Pixartprinting



Imagen 6. La artista Yulia Brodskaya  
Fuente. Pixartprinting

## Tendencias de la industria de las manualidades:

**Mercado de productos de papel en Estados Unidos:** Según proyecciones, se espera que el mercado de uso final del papel en Estados Unidos aumente aproximadamente un 0,4% anual hasta 2025.

**Interés en manualidades y artesanías:** El auge de plataformas como Pinterest y YouTube en la última década ha facilitado la difusión de técnicas artesanales, incluyendo la filigrana en papel. Aunque no hay datos específicos, el incremento en tutoriales y contenido relacionado sugiere un crecimiento en la popularidad de estas prácticas.

**Movimientos de sostenibilidad y DIY:** El creciente interés por prácticas sostenibles y el movimiento "hazlo tú mismo" ha impulsado la demanda de artesanías que utilizan materiales reciclados o ecológicos, como la filigrana en papel.

La industria de las manualidades ha crecido mucho en los últimos 10 años ya que hay un aumento de interés en todo tipo de actividades creativas y actividades terapéuticas. Algunos factores que hay apoyado el crecimiento de esta industria son los siguientes:

- **Aumento de interés en hobbies y terapias ocupacionales:** La pandemia provocó un enorme aumento de interés en actividades que puedan realizarse desde casa. Además, se conoce que las manualidades, además de ser un entretenimiento, son una forma de terapia ocupacional.
- **Personalización y artesanía:** Los consumidores de ahora buscan productos únicos, hechos a mano, y que puedan ser a su gusto, es decir, que puedan ser personalizables.

- **Sostenibilidad:** Este es un gran factor a considerar, existe un enorme interés creciente en productos que utilizan materiales reciclados o amigables con el medio ambiente.

## Tendencias en el mercado de filigrana en papel:

La filigrana en papel, es una técnica específica dentro de las manualidades, tiene características que la posicionan en un mercado nicho pero con gran potencial:

- **Técnicas de arte terapéutico:** La filigrana, requiere muchísima concentración y movimientos manuales, es por esto que es considerada como una actividad relajante, ideal para personas que buscan reducir el estrés.
- **Productos personalizados:** Invitaciones, cuadros decorativos y adornos personalizados son los más populares.
- **Talleres presenciales y virtuales:** Existe una alta demanda por aprender filigrana en papel a través de talleres. Los formatos virtuales son los más populares ya que evitan problemas de distancia.
- **Decoración y regalos creativos:** Los productos de filigrana se están posicionando como elementos decorativos y regalos personalizados.
- **Contenido digital:** Los tutoriales y demostraciones en redes sociales (TikTok, Instagram, Facebook) están popularizando la técnica, atraen a personas interesadas en aprender y en comprar cursos para aprender la técnica.

Imágenes para demostrar el avance de la filigrana en papel.



Imagen 7. La filigrana en papel en los siglos XV y XVI  
Fuente. Inteligencia Artificial



Imagen 8. La filigrana en papel en los siglos XVIII y XIX  
Fuente. Inteligencia Artificial

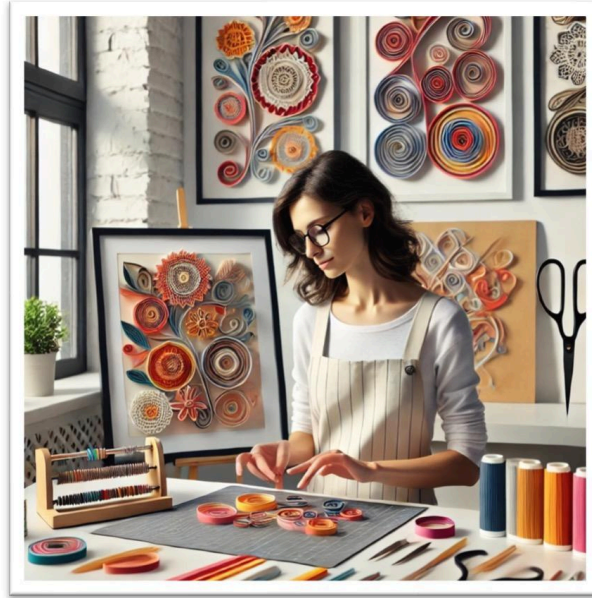


Imagen 9. La filigrana en la actualidad  
Fuente. Inteligencia Artificial

### **Antecedentes del PAP CEDECOM PRIMAVERA 2025**

En Huitzil GR se trabaja la filigrana en papel desde 1999 y a partir de 2021 se decidió tomar el paso de emprender. La técnica consiste en enrollar, doblar o moldear tiras de papel para elaborar un diseño artístico. También se imparten cursos y/o talleres tanto presenciales como virtuales. Así como la venta de papel y herramientas para elaborar la técnica. Gabriela Ramos es la dueña, ella se encarga de administrar el emprendimiento, realizar los productos, impartir talleres y llevar las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok.

Huitzil GR fue parte del PAP CEDECOM en Primavera 2025, durante el semestre, el equipo PAP trabajó en el fortalecimiento integral de Huitzil GR. Se inició con un diagnóstico completo que incluyó análisis PESTEL, FODA, benchmarking y encuestas a clientes actuales y potenciales. Esto permitió identificar áreas clave de mejora en comunicación, estructura organizacional, marketing digital y

procesos operativos. Con base en estos hallazgos, se diseñaron estrategias enfocadas en un rebranding completo, la definición de identidad visual (logo, paleta de colores, manual de identidad de marca), así como un calendario de contenido para redes sociales que incluyó una sesión de fotos y materiales audiovisuales.

En las fases posteriores, se implementaron estrategias de marketing digital, se creó contenido con las fotos obtenidas, tutoriales y publicaciones alineadas con los buyer persona definidos. El proyecto continúa en PAP Cedecom para Verano del 2025, a continuación se presenta el avance del PAP CEDECOM VERANO 2025.

## 1.2 Diagnóstico inicial

A través del análisis de las 4 P 's del marketing, se identificaron fortalezas en su oferta de producto y experiencia artesanal, pero también áreas de mejora como la ausencia de una tienda en línea, una estrategia de promoción más constante y una estructura organizacional débil. El análisis FODA reveló oportunidades importantes como el crecimiento del mercado artesanal, alianzas estratégicas y colaboraciones con influencers, frente a amenazas como la competencia creciente y la volatilidad en costos. Este diagnóstico permite establecer una ruta clara para impulsar su posicionamiento, profesionalizar su gestión y aumentar su presencia digital.

# Fortalezas y Debilidades de Huitzil GR



## Fortalezas

- Oferta de kits, talleres y clases según temáticas estacionales
- Clases presenciales y en línea que diversifican la oferta
- Venta de material especializado para filigrana
- Personalización de productos
- Buen control de costos y liquidez financiera
- Conocimiento del mercado y la competencia
- Variedad de productos y servicios
- Buena calidad en el servicio



## Debilidades

- Ausencia de página web
- Poca actualización en redes sociales
- Precios ligeramente más elevados que algunos competidores
- Falta de estructura organizacional y planeación estratégica
- Ausencia de plan de seguimiento post-venta
- Baja integración de herramientas digitales
- Gestión de inventarios deficiente
- Ausencia de identidad visual consolidada



## Oportunidad

- Colaboraciones con influencers
- Creación de una comunidad en línea
- Alianzas con tiendas de arte y papelerías
- Incentivos fiscales para emprendedores
- Apoyo del FONART a artesanos
- Crecimiento proyectado del mercado artesanal (11,8% anual)
- Tendencias de personalización
- Integración de inteligencia artificial para personalizar productos



## Amenazas

- Competencia creciente en el sector
- Fluctuaciones en costos de insumos y materiales
- Posibilidad de imitación de productos y talleres
- Aumento de salario mínimo
- Restricciones ambientales que aumentan costos
- Volatilidad en el tipo de cambio
- Tendencia hacia el minimalismo que podría reducir demanda

Imagen 10. FODA de Huitzil GR.

Fuente: Reporte PAP Primavera 2025

## Las 4 P's

Para estructurar la estrategia comercial de Huitzil GR, se aplicó el modelo de las 4 P's del marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Este enfoque permitió analizar de manera integral los elementos clave que definen la oferta de la marca en el mercado, con base en sus características artesanales, su valor cultural y su proyección digital. A través de este análisis, se diseñaron acciones concretas orientadas a fortalecer su posicionamiento, aumentar su alcance y generar una conexión auténtica con su público objetivo.

1. **Producto:** Huitzil GR ofrece productos y talleres artesanales elaborados con filigrana en papel, destacando por su originalidad, detalle y valor artístico. Cada pieza es única y hecha a mano, incluyendo joyería, decoraciones, papelería creativa y elementos personalizados. El producto no sólo es físico, sino también una representación de identidad cultural, creatividad y tradición.
2. **Precio:** La estrategia de precios busca reflejar el valor artesanal y el tiempo de elaboración de cada pieza. Se manejan precios justos que equilibran la accesibilidad del cliente con la retribución adecuada al trabajo manual. Puede incluir precios diferenciados según la complejidad, exclusividad o personalización del producto.
3. **Plaza:** Huitzil GR distribuye sus productos principalmente a través de canales digitales como Instagram y Facebook, así como en expos artesanales.
4. **Promoción:** La promoción se enfoca en redes sociales mediante contenido visual que destaca el proceso de elaboración, el valor artístico y el trasfondo cultural de cada pieza. Se utilizan campañas de storytelling, reels, colaboraciones con influencers creativos y publicaciones educativas para conectar con una audiencia interesada en el arte, el diseño y el consumo consciente.

### 1.3 Problemática u oportunidad detectada.

La empresa Huitzil GR, especializada en la técnica de filigrana en papel, enfrenta actualmente una serie de retos relacionados con su organización interna, la profesionalización de su imagen y la falta de herramientas digitales que impulsen sus ventas y visibilidad. Esta situación representa una oportunidad estratégica que puede ser abordada mediante el desarrollo de un plan de negocio integral dentro

del marco del PAP. A través de este proyecto, se buscará fortalecer su estructura operativa y comercial mediante la creación de un catálogo digital, la implementación de una tienda en línea funcional, y el uso estratégico de WhatsApp Business como canal de ventas.

Asimismo, se diseñarán estrategias de promoción en redes sociales alineadas con un calendario de eventos, se elaborarán herramientas administrativas que permitan una mejor gestión interna, y se apoyará el proceso de formalización de la marca mediante su registro ante el IMPI. Todo esto permitirá que Huitzil GR consolide su presencia en el mercado y potencie el alcance de sus productos y talleres.

#### 1.4 Objetivo general

A continuación, se explica qué busca el proyecto, cómo se pretende abordar y para qué fin:

Desarrollar un plan de negocio que impulse el crecimiento de Huitzil GR mediante el diseño de herramientas digitales, administrativas y de comunicación que fortalezcan la organización interna, y promuevan la venta y difusión de productos relacionados con la técnica y sus creaciones terminadas.

#### 1.5 Objetivos específicos.

En esta sección se detallarán los objetivos específicos del proyecto. Cada objetivo está diseñado para mejorar diferentes áreas del emprendimiento.

<b>Objetivos Específicos</b>
1. Desarrollar un catálogo digital para la empresa.
2. Implementar una estrategia de comunicación y ventas vía WhatsApp Business.
3. Desarrollar una tienda en línea funcional que permita la comercialización de productos y/o inscripciones a talleres de manera eficiente.
4. Diseñar y aplicar estrategias de promoción y publicidad en redes sociales, en conjunto con el calendario de eventos, para aumentar la visibilidad del proyecto.
5. Proporcionar herramientas de control administrativo, como plantillas de inventario y de ingresos/egresos, para mejorar la gestión interna del proyecto.
6. Gestionar la presencia formal de la marca, mediante el registro ante el IMPI

Tabla 1. Tabla de objetivos específicos.

Fuente: Propuesta de proyecto Huitzil Verano 2025

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

En esta sección se explicará el enfoque que se utilizará para llevar a cabo el proyecto, dividiéndolo en fases. Cada fase incluirá tareas específicas, como la reunión inicial para entender las metas, el análisis del mercado y la creación de estrategias. También se hablará sobre cómo se implementarán las acciones y se evaluarán los resultados.

### 2.1 Metodología

A continuación se presenta la descripción de cómo se va a desarrollar el proyecto, los procedimientos de trabajo, sus herramientas y recursos.

#### **Fase 1: Diagnóstico y Planeación Estratégica**

- Reunión inicial de levantamiento de información (productos, talleres, precios, públicos).
- Análisis del estado actual (WhatsApp, redes sociales, presencia de marca, formatos internos).
- Planificación general por fases y responsables.

#### **Fase 2: Desarrollo de Herramientas de Venta y Comunicación**

- Diseño y armado del catálogo digital.
- Actualización de WhatsApp Business (catálogo, mensaje automático, etiquetas).
- Diseño de estrategia de contenidos (mensajes clave, tono, tipo de publicaciones).

### **Fase 3: Comercialización y Presencia Digital**

- Creación y configuración de la tienda en línea (productos, pasarelas de pago, formularios).
- Integración con WhatsApp y redes sociales.
- Pruebas y validación del funcionamiento.

### **Fase 4: Difusión y Promoción en Redes Sociales**

- Planeación de calendario de publicaciones y giveaways.
- Diseño de campañas pagadas con segmentación.
- Creación de publicaciones programadas con copys y diseño.
- Diseño de plantillas para control de inventario y finanzas.
- Capacitación sobre su uso (con ejemplos reales).

### **Fase 5: Gestión Interna y Formalización de Marca**

- Registro de marca ante IMPI (formulario, tutorial, acompañamiento).
- Elaboración del informe de resultados del proyecto.
- Evaluación del impacto y recomendaciones para el futuro del proyecto.

## 2.2 Cronograma o plan de trabajo

Una gráfica de Gantt es una herramienta visual utilizada para planificar y dar seguimiento a las tareas de un proyecto en función del tiempo. Consiste en un eje horizontal que representa el tiempo (ya sea en días, semanas o meses) y un eje vertical que enumera las actividades o tareas del proyecto. Cada tarea se representa con una barra horizontal cuya posición y longitud indican la fecha de inicio, la duración y la fecha de finalización de la actividad.

Esta herramienta permite visualizar claramente qué tareas se deben realizar, cuándo comienzan y terminan, si hay tareas que se traslapan o dependen unas de otras, y el avance de cada una. Es muy útil para coordinar equipos, asignar recursos, detectar retrasos y asegurar que el proyecto se mantenga dentro del cronograma. Las gráficas de Gantt son ampliamente utilizadas en la gestión de proyectos en sectores como la construcción, el desarrollo de software, la producción industrial y la organización de eventos.

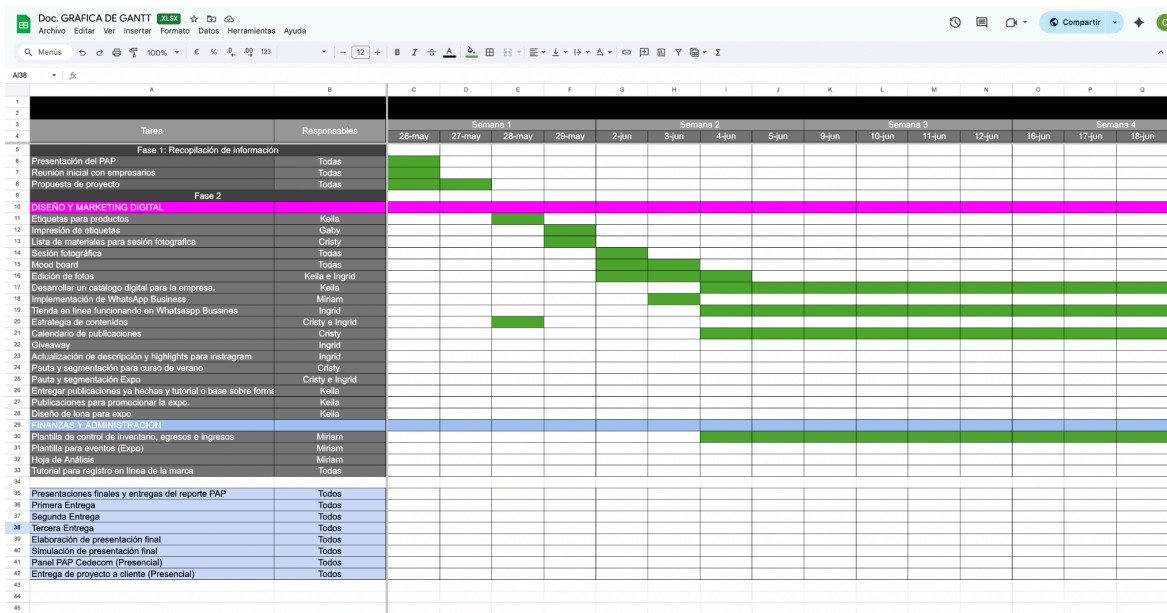


Imagen 11. Gráfica de Gantt.

Fuente. Elaboración propia

## 2.3 Productos y entregables

Para llevar el proyecto al siguiente nivel, se van a desarrollar distintos materiales y herramientas que ayudarán a mejorar la imagen, las ventas y la organización del negocio. Desde un catálogo digital y una tienda en línea, hasta contenidos para redes, plantillas de control y el registro de marca, todo pensado para hacer crecer el emprendimiento de forma práctica y efectiva.

