

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

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



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

**“Desarrollo de Estrategia Digital y de Patrocinios para la Asociación
CECURA de Guadalajara, Jalisco”
PRESENTAN**

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica. Paulina Peña Rico

Lic. en Mercadotecnia. Brianda Esthela Razo Cervantes

Lic. en Administración Financiera. Pedro Luis Sánchez Navarro

Profesor PAP: Mtra. M. Mildred Mier Córdova.

Profesor Apoyo finanzas: Mtra. Claudia Verónica Cambero Partida.

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo de 2022.

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	2
2. Desarrollo	8
3. Resultados del trabajo profesional	9
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	29
5. Conclusiones	37
6. Bibliografía	37
7. Anexos	38

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 semestre anterior (Otoño 2021) se trabajó con CECURA Guadalajara, sin embargo fue necesario continuar con el desarrollo de objetivos y actividades para la empresa. Se llevó a cabo un análisis de la empresa CECURA mediante investigación y aplicación de cuestionarios, por medio de lo cual se buscó comprender y conocer sobre ella, lo que la conforma y su entorno. Con la información recabada, a través de la creación de una serie de estrategias, se buscó el mejorar su estructura corporativa para así proceder a implementar una estrategia en sus medios digitales y lograr obtener un mayor alcance y mejor posicionamiento en el mercado.

Gracias a la pasada investigación nos podemos enfocar en el semestre actual en la planeación y realización de estrategias en redes sociales y una landing page.

Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La Curación de Actitudes no es solo ajustar o adaptar nuestras actitudes; más bien es conscientemente elegir el soltar nuestras actitudes basadas en el temor. Es un camino espiritual que busca adoptar una actitud libre de juicios hacia nosotros

mismos, hacia los demás y hacia el mundo. La meta no es cambiar el comportamiento, sino reentrenar y reprogramar el instrumento más poderoso de cambio que tenemos, nuestra mente. (Patricia, Robinson)

El Centro de Curación de Actitudes (CECURA) es una asociación civil que tiene como finalidad ayudar al crecimiento y desarrollo personal y trata de la curación de actitudes humanas. Es una asociación que surge hace 27 años bajo el manejo de los 12 principios y estructura de grupos de apoyos creados por el Dr. Jerry Jampolsky; Dr. Carlos Aguirre y Lucero Aguirre. Estos fueron los fundadores del primer grupo de apoyo de enfermos terminales.

Los grupos fueron creciendo debido al buen trabajo que se realizó, ya que se llegó a cambiar la percepción de los integrantes y estos eligen orientarse hacia la paz y la aceptación, lo que provocaba que se mejorará el estado de salud.

El resultado de este buen trabajo fue la apertura de nuevos grupos que combatían otros traumas como lo son duelo por muerte, divorcio, entre otros. Buscando acompañar a aquellos que los atendían en sus procesos emocionales sin dejarlos solos.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

En base a la solicitud y a la entrevista con Luz Elena cofundadora de CECURA se concluyeron las siguientes problemáticas y oportunidades:

- **Recaudación de fondos:** CECURA busca ser financieramente rentable por lo que se le diseñó un plan financiero para poder hacerlo, sin embargo es necesario indagar más y conocer estrategias adecuadas para poder llevarlo a cabo.

- **Página web:** Dado que se cuenta con un borrador de como sería la página web de CECURA, se necesitan realizar pruebas y correcciones a la misma para que quede funcional y de acuerdo a lo que representa CECURA.

- **Presencia en redes sociales:** Si bien, CECURA ha indagado más en las redes sociales, es necesario implementar un plan de contenidos y calendario de los

mismos para tener una constante presencia en el medio digital, además de una estrategia para expandir a CECURA fuera de la Zona Metropolitana de Guadalajara y llegar a más clientes a nivel nacional.

1.3 Objetivo general

Diseñar estrategias comerciales que ayuden a la rentabilidad de CECURA, así como a posicionar y expandir a nivel nacional la marca, dentro del mercado meta conformado por hombres y mujeres de NSE “C” a “A/B” entre las edades de 35 a 60 años en su mayoría ubicados en la Zona Metropolitana de Guadalajara, Jalisco, que estén llevando algún proceso de duelo, durante el periodo de Enero - Mayo 2022.

1.4 Objetivos específicos

- Definir las estrategias de comercialización.
- Definir las estrategias de promoción y publicidad.
- Definir las estrategias de comunicación digital.
- Tomar fotografías del servicio para estrategias de comunicación digital.
- Comprar un dominio, crear y diseñar la página web para la asociación.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

- Llevar a cabo una sesión fotográfica para obtener contenido orgánico de los fundadores, facilitadores y del centro
- Creación de contenido para redes sociales
- Crear contenido para página web
- Estructurar el posicionamiento en el mercado de las redes sociales de CECURA
- Diseñar y crear una página web para CECURA

2.1 Metodología

Objetivo 1: Definir las estrategias de comercialización

Metodología: Es importante definir cuál es el mercado objetivo para poder determinar cómo comercializar los bienes y servicios ofrecidos. Esto permitirá promover la compañía y sus servicios con campañas publicitarias mejor percibidas por la audiencia objetivo.

Objetivo 2: Definir las estrategias de promoción y publicidad; (como objetivo se busca atraer clientes y mejorar la identidad de la marca.)

Metodología: Para comenzar a definir la estrategia es necesario contar con los objetivos que se buscan lograr con la promoción. En base a estos objetivos se diseñará un plan presupuestario asignado a las estrategias de promoción.

Objetivo 3: Definir las estrategias de comunicación digital.

Metodología: Creación de parrilla de contenido para establecer que se quiere comunicar al público por medio de la página web futura a crear y redes sociales.

Herramientas y Recursos: Redes sociales, Adobe Illustrator y Photoshop, Canvas.

Objetivo 3: Diseñar y crear la página web para la asociación

Metodología: Se presentarán distintas propuestas de páginas web realizadas a base de plantillas de Wordpress presentando así el diseño y estructura de la misma. Durante el proceso se solicitará retroalimentación y se realizarán los cambios necesarios para que una vez completado el sitio web de acuerdo con lo solicitado se procederá a dar de alta para su funcionamiento.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

Actividades:

- Técnicas: Realizar un acomodo en las instalaciones de CECURA simulando una plática para llevar a cabo la sesión fotográfica.
- Operativas: Tener acceso a las cuentas de CECURA para poder tener una visión clara de las métricas (que avances se obtuvieron a partir de que comenzamos a trabajar juntos).

Recursos necesarios:

- *Humanos*: Necesitamos de Luz Elena y a todos los colaboradores de CECURA.
- *Materiales*: Parrilla de Contenido para la planeación de publicaciones con extensión de un año.
- *Tecnológicos*: Utilizamos plataformas digitales como Google Drive para tener un orden en los documentos. Canvas y Adobe Illustrator para la creación del contenido digital. Lightroom y Photoshop para la edición de fotografías. Adobe Premiere para la edición del video institucional. Excel para las proyecciones de ingresos y egresos.

Fechas previstas:

Reuniones: Tuvimos reuniones en equipo de manera digital y presencial. Se establecieron fechas de reunión con Luz Elena en tres ocasiones: introducción, presentación intermedia y presentación final. Nos mantuvimos en contacto con ella cuando fuera necesario por medio de Whatsapp.

