

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo empresarial, economía social y emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Desarrollo de la gestión de las Funciones Sustantivas Empresariales



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

3G03 PAP ENTRENAMIENTO PROFESIONAL EN MERCADOTECNIA

Sarape Social: Bestiario

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Mercadotecnia. Verónica Amaya Robledo

Lic. en Mercadotecnia. Paulina González

Profesor PAP: Mtra. Martha Del Carmen Alcaraz Cruz

Tlaquepaque, Jalisco, Octubre 2021

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	0
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional.....	0
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto	1
1.2 Caracterización de la organización	7
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	8
1.4. Planeación de alternativa(s).....	9
1.5. Sustento teórico y/o Marco de Referencia.....	9
1.6. Desarrollo de la propuesta de mejora	15
1.7. Valoración de productos, resultados e impactos	16
2. Productos	16
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia.....	34
3.1 Sensibilización ante las realidades	34
3.2 Aprendizajes logrados	35
4. Conclusiones.....	35
5. Bibliografía y otros recursos.....	2
6. Anexos generales	2

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que se planea de manera participativa con los actores sociales involucrados, orientados a dar soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

Al atender los PAP situaciones complejas y con pertinencia social, se acredita el servicio social y la opción terminal de titulación. Este reporte se conforma de tres componentes vinculados pero diferenciados a la vez, para aprovecharse de manera conjunta e independiente.

El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

El nombre de este PAP es 3G03 PAP ENTRENAMIENTO PROFESIONAL EN MERCADOTECNIA, donde se está colaborando con la empresa Sarape Social, especializándonos en la marca de Bestiario. Esta es una empresa de moda sustentable que vende prendas.

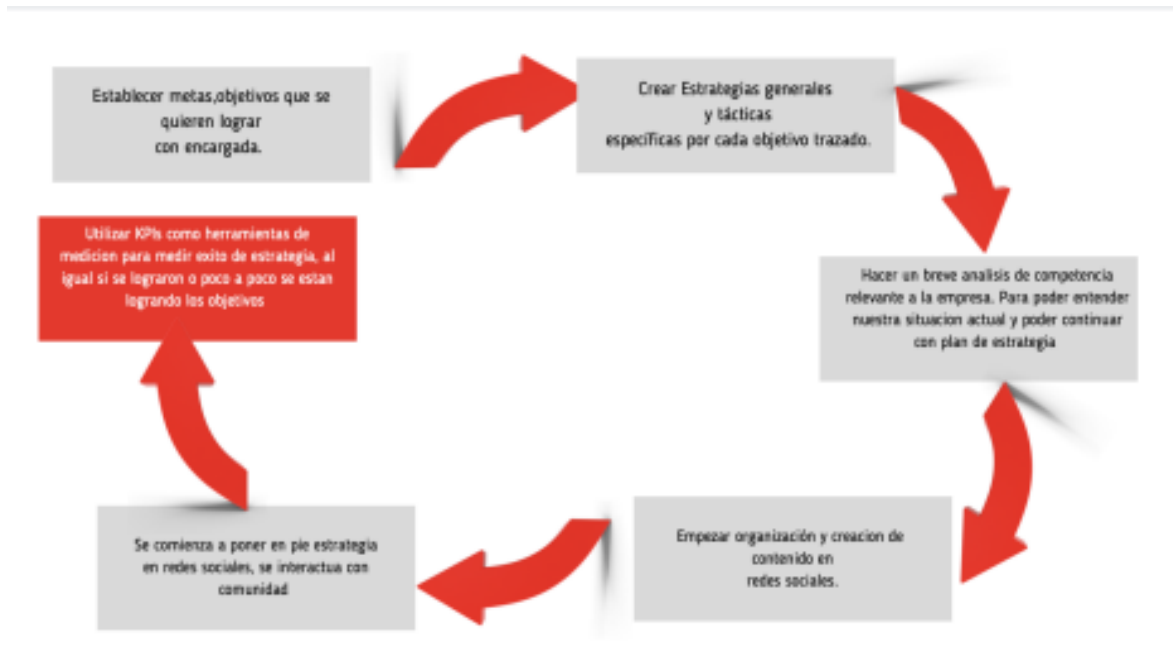
El objetivo del proyecto es continuar colaborando con la marca y dando a conocer lo que hay detrás de cada prenda, las personas, los materiales y el proceso. Al igual que continuar con la estrategia que se trabajó en el verano 2021, con nuevas estrategias y tácticas de mercadotecnia.