<b>Objetivo</b>	<b>Productos Entregables</b>
1. Desarrollar un catálogo digital para la empresa.	<ul style="list-style-type: none"><li>● Material audiovisual / catálogo</li></ul>
2. Implementar una estrategia de comunicación y ventas vía WhatsApp Business.	<ul style="list-style-type: none"><li>● WA Business actualizado</li></ul>
3. Desarrollar una tienda en línea funcional que permita la comercialización de productos y/o inscripciones a talleres de manera eficiente.	<ul style="list-style-type: none"><li>● Tienda en línea funcionando</li></ul>
4. Diseñar y aplicar estrategias de promoción y publicidad en redes sociales, en conjunto con el calendario de eventos, para aumentar la visibilidad del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"><li>● Estrategia de contenidos</li><li>● Calendario de publicaciones</li><li>● Giveaway</li><li>● Pauta y segmentación</li><li>● Entregar publicaciones ya hechas y tutorial o base sobre formato de publicaciones</li><li>● Publicaciones para promocionar</li></ul>

	la expo.
5. Proporcionar herramientas de control administrativo, como plantillas de inventario y de ingresos/egresos, para mejorar la gestión interna del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plantilla de control de inventario</li> <li>● Plantilla de ingresos y egresos</li> </ul>
6. Gestionar la presencia formal de la marca, mediante el registro ante el IMPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diseño de lona para expo</li> <li>● Tutorial para registro en línea de la marca</li> </ul>

Tabla 2. Tabla de objetivos específicos.

Fuente: Propuesta de proyecto Huitzil Verano 2025

### 3. Desarrollo

En esta sección se documenta de manera detallada el trabajo realizado a lo largo del Proyecto de Aplicación Profesional, enfocado en el fortalecimiento de la presencia digital, administrativa y comercial de la empresa dedicada al arte de la filigrana en papel. A partir del diagnóstico inicial y las necesidades identificadas junto con la emprendedora, se definió un plan de acción que guió la implementación de estrategias y herramientas adaptadas a su realidad operativa.

#### 3.1 Sustento teórico

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

En esta sección se explicarán los conceptos clave que sirven como base para el desarrollo del proyecto. Se abordarán definiciones y términos importantes. Cada uno de estos conceptos y metodologías se integra en la estructura del proyecto, proporcionando un marco teórico que orienta la planificación y ejecución de las actividades.

## Vocabulario

- **Filigrana en papel (Quilling)** – Técnica artesanal que consiste en enrollar, doblar y dar forma a tiras de papel para crear diseños decorativos.
- **Manualidades** – Actividades creativas que implican la fabricación de objetos a mano con diversos materiales, como papel, tela, madera, etc.
- **DIY (Do It Yourself)** – Movimiento que fomenta la creación de productos hechos a mano en lugar de comprarlos prefabricados.
- **PESTEL:** Es un análisis que evalúa factores Políticos, Económicos, Socioculturales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pueden afectar a una empresa o sector. Se usa para entender el entorno externo y anticipar riesgos u oportunidades.
- **FODA:** Es una herramienta estratégica que analiza las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa, permitiendo tomar decisiones basadas en su situación interna y externa.
- **Análisis de tendencia:** Consiste en examinar patrones y cambios en el mercado, la tecnología o el comportamiento del consumidor para prever futuras oportunidades y riesgos, ayudando a la planificación estratégica.
- **Identidad de marca** – Elementos visuales y conceptuales que transmiten la personalidad, valores y propósito de una marca.

- **Propuesta de valor** – Beneficio clave que una marca ofrece a su cliente para resolver un problema o cubrir una necesidad.
- **Segmento de mercado** – Parte del mercado conformada por personas con características similares y necesidades específicas.
- **Cliente ideal (Buyer persona)** – Representación del tipo de cliente al que se dirige una empresa, basada en datos reales.
- **Modelo de negocio** – Forma en que una empresa genera ingresos ofreciendo valor a sus clientes.
- **Canales de distribución** – Medios por los cuales un producto o servicio llega al consumidor final.
- **Experiencia del cliente** – Percepción que tiene el cliente sobre una marca según sus interacciones con ella.
- **Costos fijos** – Gastos que se mantienen constantes sin importar el nivel de producción o ventas.
- **Costos variables** – Gastos que cambian dependiendo del volumen de producción o ventas.
- **Punto de equilibrio** – Nivel mínimo de ventas necesario para cubrir todos los costos, sin pérdida ni ganancia.
- **Estrategia de marketing digital** – Plan para promocionar productos o servicios utilizando medios digitales.
- **Contenido visual** – Imágenes, videos o elementos gráficos que comunican mensajes de forma atractiva.
- **Marca personal** – Imagen profesional que una persona construye para diferenciarse y conectar con su audiencia.

- **Valor agregado** – Elemento extra que mejora el producto o servicio, haciéndolo más atractivo para el cliente.

**Materias que aportan al PAP, tanto como sustento teórico como metodológico:**

**A. Objetivo 1: Desarrollar un catálogo digital para la empresa**

Entregable: Material audiovisual / catálogo

Materias sugeridas por carrera:

Diseño

- Edición de Imágenes (3º semestre)
- Diseño de Interfaces de Usuario UX (6º semestre)
- Comunicación Visual para el Diseño (2º semestre)

Negocios y Mercados Digitales

- Taller de Tecnologías Emergentes: Contenido Digital (2º semestre)
- Mercadotecnia de Contenidos (2º semestre)

Finanzas

- Costos para la Toma de Decisiones (2º semestre) (*apoyo en análisis de costos de producción*)

**B. Objetivo 2: Implementar una estrategia de comunicación y ventas vía WhatsApp Business**

Entregable: WA Business actualizado

Materias sugeridas por carrera:

Negocios y Mercados Digitales

- Taller de Tecnologías Emergentes: Publicidad Digital (3º semestre)
- Customer Intelligence
- Comportamiento del Consumidor y Neurociencias
- CRM y Plataformas Digitales

### Diseño

- Comunicación Visual para el Diseño (2º semestre)

### **C. Objetivo 3: Desarrollar una tienda en línea funcional**

Entregable: Tienda en línea funcionando

Materias sugeridas por carrera:

#### Negocios y Mercados Digitales

- Comercio Digital (4º semestre)
- Ecosistemas de Negocios, Innovación Abierta y Plataformas (4º semestre)

### Diseño

- Diseño de Interfaces de Usuario UX (6º semestre)
- Edición de Imágenes (3º semestre)
- Representación Técnica

### Finanzas

- Análisis Financiero (3º semestre)
- Planeación Financiera (4º semestre)

### **D. Objetivo 4: Diseñar y aplicar estrategias de promoción y publicidad en redes sociales**

Entregables: Estrategia de contenidos, calendario de publicaciones, giveaway, pauta y segmentación, publicaciones para promocionar expo

Materias sugeridas por carrera:

#### Negocios y Mercados Digitales

- Antropología Digital y Estrategias en Medios Sociales (4º semestre)
- Publicidad Digital (3º semestre)
- Mercadotecnia de Contenidos (2º semestre)

### Diseño

- Semiótica para el Diseño (4º semestre)

- Comunicación Visual para el Diseño (2º semestre)

#### Finanzas

- Modelos de Negocio (3º semestre)

### **E. Objetivo 5: Proporcionar herramientas de control administrativo**

Entregables: Plantilla de control de inventario, plantilla de ingresos y egresos

Materias sugeridas por carrera:

#### Finanzas

- Información Financiera (1º semestre)
- Costos para la Toma de Decisiones (2º semestre)
- Planeación Financiera
- Modelado Financiero
- Analítica de las Finanzas

#### Negocios y Mercados Digitales

- Finanzas en Proyectos Digitales (4º semestre)

## **Integración al Proyecto**

Cada fase del proyecto aplica conocimientos clave de distintas disciplinas:

- **Fase 1: Diagnóstico y Planeación**

Se utiliza el análisis PESTEL y FODA para evaluar el entorno y las capacidades internas de Huitzil GR.

- **Fase 2: Desarrollo de Herramientas Digitales**

Se aplican conocimientos de UX/UI, comercio electrónico y sistemas

digitales para construir la tienda en línea, catálogo y canales de venta.

- **Fase 3: Estrategias de Comunicación y Promoción**

Se implementa inteligencia de mercado, análisis de tendencias, contenido digital y pauta publicitaria para posicionar la marca.

- **Fase 4: Optimización Administrativa**

Se diseñan herramientas de control financiero y operativo, integrando contabilidad básica y gestión administrativa.

- **Fase 5: Formalización y Evaluación**

Se aplican análisis de datos y transformación digital para medir resultados y planificar acciones como el registro de marca.

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

En esta sección se documenta el trabajo realizado a lo largo del Proyecto de Aplicación Profesional, con base en la propuesta de mejora planteada desde el diagnóstico inicial. Se describen las actividades ejecutadas conforme al plan de trabajo, así como los ajustes y decisiones que surgieron durante el proceso.

El propósito fue generar herramientas útiles y aplicables para la empresa, buscando siempre que los resultados tuvieran un impacto real y duradero. Además, se incluyen evidencias que permiten visualizar de manera concreta los avances y logros alcanzados durante el periodo de intervención.

## **PROPUESTA DE TRABAJO, VERANO 2025**

### **1. Antecedentes**

En Huitzil GR se trabaja la filigrana en papel desde 1999 y a partir de 2021 se decidió tomar el paso de emprender. La técnica consiste en enrollar, doblar o moldear tiras de papel para elaborar un diseño artístico. También se imparten cursos y/o talleres tanto presenciales como virtuales. Así como la venta de papel y herramientas para elaborar la técnica. Gabriela Ramos es la dueña, ella se encarga de administrar el emprendimiento, realizar los productos, impartir talleres y llevar las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok.

Huitzil GR fue parte del PAP CEDECOM en Primavera 2025, durante el semestre, el equipo PAP trabajó en el fortalecimiento integral de Huitzil GR. Se inició con un diagnóstico completo que incluyó análisis PESTEL, FODA, benchmarking y encuestas a clientes actuales y potenciales. Esto permitió identificar áreas clave de mejora en comunicación, estructura organizacional, marketing digital y procesos operativos. Con base en estos hallazgos, se diseñaron estrategias enfocadas en un rebranding completo, la definición de identidad visual (logo, paleta de colores, manual de identidad de marca), así como un calendario de contenido para redes sociales que incluyó una sesión de fotos y materiales audiovisuales.

En las fases posteriores, se implementaron estrategias de marketing digital, se creó contenido con las fotos obtenidas, tutoriales y publicaciones alineadas con los buyer persona definidos. El proyecto continuará en PAP Cedecom para Verano del 2025.

### **2. Objetivo del proyecto**

Desarrollar un plan de negocio que impulse el crecimiento de Huitzil GR mediante el diseño de herramientas digitales, administrativas y de comunicación que fortalezcan la organización interna, y promuevan la venta y difusión de productos relacionados con la técnica y sus creaciones terminadas.

### 3. Objetivos Específicos

Objetivo	Entregable
1. Desarrollar un catálogo digital para la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Material audiovisual / catálogo</li> </ul>
2. Implementar una estrategia de comunicación y ventas vía WhatsApp Business.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● WA Business actualizado</li> </ul>
3. Desarrollar una tienda en línea funcional que permita la comercialización de productos y/o inscripciones a talleres de manera eficiente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tienda en línea funcionando</li> </ul>
4. Diseñar y aplicar estrategias de promoción y publicidad en redes sociales, en conjunto con el calendario de eventos, para aumentar la visibilidad del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estrategia de contenidos</li> <li>● Calendario de publicaciones</li> <li>● Giveaway</li> <li>● Pauta y segmentación</li> <li>● Entregar publicaciones ya hechas y tutorial o base sobre formato de publicaciones</li> <li>● Publicaciones para promocionar la expo.</li> </ul>
5. Proporcionar herramientas de control administrativo, como plantillas de inventario y de ingresos/egresos, para mejorar la gestión interna del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Plantilla de control de inventario</li> <li>● Plantilla de ingresos y egresos</li> </ul>
6. Gestionar la presencia formal de la marca, mediante el registro ante el IMPI	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diseño de lona para expo</li> <li>● Tutorial para registro en línea de la marca</li> </ul>

## **4. Metodología**

### **Fase 1: Diagnóstico y Planeación Estratégica**

- Reunión inicial de levantamiento de información (productos, talleres, precios, públicos).
- Análisis del estado actual (WhatsApp, redes sociales, presencia de marca, formatos internos).
- Planificación general por fases y responsables.

### **Fase 2: Desarrollo de Herramientas de Venta y Comunicación**

- Diseño y armado del catálogo digital.
- Actualización de WhatsApp Business (catálogo, mensaje automático, etiquetas).
- Diseño de estrategia de contenidos (mensajes clave, tono, tipo de publicaciones).

### **Fase 3: Comercialización y Presencia Digital**

- Creación y configuración de la tienda en línea (productos, pasarelas de pago, formularios).
- Integración con WhatsApp y redes sociales.
- Pruebas y validación del funcionamiento.

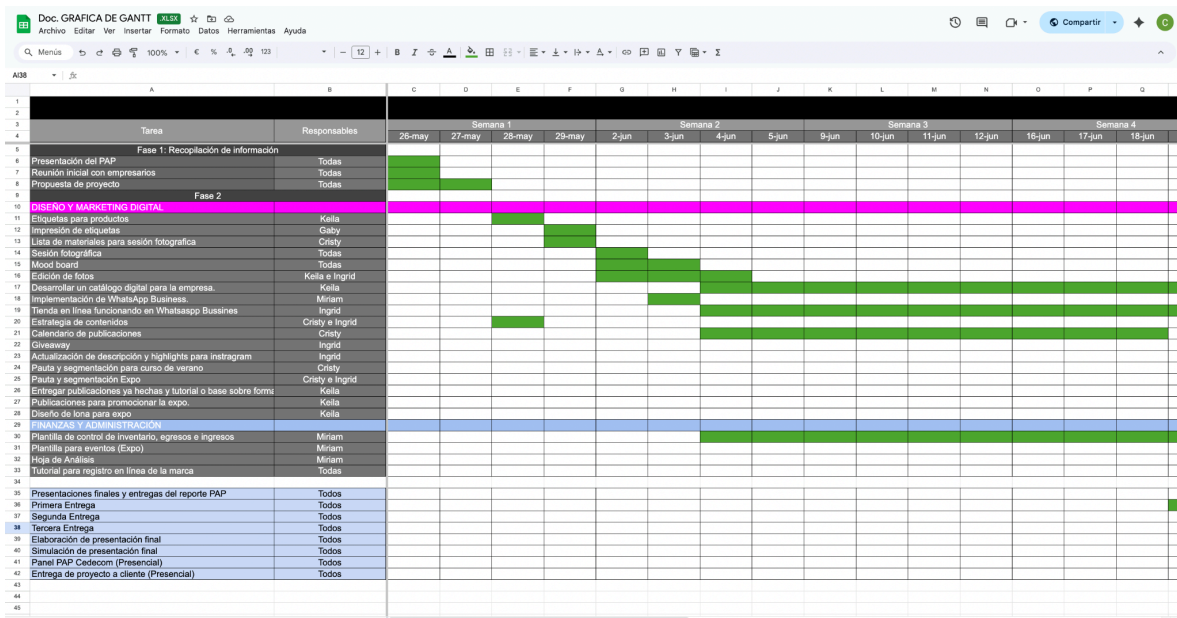
### **Fase 4: Difusión y Promoción en Redes Sociales**

- Planeación de calendario de publicaciones y giveaways.
- Diseño de campañas pagadas con segmentación.
- Creación de publicaciones programadas con copys y diseño.
- Diseño de plantillas para control de inventario y finanzas.
- Capacitación sobre su uso (con ejemplos reales).

## Fase 5: Gestión Interna y Formalización de Marca

- Registro de marca ante IMPI (formulario, tutorial, acompañamiento).
- Elaboración del informe de resultados del proyecto.
- Evaluación del impacto y recomendaciones para el futuro del proyecto.

### 4. Tiempos y calendario



### 5. Revisión de avances

En caso de así requerirse, se pueden tener juntas de seguimiento y/o retroalimentación. De la misma manera, el cliente puede solicitar el estatus del proyecto en cualquier momento.

### Sesión de fotos

La primera actividad realizada por el equipo fue la sesión de fotos, con el objetivo principal de generar contenido visual para la creación del catálogo digital de productos, así como material fotográfico para redes sociales.

La sesión se planificó con antelación, cuidando detalles como la iluminación, el acomodo de los productos y la estética general, con el fin de resaltar la calidad y el trabajo artesanal que caracteriza a Huitzil GR.

Esta actividad permitió reunir una colección de imágenes que no solo representan mejor la esencia de la marca, sino que también facilitarán la difusión de los productos en medios digitales y materiales promocionales.