Asesorías: reuniones en equipos de trabajo para tener un avance óptimo e ir de acuerdo a las fechas planeadas en el cronograma.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES CECURA																							
ACTIVIDADES	RECURSOS			PERIODO		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL					
	FÍSICOS	DIGITALES	RESPONSABLE	INICIO	FIN	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Antecedentes de la Empresa		DOCUMENTO	EQUIPO	18 ene	21 ene																		
Entrevista con los Empresarios		DOCUMENTO	EQUIPO	24 ene	24 ene																		
Definir objetivos		DOCUMENTO	EQUIPO	19 ene	29 ene																		
Encuesta de satisfacción																							
Aplicación de encuesta			Cecura																				
Presentación de resultados			EQUIPO																				
Toma de fotografías																							
Sesión fotográfica y edición de fotos		Foto	Brianda y Pau	16 feb	17 feb																		
Edición de fotos		Photoshop	Pau	21 feb	28 feb																		
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN																							
Diseñar boceto de pagina web		DOCUMENTO		1 mar	6 mar																		
Planeación de contenido de red social		DOCUMENTO	Brianda y Pau	7 mar	21 mar																		
Creación página web		WORDPRESS		28 mar	31 mar																		
Estrategias de comunicación digital																							
Definir presupuesto		DOCUMENTO	EQUIPO	7 mar	21 mar																		
Diseñar estrategias digitales para la venta de sus productos/servicios		DOCUMENTO	EQUIPO	1 abr	10 abr																		
Propuestas visuales		DOCUMENTO	EQUIPO	6 abr	11 abr																		
Parrilla de contenido Semanal		DOCUMENTO	EQUIPO																				
Estrategias POP																							
Definir lugares para propuestas		DOCUMENTO	EQUIPO	6 abr	13 abr																		
LLuvia de ideas y bocetaje		DOCUMENTO	EQUIPO	6 abr	13 abr																		
Cotización de materiales		DOCUMENTO	EQUIPO	13 abr	18 abr																		
Propuestas visuales		DOCUMENTO	EQUIPO	18 abr	20 abr																		
Estrategia de costos																							
Proyecciones de venta y patrocinios		Excel	Pedro	31 ene	7 feb																		
PRESENTACIÓN FINAL				13-may																			

2.3 Productos y entregables

1. Estrategias de promoción y publicidad / Contenido Digital:

- Compilación de fotografías, testimonios y video. Con este contenido se planificará una parrilla de contenido para las redes sociales del centro, con el objetivo de que se tenga una presencia fuerte en redes y se logre llegar al público meta para crear engagement.
- Convertir las cuentas a “Empresa” con el objetivo de obtener métricas y consultar aciertos, mejoras, áreas de oportunidad y errores.
- Archivo editable en Canvas: formato publicación e historias. Una vez diseñadas las publicaciones acorde al Brandbook del centro, podrán ingresar al link en el que podrán seguir diseñando contenido para las publicaciones de CECURA.
- Programación de publicaciones utilizando la herramienta calendario de Facebook Business.
- RESULTADOS a partir de lo que indiquen las métricas.

2. **Propuesta de sitio web para la empresa:** Propuesta de estructura y diseño para el nuevo sitio web de la organización creado en la plataforma Wix.

Gracias al landing page el usuario podrá:

- Agendar citas
- Consultar grupos disponibles para sesión de acompañamiento
- Consultar fechas de eventos, talleres o cursos impartidos por el centro
- Colaboraciones de CECURA con otros centros e instituciones

3. **Costos de publicidad en el medio digital:** Plan de patrocinio viable para la promoción de publicaciones en redes sociales (Facebook e Instagram). Se harán recomendaciones sobre qué información es relevante para crear publicidad pagada considerando los siguientes aspectos:

- Objetivo de la publicación: Obtener más interacciones. Recibir más mensajes. Visitar página web. Obtener más vistas (en caso de publicación en formato video).
- Segmentación de Mercado: Facebook permite crear variedades de públicos meta dependiendo del tipo de publicación e intereses de este.
- Tiempo de circulación del anuncio.
- Presupuesto.

4. **Encuesta de satisfacción del cliente de CECURA:** Resultados de las encuestas de satisfacción aplicadas a los clientes de CECURA.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Página web: Es un documento accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, y que puede incluir audio, vídeo, texto y sus diferentes combinaciones.

Dominio: Es la URL (como google.com) que las personas escribirán para encontrar tu página web.

Hosting: Es el servicio de alojamiento de tu web. Un servicio de alojamiento web es básicamente una empresa que tiene un gran número de computadoras conectadas a internet.

WordPress: Es un sistema de gestión de contenidos o CMS (por sus siglas en inglés, Content Management System) enfocado a la creación de cualquier tipo de sitio web.

Métricas: Las métricas de redes sociales son datos y estadísticas que te ofrecen información sobre el rendimiento del marketing de tus redes sociales

Importancia de sitios Web: Es el espacio virtual donde se encuentra la información digital de tu empresa, ya sea en texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, etc. Una página web es básicamente una tarjeta de presentación digital de una empresa, organizaciones o personas. Así mismo, es la manera de comunicar las ideas, pensamientos, conocimientos, informaciones o teorías.

Importancia del Análisis Financiero: El análisis de estados financieros es un componente indispensable de la mayor parte de las decisiones sobre préstamo, inversión y otras cuestiones próximas, al facilitar la toma de decisiones a los inversionistas o terceros que estén interesados en la situación económica y financiera de la empresa.

Brief: El briefing o brief es un documento que sirve como herramienta de comunicación entre una empresa y sus proveedores de marketing. En él, la empresa debe explicar qué está buscando conseguir con un proyecto en concreto, para qué, en qué plazo temporal y con qué medios.

PARTE TEÓRICA

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Estrategias de promoción y publicidad / Contenido Digital

A continuación se muestra la planificación previa a la sesión fotográfica.

02/02/2022

Sesión fotográfica CECURA

Cita

- Fecha: 16 de febrero del 2022
- Ubicación: CECURA
- Horario: 11:00 am - 1:30 pm

Requerimientos

- 1 Cámara Canon con pila extra
- 1 Tripie
- 2 Rebotadores de luz chicos (renta en ITESO)
- Número de modelos para sesión fotográfica: de 12 a 15 personas + Facilitadores.

Tomas

- Fotos de las instalaciones por dentro y por fuera.
- Fotos de los asistentes durante una sesión con facilitadores: lograr que se capte la esencia de la experiencia dentro de una sesión en CECURA.
- Lograr fotos simbólicas
- Fotos en retrato de los Facilitadores y Colaboradores del Centro.
- Fundadores del centro Cecura Guadalajara.
- ***Ideas tentativas:*** Fotos de portaretrato y sesión en blanco y negro.

Objetivos

- Crear contenido para redes sociales y página web.
- Video institucional.

Moodboard

Moodboard Sesión Fotográfica:



SESIÓN FOTOGRÁFICA y NÚMERO DE TOMAS:

1er principio: 15 fotos de una persona abrazándose a sí misma, personas abrazándose, paisajes. presentando apoyo.

2do principio: 15 fotos de persona mayor con brazos extendidos disfrutando con libertad.