Se lanzó la colección Corredor Occidental del Jaguar y se ha trabajado con esta durante los últimos meses y este PAP de otoño también, el 10% de estas ventas van dirigidas al cuidado del jaguar mexicano. Bestiario es una marca local y de producción lenta. Utilizan materiales sostenibles (algodón reciclado, pet reciclado, tintes naturales, piel de nopal). En este PAP se pretende crear una estrategia de comunicación para la marca en la nueva campaña, pues la marca no tiene una establecida como tal. Se pretende con esta estrategia aumentar las ventas de la campaña, pero sobre todo crear conciencia de la moda sustentable. La moda sustentable es un tema que poco a poco ha estado teniendo auge, pero para muchos es un tema totalmente extraño. Muchos no entienden el concepto o porque las prendas son más caras, con la estrategia creada se pretende crear conciencia, educar, y aumentar ventas. Otra de las causas de la marca es apoyar a los jaguares como se mencionó previamente. Otro de los propósitos es crear contenido

para Bestiario y creando armonía dentro de sus redes sociales, al igual que generar engagement con su comunidad actual, orgánicamente creciendo la comunidad de bestiario.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa transfieren sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.



1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Comprar online: qué es lo que más valoran los clientes

Este tema es muy importante ya que Bestiario busca aumentar sus ventas en línea, ya que es la única plataforma donde se ubican, y buscan posicionar su marca en el ecommerce.

Algunos de los factores a considerar son:

Envío gratuito.

El poder recibir las cosas directamente en casa sin tener que pagar un costo extra por el envío es un plus bien recibido por los consumidores, hay situaciones en las que esto define en qué plataforma se hace la compra.

Rapidez de entrega.

El poder hacer un pedido y que llegue casi de inmediato siempre deja una buena impresión, sobretodo si existe una tienda física cerca, pues si el pedido tarda demasiado, el cliente optará por ir mejor a lo presencial.

Opciones de devolución.

Muchas veces los productos no son lo que se esperaba o no quedan de la manera que a los clientes les gustaría, es por eso que tener la opción de devolver un producto es clave al hacer compras, sobre todo de ropa y calzado. Esto no solo se trata de poder regresar un producto, sino de encontrarse con una manera fácil y rápida de hacerlo.

Opciones de pago.

Esto aumenta la confianza que hay en la página, debido a que hay opciones aparte de dar la información de una tarjeta (que suele ser uno de los mayores riesgos al comprar en línea).

Adaptabilidad a soportes.

El diseño de una página web es de vital importancia, cuando una plataforma está adaptada a distintos modos de uso y distintos softwares, permite a los clientes mayor comodidad al comprar, ya que todo mantiene un orden y se vuelve accesible.

Datos del producto.

Lo que se muestra en las fotografías y en la información del producto es lo que el cliente va a recibir, es por esto que todo debe ser tan cercano a la realidad como la tecnología lo permita.

- La situación de las empresas Pymes y su importancia en México, sus características, promedio de supervivencia de estas empresas y las principales problemáticas que tienen. Bestiario actualmente es una empresa que se encuentra en PYME y busca crecer nacionalmente.

De acuerdo con el análisis más reciente sobre el panorama económico para las pequeñas y medianas empresas (pymes) y la estabilidad económica del sector comercial, se estima que, hasta ahora, más de 85% de los negocios de la capital ya no pueden seguir con la estrategia de cierre de operaciones, ya que el impacto económico que esta medida significa es elevado y compromete a más de un millón 725 mil empleos directos e indirectos". (Demos & Ramírez, 2021).

Desde hace ya varios años, las PyMEs han incorporado la tecnología poco a poco, sin embargo, la pandemia ha hecho que se dé un salto significativo al entender que es un factor necesario para su transformación y sobresalir ante la gran oferta que existe en el mercado. (Tecnoprensa, 2021)

- Retos de la nueva realidad

El comercio electrónico en México alcanzó los \$316 mil millones de pesos en 2020, habiendo experimentado un crecimiento de 81% en comparación con el año anterior. Debido a esto, el comercio electrónico representa el 9% de las ventas totales al menudeo, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). (Huerta, 2021)

Ante este contexto, las Pymes que no tenían alguna plataforma de e-commerce se vieron en la necesidad de indagar en este tema y adoptar el comercio electrónico lo más rápido posible. Durante este tiempo, las compañías que decidieron empezar su comercio en línea, tomaron una muy buena decisión, ya que por mucho tiempo fue la única forma de vender. (Huerta, 2021)

LAS PYMES EN MÉXICO

PYMES es un acrónimo utilizado para referirse a las pequeñas y medianas empresas en un entorno económico. Esto sirve para identificar y distinguir a diversos entes económicos para analizarlos de acuerdo a su contexto.