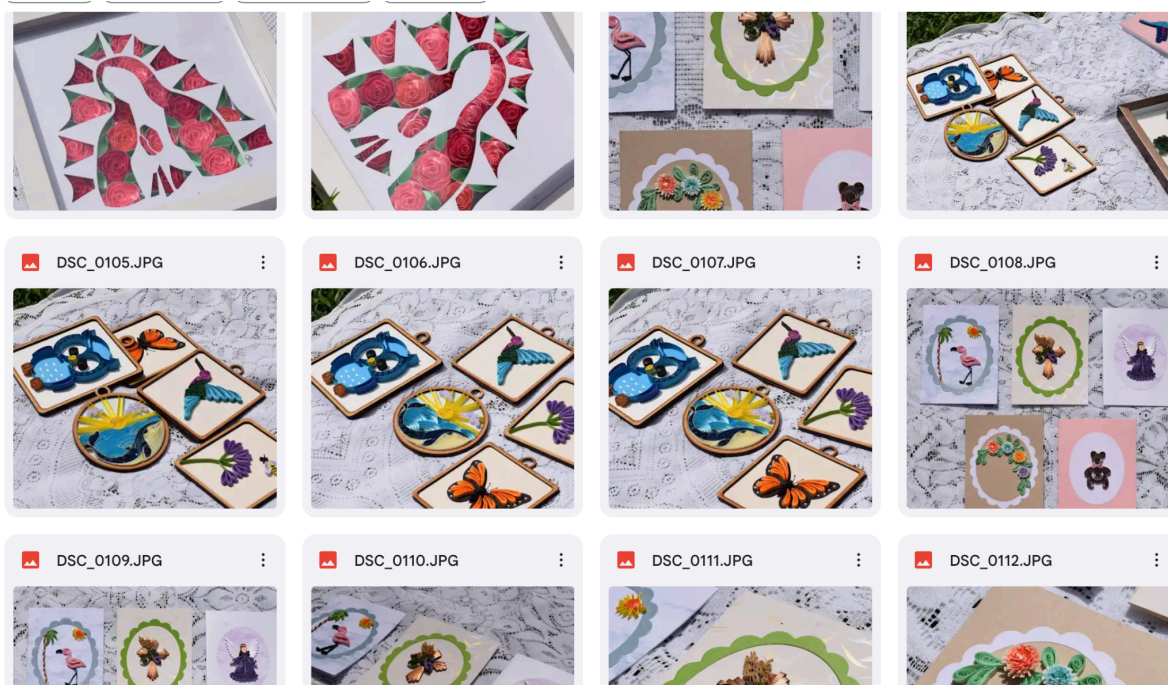


Imagen 12. Resultados de la sesión de fotos  
Fuente. Elaboración propia.

Se apoyó a la empresaria en la instalación y configuración de WhatsApp Business en su teléfono móvil, con la intención de mejorar la comunicación con sus clientes de manera más profesional y organizada. Esta herramienta representa una solución accesible para responder mensajes, compartir información y gestionar pedidos de forma más eficiente.

Durante la implementación, se configuraron mensajes automáticos de bienvenida y de ausencia, lo cual permite mantener la atención al cliente activa en todo

momento. También se organizaron etiquetas para clasificar contactos y se dejó listo un mensaje base para la difusión del catálogo digital.

Esta acción facilita el seguimiento de clientes, promueve una imagen más formal del negocio y mejora la experiencia general de quienes se comunican con la marca.



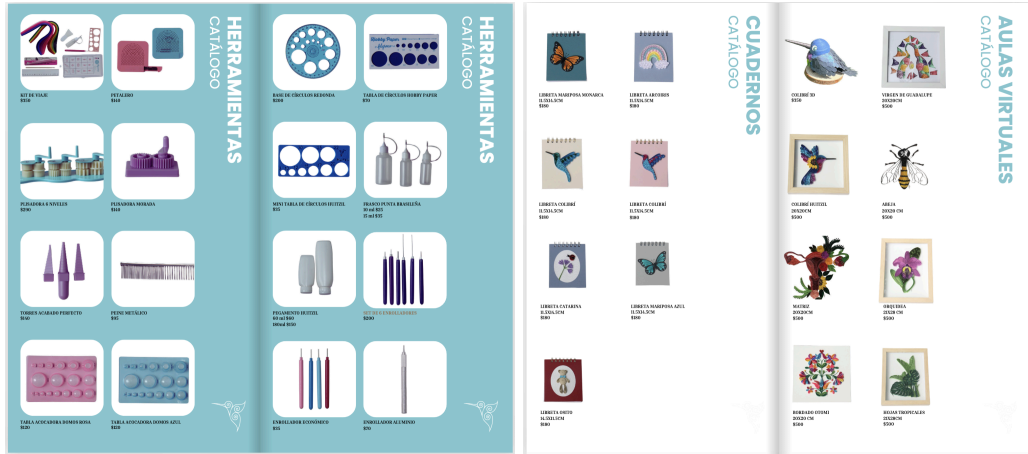
Imagen 13. Perfil de WhatsApp Business de Huitzil GR.

Fuente. WhatsApp Business

## **Elaboración de catálogo**

Para la elaboración de catálogo fueron 2-3 semanas de trabajo, se realizaron dos sesiones fotográficas, la primera la hicimos con un fondo de pasto para que las imágenes se vieran más elaboradas, pero al realizar el catálogo nos dimos cuenta que las fotos debían ser tomadas desde arriba y con un fondo monocromático para así poder quitarle el fondo y poner las imágenes en el catálogo, entonces realizamos la segunda sesión ya con los nuevos objetivos, que todas las fotos fueran desde el mismo ángulo y con el mismo fondo blanco. Después de la segunda sesión, se comenzó con el trabajo de diseño para el catálogo. Para ello primero tuvimos que separar las distintas categorías de productos (Herramientas, cuadros, cuadros pequeños, cuadernos y aulas virtuales). Una vez que se separaron las categorías, se agregaron las imágenes tomadas anteriormente, se pusieron en un marco y se les eliminó el fondo para una vista más estética (de las herramientas). Siempre tomando en cuenta el aire de familia de Huitzil GR, en este caso tonos turquesa, azules y blancos. Para cada producto se le agregó su nombre, precio y de ser necesario, medidas. Al final del catálogo se agregó la paleta de colores de los papeles y sus diferentes grosores, medidas y precios. Y en la última página una foto de Gaby con sus cuadros y un pequeño mensaje inspiracional y el slogan de la marca con todos sus contactos y redes sociales para una mejor experiencia de usuario.

Una vez terminado el catálogo se entregó de manera de vista de revista, donde compartes el link y puedes hojear el catálogo como si fuera uno físico para una mejor experiencia y diferenciarse al utilizar herramientas innovadoras.



☎ 3315350857   @huitzil\_gr   Huitzil GR

**Huitzil**  
por Gabby Ramos

**¡MUCHAS GRACIAS!**

**HUITZIL GR HACIENDO ARTE TUS IDEAS.**

Recuerda, podemos personalizar cada pieza a tu gusto.

Imagen 14. Imágenes del Catálogo Digital

Fuente. Keila Guzmán

## Creación de etiquetas y tarjetas de presentación

Para las nuevas etiquetas de Huitzil Gr, se llevó a cabo un corto proceso, ya que anteriormente ya habían unas diseñadas y sólo se ajustó el tamaño, la jerarquía y la implementación del nuevo logo. Estas etiquetas están pensadas para los productos en venta. En ellas lleva el logo nuevo, sus redes y el contacto. Utilizando los colores de la identidad visual de Huitzil Gr. Se realizaron 3 propuestas, uno en forma de círculo, otra en medio círculo y otra en cuadrado, siempre pensando en el uso que se les daría las dos opciones fueron ergonómicas y estratégicas, por el tamaño, ya que debían ser pequeñas (4.5cm x 4.5cm) y el texto se creció para que se apreciara lo que decía en ellas.



Imagen 15. Imágenes de las etiquetas de los productos

Fuente. Keila Guzmán

Para las tarjetas de presentación fue un proceso parecido al de las etiquetas, ya que la información era la misma, solo cambia la jerarquía, las medidas y los tamaños de los textos e iconos.

Se realizó en un lienzo de 8.5 cm x 5.5 cm, utilizando los colores de identidad y el logo nuevo, adjuntando los datos de información y contacto para redes sociales acompañados de iconos. En la capa del fondo se puso el colibrí del logo con una opacidad baja para darle profundidad e incorporar elementos de la marca, ya que el colibrí es un elemento esencial de la marca.

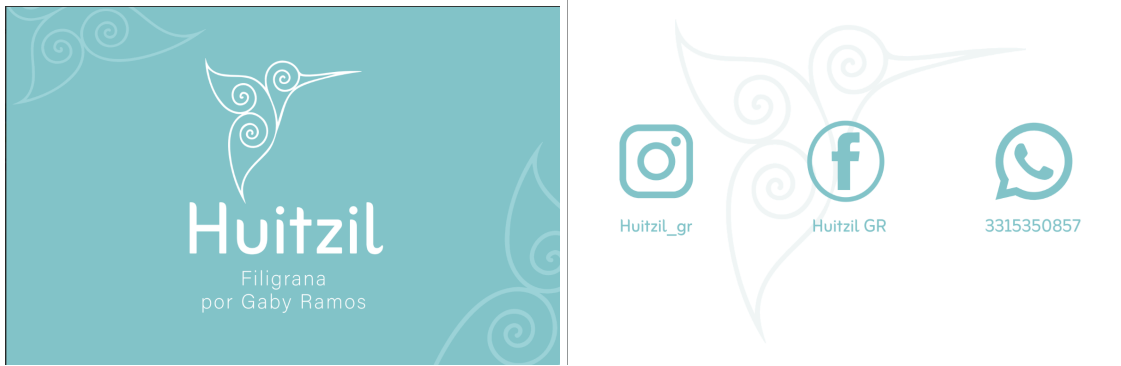


Imagen 16. Imágenes de las etiquetas de presentación

Fuente. Keila Guzmán

## Implementación de catálogo digital en Whatsapp Business

En el marco del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) para Huitzil G.R., una de las principales actividades asignadas fue la creación de un catálogo digital en la plataforma WhatsApp Business, con el objetivo de optimizar la presentación y promoción de los productos de la empresa. Esta actividad se alineó con la propuesta de mejora identificada en el diagnóstico inicial, que señalaba la necesidad de digitalizar los procesos de venta y mejorar la visibilidad de los productos artesanales de Huitzil G.R. para llegar a un público más amplio y gestionar de manera eficiente las interacciones con los clientes.

## Elección de la Plataforma

Inicialmente, se consideró desarrollar el catálogo digital en Instagram, dado su enfoque visual y su popularidad para la promoción de productos. Sin embargo, tras una investigación detallada, se determinó que esta plataforma no era la más adecuada para los productos de Huitzil G.R. debido a su naturaleza artesanal. Los productos, hechos a mano y con tiempos de elaboración que a veces toman meses, no siempre están disponibles en stock, y su proceso de personalización

(como cambios en colores o diseños) requiere una interacción directa con la artesana, Gabriela. Un catálogo en Instagram que permitiera cobros inmediatos y pedidos automatizados no reflejaba la esencia artesanal de la marca ni garantiza la experiencia personalizada que valora el cliente. En cambio, WhatsApp Business se identificó como la opción ideal, ya que permite mostrar productos con fotografías, descripciones y precios, mientras fomenta la interacción directa con Gabriela para verificar disponibilidad, acordar plazos de entrega, personalizar pedidos y confirmar detalles de pago una vez validada la viabilidad del encargo. Esta plataforma preserva la conexión personal y la calidad artesanal que caracterizan a Huitzil G.R., asegurando una experiencia de compra alineada con los valores de la marca.

## Actividades Ejecutadas

El desarrollo del catálogo digital en WhatsApp Business consistió en las siguientes etapas:

1. **Inventario y Categorización de Productos:** Se realizó un levantamiento detallado de los productos de Huitzil G.R., clasificándolos en seis categorías para facilitar su organización y consulta:
  - **Herramientas:** 34 productos, como enrolladores y pinzas especializadas para filigrana.
  - **Cuadros:** 35 piezas de arte en filigrana de diversos tamaños y diseños.
  - **Cuadros pequeños:** 7 piezas de menor formato, ideales para regalos o decoración compacta.
  - **Accesorios:** 3 productos de joyería artesanal.
  - **Libretas:** 7 modelos con diseños únicos.
  - **Aulas virtuales:** 10 cursos en línea sobre técnicas de filigrana.

2. **Fotografía de Productos:** Se tomaron y editaron fotografías de alta calidad para cada producto, asegurando una presentación visual atractiva que resalta la artesanía y detalles de cada artículo. Se ajustaron las imágenes para cumplir con los estándares de WhatsApp Business, optimizando su tamaño y formato.
3. **Creación de Descripciones y Precios:** Se redactaron descripciones claras y atractivas para cada producto, destacando materiales, técnicas de elaboración y características únicas. Se asignaron precios competitivos, considerando el mercado objetivo y los costos de producción proporcionados por Huitzil G.R.
4. **Configuración del Catálogo en WhatsApp Business:** Se implementó el catálogo en la plataforma, organizando los productos por categorías para facilitar la navegación. Se configuraron opciones como respuestas automáticas y etiquetas para una mejor gestión de consultas, permitiendo un seguimiento eficiente de los pedidos.

## Ajustes y Decisiones

Durante el proceso, se presentaron algunos retos que requirieron ajustes al plan inicial. Por ejemplo, se identificó que algunas fotografías iniciales no cumplían con los estándares de calidad esperados, por lo que se realizaron sesiones adicionales de fotografía para garantizar una presentación profesional. Además, tras retroalimentación de Gabriela, se modificaron algunas descripciones para enfatizar el valor artesanal y la personalización de los productos, fortaleciendo la conexión con el público objetivo.

Otro ajuste importante fue la reorganización de las categorías. Inicialmente, se planeó agrupar los cuadros y cuadros pequeños en una sola categoría, pero se decidió separarlos para destacar las diferencias de tamaño y uso, lo que facilitó la búsqueda de productos específicos por parte de los clientes.

## Impacto y Resultados

El propósito del catálogo digital en WhatsApp Business fue permitir a Huitzil G.R. Presentar su oferta de productos de manera profesional y accesible, incrementando significativamente la interacción con clientes potenciales durante el periodo de intervención. La plataforma facilita la comunicación directa y personalizada, lo que resulta en un aumento notable en las consultas y pedidos. Al requerir interacción con Gabriela para confirmar detalles como disponibilidad y personalización, el catálogo preservó la esencia artesanal de la marca, asegurando que los clientes valoraran el proceso manual detrás de cada producto. Este catálogo se convirtió en una herramienta clave para las ventas en línea, fortaleciendo la presencia digital de Huitzil GR.

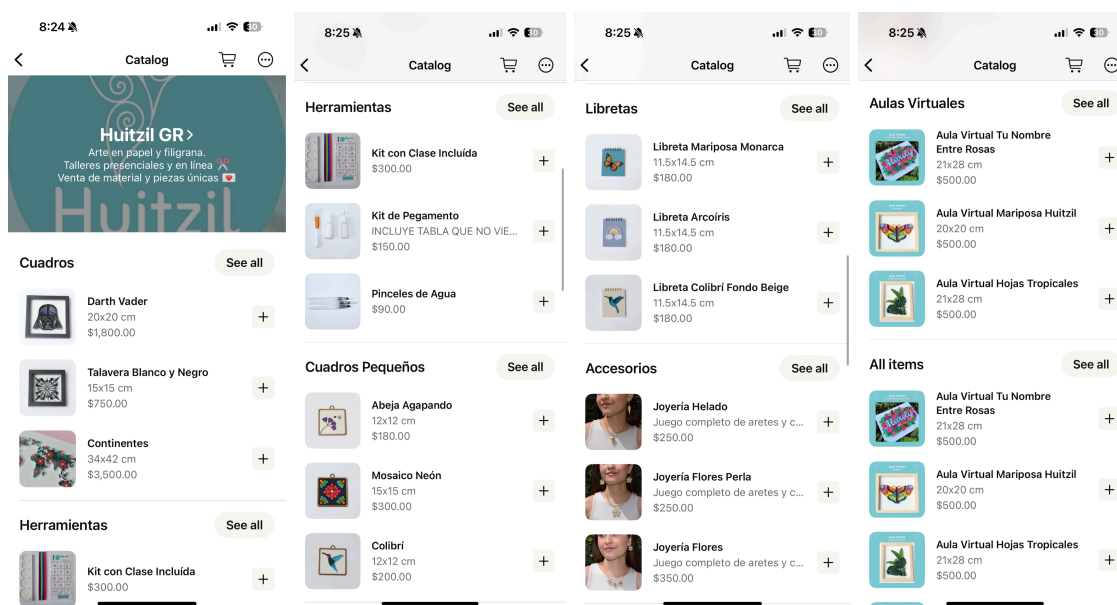


Imagen 17. Imágenes del catálogo de WhatsApp Business

Fuente. Whatsapp Business

## Pauta

Una pauta publicitaria es una campaña pagada en plataformas digitales (como Facebook e Instagram) diseñada para promocionar productos, servicios o marcas.

En el caso de Huitzil GR, las pautas, las cuales se realizaron 3 diferentes pautas, sirven para aumentar el reconocimiento de marca, atraer nuevos seguidores, generar interacciones y convertir a las personas interesadas en potenciales compradores o participantes en sus actividades, como los cursos de filigrana.

The image shows three Facebook ad campaigns for Huitzil GR. Each campaign includes a thumbnail, ad title, description, and performance metrics (Reproducciones, Alcance, Seguidores o Me gusta, Conversaciones con mensajes...). Total spend and cost per result are also listed.