3er principio: 15 fotos de personas tomándose las manos en representación de unión.

4to principio: 15 fotos de 3 generaciones de espaldas separados.

5to principio: 15 fotos de alguien enfocado en el momento.

6to: 15 fotos de alguien en el mar soltando los pesos.

7mo: 15 fotos de alguien sonriendo.

8vo:

9no: tomarse de las manos en círculo mientras el facilitador habla.

10mo:

11vo: plenitud

12vo:

VIDEO INSTITUCIONAL CECURA BRIEF

Proyectar Valores: Paz. Servicio. Amor. Aceptación. Unión. Apoyo.

¿Cómo hacerlo?

El mensaje. Transmitir la misión de cecura hacia sus clientes, que conozcan el acompañamiento que recibirán y lo que significa ser parte de la asociación.

El objetivo de los videos es presentar los testimonios de los colaboradores de CECURA. Para que las personas que ingresen a la página web puedan conocer más sobre la A.C.

Estilo. a manera de testimonio/entrevista

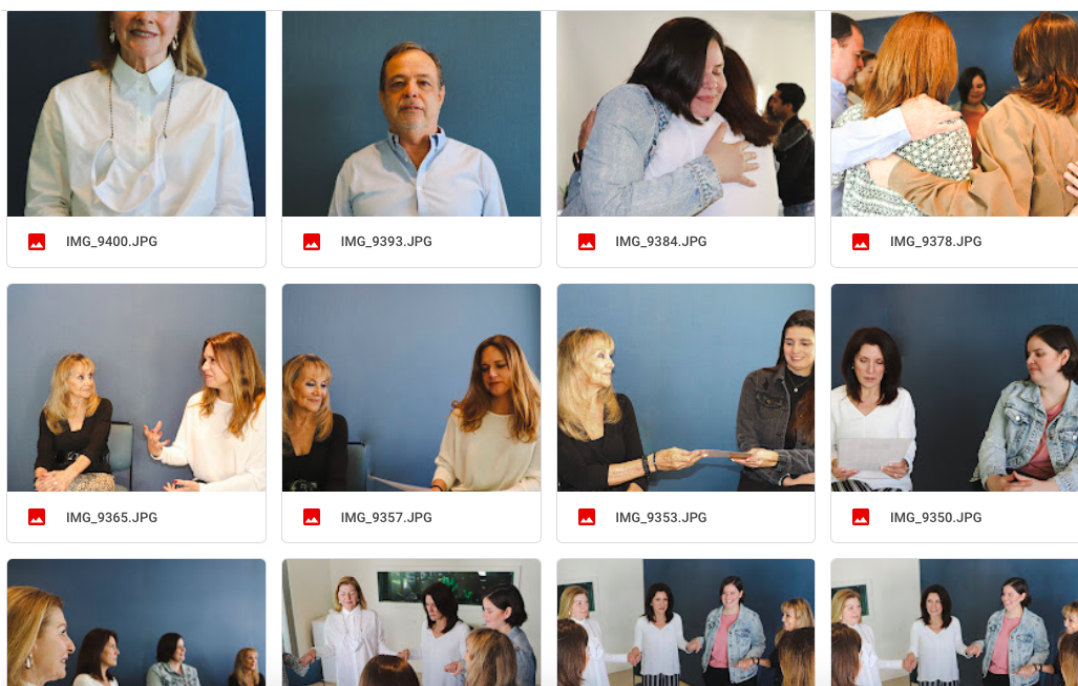
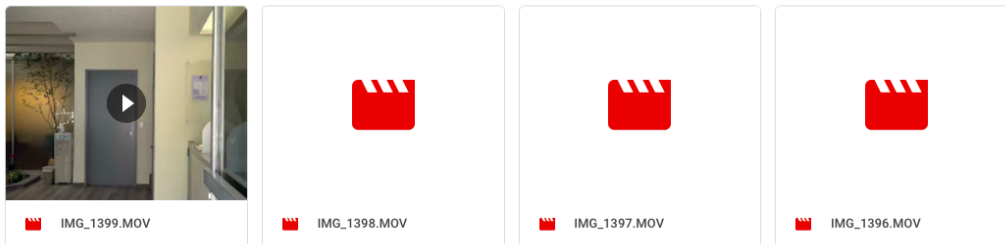
Duración aproximada. Entre dos 2 y 3 minutos.

Voz en off. Voz femenina con voz en off.

La música. Música calmada, motivadora y alegre. Que vaya al ritmo del video.



Archivos



Página web

Se propone crear un sitio informativo para los usuarios potenciales de los servicios de CECURA

Costo dominio web: El precio varía dependiendo de la terminación del dominio. El precio del servicio de dominio .com/. com.mx va entre los \$200.00 – \$300.00 MXN anuales, y así cada terminación o extensión de dominio tiene un precio.

Ya que tengas tu dominio, necesitarás un servidor o hosting. Los costos de hosting web empiezan desde el súper económico hosting compartido (desde US\$8 al mes), donde tu sitio web estará en un compartido con otros sitios web. Este tipo de servidores lo puedes encontrar en compañías como GoDaddy, 1and1, Akky y similares.

Precios en plataformas de creación de página web

- **Wix**
- **Wordpress**

WordPress.org le dirá que es completamente gratuito. Por lo menos, no lo es si quiere un sitio de WordPress completamente funcional. En ese caso, necesitarás algunas cosas extras.

- Web hosting

PLANES DE WIX	MENSUAL	ANUAL	FUNCIONALIDAD
GRATIS	\$0 MXN al mes	\$0 MXN al mes	Es gratis
COMBO	\$145 MXN al mes	\$109 MXN al mes	Sin anuncios. Permite usar tu propio dominio. Más información.
ILIMITADO	\$211 MXN al mes	\$164 MXN al mes	Ideal para sitios más grandes: sin límite de espacio ni ancho de banda.
BUSINESS BÁSICO	\$250 MXN al mes	\$190 MXN al mes	Si quieres vender online o usar apps premium como Wix Hotels o Wix Bookings. Más información.

- Nombre de dominio
- Diseño y temas
- Plugins/extensiones (conocidos apps)

- Opciones de ecommerce

¿Cuánto puede llegar a costar un tema de WordPress?

Al final, gastará entre \$566 a \$52,817 dólares. El precio depende de lo que quiere que haga su sitio web, qué tan rápido quiere que corra, qué tan seguro quiere que sea, cuánto tráfico puede aguantar.

- Mock up de página web (Creado en WIX)



Asiste a Nuestros Grupos

 Grupo 1 Acompañamiento en procesos de duelo 1 hr. Reservar ahora	 Grupo 2 Acompañamiento en procesos de duelo 1 hr. Reservar ahora	 Grupo 3 Acompañamiento en procesos de duelo 1 hr. Reservar ahora
---	---	---

[¡Vamos a chatear!](#)

Costos de publicidad en el medio digital

- **Objetivo de la publicación:** Obtener más interacciones. Recibir más mensajes. Visitar página web. Obtener más vistas (en caso de publicación en formato video).
- Segmentación de Mercado: Hombres y mujeres de entre 15 a 60 años, de la zona metropolitana de Guadalajara, quienes han pasado por situaciones de duelo o situaciones traumáticas y deseen lograr un cambio en su vida, ayudándolos a reflexionar y vivir en un estado de paz consigo mismos.