Para ser considerado una PYME una empresa debe cubrir ciertas características:

- una PYME cuenta con 1 hasta 250 empleados;
- sus montos de ventas anuales no superan los 250 millones de pesos;
- cuentan con un bajo nivel de inversión;
- son empresas heterogéneas y diversas;
- son independientes;
- no suelen participar en mercados internacionales.

Al mismo tiempo, las PYMES se subdividen en 3 tipos:

- Microempresas: Que van de 0 a 10 trabajadores y un balance de ingresos relativamente bajo.
- Pequeñas empresas: Van de 11 a 50 trabajadores y su facturación anual es media.
- Medianas empresas: Van de los 51 a los 250 empleados y su facturación es mayor a la de pequeñas empresas.

IMPORTANCIA DE LA ECONOMÍA DE LAS PYMES EN MÉXICO

De acuerdo a el INEGI y la Secretaría de Economía, existen un total de 4 millones 169 mil 677 micro, pequeñas y medianas empresas, que en total integran más del 99 % del total de las empresas que existen en el país.

La mayor parte la integran las microempresas con poco más de 4 millones 57 mil empresas, que representan cerca del 97% del total; y complementando se encuentran cerca de 112 mil pequeñas y medianas empresas, que representan poco más del 2 %.

Su influencia en el empleo también es amplia. Globalmente, las PYMES en México generan el 72 % de todos los empleos y el 52 % de toda la producción que genera el país. En el rubro de empleabilidad, las microempresas vuelven a sobresalir al ofrecer cerca del 42 % de los empleos del país.

Algunas de las ventajas y desventajas de las PYMES son las siguientes:

VENTAJAS	DESVENTAJAS
----------	-------------

<ul style="list-style-type: none"> • no necesitan una inversión de capital alta; <ul style="list-style-type: none"> • flexibilidad para adaptarse a los mercados con mayor facilidad; • permiten generar una relación más cercana y personalizada con los clientes; • su estructura sencilla les permite tomar decisiones más fácilmente; • tienen la oportunidad de responder a nichos de mercado específicos en los cuáles no compiten las grandes empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • su capacidad de invertir es limitada, lo que disminuye su competitividad; • Su capacidad de expansión es limitada; <ul style="list-style-type: none"> • les es difícil competir en precios con las grandes empresas; • son más vulnerables ante las crisis por contar con menor cantidad de ingresos.
--	---

LAS PYMES FRENTE AL COVID

Incertidumbre y complejidad es el panorama al que hacen frente 4.9 millones de pequeñas y medianas empresas (pymes) en nuestro país este año, ante la pandemia del COVID-19, de las cuales sobrevivieron sólo 3.8 millones.

Lo que resulta difícil para grandes compañías puede resultar mortal para estas empresas mexicanas que son el motor del país, al generar el 72% del empleo y alrededor del 52% de nuestro Producto Interno Bruto (PIB).

Ante el cierre de más de un millón de negocios a nivel nacional, las empresas mexicanas solicitaron mayor número de apoyos fiscales, rebajas en gastos fijos como predial, agua, entre otros, y aplazamiento de créditos para afrontar el escenario de afectaciones por el COVID-19.

En ese sentido, la Cámara de Comercio Servicios y Turismo en Pequeño (CANACOPE) asegura que miles de pequeñas y medianas empresas se han visto envueltas en numerosas dificultades por la disminución de la demanda, escasez de productos e insumos, eventualidades y conflictos económicos derivados del coronavirus, por lo que micros y pequeños negocios en México han registrado pérdidas, de \$155, 250 millones de pesos hasta el momento.

La cifra genera en los empresarios un panorama de inquietud respecto a la tendencia de las próximas ventas, por lo que se plantean metas de supervivencia e incluso, de recuperación, al descartar las probabilidades de crecimiento inmediato, no obstante, la variabilidad está sujeta al término de la crisis sanitaria, pero todo dependerá del tiempo que dure la misma, ya que esto resultará clave.