Campaign Status	Start Date	Ad Type	Reproducciones	Alcance	Seguidores o Me gusta / Conversaciones con mensajes...	Total Gasto	Costo por Resultado
En pausa	4 de jul	Me gusta de la página	3.248	2.871	33	\$56,81	\$18,94
En pausa	4 de jul	Mensajes	5.674	3.187	6	\$231,38	\$38,00
Finalizado	24 de jun	Reel de Facebook promocionado	2.940	1.511	3	\$99,63	\$100,00

Imagen 18. Pauta

Fuente: Meta

Resumen de las pautas:

### Campaña de “Me gusta de la página”

- **Objetivo:** Aumentar la comunidad de seguidores de Huitzil GR.
- **Resultados:**
  - 2,871 personas alcanzadas
  - 3,248 reproducciones
  - 33 seguidores obtenidos
  - Gasto total: **\$56.81 MXN**

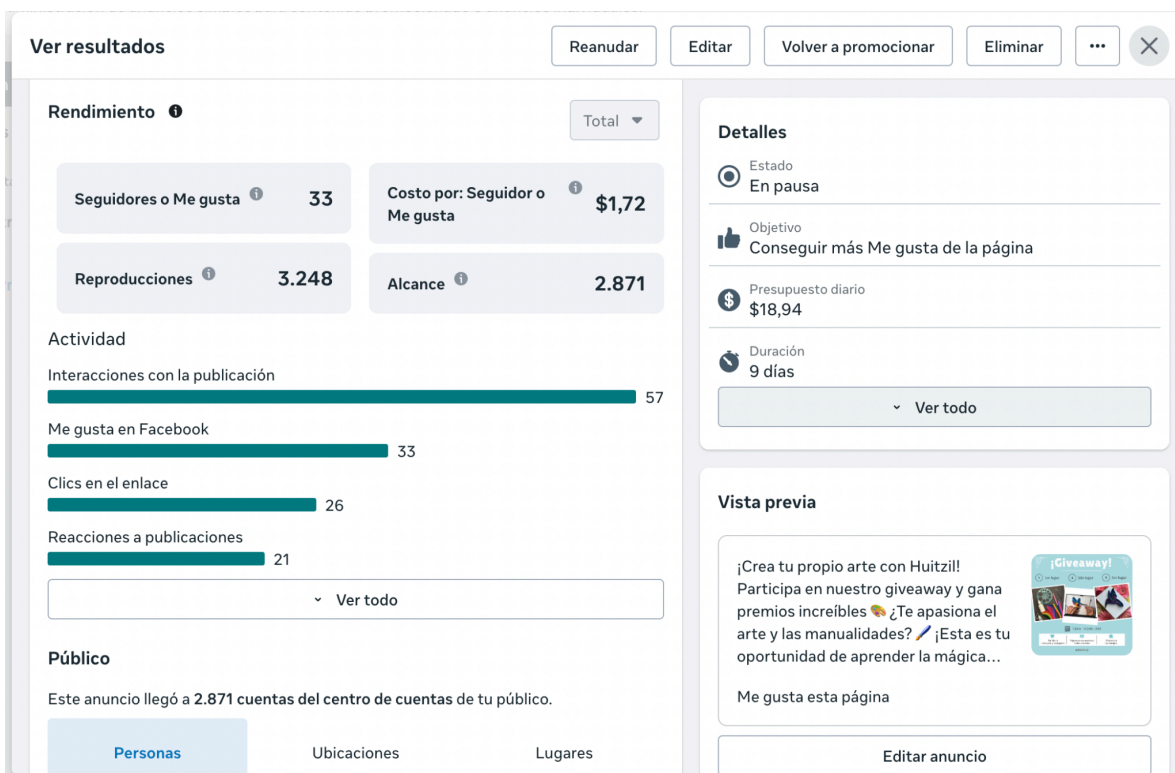


Imagen 19. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

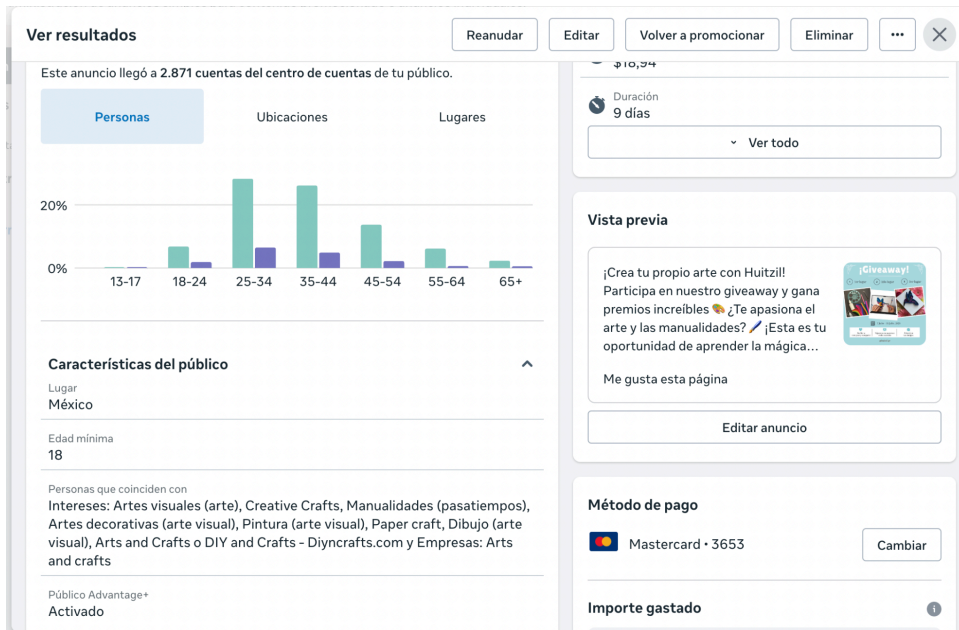


Imagen 20. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

**Editar anuncio** X

¡Crea tu propio arte con Huitzil! Participa en nuestro giveaway y gana premios increíbles 🎁  
¿Te apasiona el arte y las manualidades? ¡Esta es tu oportunidad de aprender la mágica técnica de la filigrana! En Huitzil, queremos que vivas la experiencia de crear piezas únicas, y por eso lanzamos este giveaway lleno de creatividad. 🎨

**🏆 Premios:**  
1er Lugar:  
1 clase gratuita de filigrana (¡aprende con Gaby, nuestra fundadora!).  
1 paquete de materiales básico para que sigas creando en casa.  
2do Lugar:  
Acceso gratuito a un aula virtual a elegir (no incluye material).  
3er Lugar:  
Podrás elegir entre un cuaderno o cuadro decorativo de 14x10 cm hecho por Gaby.

**📌 ¿Cómo participar?**  
- Síguenos en Instagram y Facebook.  
- Dale like a esta publicación y compártela en tus stories etiquetándonos.  
- Menciona en los comentarios a 2 amigos que amen el arte o las manualidades.

**📅 Fecha límite para participar:** 15 de julio del 2025.  
📢 Los ganadores serán anunciados el 16 de julio del 2025 y contactados por DM. ¡Más comentarios, más oportunidades de ganar! 🎉

🔗 ¡Despierta tu creatividad y únete a la comunidad Huitzil! Aprende a

**Huitzil GR** Publicidad ... X

¡Crea tu propio arte con Huitzil! Participa en nuestro giveaway y gana premios increíbles 🎁  
¿Te apasiona el arte y las ... Ver más

**¡Giveaway!**

1 1er lugar 2 2do lugar 3 3er lugar

7 Julio - 15 Julio, 2025

Da like a este post y compártelo | Síguenos en nuestras redes sociales | Etiqueta a tus amigos

**Huitzil GR**  
Filigrana en papel, venta de papel ... 👍

Al hacer clic en Guardar cambios, reconoces que el uso que haces de las herramientas publicitarias de Meta está sujeto a nuestras [Condiciones](#). Servicio de ayuda Guardar cambios

Imagen 21. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

## Campaña de “Mensajes” – Curso de filigrana (Activa en pausa)

- **Objetivo:** Generar conversaciones con personas interesadas en el curso de verano.
- **Resultados:**
  - 5,674 reproducciones
  - 3,187 personas alcanzadas
  - 6 conversaciones iniciadas
  - Gasto total: **\$231.38 MXN**

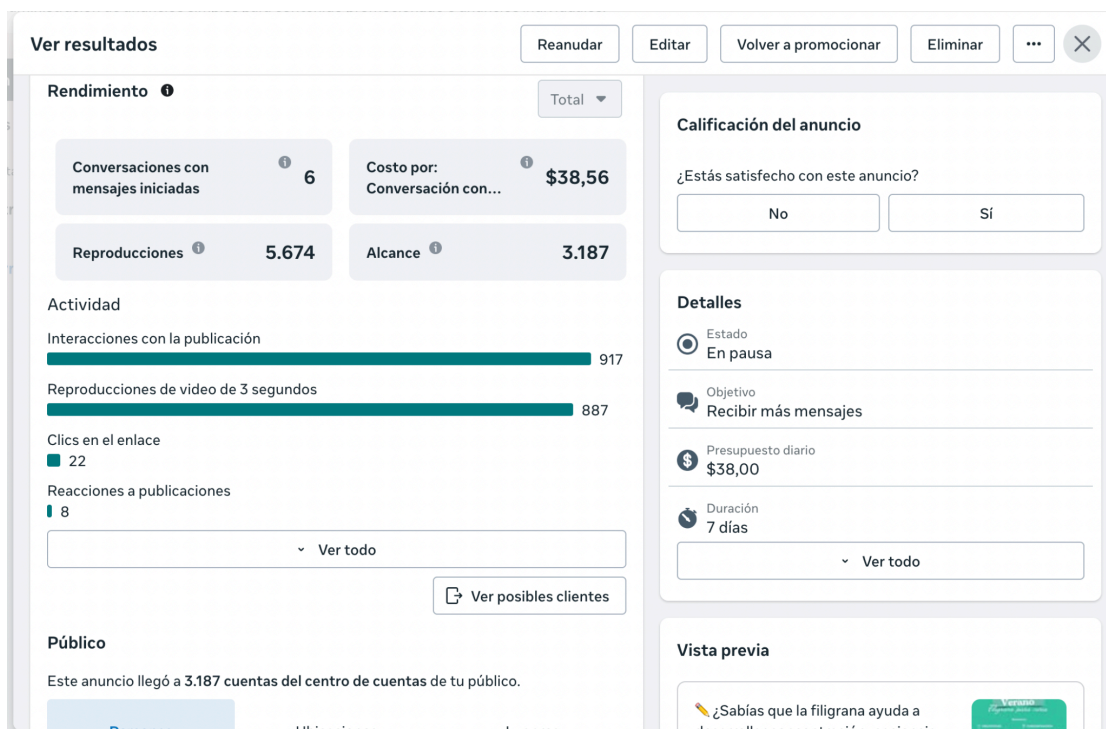


Imagen 22. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

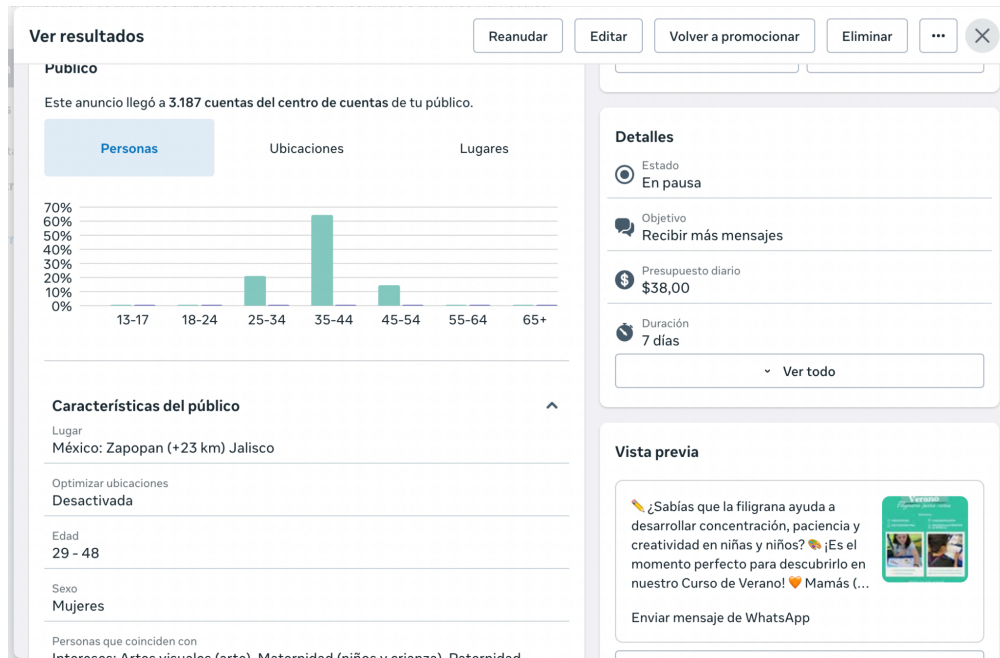


Imagen 23. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

**Editar anuncio** ... X

**Descripción**

¿Sabías que la filigrana ayuda a desarrollar concentración, paciencia y creatividad en niñas y niños?  
¡Es el momento perfecto para descubrirlo en nuestro Curso de Verano!

♥ Mamás (y papás), aprovechen las vacaciones para que sus hijos aprendan el arte de las manualidades con filigrana en papel. Es una actividad divertida, entretenida y muy enriquecedora.

👶 Se aceptan niños de todas las edades y no se necesita experiencia previa.  
📅 Del 21 al 25 de julio - ¡Ya casi empezamos!  
📞 Escríbenos por WhatsApp para más info.  
📍 El link también está en la biografía.

#cursodeverano #filigranaparaninos #manualidadesinfantiles #huitzilgr #arteenpapel #veranocreativo

Archivos multimedia 1/5 · Selecciona varias imágenes o videos para crear una secuencia. Seleccionar archivos Editar

**Curso DE Verano**  
*Filigrana para niños*

**Beneficios**

- CREATIVIDAD
- MOTRICIDAD FINA
- CONCENTRACIÓN
- PACIENCIA & ATENCIÓN AL DETALLE

• CUPOS LIMITADOS  
• Material incluido

No se necesita experiencia previa. Solo ganas de crear y pasarlo bien!

FECHAS: 21 AL 25 DE JULIO 2025  
LUGAR: AV. MARIANO OTERO 3431 3TO PISO, SALA DE JUNTAS  
HORARIO: 10:00 AM A 1:00 PM

WHATSAPP  
Contactar a Huitzil GR WhatsApp

Me gusta Comentar Compartir

Al hacer clic en Guardar cambios, reconoces que el uso que haces de las herramientas publicitarias de Meta está sujeto a nuestras [Condiciones.](#) Servicio de ayuda Guardar cambios

Imagen 24. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

## Campaña de “Mensajes” – Expo Manos Creativas (Finalizada)

- **Objetivo:** Invitar al público a participar en la Expo y generar contacto directo.
- **Resultados:**
  - 2,940 reproducciones
  - 1,511 personas alcanzadas
  - 3 conversaciones iniciadas
  - Gasto total: **\$99.63 MXN**

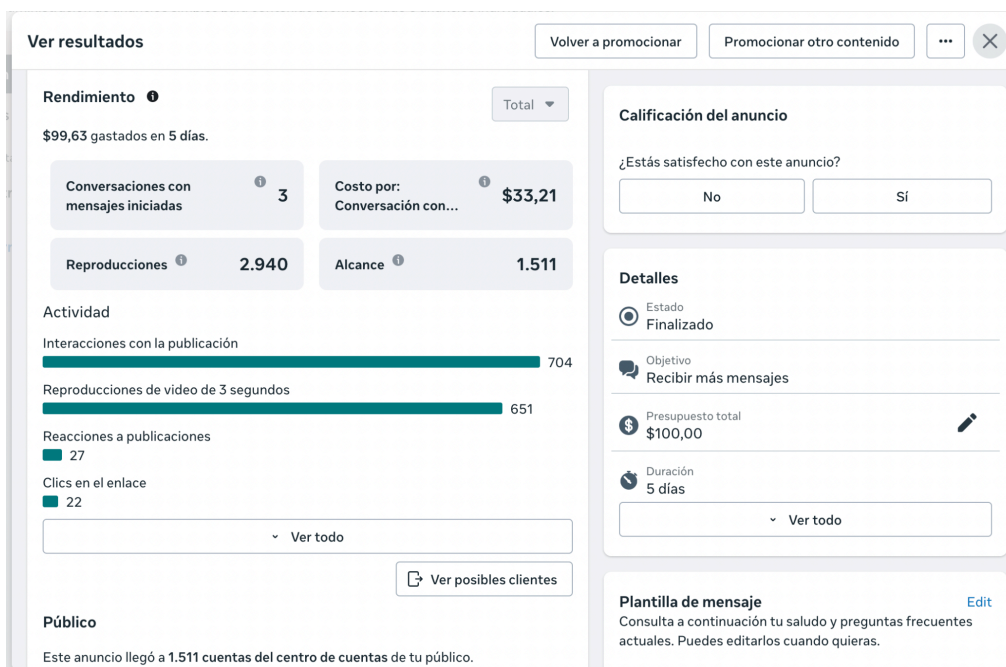


Imagen 25. Menú de publicidad Meta.

Fuente. Meta.

**Ver resultados** Volver a promocionar Promocionar otro contenido ... X

Este anuncio llegó a 1.511 cuentas del centro de cuentas de tu público.

**Personas** Ubicaciones Lugares

Edad	Porcentaje
13-17	~1%
18-24	~2%
25-34	~18%
35-44	~22%
45-54	~18%
55-64	~12%
65+	~1%

**Características del público**

Lugar  
México: Zapopan (+20 km) Jalisco

Optimizar ubicaciones  
Desactivada

Edad  
20 - 60

Sexo  
Mujeres

Personas que coinciden con  
Intereses: Manualidades (pasatiempos), Pintura (arte visual), Bellas artes (arte visual), Craftv, Paper craft o Dibuio (arte visual)

**Plantilla de mensaje** Edit

Consulta a continuación tu saludo y preguntas frecuentes actuales. Puedes editarlos cuando quieras.

Saludo "¡Hola, Huitzil! 🌟 ¡Bienvenid@ a Huitzil GR! 🌟 Del 27 al 29 de junio (10:00-20:00 hrs), estaremos en la Expo Manos Creativas en Salón Fiesta GDL, Guadalajara, en el stand 58. Ahí daremos talleres de filigrana, venta de obras y material. 🌟 ¿Tienes alguna duda? Te ayudo. 🌟"

Preguntas 1.Hola, me gustaría recibir más información sobre...

Respuestas automáticas: Activadas

**Vista previa**

¡Huitzil GR te invita a Expo Manos Creativas! 🌟 🌟 Visítanos en el Stand 58 y descubre el arte de la filigrana en papel: una técnica creativa que relaja, mejora la motricidad fina y despierta ...