Campañas en Facebook e Instagram Presupuestos:

Presupuesto deseado mínimo: \$1,000 mensuales.

En Facebook, con un dólar diario puedes conseguir impresiones (que la gente vea tu publicidad). Si quieres que interactúen con ella, deberás invertir unos \$5.00 cada 24 horas.

Al día 06 de abril de 2022 el dólar está a la compra en \$20.10 pesos.

Por lo que se deberá invertir un mínimo de \$100.00 pesos diarios para que los clientes puedan interactuar con las publicaciones.

$\$100.00 \times 30 = \$3,000.00$ mensuales de presupuesto mínimo para Facebook solamente.

$\$3,000.00 \times 12 = \$36,000.00$ al año de presupuesto mínimo para Facebook solamente.

Sin embargo, si se quiere poner en circulación 5 anuncios diferentes con un presupuesto de \$200.00 pesos cada uno y una duración de 5 -7 días entonces el presupuesto mensual sería de \$1,000.00 pesos.

En Instagram, el costo promedio por clic en Instagram es de 0.72 USD, según datos de la misma. Sin embargo, esto no incluye el resto de gastos que se derivan de las campañas como lo son las impresiones y la duración de las mismas.

El costo promedio para un alcance de entre 2400 a 7600 personas es de aproximadamente \$5,000.00 pesos mexicanos por campaña.

De otra manera, al igual que en facebook, se busca empezar de manera sofisticada con un presupuesto de \$1,000 al mes para poder poner en circulación anuncios. De esta manera en instagram se pueden poner menos anuncios pero con más presupuesto para que lleguen a un mayor alcance.

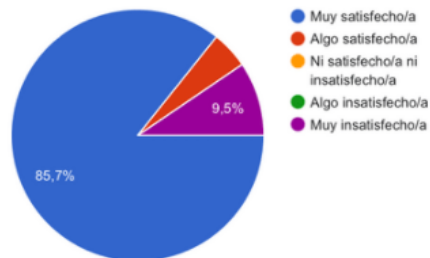
Encuesta de satisfacción del cliente de CECURA: Resultados de las encuestas de satisfacción aplicadas a los clientes de CECURA.

Resultados al 28 de Marzo de 2022



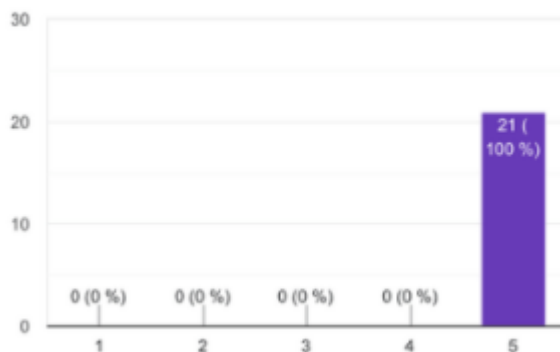
En general, ¿qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con CECURA?

21 respuestas



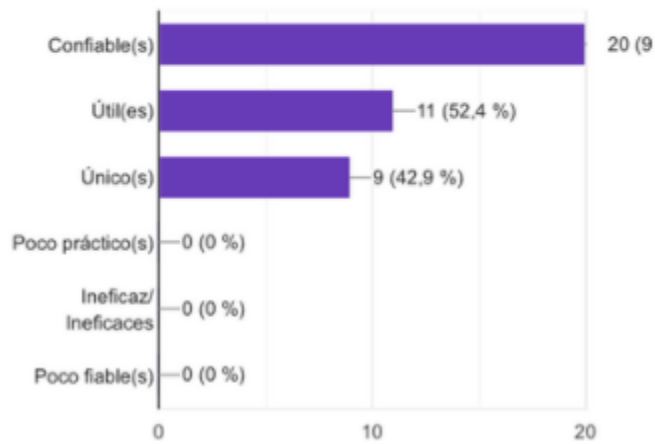
1. ¿Qué tan probable es que recomiende CECURA a tus amigos o familiares?

21 respuestas



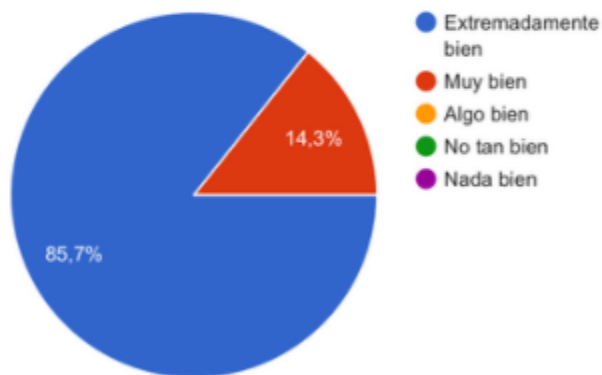
¿Cuál de las siguientes palabras utilizaría para describir nuestros servicios?
Seleccione todas las que apliquen.

21 respuestas



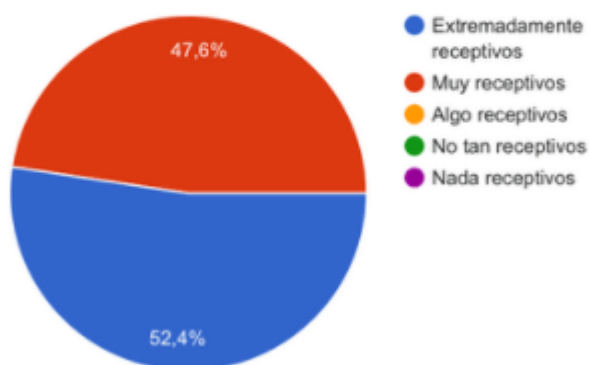
Definiendo nuestros servicios,
considera que éstos
satisface(n) sus necesidades:

21 respuestas



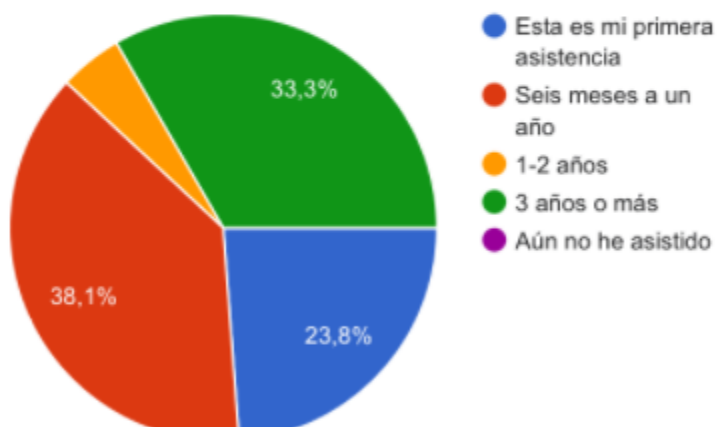
¿Qué tan receptivos hemos sido ante sus preguntas o inquietudes acerca de nuestros servicios?