El cambio al semáforo rojo en cinco estados del país, durante el mes de diciembre y la primera quincena de enero de 2021, ha ralentizado y disminuido la economía en uno de los periodos comerciales más importantes del año. Esto, aunado a las limitaciones del recurso gubernamental y al desconocimiento de herramientas digitales para adaptar los negocios al comercio electrónico, se traduce en más de 94 mil unidades económicas que pararon totalmente sus actividades y bajaron las cortinas por tiempo in

- Situación económica País y Estado

La economía es la ciencia encargada de regular y administrar la forma en la que se usan determinados recursos para satisfacer las necesidades humanas y desarrollar el crecimiento de un país a través de la producción, empleos, distribución de bienes y servicios.

En este apartado, hablaremos de la economía de México y de Jalisco en la actualidad, incluyendo la pandemia del Covid 19 hasta como se ha ido recuperando.

- La economía de México para 2021 y 2022, tendrán un repunte en su Producto Interno Bruto (PIB) de 6.3 y 3.4%, respectivamente, lo que sería un ajuste al alza de 1.3 y 0.2 puntos porcentuales comparados con sus proyecciones de mayo, así lo dio a conocer la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

- Referente al índice de la inflación, la OCDE lo estima en 5.4% en 2021, 1.3 puntos más alta de lo previsto cuatro meses atrás y hacia el 2022, el índice de precios al consumidor se ajustará para descender a 3.8%, 0.7 puntos mayor a lo estimado.

- Durante las últimas tres décadas, México ha tenido un desempeño bajo en términos de crecimiento, inclusión y reducción de la pobreza en comparación con otros países similares. La economía tuvo un crecimiento estimado en poco más del 2.0% anual entre 1980 y 2018.

- La economía se contrajo un 8.3% en 2020, con una fuerte caída en la primera mitad del año, debido a la pandemia de COVID-19, que tuvieron impactos muy fuertes en las empresas, el empleo y los hogares. La tasa de desempleo de México subió a 5,2% en 2020, y se prevé que crezca ligeramente a un 5,8% en 2021.

CASOS DE ÉXITO DE EMPRESAS ANTE LA PANDEMIA MUNDIAL COVID-19

Los casos de éxito consisten en presentar los mejores resultados obtenidos con otros clientes, detallando si es posible su nombre y sus datos.

Los casos de éxito están considerados como una oferta de contenidos MOFU (aquellos que se ofrecen al cliente cuando se encuentra en la segunda fase del proceso de compra, evaluando las opciones existentes en el mercado para resolver sus necesidades). Así, el caso permite al usuario identificarse con otros clientes que recurrieron a la misma empresa.

Cómo utilizarlos de manera efectiva:

Los casos de éxito dependen de la profundidad con la que se traten, del criterio de la empresa y de la colaboración de los antiguos clientes. Existen tres opciones:

1. Incluir testimoniales breves en la web corporativa.
2. Elaborar un resumen que recoja el problema, cómo se abordó y los resultados finales que avalan el trabajo de la empresa.
3. Preparar un caso de éxito mucho más profundo, en el que se haga un análisis de la situación previa, cómo se contrataron los servicios de la empresa, cómo evolucionó la problemática y, finalmente, cómo se resolvió.

Actualmente las empresas en México ante el COVID-19, han modificado su forma habitual de trabajo, el ejemplo más claro es la implementación del teletrabajo.

Derivado de las medidas preventivas para evitar la propagación del COVID -19, las empresas se han visto afectadas en su operación ordinaria y/o economía, obligándose a modificar sus estrategias, formas de trabajo, pausar proyectos, cambiar de giro, buscar financiamientos para poder sobrellevar la situación, reducir la nómina, modificar el sueldo de sus colaboradores, entre otros.

Las empresas, además de implementar medidas, han buscado y solicitado diferentes apoyos para “sobrellevar” la situación y seguir cuidando de sus colaboradores.

Adicional a los mencionados, algunas empresas también han realizado:

- Búsqueda de inversionistas
- Realización de inversiones

“Tomar la situación de la pandemia como una oportunidad para innovar y transformar el modelo de negocio, es fundamental para el presente y futuro de nuestras empresas.

Si cada empresa asume estrategias para proteger su salud y la de sus colaboradores, saldremos adelante y cuando nos recuperemos, tendremos la plataforma para una economía con desarrollo social, que logre un México menos desigual, con más progreso y en paz.”

- José Medina Mora, presidente nacional de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)

El contexto o entorno de este proyecto es el Tema de la Moda Sustentable y Etica.

1.2 Caracterización de la organización

Empresa Bestiario

Descripción del funcionamiento y las áreas que lo conforma

Marca de indumentaria sustentable que diseña y confecciona prendas cómodas, elegantes y atemporales.