Enviar mensaje

Ver anuncio Editar anuncio

**Método de pago**

Imagen 26. Menú de publicidad Meta.  
Fuente. Meta.

**Vista previa del anuncio** X

Huitzil GR  
Publicidad · Happy Days · Giulio Cercato · 🌐

¡Huitzil GR te invita a Expo Manos Creativas! 🌟 🌟  
Visítanos en el Stand 58 y descubre el arte de la filigrana en papel: una técnica creativa que relaja, mejora la motricidad fina y despierta tu imaginación.  
Tendremos venta de papel, herramientas especiales y talleres en vivo para que te enamores de la filigrana. ¡Te esperamos! 🌟 🌟  
#huitzil\_gr #huitzilgr #familytime #manualidades #filigrana #papel #tallerdearte #tallerescractivos

**Filigrana Huitzil GR**  
Te espera en  
**Expo Manos Creativas**  
viernes 27, sábado 28 y domingo 29 de junio  
📍 Salón Fiesta Guadalajara de 10:00 a 20:00 hrs

• Talleres presenciales Stand 58

Imagen 27. Menú de publicidad Meta.  
Fuente: Meta Business Suite Huitzil GR

## Giveaway



Una de las actividades clave ejecutadas fue el diseño y lanzamiento de un giveaway en redes sociales, con el propósito de aumentar la visibilidad de Huitzil, atraer nuevos seguidores y fomentar la participación de la comunidad interesada en el arte y las manualidades. Esta iniciativa se planteó como una estrategia para conectar con el público objetivo, promover la técnica de filigrana y generar interés en las clases y productos ofrecidos por Huitzil.

## Descripción de la Actividad

El giveaway, titulado "¡Crea tu propio arte con Huitzil!", se lanzó en Instagram y Facebook con un copy cuidadosamente diseñado para captar la atención del público y transmitir el valor de la experiencia creativa que ofrece Huitzil. A continuación, se detalla el contenido del copy utilizado:

### Copy del Giveaway:

 **¡Crea tu propio arte con Huitzil! Participa en nuestro giveaway y gana premios increíbles** 

¿Te apasiona el arte y las manualidades?  ¡Esta es tu oportunidad de aprender la mágica técnica de la filigrana! En Huitzil, queremos que vivas la experiencia de crear piezas únicas, y por eso lanzamos este giveaway lleno de creatividad. 

 **Premios:**

#### **1er Lugar:**

- 1 clase gratuita de filigrana (¡aprende con Gaby, nuestra fundadora!).

- 1 paquete de materiales básico para que sigas creando en casa.


### **2do Lugar:**

- Acceso gratuito a un aula virtual a elegir (no incluye material).


### **3er Lugar:**


- Podrás elegir entre un cuaderno o cuadro decorativo de 14x10 cm hecho por Gaby.

### **¿Cómo participar?**

- Síguenos en Instagram y Facebook.
- Dale like a esta publicación y compártela en tus stories etiquetándonos.
- Menciona en los comentarios a 2 amigos que amen el arte o las manualidades. 

 **Fecha límite para participar:** 15 de julio del 2025.

 **Los ganadores serán anunciados el 16 de julio del 2025 y contactados por DM.** ¡Más comentarios, más oportunidades de ganar! 😊

 **¡Despierta tu creatividad y únete a la comunidad Huitzil!**

Aprende a transformar tiras de papel en obras maestras con la técnica de filigrana. ✨

**#HuitzilArte #Filigrana #GiveawayCreativo**

**#ArteHechoAMano #ClasesDeArte**

## **Ejecución y Ajustes**

La actividad se ejecutó conforme al plan de trabajo, con las siguientes acciones específicas:

1. **Diseño del copy:** Se elaboró un mensaje claro, atractivo y alineado con la identidad de Huitzil, destacando la creatividad y el valor de la filigrana. Se incluyeron emojis para hacerlo visualmente dinámico y se estructuraron los premios de forma jerárquica para incentivar la participación.

2. **Publicación en redes sociales:** El giveaway se pautó simultáneamente en Instagram y Facebook para maximizar el alcance. Se utilizaron imágenes de los premios para acompañar el copy, reforzando el impacto visual.
3. **Monitoreo y ajustes:** Durante el periodo de participación (del lanzamiento al 15 de julio de 2025), se monitoreó la interacción en ambas plataformas. Se observó que las stories compartidas por los participantes generaban mayor alcance que los comentarios, por lo que se decidió comentar y añadir recordatorios adicionales en stories de Huitzil para reforzar la participación. Además, se respondieron consultas recibidas por DM para aclarar dudas sobre los premios y el proceso.

**¡Giveaway!**

1 1er lugar      2 2do lugar      3 3er lugar

7 Julio - 15 Julio, 2025

Da like a este post y comparte      Síguenos en nuestras redes sociales      Etiqueta a tus amigos

@huitzil.gr

Imagen 28. Imagen del Giveaway

Fuente. Elaboración propia

## Mejora de historias destacadas

En el marco del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) para Huitzil G.R., otra de las actividades clave realizadas fue la actualización de las portadas de las historias destacadas en el perfil de Instagram de la empresa. Esta actividad se diseñó para fortalecer la identidad visual de la marca en redes sociales, alineándose con la propuesta de mejora identificada en el diagnóstico inicial, que destacaba la necesidad de mejorar la presencia digital de Huitzil G.R. para proyectar una imagen más profesional, coherente y atractiva, reforzando su esencia artesanal.

## Actividades Ejecutadas

La actualización de las historias destacadas en Instagram consistió en las siguientes etapas:

1. **Análisis de la Identidad Visual:** Se evaluó el perfil de Instagram de Huitzil G.R. para identificar oportunidades de mejora en la presentación de las historias destacadas. Se observó que las portadas anteriores carecían de uniformidad visual, lo que afectaba la percepción de profesionalismo y cohesión de la marca.
2. **Diseño de Nuevas Portadas:** Se diseñaron nuevas portadas para las historias destacadas, incorporando el colibrí del logo de Huitzil G.R. como elemento central. Para mantener una estética unificada y reflejar la identidad artesanal de la marca, se asignó un color distintivo a cada portada, utilizando una paleta de tonos suaves y elegantes que evocan la delicadeza de la filigrana. Las categorías de las historias destacadas incluyeron temas como exposiciones, talleres y aulas virtuales.
3. **Implementación en Instagram:** Las nuevas portadas se subieron al perfil de Instagram, asegurando que cada una estuviera optimizada para el formato circular de las historias destacadas. Se verificó que las imágenes

tuvieran alta resolución y que el colibrí estuviera centrado y visible en cada portada.

## **Ajustes y Decisiones**

Tras una revisión con el equipo y la retroalimentación de Gabriela, se optó por utilizar el colibrí como elemento unificador para reforzar el reconocimiento de la marca. La elección de colores distintos para cada portada se hizo con la intención de que los tonos mantuvieran armonía y coherencia con la paleta de la marca. Esto permitió que el perfil de Instagram se viera más organizado y profesional sin perder la calidez artesanal que caracteriza a Huitzil G.R.

## **Impacto y Resultados**

La actualización de las portadas de las historias destacadas mejoró significativamente la estética del perfil de Instagram de Huitzil G.R., proyectando una imagen más profesional y cohesiva. La incorporación del colibrí en cada portada reforzó la identidad de la marca, haciendo que las historias destacadas fueran fácilmente reconocibles y atractivas para los seguidores.

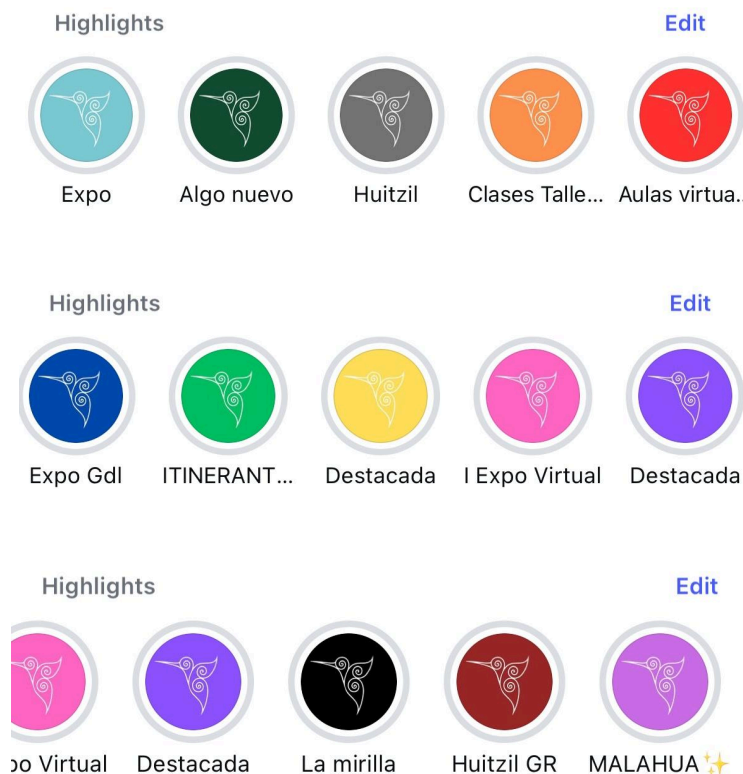


Imagen 29. Historias destacadas de Huitzil GR.

Fuente. Instagram

## Información de pago de Huitzil GR.

Para facilitar el proceso de pago y agilizar la atención al cliente, se diseñó una **imagen digital** con los datos bancarios de la empresaria. Esta imagen puede enviarse fácilmente a través de WhatsApp Business o Instagram cuando se concreta una venta y el cliente solicita la información para realizar su pago.

El diseño se realizó cuidando que fuera visualmente claro, profesional y acorde a la identidad de la marca. Incluye el nombre de la empresa, el banco, el número de cuenta y una breve nota de agradecimiento, lo que permite estandarizar la comunicación y reforzar la confianza del cliente.

Esta herramienta representa una solución práctica que ahorra tiempo, evita errores al compartir datos y mejora la experiencia general de compra.



# Huitzil GR

## Datos Bancarios

**Gabriela Ramos Preciado**

**BBVA**

**Número de Cuenta**

1586815054

**CLABE**

0123 2001 5868 150541

**¡Gracias por tu compra!**

Una vez realizado el depósito o transferencia, por favor envía tu comprobante al: **33 1535 0857**

Imagen 30. Datos Bancarios

Fuente. Elaboración propia

## Plantillas

Con el objetivo de brindar una herramienta que permitiera llevar un control más ordenado y accesible del inventario, se diseñó una **plantilla digital personalizada** para la empresa. Esta plantilla fue desarrollada en Excel, con fórmulas automáticas que permiten calcular el valor del inventario, la ganancia por unidad y el margen de utilidad de cada producto.

Durante su elaboración, se tomaron en cuenta las categorías existentes dentro del negocio, como herramientas, kits, libretas y obras, y se dejó espacio para que la empresaria pudiera continuar actualizándola con facilidad.

La plantilla fue diseñada como una herramienta completa, funcional y fácil de usar, que permite a la empresaria llevar un control detallado de su inventario, compras, ventas, punto de equilibrio y resultados obtenidos en exposiciones. Está compuesta por distintas hojas, cada una con una función específica que se relaciona con la base de datos principal.

Además, se incorporó una hoja inicial con instrucciones claras sobre cómo utilizar la plantilla. Esta sección guía a la usuaria paso a paso en el funcionamiento de cada hoja, indicando cuáles se pueden editar, cómo se actualizan los datos y qué funciones automáticas están integradas. Esta decisión tuvo como objetivo asegurar que la herramienta sea intuitiva y pueda seguir utilizándose de forma independiente.

A continuación, se describen las funciones de cada hoja:

### Inventario General

Permite visualizar todo el inventario disponible en Huitzil GR. No es editable, ya que se actualiza automáticamente desde la base de datos. Es útil para tener un panorama claro y actualizado de los productos en existencia.

Huitzil		Huitzil GR Inventario General							Huitzil	
Categoría	Código del producto	Descripción del producto	Cantidad en inventario	Precio unitario de venta	Costo unitario	Valor total inventario	Ganancia bruta por unidad	Total Inventario		
<b>HERRAMIENTAS</b>										
HERRAMIENTAS	HERR1	ACOCADORES METALICOS	3	\$ 150.00	\$ 58.00	\$ 450.00	\$ 92.00	\$ 276.00		
HERRAMIENTAS	HERR2	ALFILERES DE COLORES	5	\$ 25.00	\$ 18.00	\$ 125.00	\$ 7.00	\$ 35.00		
HERRAMIENTAS	HERR3	BASE DE CIRCULOS REDONDA	15	\$ 50.00	\$ 29.00	\$ 750.00	\$ 21.00	\$ 315.00		
HERRAMIENTAS	HERR4	ENROLLADOR ALUMINIO	3	\$ 70.00	\$ 50.00	\$ 210.00	\$ 20.00	\$ 60.00		
HERRAMIENTAS	HERR5	ENROLLADOR AZUL Y ROSA	50	\$ 35.00	\$ 10.00	\$ 1,750.00	\$ 25.00	\$ 1,250.00		
HERRAMIENTAS	HERR6	ENROLLADOR ELECTRICO	10	\$ 95.00	\$ 58.00	\$ 950.00	\$ 37.00	\$ 370.00		
HERRAMIENTAS	HERR7	ENROLLADOR FINO JUVA	4	\$ 120.00	\$ 75.00	\$ 480.00	\$ 45.00	\$ 180.00		
HERRAMIENTAS	HERR8	ENROLLADOR MORADO 1 CM	23	\$ 75.00	\$ 31.00	\$ 1,725.00	\$ 44.00	\$ 1,012.00		

Imagen 31. Hoja de Inventario General

Fuente. Plantilla de control de inventario

## Base de Datos Modificable

Es la hoja principal y el centro de la plantilla. Desde aquí se modifican todos los datos clave: códigos de producto, precios, costos y descripciones. Cualquier cambio debe hacerse en esta hoja, ya que alimenta al resto del archivo.

Huitzil		Huitzil GR Base de Datos										Huitzil	
Categoría	Código del producto	Descripción del producto	Cantidad en inventario	(+) Compras	Cantidad en inventario	(-) Ventas	Ventas Expo	Cantidad en inventario Final	Precio unitario de venta	Costo unitario			
KITS	KIT1	KIT DE INICIO /MOV BASICOS 90 GR	1	0	1	0	0	1	\$ 300.00	\$ 110.00			
KITS	KIT2	KIT INICIO 160 GR TABLA CIRCULAR	1	0	1	0	0	1	\$ 450.00	\$ 155.00			
KITS	KIT3	KIT DE VIAJE	1	0	1	0	0	1	\$ 350.00	\$ 200.00			
KITS	KIT4	KIT PEGAMENTO	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 110.00			
KITS	KIT5	KIT COLIBRI	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 180.00			
KITS	KIT6	KIT MARIPOSA	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 180.00			
KITS	KIT7	KIT MATRIZ	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 200.00			
KITS	KIT8	KIT BORDADO OTOMÍ	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 180.00			
KITS	KIT9	KIT ABEJA	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 180.00			
KITS	KIT10	KIT VIRGEN GUADALUPE PASTEL	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 180.00			
KITS	KIT11	KIT VIRGEN GUADALUPE ROSA	1	0	1	0	0	1	\$ 500.00	\$ 180.00			
KITS	KIT12	KIT COLOBRI 3 D	1	0	1	0	0	1	\$ 350.00	\$ 120.00			
KITS	KIT13	KIT ORQUIDEA	1	0	1	0	0	1	\$ 550.00	\$ 200.00			
KITS	KIT14	KIT ATRAPASUEÑOS	1	0	1	0	0	1	\$ 600.00	\$ 220.00			
KITS	KIT15	KIT COLIBRI IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT16	KIT CASTILLO IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT17	KIT GLOBO AEROSTATICO IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT18	KIT OSO DORADO IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT19	KIT OSO AZUL IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT20	KIT OSO ROSA IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT21	KIT CORAZON ROJO IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT22	KIT CORAZON ROSA IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT23	KIT HUELLA DORADA IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			
KITS	KIT24	KIT HUELLA COLORES IRIS	1	0	1	0	0	1	\$ 150.00	\$ 95.00			

Imagen 32. Hoja de Base de Datos Modificable

Fuente. Plantilla de control de inventario

## Lista de Precios

Contiene el listado completo de productos con sus respectivos precios. No es editable directamente; cualquier ajuste debe hacerse en la base de datos.



<b>Favor de completar la siguiente información:</b>	
Solo contestar los recuadros del siguiente color:	
Renta del Stand	
Comida del día para todos los del equipo Huitzil	
Salario del ayudante (3 días de expo + 1 día de montaje)	
Letrero para el Stand	
Tarjetas de presentación	
Etiquetas para los productos	
Bolsa de tela	
Bolsa de celofan	
Gasolina	
Publicidad para la Expo	
Material para exhibición de productos	
Vehículos para carga	
Hospedaje	
Otros	
<b>Costos Totales</b>	<b>\$ -</b>
Venta total en Expo (ya restando los costos)	\$ -
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$ -</b>
<b>Utilidad o pérdida obtenida</b>	<b>\$0.00</b>

Imagen 34. Hoja de Base de Datos Modificable

Fuente. Plantilla de control de inventario

### Registro de Compras

En esta hoja se registran las compras realizadas, especificando la cantidad adquirida. El costo se toma automáticamente desde la base de datos.