21 respuestas



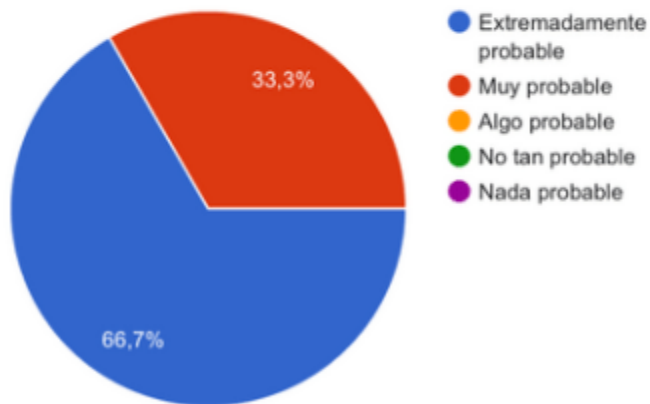
¿Cuánto tiempo ha sido parte de la familia CECURA?

21 respuestas



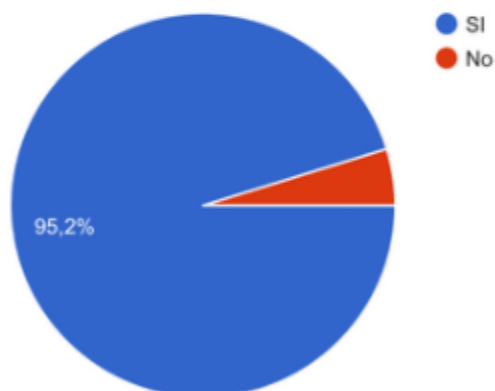
¿Qué tan probable es que vuelvas a solicitar apoyo en CECURA?

21 respuestas



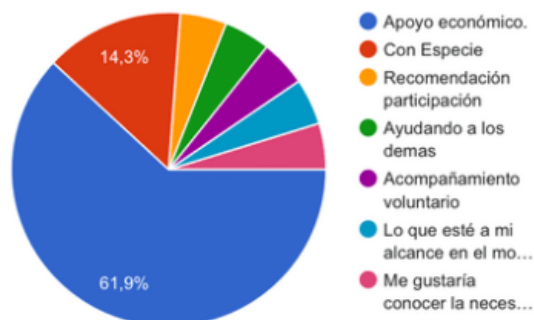
En caso de haber participado en un proceso en CECURA ¿Estaría dispuesto/a a dar un donativo adicional ?

21 respuestas



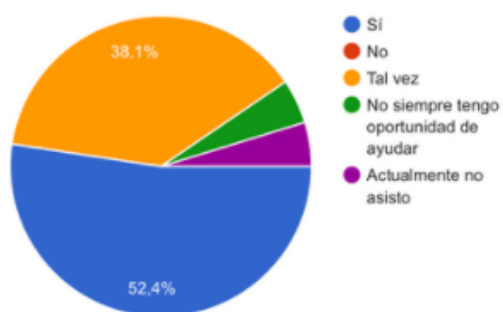
En caso afirmativo, ¿Cómo le gustaría hacer este donativo?

21 respuestas



Si actualmente eres parte de la familia CECURA, ¿te gustaría seguir apoyando con donativos extra además del que realiza durante el proceso?

21 respuestas



En caso afirmativo, ¿Cómo le gustaría hacer este donativo?

21 respuestas



Comentarios Encuesta Satisfacción al Cliente

- "Gracias por ser tan humanos"
- "Solo agradecimientos"
- "Me gusta muchísimo su manera de trabajar y de acercarse a la gente."
- "Estoy contento con el apoyo que brindan"

Publicaciones





PRINCIPIO 6.
Podemos Aprender
a Amarnos a
Nosotros Mismos,
Perdonando más
que Juzgando.





PRINCIPIO 7.
Podemos
Convertirnos en
Buscadores de
Amor más que en
Buscadores de
Faltas.





PRINCIPIO 8.
Podemos Elegir y Orientarnos a estar en
Paz Dentro de Nosotros Mismos, a Pesar
de lo que Pase a Nuestro Alrededor.



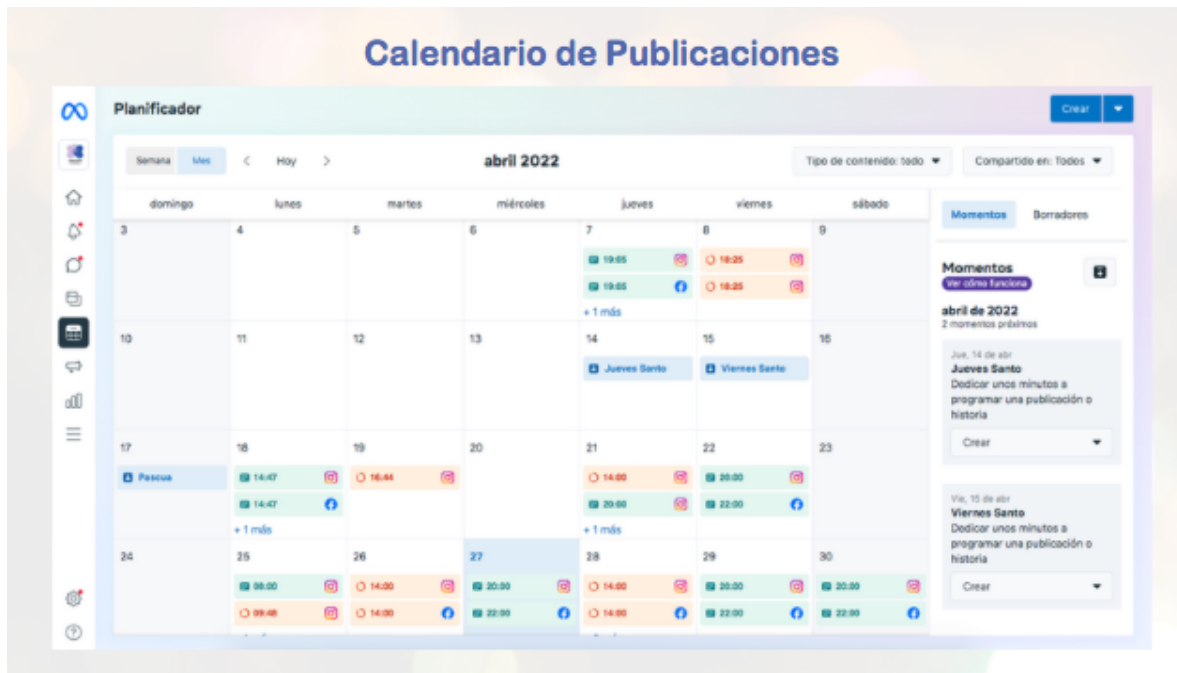


PRINCIPIO 9.
Somos Discípulos
y Maestros
Unos de Otros.