En nuestros procesos de producción buscamos tener el menor de los residuos posibles, confeccionamos con telas ecológicas, sustentables y mexicanas.

Tenemos relaciones laborales justas con nuestros colaboradores y buscamos la equidad de género en la industria textil. Nuestras prendas están inspiradas en los animales, colores y cultura de un México contemporáneo.

El propósito y razón de ser (Misión, Visión y Valores)

Misión

Ser una marca de indumentaria sustentable que investiga, innova y rescata técnicas para crear prendas atemporales, sustentables y de calidad, que son confeccionadas mediante un proceso artesanal, de comercio justo y transparencia en los procesos.

Visión

Ser una marca mexicana que sea una referencia en moda sostenible en el mundo, donde por medio de innovación y rescate de técnicas ancestrales, logremos concientizar a nuestros consumidores sobre el impacto ambiental en la industria, un bienestar de las comunidades y personas que colaboran en el proyecto y un equilibrio con el medio ambiente y nuestro entorno.

Historia de la Empresa y Organismo

Bestiario comenzó hace un año a comercializar prendas de manera formal, teniendo presencia en bazares y ferias de diseño mexicano y escaparate en tiendas boutique de diseño mexicano en Guadalajara, Jalisco, México.

La proyección comercial del emprendimiento cambió cuando a partir de marzo del 2020 que comenzó la pandemia del COVID19, dichos canales de venta cerraron o se suspendieron. A partir de esta situación, se diseñó y programó la tienda en línea (www.bestiario.shop) y gracias a esto se logró continuar con las actividades.

Las acciones que llevan a cabo:

- Se Crea campaña que apoya a alguna causa
- Se diseñan las prendas, se establece el material que se utilizara (sustentable reciclado o de origen natural)
- Se realiza promoción en redes sociales.
- Se lanza campaña y por pedidos se van creando las prendas en el taller.

Las personas que participan y sus roles (Organigrama)

Paloma Patlán Reynoso (Representante del proyecto) es licenciada en derecho con especialización en derecho corporativo y propiedad intelectual, con más de 4 años de experiencia en el registro de marcas de la industria cultural y creativa (gastronomía, música, moda y diseño). Actualmente es Secretaria del Consejo Coordinador de Jóvenes Empresarios de Jalisco y encargada de ventas y logística de comercialización de Bestiario.

Paloma Patlán Reynoso es licenciada en relaciones internacionales y cuenta con más de 6 años de experiencia en gestión cultural con enfoque en desarrollo comunitario y tiene 3 años de experiencia en el diseño y confección de prendas textiles y de alta costura. Colabora también en una agencia de marketing y desarrollo de proyectos sociales llamada Sarape Social. Actualmente es diseñadora, patronista, coordinadora de comunidad y comunicación social en Bestiario.

Giovana Matte Daniel es ingeniera ambiental con experiencia en administración de empresas y tiene 3 años de experiencia en el diseño y confección de prendas textiles y de alta costura.

Actualmente es diseñadora, patronista y encargada de administración y compras en Bestiario
Yemina Mendez Verduzco es licenciada en diseño de modas con más de 6 años de experiencia en corte, confección y patronaje industrial. Actualmente es la encargada de producción de corte y confección en Bestiario.