Huitzil GR Compras												
Categoría	Código del producto	Descripción del producto	Compras Enero	Compras Febrero	Compras Marzo	Compras Abril	Compras Mayo	Compras Junio	Compras Julio	Compras Agosto	Compras Septiembre	Compras Octubre
HERRAMIENTAS	HERR1	ACOCADORES METALICOS										
HERRAMIENTAS	HERR2	ALFILERES DE COLORES										
HERRAMIENTAS	HERR3	BASE DE CIRCULOS REDONDA										
HERRAMIENTAS	HERR4	ENROLLADOR ALUMINIO										
HERRAMIENTAS	HERR5	ENROLLADOR AZUL Y ROSA										
HERRAMIENTAS	HERR6	ENROLLADOR ELECTRICO										
HERRAMIENTAS	HERR7	ENROLLADOR FINO JUYA										
HERRAMIENTAS	HERR8	ENROLLADOR MORADO 1 CM										
HERRAMIENTAS	HERR9	ENTRENADORES MONITO										
HERRAMIENTAS	HERR10	ENTRENADORES REDONDOS										
HERRAMIENTAS	HERR11	ESPATULA DE SILICON										
HERRAMIENTAS	HERR12	FRASCO PUNTA BRAILEÑA 15 ML										
HERRAMIENTAS	HERR13	FRASCO PUNTA BRASILEÑA 10 ML										
HERRAMIENTAS	HERR14	FRASCO PUNTA BRASILEÑA 30 ML										
HERRAMIENTAS	HERR15	JUEGOS PINCELES DE SILICON ROSA										
HERRAMIENTAS	HERR16	KIT ENROLLADORES 6 PIEZAS										
HERRAMIENTAS	HERR17	KIT ENROLLADORES JUYA										
HERRAMIENTAS	HERR18	MANITA ACOCADORA										
HERRAMIENTAS	HERR19	PASANTES AMARILLOS										
HERRAMIENTAS	HERR20	PEGAMENTO										
HERRAMIENTAS	HERR21	PEINE METALICO										
HERRAMIENTAS	HERR22	PEINETAS										
HERRAMIENTAS	HERR23	PETALERO AZUL										
HERRAMIENTAS	HERR24	PETALERO HOBBY PAPER										
HERRAMIENTAS	HERR25	PETALERO ROSA										
HERRAMIENTAS	HERR26	PINCEL SILICON DIAMANTE										

Imagen 35. Hoja de Base de Datos Modificable  
Fuente. Plantilla de control de inventario

### Registro de Ventas

Permite anotar las ventas por producto. Solo es necesario ingresar la cantidad vendida, ya que el precio también se toma automáticamente.

Huitzil GR Ventas												
Categoría	Código del producto	Descripción del producto	Ventas Enero	Ventas Febrero	Ventas Marzo	Ventas Abril	Ventas Mayo	Ventas Junio	Ventas Julio	Ventas Agosto	Ventas Septiembre	Ventas Octubre
HERRAMIENTAS	HERR1	ACOCADORES METALICOS										
HERRAMIENTAS	HERR2	ALFILERES DE COLORES										
HERRAMIENTAS	HERR3	BASE DE CIRCULOS REDONDA										
HERRAMIENTAS	HERR4	ENROLLADOR ALUMINIO										
HERRAMIENTAS	HERR5	ENROLLADOR AZUL Y ROSA										
HERRAMIENTAS	HERR6	ENROLLADOR ELECTRICO										
HERRAMIENTAS	HERR7	ENROLLADOR FINO JUYA										
HERRAMIENTAS	HERR8	ENROLLADOR MORADO 1 CM										
HERRAMIENTAS	HERR9	ENTRENADORES MONITO										
HERRAMIENTAS	HERR10	ENTRENADORES REDONDOS										
HERRAMIENTAS	HERR11	ESPATULA DE SILICON										
HERRAMIENTAS	HERR12	FRASCO PUNTA BRAILEÑA 15 ML										
HERRAMIENTAS	HERR13	FRASCO PUNTA BRASILEÑA 10 ML										
HERRAMIENTAS	HERR14	FRASCO PUNTA BRASILEÑA 30 ML										
HERRAMIENTAS	HERR15	JUEGOS PINCELES DE SILICON ROSA										
HERRAMIENTAS	HERR16	KIT ENROLLADORES 6 PIEZAS										
HERRAMIENTAS	HERR17	KIT ENROLLADORES JUYA										
HERRAMIENTAS	HERR18	MANITA ACOCADORA										
HERRAMIENTAS	HERR19	PASANTES AMARILLOS										
HERRAMIENTAS	HERR20	PEGAMENTO										
HERRAMIENTAS	HERR21	PEINE METALICO										
HERRAMIENTAS	HERR22	PEINETAS										
HERRAMIENTAS	HERR23	PETALERO AZUL										
HERRAMIENTAS	HERR24	PETALERO HOBBY PAPER										
HERRAMIENTAS	HERR25	PETALERO ROSA										
HERRAMIENTAS	HERR26	PINCEL SILICON DIAMANTE										

Imagen 36. Hoja de Base de Datos Modificable  
Fuente. Plantilla de control de inventario

## Resumen Gráficas

Muestra los resultados más importantes del inventario en formato gráfico. Para actualizar los datos, se debe presionar el botón “Actualizar todo”.

Imagen 37. Hoja de Base de Datos Modificable

Fuente. Plantilla de control de inventario

## Punto de Equilibrio

Calcula automáticamente el punto de equilibrio del negocio, es decir, el momento en el que los ingresos cubren los costos totales y comienzan a generar utilidad.

Huitzil GR. Punto de Equilibrio		
CONCEPTO	VALOR (MXN)	¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b> Gastos que debes cubrir aunque no vendas nada.		
1		
2		
3		
4		
5	\$ 500.00	Servicios básicos para operar tu negocio.
6	\$ 800.00	Servicios básicos para operar tu negocio.
7	\$ 400.00	Publicidad constante que no cambia con ventas.
8	\$ 50.00	Celular
9	\$ 247.00	Maestra de Brasil
10	\$ 175.00	Cricut
11	<b>\$ 2,172.00</b>	<b>Suma automática de tus costos fijos.</b>
12		
<b>COSTOS VARIABLES POR UNIDAD</b> Gastos que sí dependen de cuántas unidades produces.		
13		
14		
15		Espacio donde se realizan los talleres presenciales
16		
17	\$ 100.00	Material que se consume por cada pieza hecha.
18	\$ 12.00	Otros insumos que se gastan por unidad.
19	\$ 2.00	Todo lo que usas para empaquetar cada producto.
20	\$ 20.00	Bolsa de tela de Huitzil GR.
21	\$ -	Cualquier otro gasto por venta producida.
22	<b>\$ 134.00</b>	<b>Suma automática de tus costos variables por unidad.</b>
23		
24	\$ 277.14	Usa un promedio de tus productos más vendidos.
25	\$ 143.14	Esto te dice cuánto ganas por unidad vendida.
26		<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b> 8 Cuántas unidades necesitas vender para no perder.
27	<b>\$ 2,172.00</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS</b> Cuánto dinero necesitas vender al mes para no perder.
28		
29		
30		
31		

¿Qué es el Punto de Equilibrio?

El punto de equilibrio es el momento en el que Huitzil **ni gana ni pierde dinero**.

Es decir, cuando las ventas cubren exactamente todos los gastos: tanto los fijos (como la renta, la luz, o el internet), como los variables (como los materiales y empaques de cada producto).

Imagen 38. Hoja de Base de Datos Modificable

Fuente. Plantilla de control de inventario

Esta herramienta está pensada para crecer junto con el proyecto, adaptándose a sus necesidades futuras. El uso de funciones automáticas, gráficas dinámicas y un enfoque práctico facilita el seguimiento del inventario en tiempo real, además de ofrecer una visualización rápida del punto de equilibrio del negocio.

Con la información organizada en la plantilla de control de inventario, se elaboró un análisis financiero y de inventario con el objetivo de brindar una visión más clara sobre la situación actual del negocio. Este análisis permitió identificar cuáles productos generan mayor ganancia, qué categorías tienen más rotación, y en qué punto se alcanza el equilibrio entre costos e ingresos.

Además, se revisaron aspectos clave como el precio promedio de venta, el costo por unidad, la ganancia bruta y el porcentaje de utilidad. Esta sección funciona como una guía para que la empresaria pueda comprender mejor la relación entre lo que vende, lo que gana y cómo puede seguir creciendo de forma estratégica.

## **Análisis de Inventario y Financiero de Huitzil GR.**

Huitzil GR es un emprendimiento liderado por Gabriela Ramos que se especializa en la creación, enseñanza y venta de obras y materiales para filigrana en papel o también conocido como quilling. Su oferta incluye herramientas, kits, obras terminadas, libretas decoradas y talleres tanto virtuales como presenciales. El taller se encuentra en casa y el canal de venta más fuerte son las exposiciones, especialmente la Expo Mercería y Manualidades en Guadalajara, además recientemente ha implementado un catálogo digital, con el que se espera que las ventas incrementen. Este análisis busca identificar oportunidades para consolidar la rentabilidad y crecimiento de Huitzil GR a través de un manejo financiero e inventario bien fundamentado. Además, tiene como objetivo ver con lupa cómo está funcionando el negocio desde el lado financiero y operativo: qué tan rentable es, cuántos productos hay, cuáles dejan más ganancia, y cómo mejorar su organización interna para crecer sin desorden.

## Costos: Lo que se invierte para mantener vivo el negocio

**Costos Fijos Mensuales = \$2,172**

### *¿Qué son y por qué importan?*

Los costos fijos son esos gastos que se tienen que pagar todos los meses, pase lo que pase, se venda o no. Son como el “sueldo” del negocio para mantenerse funcionando. Aunque Gaby no tenga una tienda física, sí invierte en servicios básicos, plataformas digitales y herramientas que necesita sí o sí para operar.

Categoría	Monto Estimado
Luz, internet, celular	\$1,350
Publicidad fija (redes, sitio web)	\$400
Herramientas y plataformas	\$422
Total mensual fijo	\$2,172

Si un mes no se vende nada, igual hay que cubrir estos \$2,172. Por eso, saber esto es clave para calcular cuántos productos deben venderse para que el negocio no pierda dinero.

### **Costos Variables por Unidad – \$134**

Cada vez que Gaby arma un kit, crea una obra o prepara un taller, tiene que invertir dinero en materiales: papel, pegamento, empaques, pintura, etiquetas, etc. Todo eso son costos variables, porque cambian dependiendo de cuánto se produce o se vende.

Elemento	Costo por unidad
Papel, cartón, otros materiales	\$100
Insumos extra (pegamento, pintura)	\$12
Empaque individual (bolsas, etiquetas)	\$2
Presentación o entrega	\$20
<b>Total por unidad</b>	<b>\$134</b>

Esto quiere decir que cada producto que se prepara cuesta en promedio \$134 pesos en insumos antes de que se venda.

### **Ingresos: Lo que entra por ventas**

#### **Precio Promedio de Venta: \$277.14**

Eso es lo que, en promedio, Gaby recibe por cada producto vendido, ya sea un kit, una obra o un taller.

#### **Ganancia por Unidad: \$143.14**

Si restamos los \$134 de insumos al precio de venta promedio, nos queda \$143.14. Esa es la ganancia bruta, lo que sobra para cubrir los gastos fijos y generar utilidad.

#### **Porcentaje de utilidad bruta: 51.65%**

Esto significa que, por cada producto vendido, aproximadamente el **51.65% del precio** es ganancia bruta.

Si Gaby vende 10 productos en un mes, la ganancia bruta sería:

$$10 \times \$143.14 = \$1,431.40$$

### Punto de Equilibrio: ¿Cuánto necesito vender para no perder?

El punto de equilibrio es el momento en el que Huitzil ni gana ni pierde dinero. Es decir, cuando las ventas cubren exactamente todos los gastos: tanto los fijos (como la renta, la luz, o el internet), como los variables (como los materiales y empaques de cada producto). Todo lo que se venda después de cubrir el punto de equilibrio, es ganancia real para Huitzil GR.

Huitzil GR Punto de Equilibrio		
CONCEPTO	VALOR (MXN)	¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?
<b>COSTOS FIJOS MENSUALES</b> Gastos que debes cubrir aunque no vendas nada.		
Servicios fijos (luz)	\$ 500.00	Servicios básicos para operar tu negocio.
Servicios fijos (internet, teléfono)	\$ 800.00	Servicios básicos para operar tu negocio.
Publicidad fija (ej. redes sociales, sitio web)	\$ 400.00	Publicidad constante que no cambia con ventas.
Dispositivos de apoyo	\$ 50.00	Celular
Gastos administrativos (papelería, suscripciones)	\$ 247.00	Maestra de Brasil
Gastos administrativos (papelería, suscripciones)	\$ 175.00	Cricut
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 2,172.00</b>	<b>Suma automática de tus costos fijos.</b>
<b>COSTOS VARIABLES POR UNIDAD</b> Gastos que sí dependen de cuántas unidades produces.		
Renta de lugar para taller		Espacio donde se realizan los talleres presenciales
Material principal (papel, cartón, etc.)	\$ 100.00	Material que se consume por cada pieza hecha.
Pegamento, barniz, pintura u otros insumos	\$ 12.00	Otros insumos que se gastan por unidad.
Empaque por unidad (bolsas, cajas, etiquetas)	\$ 2.00	Todo lo que usas para empacar cada producto.
Costo de entrega por pedido	\$ 20.00	Bolsa de tela de Huitzil GR
Otros costos variables (especificar)	\$ -	Cualquier otro gasto por venta producida.
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES POR UNIDAD</b>	<b>\$ 134.00</b>	<b>Suma automática de tus costos variables por unidad.</b>
PRECIO PROMEDIO DE VENTA POR UNIDAD	\$ 277.14	Usa un promedio de tus productos más vendidos.
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD	\$ 143.14	Esto te dice cuánto ganas por unidad vendida.
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b>	<b>8</b>	<b>Cuántas unidades necesitas vender para no perder.</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS</b>	<b>\$ 2,172.00</b>	<b>Cuánto dinero necesitas vender al mes para no perder.</b>

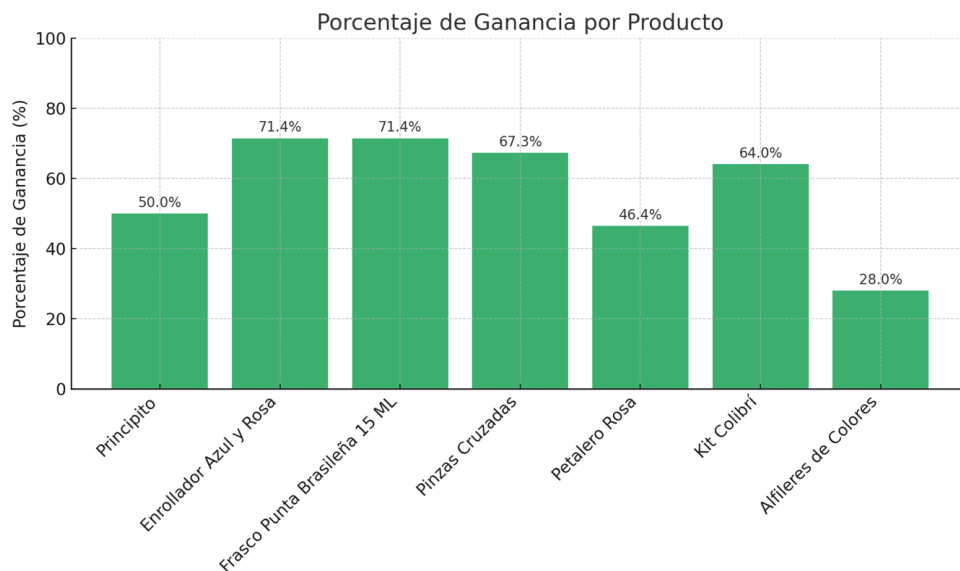
Huitzil GR necesita vender 8 productos al mes para no perder dinero.

Si vende más de 8 productos (kits, herramientas o talleres), el negocio empieza a generar utilidad. Esto es un buen resultado. No todos los negocios tienen un punto de equilibrio tan manejable.

## Porcentaje de Ganancia por Producto

Además del margen en pesos que deja cada producto, también es importante analizar qué porcentaje representa esa ganancia respecto al precio de venta total. Es decir, de todo lo que el cliente paga, cuánto realmente se queda como ganancia para Huitzil GR.

Este análisis es muy útil porque, aunque un producto sea económico, puede ser altamente rentable en proporción a su costo. Por ejemplo, un enrollador que cuesta poco pero se vende al triple de su valor genera una ganancia porcentual muy atractiva. Para esto, se realizó un análisis de los productos con mayor rotación en Huitzil GR.



Gráfica 1. Porcentaje de Ganancia por Producto

Fuente. Elaboración Propia

## Canales de Venta: ¿Por dónde se vende más?

Son los caminos por los que llegan los productos al cliente. Huitzil GR tiene tres canales principales:

- **Exposiciones (Expo Mercería y Manualidades en Expo Guadalajara)**
  - o Generan muchas ventas en poco tiempo.
  - o Requieren una inversión y producción previa importante.
  
- **Catálogo Digital (Instagram, WhatsApp)**
  - o Aquí se muestran todos los productos existentes.
  - o Apenas se incorporará a la empresa, elaboración en Verano de 2025.
  - o Es ideal para vender kits, herramientas sueltas o reposiciones.
  
- **Talleres virtuales o presenciales**
  - o Requieren poco material, pero mucha planeación.
  - o Generan ingresos adicionales sin tener que producir un objeto físico.
  - o Son una gran oportunidad para fidelizar clientes y mostrar el valor del trabajo de Gaby.

### **Inventario: Lo que hay, lo que falta y lo que urge mejorar**

Saber qué hay en existencia y qué falta ayuda a planear mejor, evitar perder ventas y también a no comprar de más.