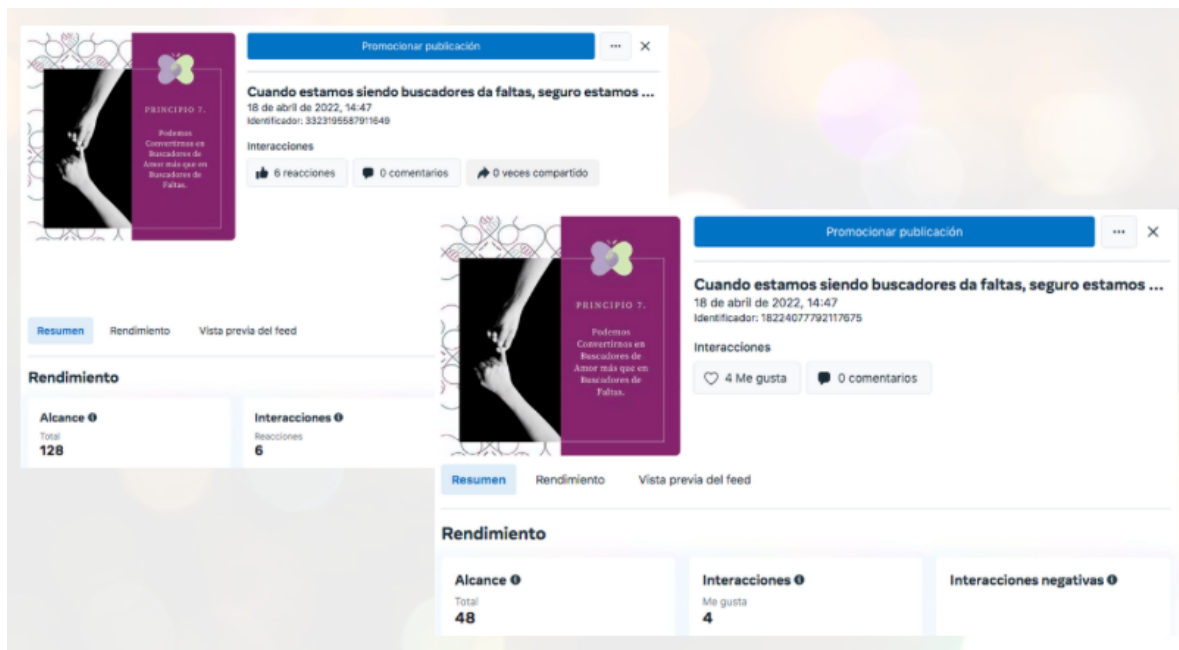
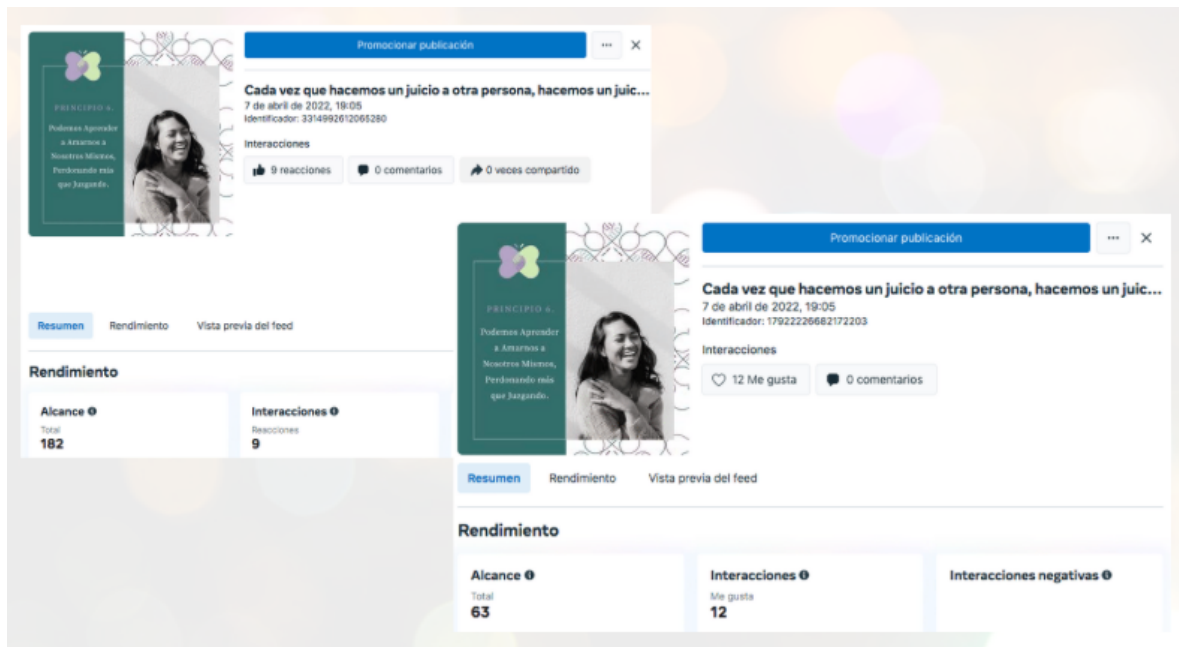


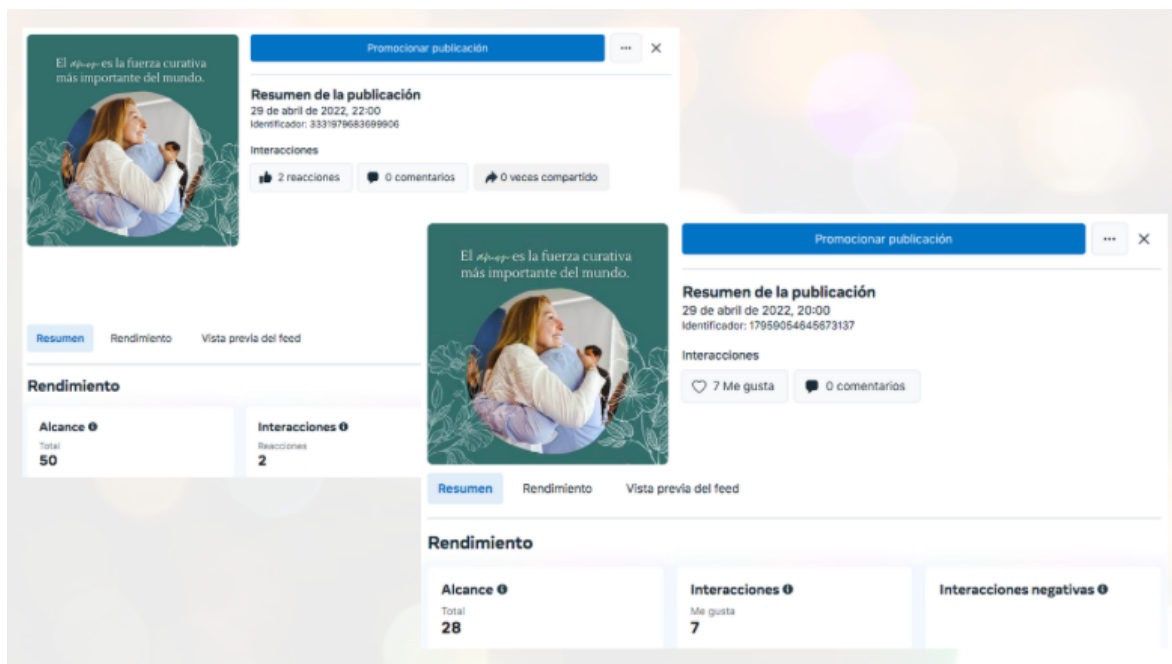


- Se acomodó el calendario de publicaciones para que estuvieran variando los posts e historias. La hora se decidió como indicaba Facebook Business pues indica la hora en la que los usuarios están más activos.