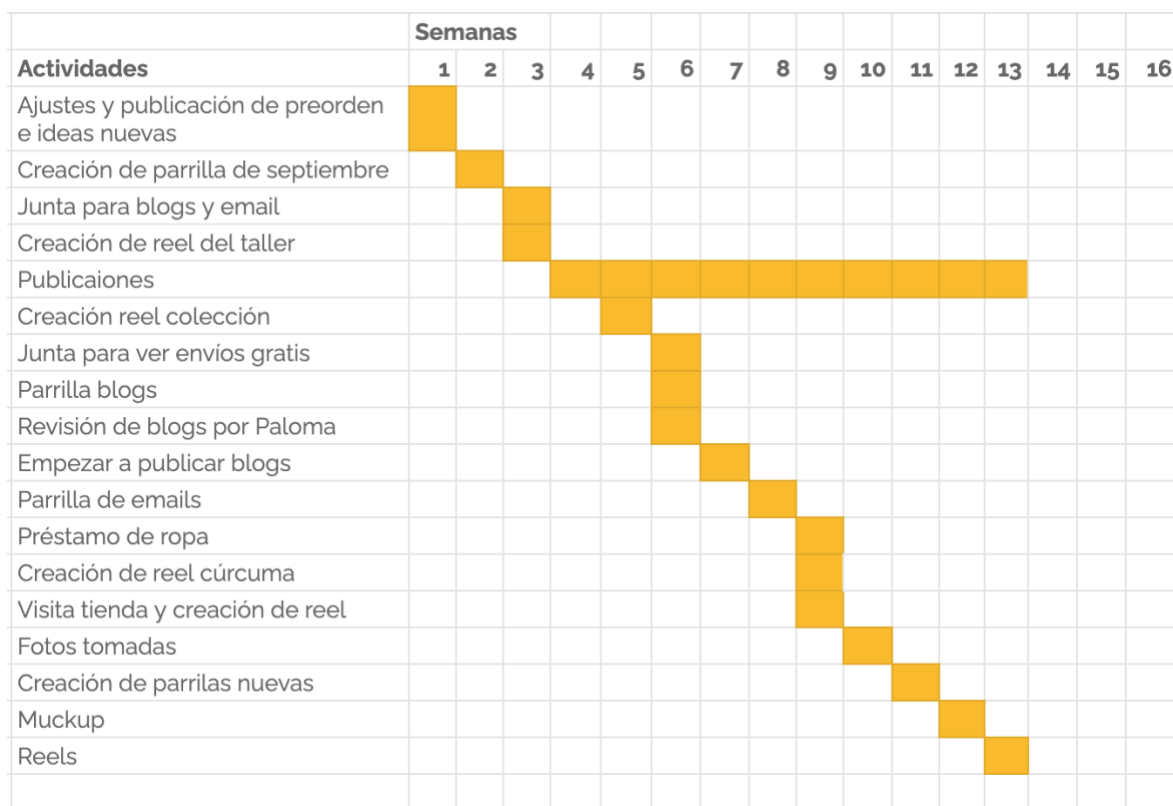
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Dentro de este proyecto, la problemática es la falta de la estrategia de contenido para la marca Bestiario y dar a conocer las prendas que se ofrecen.

EL verano pasado de identificaron varias áreas de oportunidad, se analizaron las redes sociales que la marca llevaba y sus principales competidores. Se busca explotar el valor agregado de esta marca, moda sostenible 100% mexicana inspirada en animales salvajes.

La estrategia de comunicación creada el verano es la colección inspirada en el Jaguar. Por lo que ahora fue la creación de parrilla y contenido.

1.4 Planeación de alternativa(s) – Cronograma o Gráfica de Gantt



Dentro de las juntas semanales con Paloma se fueron asignando tareas y lluvia de ideas para contenido. Lo primero fue presentarle Paloma ideas para las parrillas, que las aprobara y empezar a crear contenido y publicarlo en redes sociales.

Se asignaron tareas para cada una; Verónica se encargó de la parrilla, contenido y publicaciones en redes sociales y Paulina de la creación de parrilla para el blog, email marketing y sus publicaciones.

El Cronograma o Gráfica de Gantt:

(Es el ordenamiento en el tiempo de las acciones que se ejecutarán. Los tiempos y/o etapas planeadas para el logro de los objetivos y/o productos que se desean obtener con el desarrollo del proyecto. Contiene las actividades a realizar para el logro de los objetivos y/u obtención de productos diseñados en el punto anterior.

- Las actividades que se consideran: profesionales, técnicas, operativas, otra (especificar).
- Recursos necesarios: humanos, materiales, económicos, tecnológicos, tiempos.

- Fechas previstas: de reuniones de los equipos y/o asesorías con el profesor, o bien con otras personas, durante el desarrollo del Proyecto).

Este Cronograma muestra el plan de trabajo que se refiere al ordenamiento cronológico de las actividades a realizarse para el logro de los objetivos y/o productos diseñados.

1.5 Sustento teórico y/o Marco de Referencia.

En este punto del reporte mencionaremos algunas partes teóricas que le den sustento al trabajo realizado dentro del periodo de verano y otoño en el PAP. Esto estará estructurado de lo general a lo particular, donde comenzaremos por cuál es la definición de mercadotecnia según varios autores importantes, bajando hasta el enfoque que tiene el PAP en el que estamos colaborando.

La mercadotecnia tiene una amplia variedad de enfoques y ha evolucionado a lo largo del tiempo, es por eso que algunos autores la definen de diferentes maneras.