La siguiente gráfica muestra, de forma visual y amigable, cuántas piezas hay disponibles por producto en el inventario de Huitzil GR. Cada recuadro representa un artículo, y su tamaño indica la cantidad en existencia: mientras más grande, mayor el número de unidades. Es una forma muy útil para ver de un vistazo qué productos están bien abastecidos y cuáles necesitan atención urgente.



Afortunadamente, durante el PAP Cedecom Verano 2025 se desarrolló una plantilla funcional y amigable para llevar el control del inventario de Huitzil GR. Esta herramienta permite a la empresaria tener una visión clara y ordenada de sus productos. Sin embargo, debido a limitaciones de tiempo de la empresaria, algunos artículos quedaron pendientes de registrar por completo:

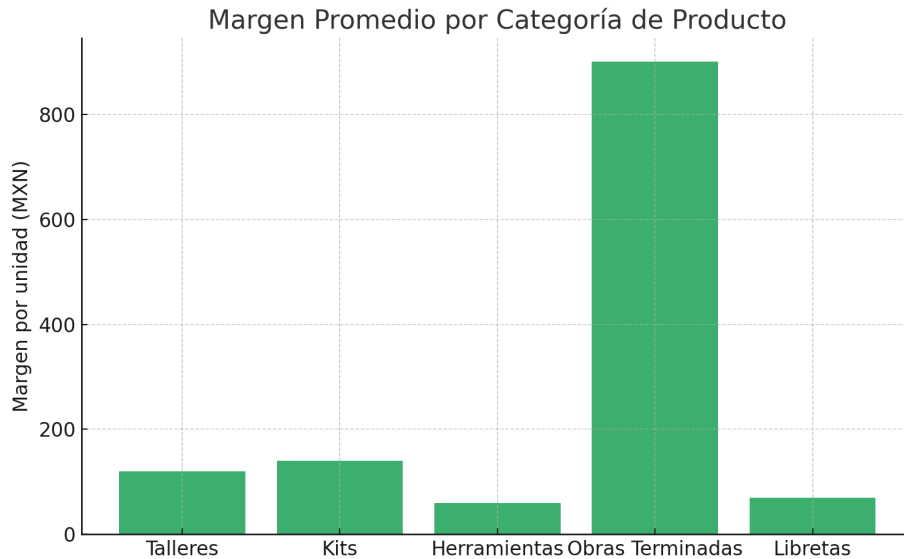
### **Categorías incompletas:**

- Tiras de papel: son básicas para el quilling, pero no están bien registradas aún.
- Kits y libretas: solo hay una pieza registrada, aunque se conoce que hay mucha más variedad.

A pesar de eso, las gráficas dicen que Huitzil GR maneja más de 330 productos distintos. Eso es un mundo de posibilidades creativas, pero también implica que se necesita una mejor organización para tener el control.

### **Productos con Mayor Ganancia**

Una parte fundamental de todo análisis financiero es entender qué productos dejan más ganancias. No basta con saber cuánto se vende, sino cuánto se gana por cada venta. Para eso, se calculó el margen promedio por categoría, es decir, la diferencia entre el precio de venta y el costo de producción por unidad, agrupados por tipo de producto. Esta gráfica permite ver claramente qué categorías aportan más valor al negocio.



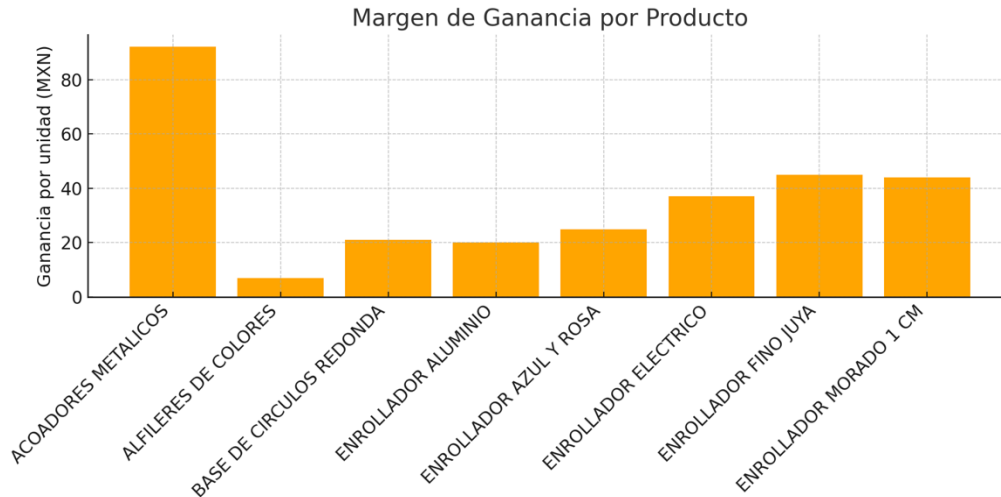
Gráfica 3. Porcentaje de Ganancia por Producto

Fuente. Elaboración Propia

Como se observa, las obras terminadas generan por mucho el mayor margen de ganancia. Aunque requieren más tiempo y materiales, su precio de venta compensa ampliamente la inversión. En cambio las herramientas dejan márgenes bajos, lo cual sugiere que su función principal puede ser más de complemento o puerta de entrada al mundo de la filigrana. Por lo que se considera que Gaby debería reflexionar si vale la pena seguir ofreciendo productos con poco margen.

### Margen de Ganancia por Producto (Ejemplo)

La siguiente gráfica muestra de las herramientas que mayor rotación tienen y cuánto deja de ganancia cada uno:



Gráfica 4. Porcentaje de Ganancia por Producto

Fuente. Elaboración Propia

Productos como Acoadores Metálicos o Enrolladores Finos Jujya dejan una muy buena ganancia. Otros como los Alfileres de colores dejan solo \$7 por pieza.

## Conclusiones

1. El modelo financiero de Huitzil GR está sano: el punto de equilibrio es alcanzable y la estructura de costos es clara.
2. Hay muchísima variedad de productos, pero falta registro y control en muchas categorías.
3. Algunos productos se están quedando sin stock y podrían estar afectando ventas potenciales.
4. Los talleres representan una gran oportunidad de crecimiento con poca inversión.
5. Hay margen para planear la producción de obras terminadas de forma más estratégica.

## Recomendaciones

1. Completar el inventario de tiras de papel, kits y libretas.
2. Revisar los productos agotados para reponer existencias clave.
3. Identificar los talleres estrella, ya que son los más vendidos.
4. Promover talleres con calendario mensual fijo para generar ingresos constantes.
5. Crear combos o kits temáticos con productos de alta ganancia.
6. Hacer limpieza del catálogo cada semestre: eliminar lo que no rota o no deja margen de utilidad.
7. Utilizar la plantilla de inventario para tener un control actualizado de existencias y facilitar decisiones de reposición.
8. Aprovechar la plantilla de análisis financiero para revisar márgenes de ganancia, detectar productos clave y tomar decisiones informadas mes a mes.

## Creación de calendario de redes sociales

Con la intención de fortalecer la presencia digital de Huitzil GR, se diseñó un calendario de redes sociales que permite planificar las publicaciones de manera clara y organizada. Esta herramienta tiene como propósito facilitar el manejo del contenido mensual, asegurando una comunicación constante y alineada con la identidad de la marca.

Además del calendario, se entregaron publicaciones ya preparadas —con textos, imágenes y fechas sugeridas— para que la empresaria pueda compartirlas directamente, siguiendo las recomendaciones establecidas. Esto no solo ahorra tiempo, sino que también brinda seguridad en cuanto al estilo y calidad del contenido.

El calendario contempla una variedad de publicaciones: desde promoción de productos y talleres, hasta contenido visual del catálogo digital y recordatorios de

fechas clave. Con esta herramienta, la marca podrá mantener una comunicación coherente, atractiva y profesional en sus plataformas.

Semana	Día	Copy	Hashta
Semana 1	Martes, 24 de julio de 2025	¡Este verano será creativo! Curso de filigrana en papel para niños del 21 al 25 de julio. Actividad divertida, relajante y llena de color. Escríbenos por WhatsApp, el link está en la biografía.	#CursoDeVerano #Filigrana
	miércoles, 25 de junio de 2025	¿Ya sabes qué harás este finde? ¡Huitzil Gr estará en la Expo Manos Creativas con talleres de filigrana y venta de papel! Del 27 al 29 de junio, entrada libre. ¿Tienes dudas? Escríbeme por WhatsApp (link en bio).	#ManualidadesMX #HuitzilGr
	viernes, 27 de junio de 2025	¡Ya estamos en la Expo Manos Creativas! Ven al stand 58 a conocer nuestros materiales y talleres. Hoy de 10 am hasta las 8pm en el Salón Fiesta GDL. Entrada libre todo el fin de semana. Pasa al stand 58 y conoce las obras de Gabby. Si tienes preguntas, escríbele por WhatsApp (link en bio).	#ArteEnPapel #ExpoCreativa
	domingo, 29 de junio de 2025	¡Último día en la Expo Manos Creativas! Si aún no vienes, estás a tiempo de vivir la experiencia Huitzil en el stand 58. ¡Te esperamos de 10am a 8pm! ¿Tienes dudas? Escríbeme por WhatsApp (link en bio). ¡La entrada es libre, ven a ver las obras en vivo!	#ExpoManosCreativas #FiligranaConHuitzil
	martes, 1 de julio de 2025	Este faro lo hice como un regalo especial para mi papá. Está hecho en filigrana con mucho amor y fue uno de los retos que más he disfrutado. Si tienes dudas o quieres saber precios, mándame WhatsApp desde el link que está en mi perfil.	#ArteEnPapel #HuitzilGr
Semana 2	Jueves, 3 de julio de 2025	¿Sabías que la filigrana ayuda a desarrollar concentración, paciencia y creatividad en niñas y niños? ¡Descubre cómo en nuestro curso de verano! Escríbenos por WhatsApp, el link está en la biografía.	#FiligranaInfantil #VeranoCreativo
	Lunes, 7 de julio de 2025	¡Crea tu propio arte con Huitzil! Participa en nuestro giveaway y gana premios increíbles.	#GiveawayCreativo #HuitzilGr

Gráfica 5. Calendario de Redes Sociales

Fuente. Plantilla calendario redes sociales de Canva Iteso

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

- **Aprendizajes profesionales (personal)**

**Cristina González:** Como parte de mi experiencia en este PAP, tuve la oportunidad de practicar y trabajar mis habilidades como Mercadóloga digital, atendiendo a las necesidades de la marca Huitzil Gr que en su momento fueron las previamente mencionadas pero con las que tuve más cercanía fueron: El desarrollo de un catálogo digital para la empresa y diseñar y aplicar estrategias de promoción y publicidad en redes sociales, en conjunto con el calendario de eventos, para aumentar la visibilidad del proyecto. Estos 2 objetivos son los que principalmente desarrolle en el PAP Cedecom Verano 2025 y hay unos en los que ya tenía experiencia previa y otros en los que salí de mi zona de confort y tuve que tanto investigar con expertos fuera del Iteso cómo solicitar ayuda de la maestra

auxiliar del PAP experta en temas de marketing digital. Uno de los aprendizajes más importantes fue el entender que trabajar en equipo con gente experta cada quien en su área, puede ayudar a obtener varias perspectivas valiosas desde puntos de vista diferentes que enriquecen mucho el proyecto. También el hecho de trabajar en esta modalidad de juntas casi diarias (de Lunes a Jueves) con entregables todos los días, crea un ambiente de trabajo rápido y eficiente.

Trabajar en equipo con gente de diferentes carreras involucra que cada quien se enfoque y se especialice más en su área pero también está bien pensado, que si un área en específico necesitaba más atención y tiempo todas como equipo nos repartimos el trabajo para terminarlo de manera satisfactoria.

Creo que el aprendizaje que me sorprendió más en este PAP es darme cuenta que cualquier tipo de negocio puede tener un funcionamiento rentable y todo tipo de negocio se puede vender con un buen equipo y una buena estrategia enfocados en las necesidades de tu público objetivo.

### **Ingrid Quevedo:**

El desarrollo del PAP con Huitzil ha sido una oportunidad invaluable para fortalecer mis competencias profesionales y genéricas en el campo de Negocios y Mercados Digitales, además de enriquecerme con una experiencia multidisciplinaria que amplió mi visión profesional. Entre las competencias desarrolladas, destacó el pensamiento crítico y la resolución de problemas al diseñar estrategias digitales como la tienda en línea y las campañas de redes sociales, así como la capacidad de análisis de datos para evaluar su impacto, competencias clave de mi profesión que se pusieron a prueba al alinearlas con las necesidades específicas de una marca artesanal. También fortalecí habilidades genéricas como la comunicación efectiva al coordinar con el equipo de Huitzil y la colaboración interdisciplinaria al integrar conocimientos de mercadotecnia digital con aspectos de gestión empresarial y análisis de tendencias, aprendiendo a trabajar con enfoques diversos para resolver problemas complejos.

Este proyecto puso a prueba mis saberes en inteligencia de mercado, mercadotecnia digital y planificación estratégica, obligándome a adaptarlos a un entorno real donde la autenticidad cultural y la viabilidad económica debían coexistir.

**Miriam Solis:**

Durante el desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional, logré fortalecer muchas de las competencias que he trabajado a lo largo de la carrera, tanto genéricas como específicas de mi formación como financiera. Aprendí a organizar mejor mi tiempo, a comunicarme con claridad con mi equipo y con Gaby, y a proponer soluciones realistas a situaciones concretas.

Una de las competencias más importantes que desarrollé fue el análisis financiero aplicado a una situación real. No fue solo teoría, sino que pude ver cómo mis conocimientos impactan en una pequeña empresa, ayudándola a tener un mayor control de sus ingresos e inventario. También reforcé mi habilidad para usar herramientas como Excel de manera más profesional, sobre todo para crear plantillas útiles que se pueden seguir utilizando en el futuro.

Desde otras disciplinas, como el diseño o el marketing, también aprendí cosas nuevas. Por ejemplo, entendí la importancia de una imagen clara para comunicar un mensaje, o cómo adaptar una estrategia a las redes sociales para que funcione mejor según el público al que va dirigida.

Este proyecto me dio confianza en mis conocimientos y me demostró que tengo mucho que aportar desde mi área. También me motivó a seguir preparándome para poder ser una asesora aún más completa.

## **Keila Guzmán:**

Siendo este mi primer PAP como estudiante de Diseño me ha traído muchos aprendizajes, especialmente desde el contacto directo con la empresaria, ya que mis experiencias pasadas han sido indirectamente, manteniendo contacto con un intermediario. Considero que puse a prueba mis aprendizajes obtenidos en los últimos 4 años y medio de carrera, reflejando las herramientas que me ha brindado el estudio y el trabajo como diseñadora. Mi rol principal en este proyecto fue la creación de diseños estratégicos donde se promueven las artes de Huitzil Gr, aplicando la jerarquía de textos, imágenes, texturas y la estética funcional. Uno de mis mayores aprendizajes en este primer proyecto fue, como lo mencioné antes, el trato directo con la empresaria, como diseñadora puedes tener un estilo de diseño pero eso no significa que a todos les va a gustar lo mismo, y fue lo que más me llevo de aquí, el tomar en cuenta siempre el estilo del empresario y poco a poco irlo integrando a los diseños, siempre manteniendo esa estética y jerarquía antes aprendida. Me gustó recibir retroalimentación de los trabajos que hacía para mejorarlo y al final ya llegar a un estilo sólido de la empresa. También trabajar en equipo con estudiantes de diferentes carreras me gustó, ya que al no ser mi sector, también aprendí de ellas, de lo que hacen, saben hacer y la manera en la que se maneja una empresa. En las cosas que son importantes y en cómo la organización es un factor muy esencial. Considero que el equipo se organizó muy bien y logramos un buen resultado a partir de nuestras especialidades y herramientas que tenemos para ofrecer y compartir.

- **Aprendizajes sociales**

**Cristina González:** Participar en el PAP Cedecom Verano 2025 me permitió aplicar mis conocimientos en mercadotecnia digital con un enfoque social, al trabajar en el fortalecimiento de la marca Huitzil Gr. Contribuí directamente al desarrollo de un catálogo digital y a campañas de promoción en redes sociales, generando mayor visibilidad para un proyecto que impulsa la creatividad y el

aprendizaje artístico en niños y jóvenes, mejorando su capacidad de motricidad fina, concentración y la paciencia y atención al detalle.

Este trabajo me ayudó a desarrollar habilidades para planear, dirigir y evaluar un proyecto con impacto social, al tiempo que colaboré con un equipo multidisciplinario, aprendiendo del valor de integrar distintas perspectivas. El proyecto benefició a un negocio con recursos limitados, pero con gran potencial transformador, generando bienes de valor público como el acceso a la cultura y el arte.

Los aprendizajes adquiridos, como el diseño de estrategias digitales y el trabajo colaborativo, son totalmente aplicables a otros contextos. Esta experiencia cambió mi visión sobre el impacto de mi profesión, al entender que el marketing también puede ser una herramienta para mejorar la calidad de vida y fortalecer el tejido social.

### **Ingrid Quevedo:**

El PAP con Huitzil me permitió liderar una iniciativa transformadora con creatividad e innovación, promoviendo la filigrana para mejorar la calidad de vida social. Diseñe una tienda en línea y estrategias digitales, dirigiendo el proyecto con objetivos claros, tomando decisiones como precios promocionales, y evaluando su impacto. Innové en el ámbito de manualidades y comercio local, facilitando acceso a habilidades artesanales. Se evidenció mayor visibilidad en interacciones en redes y benefició a mujeres de 18-45 años y comunidades locales, generando bienes públicos como tutoriales, talleres y apoyando microemprendimientos. Mis saberes como mercadóloga digital son transferibles por su adaptabilidad. Para seguimiento, sugiero seguir aplicándolos. Esta experiencia cambió mi visión, reconociendo el potencial de combinar tradición e innovación para un impacto social sostenido.