Resultados de Publicaciones





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

- Aprendizajes profesionales

Pusimos en práctica nuestros saberes profesionales de acuerdo a nuestra área de expertise: mercadotecnia, finanzas y publicidad. Gracias a la buena comunicación pudimos trabajar de manera óptima cubriendo las necesidades del cliente.

Las competencias desarrolladas desde cada una de nuestras disciplinas fueron la organización, empatía, resolución de problemas. Por parte de la mercadotecnia fue la recopilación de resultados de la Encuesta de satisfacción del cliente, la investigación y creación de la página web para el uso de la asociación y clientes. Por parte de publicidad y la comunicación estratégica fue la toma fotográfica para comunicar la esencia del Centro de Curación de Actitudes, la edición de fotos y videos testimoniales, por último la creación y publicación de contenido a redes sociales. Por la parte financiera fueron los patrocinios para el apoyo a CECURA y

las proyecciones para el año 2022. Aunque son profesiones distintas logramos formar una buena mancuerna para apoyarnos mutuamente en el área que requiriera apoyo.

Aprendimos que mantenerse en contacto con el cliente no siempre es sencillo, es por esto que nos dimos cuenta que desde un inicio debemos ser claros sobre la información que se va a requerir para poder avanzar con el proyecto y se obtengan resultados favorables.

Los saberes puestos a prueba por parte de los tres fueron la utilización y dominación de herramientas digitales: Facebook Business, Excel, Wix, Photoshop, Canva. Específicamente en publicidad se puso en práctica la comunicación objetiva y estratégica, crear una identidad gráfica más sólida, mostrar la filosofía de CECURA. En mercadotecnia se puso en práctica el posicionamiento de la marca a nivel nacional buscando llegar a un público más grande, determinando el target y que este se dirigiera la landing page creada este semestre. Por último en la parte de finanzas, se presentó un reto de trabajar con supuestos en el área de números; se creó un plan de apoyo o patrocinio para la asociación ofreciéndole a instituciones y también a los asistentes de Cectura.

Reflexiones

- Paulina Peña Rico:

- **Aprendizajes sociales**

En este PAP obtuve muchísimo conocimiento trabajando con mis compañeros Brianda y Pedro, nuestra asesora Mildred y con nuestro cliente la Asociación Civil CECURA Guadalajara. La manera en la que pude desplegar mi apoyo fue poniendo en práctica mis conocimientos adquiridos de la carrera, teniendo en mente el ser creativa e innovadora.

Considero que con la experiencia adquirida ahora tengo más seguridad en mis acciones y en tomas de decisiones importantes, soy capaz de llevar la dirección creativa de un proyecto entendiendo lo que el cliente requiere para establecer estrategias y cumplir objetivos. Es importante tener iniciativa y un buen equipo en el que exista sintonía y buena comunicación para lograr resultados favorables y se trabaje de buena manera.

Pude innovar en la forma que la asociación se comunica con sus clientes por medio de redes sociales, ayudándoles a transmitir la esencia de cecura y como es la manera que apoyan a la sociedad.

Los impactos que pude notar fue que una vez que se empezó a subir el contenido en redes sociales hubo una respuesta positiva con los usuarios ya que hubo buena interacción y esto marcó la presencia de CECURA de manera digital. También ayudó que el diseño fuera más alineado y llamativo para tener una concordancia con la identidad de marca.

Los impactos probables y esperados del proyecto fueron que avanzaríamos rápido ya que las bases de la asociación fueron trabajadas anteriormente en el semestre pasado. También era esperado que las cuentas en redes sociales de CECURA tuvieran buena interacción y vistas ya que se le dió un “refresh” a su identidad y con la actualización de sus redes se cambiaron a cuentas profesionales y con esta acción pudimos tener más conocimiento de cómo los usuarios interactúan con el perfil de CECURA Guadalajara.

El proyecto logró beneficiar tanto a la asociación como los colaboradores ya que se pueden extender nacionalmente teniendo consultas virtuales, por ende también beneficia a las personas que buscan esta atención regida por 12 principios.

La manera en la que se puede dar seguimiento por parte de la publicidad y comunicación estratégica es que se continúe planificando un buen plan de contenido para seguir comunicando hacia el cliente. Así mismo creando alianzas con otras asociaciones.

- Aprendizajes éticos

Los motivos de las decisiones que tomé en equipo fueron con la asesoría de Mildred en todo momento. Cuando alguien proponía cualquier punto logramos llegar a un acuerdo sobre qué decisión se tomaría. Todas las decisiones que tomamos fueron para el beneficio de CECURA, el proyecto y el equipo. Las consecuencias de estas decisiones fueron un trabajo óptimo y bien ejecutado. Logramos nuestros objetivos en tiempo y forma.

La experiencia vivida me lleva a crecer de manera profesional, tener mayor seguridad en la toma de decisiones y por supuesto tener iniciativa. Después de la experiencia PAP habré de ejercer mi profesión de manera ética para cualquier persona/empresa/marca que esté alineada a mis principios y que represente un reto y grandes aprendizajes.

- Aprendizajes en lo personal

El PAP me dio la oportunidad de conocerme un poco más, desde cuales son mis áreas de mejora y aprendizaje y cuales son mis habilidades más destacadas. Me queda un largo camino por delante pero es lo que hace emocionante el futuro. Desde el punto de vista de la sociedad reconozco que las empresas, instituciones, etc. Deben regirse por una filosofía socialmente responsable, creo que es lo que el mundo necesita. Ser coherentes con lo que se predica y las acciones que se hacen.

El proyecto me hizo ver que es importante trabajar en una ambiente de empatía y respeto, buena comunicación e iniciativa.

Finalmente para mi proyecto de vida veo que mi profesión cabe en todos lados y que realmente es necesaria. Siempre podemos aportar algo de valor con nuestras bases y conocimientos en la publicidad y comunicación.

Brianda Esthela Razo Cervantes

- Aprendizajes sociales

Como equipo, primero que nada escuchamos lo que Luz requería para este nuevo proyecto y de ahí partimos para desarrollar estrategias de comunicación y la realización de la página web en base a las necesidades con las que cuenta CECURA. Además de esto nos dimos cuenta que CECURA brinda sus servicios a empresas, hospitales, escuelas, entre otros, es por esto también que se pretendía mejorar el posicionamiento de CECURA para llegar a más asociaciones de igual manera que a más clientes.

Siendo esta mi segunda participación en un proyecto PAP creo que la manera de crear este nuevo proyecto fue más fluida, más que nada porque ya conocía la empresa y las necesidades que esta tenía y ya tenía una idea de que era lo que se iba a trabajar y cómo hacerlo.

Mis prácticas fueron más que nada en el área del marketing ya que pudimos tomar decisiones definitivas para la promoción de publicaciones y la creación de la página web, fue dirigido al marketing digital ya que la empresa necesitaba más presencia en esta área, entonces, se tuvo que diseñar un prototipo de la página web, y de las redes sociales, que es donde más desempeño tuve.

Dentro de la primera junta que tuvimos con ella nos comentó que CECURA tenía redes sociales pero sin embargo no se les daba el interés debido por lo que las publicaciones y la interacción que tenía con sus clientes era nula, al igual que su promoción además de que se creó un prototipo para que abrieran su propia página web

Ya que es una asociación civil, más que nada benefició a su mercado meta ya que así pueden conocer más acerca de qué es lo que trabaja CECURA y los servicios que ofrece.