Según American Marketing Association (AMA), define la mercadotecnia como la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Según **Philip Kotler** el padre de la mercadotecnia, asegura que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Mary Ellen Bianco afirma que la mercadotecnia incluye investigación, relaciones públicas y comunicaciones como la publicidad y el emailing. Afirma también que es para ventas.

En otras palabras, podríamos decir que la mercadotecnia es un proceso en el cual se encuentran necesidades no satisfechas y deseos para así ofrecer algo a cambio que cubra lo dicho, algún producto o servicio que genere valor para los consumidores.

Según **Zinkmund y d Amico**, la mercadotecnia es un proceso de intercambio voluntario entre el cliente y el vendedor, incluye proceso de comunicación y el darle valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen.

Enfoques de la mercadotecnia

Dentro de la mercadotecnia existen algunos enfoques que definiremos, lo que son;

1. **Enfoque de producto:** este enfoque se basa en que los consumidores compran los productos que ya existen en el mercado, por lo que las empresas deben crear mejores versiones del producto, pero sin cambiar este, centrándose en la calidad de ellos.
2. **Enfoque de producción:** Sostiene en que la dirección debe centrarse en la producción y eficiencia de esta ya que los consumidores comprarán solo los productos que estén disponibles.
3. **Enfoque de ventas:** Este se enfoca en empujar las ventas a través de una buena estrategia de comunicación ya que el cliente no busca comprar gran cantidad. Lo que importa es generar muchas ventas, no la satisfacción del cliente busca relaciones a corto plazo, no a largo.
4. **Enfoque de orientación al cliente:** Este tipo se enfoca al asesoramiento o venta de productos a los clientes. El vendedor conoce muy bien su producto o servicio por lo que puede adaptarlo a las necesidades de sus clientes.
5. **Enfoque de marketing social:** Se deben detectar las necesidades de los clientes para así y buscar la mejor forma para satisfacerlas. Este tipo de enfoque ha tenido un gran impacto e importancia, ya que lo que busca es cambiar el comportamiento de los consumidores para lograr un bien común.

Dentro de Bestiario encontramos su enfoque en el marketing social, ya que esta marca es 100% mexicana y su modelo de negocio es la moda sustentable, donde cada prenda que se produce se considera el impacto ambiental y social que puede tener en todo su ciclo de vida.

La moda sostenible nace con el propósito de concientizar a los consumidores de la importancia e invitarlos a vestir prendas de este tipo. Para que sea considerado moda sustentable debe de cumplir con ciertos requisitos como por ejemplo el uso de materiales naturales, tela, pinturas y

su proceso debe de respetar el medio ambiente. Para los consumidores su uso tiene beneficios en la salud ya que son productos naturales y orgánicos, materiales que no contienen tóxicos. Busca también combatir el fast fashion, ya que esto es un problema que se ha vuelto común, porque los consumidores quieren ropa de moda, tendencia y que no afecte nuestra cartera y esto es lo que buscamos, sin saber todas las consecuencias que tienen.

Es por eso que Bestiario se encuentra dentro de este enfoque debido a que las prendas son 100% ecológicas, tienen un impacto en el medio ambiente y busca concientizar a las personas de la importancia de estos productos, sus beneficios, así como educar a los usuarios.

Mezcla de la mercadotecnia

Regresando a la mercadotecnia, como se mencionó al inicio está en constante cambio, es por eso que algunos de sus pilares han cambiado. Hablaremos de las 4P's que conforman el mix de marketing y cómo han evolucionado.

Las 4P's nacen en los años 60 por E. Jerome McCarthy, centradas en el producto y servicio que ofrecemos.

Se refieren a las siguientes:

- **Producto:** Este habla de nuestro producto o servicio que ofrecemos como tal, su funcionalidad, las necesidades que cubre, beneficios, etcétera.
- **Precio:** Hablamos del precio al que le pondremos al producto, tomando en cuenta la percepción de los usuarios hacia el producto y los costos para la empresa.
- **Plaza:** Hace referencia al lugar donde los usuarios pueden encontrar nuestro producto, puntos de venta como canales de distribución.
- **Promoción:** Esta es la manera en la que todo lo anterior lo comunicamos para llegar a nuestro mercado meta.

Con el paso del tiempo se definieron las 4C's, aquí la diferencia con las P's es que estas están centradas en el consumidor y no en el producto o marca. Es por eso que llegan a ser muy importantes para algunos campos como el marketing online y la gestión de redes sociales.