**Miriam Solis:**

Desde el inicio, uno de mis objetivos fue que el proyecto tuviera un impacto visible y útil. Por eso, todo lo que hicimos fue pensado para que pudiera seguir funcionando más allá de nuestra intervención. Por ejemplo, las plantillas financieras e inventarios fueron diseñadas para que ella misma pudiera seguirlas usando, incluso sin conocimientos técnicos avanzados. Esa fue una manera de transferir el conocimiento de forma accesible, y creo que eso tiene un gran valor social.

Este proyecto me ayudó a desarrollar una mirada más emprendedora y creativa, pensando siempre en soluciones simples pero efectivas, que puedan adaptarse a las realidades de las pequeñas empresas. Aprendí a planear, ejecutar, evaluar resultados y tomar decisiones con base en objetivos, siempre considerando el contexto y los recursos disponibles.

También entendí que muchas personas, especialmente pequeños negocios, no tienen acceso a asesoría profesional ni a herramientas que les ayuden a crecer. Ahí es donde mi formación cobra un sentido más profundo: puedo usar mis conocimientos no solo para generar valor económico, sino también para reducir desigualdades, mejorar procesos y apoyar el desarrollo local.

Me quedo con la idea de que el impacto social no siempre es algo grande o mediático. A veces empieza con cosas pequeñas, como ayudar a alguien a entender mejor sus números, a poner orden en su trabajo, o a tener más claridad en sus decisiones. Y ese tipo de impacto, aunque parezca invisible al principio, puede hacer una gran diferencia con el tiempo.

Ahora tengo una visión más humana y realista del mundo social. Entiendo mejor los retos a los que se enfrentan muchas personas, y me siento más comprometida a seguir contribuyendo desde mi área para lograr cambios duraderos y positivos.

**Keila Guzmán:**

El haber participado en este PAP me dio la oportunidad de aplicar mis conocimientos y herramientas en un enfoque social, aplicando la creatividad y el desarrollo de estrategias mediante el diseño para un ámbito social, para asimismo ayudar al crecimiento y fortalecimiento de la empresa Huitzil Gr, el haber tenido clases anteriormente sobre la innovación y el diseño estratégico me dio las herramientas clave para este tipo de caso. Teniendo en cuenta las necesidades y las soluciones que se pueden brindar a cabo, proponiendo ideas innovadoras y estratégicas. Creo que el trabajar hacia un impacto social me ayudó a ver más allá de solo hacer por hacer, si no hacer para resolver y para funcionar.

Participar en CEDECOM me ha ayudado a desarrollar habilidades para imaginar, crear y aprender el valor del trabajo en equipo, el cual es indispensable. Así mismo el haber trabajado en equipo y siempre de la mano con la empresaria me ayudó a ver las distintas opiniones, puntos de vista y perspectivas de los demás, cayendo en cuenta en la importancia de trabajar en el enfoque social, brindando las herramientas para apoyar a una empresa con recursos limitados y empaparme sobre las infinitas posibilidades de hacerlo crecer y como mi profesión es algo esencial con lo que se puede ayudar para que esto pueda pasar. Huitzil Gr, al ser una empresa donde se desarrolla arte es algo que me gustó mucho, el ayudarle a crecer y pasar la voz sobre los increíbles cuadros y obras de arte que realiza, poniendo en alto su nombre para que las personas vean el gran esfuerzo, dedicación y amor que le tiene a sus obras. Y el poder pasar esto haciendo dinámicas como los giveaways, los cursos y las exposiciones es algo que tiene mucho valor, tanto para la empresaria como para los niños y adultos que aprenden sobre la filigrana.

Este proyecto me ayudó a ver el impacto que mi profesión puede tener en el área social, en cómo los aprendizajes que tengo se pueden aplicar y pueden brindar resultados.

- **Aprendizajes éticos**

**Cristina González:** Durante mi experiencia en el PAP, tomé decisiones impulsadas por la curiosidad y el deseo de aprender más sobre el marketing digital, especialmente en contextos reales y con personas apasionadas por sus proyectos. Una de las decisiones más significativas fue involucrarme activamente en áreas que no dominaba del todo, como el diseño de estrategias digitales para una marca con identidad artesanal. Lo hice porque sentía que podía aportar valor y al mismo tiempo crecer como profesionalista. Esa apertura me permitió descubrir nuevas habilidades y reafirmar mi gusto por trabajar en entornos creativos.

Esta experiencia me invita a seguir ejerciendo mi profesión de manera colaborativa, con ética y compromiso, especialmente con personas que, como Gaby, ponen el corazón en sus negocios. Me motiva a seguir trabajando con proyectos que tienen un impacto positivo en su comunidad, que fomentan el arte, la cultura o cualquier valor social.

Después del PAP, tengo más claro que quiero enfocar mi carrera en acompañar a personas emprendedoras que estén dispuestas a innovar y a confiar en procesos creativos para hacer crecer sus marcas. Valoro profundamente el trabajo en equipo, la apertura a nuevas ideas y la responsabilidad profesional de contribuir al desarrollo de proyectos con sentido humano.

**Ingrid Quevedo:** La experiencia de desarrollar el proyecto para Huitzil ha sido profundamente enriquecedora, integrando los conocimientos de mi carrera con un impacto real en una marca artesanal, lo que me ha llevado a reflexionar tanto a nivel personal como colectivo al trabajar en equipo. Entre las principales decisiones tomadas, prioricé la digitalización con una tienda en línea y estrategias de redes sociales, guiada por el auge de las tendencias en productos de ese tipo, asimismo, democratizar el acceso a la filigrana, siempre cuidando que no se desvaloriza el trabajo artesanal de Gaby. Estas decisiones incrementaron el

alcance de Huitzil y atrajeron nuevos clientes, aunque también me enfrenté al desafío ético de equilibrar rentabilidad y autenticidad. Esta vivencia me lanza hacia un compromiso ético más sólido en los negocios digitales, invitándome a usar la tecnología para empoderar a pequeñas empresas sin perder su esencia cultural, mientras fortalece mi empatía y capacidad de análisis. En el futuro, ejerceré mi profesión diseñando estrategias de mercadotecnia que promuevan la inclusión y el desarrollo local e internacional, asegurando que mi labor preserve la riqueza cultural y fomente prácticas sostenibles.

**Miriam Solis:**

Durante el PAP entendí que como financiera no solo debo enfocarme en los números, sino también en las personas que están detrás. Decidí ser muy cuidadosa con la información que entregaba, asegurarme de que fuera clara, útil y respetuosa con el trabajo de la emprendedora.

Esta experiencia me hizo valorar aún más la importancia de trabajar con empatía. Me lleva a querer ejercer mi profesión de manera más consciente, ayudando a quienes muchas veces no tienen acceso a este tipo de apoyo, pero lo necesitan para crecer y sostener su proyecto.

**Keila Guzmán:**

El haber decidido aplicar para entrar a este proyecto, desde que leí el documento sobre los objetivos de PAP CEDECOM, fue gracias a que quise aplicar mis aprendizajes tanto de la carrera como laborales para apoyar a una empresa, me dio como consecuencia darme cuenta del amor que tienen las personas por lo que hacen y lo apasionadas que son, tanto yo con el diseño, mis compañeras con sus carreras, y gaby con su empresa. Me di cuenta que cuando haces algo por pasión, lo que haces ya no lo ves como obligación, sino como un gusto diario, all escuchar a Gaby contar sus anécdotas de que la filigrana la salvó, en cómo es su lugar

seguro, me hizo darme cuenta que yo veo mi profesión de la misma manera y me sentí muy afortunada. Le aprendí mucho a Gaby, tanto personal como profesional, considero que saliendo de aquí me llevo cosas muy buenas, el aprendizaje de trabajo en equipo, el valorar las opiniones de los demás, los retos que tuvimos pero encontramos solución a todo en conjunto y en la pasión que tenemos por nuestras profesiones.

- **Aprendizajes en lo personal**

**Cristina González:** El PAP Cedecom Verano 2025 me ayudó a conocerme mejor como profesional y como persona. Me di cuenta de que disfruto trabajar en proyectos creativos con personas que les gusta lo que hacen. Aprendí a salir de mi zona de confort, a pedir ayuda cuando lo necesitaba y a adaptarme a un ritmo de trabajo constante y colaborativo.

También entendí el valor de convivir y trabajar con personas de distintas carreras y formas de pensar. La diversidad de ideas y enfoques enriqueció mucho el proyecto y me enseñó a ser más abierta, flexible y a confiar en el trabajo en equipo.

Conocer de cerca el proyecto de Gaby me hizo valorar el esfuerzo que hay detrás de los emprendimientos pequeños, y ver cómo desde mi área puede contribuir a que tengan mayor alcance e impacto. Esta experiencia me confirmó que quiero enfocar mi carrera en proyectos con propósito, donde pueda aplicar mis conocimientos de marketing para generar valor real.

**Ingrid Quevedo:** La experiencia del PAP ha sido un pilar transformador en mi vida profesional pero sobre todo personal, aportándome un autoconocimiento profundo y una nueva perspectiva sobre los emprendimientos y los demás. A nivel personal, este proyecto me permitió descubrir mi capacidad de liderazgo y resiliencia al enfrentar desafíos como la planificación de estrategias digitales y trabajar en equipo, revelándose una fortaleza para adaptarse y tomar decisiones bajo presión,

tomando en cuenta que este PAP fue llevado a cabo en un tiempo corto como lo es el verano, lo que me dio confianza en mis habilidades como futura profesional. Al conocer a Gaby y su trabajo, entendí la diversidad de motivaciones y necesidades que existen en la sociedad, desde el deseo de preservar tradiciones hasta el interés por aprender habilidades nuevas, lo que enriqueció mi empatía y mi reconocimiento hacia los otros. El PAP me enseñó a convivir en la pluralidad al trabajar con un grupo heterogéneo, integrando ideas y respetando diferentes puntos de vista para lograr objetivos comunes, fortaleciendo mi habilidad para colaborar en entornos diversos. Para mi proyecto de vida, aprendí la importancia de alinear mi carrera con valores como la sostenibilidad y el impacto social, inspirándome a construir un camino profesional donde pueda empoderar a comunidades artesanales mediante estrategias digitales, dejando un legado positivo que combine pasión y propósito.

**Miriam Solis:**

Este proyecto me ayudó a conocerme más, a confiar en lo que sé y también a reconocer lo que todavía quiero seguir aprendiendo. Me di cuenta de que disfruto mucho acompañar a otras personas en sus procesos, y que tengo la paciencia y empatía para hacerlo desde un lugar genuino.

El PAP también me permitió ver de cerca las realidades que viven muchos emprendedores, sobre todo cuando no tienen acceso a herramientas o asesoría profesional. Me ayudó a valorar más el esfuerzo de los demás y a entender que no todos parten desde el mismo lugar, pero todos tienen mucho que aportar.

Aprendí a convivir con distintas formas de pensar y trabajar, a adaptarme, a escuchar más. Y eso me llevó también a fortalecer mi propio proyecto de vida: quiero seguir creciendo como profesional, pero siempre con un enfoque humano, accesible y que sume valor a la vida de otras personas.

## **Keila Guzmán:**

Este PAP me trajo muchos aprendizajes personales, considero que aportó mucho en mi, como mencioné anteriormente me enseñó al trato directo con el cliente, a escuchar y saber recibir retroalimentaciones. El aprender a escuchar diferentes me llevo cosas muy buenas para mi vida personal del futuro y laboral, cosas que desde el día de hoy ya se están reflejando, desde la comunicación y el apoyo hacia el equipo y el cliente. También conocí mis valores y la confianza en mí creció, la confianza en mi trabajo y en lo que soy capaz de hacer.

## **5. Conclusiones y recomendaciones**

El trabajo realizado durante este PAP con Huitzil GR permitió apoyar de manera real y concreta a un emprendimiento con mucho potencial. A lo largo del proyecto, se lograron mejoras importantes en la parte administrativa, financiera y digital de la empresa.

Se crearon herramientas que hacen más fácil el día a día de la emprendedora, como el catálogo digital, la plantilla de inventario, la mejora en WhatsApp Business y un calendario para redes sociales.

Este proyecto no solo benefició a la empresa, sino también a quienes participaron en él, las 4 integrantes del equipo PAP, ya que pudieron aplicar sus conocimientos en un caso real, aprender de otras áreas y trabajar en equipo para lograr algo útil y duradero.

## **Recomendaciones**

1. **Abrir una tienda en línea:** A mediano plazo, tener una página web propia con carrito de compras y métodos de pago integrados permitirá profesionalizar las ventas y llegar a más personas fuera de Guadalajara.

2. **Explorar plataformas educativas externas.** Publicar cursos en sitios como Hotmart, Domestika o Crehana puede ayudar a llegar a más personas sin depender solo de sus propias redes.
3. **Buscar alianzas estratégicas:** Colaborar con tiendas de arte, papelerías creativas o influencers relacionados con manualidades podría ampliar el alcance de la marca.
4. **Seguir publicando en redes sociales:** Usar el calendario entregado para mantener activa la cuenta y compartir contenido útil, bonito y con el estilo de la marca.
5. **Registrar la marca oficialmente:** Seguir con el trámite ante el IMPI para proteger el nombre e identidad de Huitzil GR.
6. **Terminar el inventario:** Es importante registrar bien todas las tiras de papel, kits y libretas para tener un mejor control de lo que hay.
7. **Reponer productos clave:** Checar qué productos ya se acabaron o están por agotarse para volver a tenerlos disponibles.
8. **Desarrollar una estrategia de lanzamiento para cada curso o taller.** Hacer campañas específicas para lanzar talleres o cursos digitales (con fechas, precios de preventa, bonos especiales, etc.) puede generar expectativa y aumentar las inscripciones.

## 6. Bibliografía

- Nuñez, P. (2022, 22 febrero). Origen e historia de la filigrana de papel. *Blogger*.  
<https://quillingchile.blogspot.com/2013/07/historia-de-la-filigrana-en-papel-o.html>
- Luciernaga. (2022, 20 febrero). Filigrana (Quilling) lo básico que tenés que saber | Luciérnaga Fantástica. *Luciérnaga Fantástica*.  
<https://luciernagafantastica.com.ar/manualidades-con-papel/filigrana/>

- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). (2024). *Informe anual: Protección de propiedad intelectual en México*. <https://www.gob.mx/impi>
- Merca2.0. (2022). ¿Qué es la identidad de marca y cómo se construye? Recuperado de <https://www.merca20.com/que-es-identidad-de-marca-y-como-se-construye/>
- Emprende PyME. (2023). ¿Qué es una propuesta de valor y cómo hacerla? Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/propuesta-de-valor.html>
- Economipedia. (2024). Segmentación de mercado. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-de-mercado.html>
- RD Station. (2023). Qué es un buyer persona y cómo crearlo. Recuperado de <https://www.rdstation.com/es/blog/buyer-persona/>
- Emprende PyME. (2023). ¿Qué es un modelo de negocio? Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/modelo-de-negocio.html>
- Economipedia. (2024). Canal de distribución. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/canal-de-distribucion.html>
- Rock Content. (2023). ¿Qué es la experiencia del cliente? Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/experiencia-del-cliente/>
- Contador MX. (2023). Costos fijos y variables: diferencias y ejemplos. Recuperado de <https://contadormx.com/2020/05/11/diferencia-entre-costos-fijos-y-costos-variables-ejemplos/>
- Economipedia. (2024). Punto de equilibrio. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Soy.Marketing. (2022). ¿Qué es una estrategia de marketing digital? Recuperado de <https://www.soy.marketing/que-es-una-estrategia-de-marketing-digital/>

- Canva. (2022). Qué es el contenido visual y cómo usarlo. Recuperado de [https://www.canva.com/es\\_mx/aprende/contenido-visual/](https://www.canva.com/es_mx/aprende/contenido-visual/)
- IEBS Business School. (2022). ¿Qué es la marca personal y cómo desarrollarla? Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-marca-personal-ejemplos-empresariales/>
- Shopify México. (2023). ¿Qué es el valor agregado? Recuperado de <https://www.shopify.com.mx/blog/valor-agregado>

## 7. Anexos

Anexo 1. Gráfica de Gantt.

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RrNy7UT66poLCrc7\\_-ac2\\_hkTr5QO59g/edit?usp=share\\_link&oid=110876188541617510827&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RrNy7UT66poLCrc7_-ac2_hkTr5QO59g/edit?usp=share_link&oid=110876188541617510827&rtpof=true&sd=true)

Anexo 2. Fotografías de los productos de Huitzil GR.

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RrNy7UT66poLCrc7\\_-ac2\\_hkTr5QO59g/edit?usp=share\\_link&oid=110876188541617510827&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RrNy7UT66poLCrc7_-ac2_hkTr5QO59g/edit?usp=share_link&oid=110876188541617510827&rtpof=true&sd=true)

Anexo 3. Calendario de redes sociales

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RrNy7UT66poLCrc7\\_-ac2\\_hkTr5QO59g/edit?usp=share\\_link&oid=110876188541617510827&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RrNy7UT66poLCrc7_-ac2_hkTr5QO59g/edit?usp=share_link&oid=110876188541617510827&rtpof=true&sd=true)

Anexo 4. Implementación de WhatsApp Business

[wa.link/5hxeig](https://wa.me/c/5213315350857)

Anexo 5. Catálogo Digital de WhatsApp Business

<https://wa.me/c/5213315350857>

Anexo 6. Catálogo en formato revista publicado en redes sociales

<https://heyzine.com/flip-book/9d3421cc70.html#page/16>