Ayudaron a CECURA para saber cómo manejar las redes sociales y página web, para que fueran más interesantes y atractivas para los clientes y que así tuvieran más interacción con la misma, además de que sí es necesario, acudieron a algún taller o grupo de apoyo.

Para darle seguimiento al proyecto se puede realizar un calendario de publicaciones anual para el año 2023 lo que no se alcanzó a cubrir en este calendario; o sí no, estar en constante comunicación con la empresa para darle seguimiento a las estrategias presentadas en este documento. Además del constante mantenimiento hacia el sitio web.

En el ámbito profesional ya tenía una idea de lo que es el apoyar con los conocimientos, sin embargo, al hacerlo en un proyecto donde se necesite del área de mercadotecnia, me dio una idea de lo que realmente yo pensaba, lo cual, era que esta área era muy pesada y estresante, y resultó siendo lo opuesto.

- Aprendizajes éticos

Realmente las decisiones fueron tomadas entre todos, para poder estar en sintonía y así poder mostrarles a Mildred y a Luz para conocer si eran adecuadas y obtener su aprobación para seguir adelante con el proyecto. Principalmente algunas decisiones que yo sugerí fueron del área de la página web.

Me ayuda en mi vida profesional ya que al tener el conocimiento de cómo realizar un proyecto para las empresas me ayuda a crecer tanto personal como laboralmente, además de que me da experiencia en mi área que es el de la mercadotecnia.

Más que nada en el ámbito laboral, sí en algún momento deseara seguir por mi cuenta, este proyecto me da una idea de cómo es realmente el campo laboral fuera de la escuela.

- Aprendizajes en lo personal

Mejorar en el trabajo en equipo y apoyar cuando se necesite, además de, por ejemplo, cuando no se tenía respuesta inmediata para la autorización de nuestras propuestas a algunos pendientes que teníamos me ayudó a poder tener más paciencia y no preocuparme tanto por cosas fuera de mi alcance.

Cómo es que las empresas, a pesar de que se piensa que ya no necesitan de nada o que ya están completas es muy probable que necesiten ayuda para mejorar en ciertas áreas, y que realmente no es difícil apoyarlos en estos temas.

Me ayudó a saber como tratar con las empresas y con los directivos de los mismos, saber como poder tener una comunicación sencilla y más que nada respetuosa pero que a la vez no se sintiera tan intimidante.

Aprendí la manera en la que, al salir de la escuela, normalmente se estará en constante contacto y comunicación con empresas o directivos que necesiten algún cambio en las mismas. Así también a saber como poderse presentar trabajos de manera oficial los cuales puedan ayudar a las empresas y que estos tengan una presentación formal y válida para entregar.

Pedro Luis Sánchez Navarro

- Aprendizajes sociales

A lo largo de este proyecto pude aumentar mi capacidad para trabajar con problemas reales que enfrentan las empresas ya que nunca lo había hecho. Trabajar en equipo es clave para sacar el proyecto adelante porque todos nos apoyamos de buena manera. Al trabajar en equipo las cosas pueden llegar a ser mejor al tener una buena comunicación con mis compañeros y maestra.

Aprendí a escuchar los objetivos que nos planteó la empresa desde un principio para trabajar en ellos durante el semestre y poder lograrlos al final de una manera eficiente.

Al principio no podía hacer nada debido a que no contábamos con la información financiera actualizada pero después Mildred y yo decidimos utilizar los datos que teníamos y haciendo las proyecciones en base a supuestos para poder trabajar. Partiendo de dichos supuestos pudimos proponer algunos paquetes para patrocinadores con los que nos pudimos dar cuenta que al implementarlos los ingresos de la empresa subirán mucho más. Me hubiera gustado tener datos reales para poder haber hecho una comparación de los resultados.

- Aprendizajes éticos

En todo momento nuestras decisiones fueron respaldadas y apoyadas por el equipo y por nuestra maestra Mildred. Para posteriormente mostrarle y presentarle a Luz dichas ideas para así saber si le agradaban o no y si autorizaba lo que se le estaba proponiendo. Sinceramente creo que mi equipo y yo logramos cumplir con los objetivos planteados en un principio de una manera bastante eficiente por lo que estamos bastante contentos con los resultados.

Este proyecto me ayudó a crecer en el ámbito profesional al poder trabajar con una empresa real con los problemas que podría enfrentar cualquier empresa. Tomando decisiones y aportando ideas para resolver cualquier problema junto a mis compañeros de equipo. Este proyecto me servirá para cuando decida trabajar por mi propia cuenta para ya estar familiarizado en cómo es que se debe de trabajar con una empresa real porque antes de entrar al PAP la verdad no tenía la más mínima idea de como hacerlo, ahora todo es más claro.

- Aprendizajes en lo personal

Con lo que más me quedo es con lo mucho que aprendí a ser un equipo y trabajar en conjunto porque es una gran ventaja. Tuve la oportunidad también de conocer cómo me gusta trabajar, mis áreas de mejora, mis habilidades y mis destrezas. Me ayudó a saber cómo es que se debe de tratar a una empresa y sus integrantes.

Me pude dar cuenta de lo importante que es mi carrera para las empresas y que por más chica o grande que sea la empresa es muy necesario tener un control y una planeación financiera. Por lo cual me abre oportunidades para poder trabajar y superarme día a día siendo constante y esforzándome en dar lo mejor de mí.

5. Conclusiones y recomendaciones

Recomendaciones

- Crear una estrategia de contenido digital para poder expandir la marca a más segmentos y llegar a un nuevo alcance.
- Constante chequeo de la página web para brindar información a los clientes de una manera más sencilla.
- Llevar de manera organizada el calendario de publicaciones mensual.
- Análisis mensual tanto al inicio como al final de cada mes para ver el flujo financiero, de usuarios y redes sociales para generar una mejor estrategia para el siguiente mes.

Bibliografía

¿Cuánto cuesta una página web en Wordpress? (2021, 30 septiembre). Jorge Castro. Recuperado 6 de abril de 2022, de

<https://jorgecastro.mx/articulos/cuanto-cuesta-una-pagina-web-en-wordpress/#:%7E:text=Los%20precios%20de%20est%C3%A1s%20empresas,de%20las%20opciones%20de%20arriba>

A. (2022, 15 febrero). Lo que necesitas para crear un sitio web: Guía Paso a Paso. Marketing PYME. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van

<https://smartupmarketing.com/guia-lo-que-necesitas-para-crear-un-sitio-web/>

Jackson, D. (2021, 11 agosto). Las métricas más importantes de las redes sociales. Sprout

Social.<https://sproutsocial.com/insights/las-metricas-mas-importantes-de-las-redes-sociales/>

N. (2021, 27 febrero). La importancia de una página web. Ntx Pro.

<https://www.ntxpro.net/marketing/una-pagina-web/#:%7E:text=Es%20el%20espacio%20virtual%20donde.Firefox%2C%20Opera%2C%20entre%20otros.>

SIP RED DE COLEGIOS. (2020, 27 febrero). *Video Institucional*.

<https://www.youtube.com/watch?v=P51FkEctFxl>

Anexos

Link finanzas: [Análisis Financiero CECURA.xlsx - Hojas de cálculo de Google](#)