4C's

- **Consumidor:** El producto o servicio se crea en función de lo que los consumidores buscan o prefieren. Es como decir que algo es creado exactamente a como lo piden los consumidores. No sacar un producto para su venta masiva.

- **Costo:** Hace más referencia a considerar lo que el cliente cree que vale la pena pagar por lo que se le está ofreciendo. Hoy en día existen muchos competidores, es decir, los usuarios tienen de donde escoger y a qué costo.

- **Conveniencia:** Hace referencia a que los consumidores nos encuentren de la manera más fácil sin depender únicamente de un canal de venta. Es decir que el cliente no haga mucho esfuerzo por llegar al producto, puede ser ir a la tienda, entrar al sitio web, entrar a redes sociales etcétera.

- **Comunicación:** La comunicación puede ser una pieza clave para cualquier negocio. A

comparación de la promoción, la comunicación va más dirigida a la interacción que se tiene con los usuarios. Actualmente se puede decir que la gestión de las redes sociales son una gran manera de ofrecer comunicación y podemos medir la interacción con los usuarios.

El PAP en el que se colabora se encuentra en la parte de comunicación, ya que desde un inicio el objetivo era crear una estrategia de comunicación en los medios digitales.

Para la creación de esta estrategia se realizaron los siguientes pasos:

- **Análisis de la audiencia:** En esta etapa se hace una investigación de las redes sociales de la marca t y una investigación de sus principales competidores para poder analizar lo que funciona, lo que no funciona y encontrar el valor agregado que se le podía dar a la marca.

- **Plantear objetivos:** Se plantea lo principal que se quiere lograr con la marca en las

redes sociales.

- **Creación de estrategia:** Se crea la estrategia de comunicación en las redes sociales, se pueden crear una parrilla de contenido en la que muestra el post a publicar, la fecha, su pilar y el copy de este que facilita la gestión de los contenidos. La estrategia de email marketing para poder tener seguimiento con los consumidores de las marcas.

- **Creación de contenido:** Se crean los primeros contenidos para ponerlos en acción.

- **Medir resultados:** En esta última etapa se puede observar cuáles fueron las métricas de la estrategia de comunicación.

Hablaremos un poco sobre la mercadotecnia relacional también. Es una estrategia comercial que su objetivo es generar relaciones con clientes cercanas y duraderas.

Algunos motivos para utilizar este tipo de marketing:

- Es cliente es prioritario para que una empresa exista.
- Un cliente satisfecho siempre regresa.
- Se crea una relación más cercana con la empresa y sus clientes.

Acciones del marketing relacional:

- E-mailing: Envío de correos, para promociones o post compra.
- Monitorización de redes sociales: Atender a los clientes que interactúan.
- Acciones de fidelización: Obsequios para retener a los clientes.

Este periodo de otoño se realizó email marketing también, ya que se tenía acceso a las cuentas de Bestiario, por que debíamos estar al pendiente junto con Paloma para responder dudas.

Se creó este periodo el email marketing, donde a los clientes de Bestiario, se les enviaba correos, con promociones, invitación a nuestros blogs y después de compra.

Con esto terminamos el marco teórico que sustenta lo realizado dentro de este PAP.

1.6 Desarrollo de la propuesta de mejora

En este proyecto se colaboró con Sarape Social en especial con la marca de moda sustentable Bestiario. Durante el verano se buscó encontrar una estrategia de comunicación ya que las redes sociales no tienen estructura ni un mensaje claro qué comunicar. En este proyecto se hicieron distintas propuestas para la creación de la estrategia para comunicar y contar correctamente la historia de Bestiario. Ya que Bestiario no es nada más una marca de moda también es una marca sustentable, con un propósito que ayuda a distintos animales dependiendo de la campaña. Se vio la oportunidad de dejar aún más claro el valor agregado de la marca ya que esto la diferencia de la competencia y se observó que poco se comunica de este.

Las actividades realizadas en este PAP fue comunicar la estrategia que se realizó durante el verano en las redes sociales de Bestiario. Se realizó un trabajo en equipo de Verónica Amaya y Paulina González. Se delegaron las tareas en cada entrega y proyecto asignado por Paloma la responsable. Las actividades realizadas fueron:

- Análisis General de Redes Sociales de Bestiario y competidores directos tanto como competidores indirectos

Este análisis fue básicamente checar redes sociales de la marca como de la competencia al igual qué de inspiraciones qué Paloma y su socia tienen y aspiran a llegar a ser. Se platicó en una sesión un poco de las áreas de oportunidad de Bestiario al igual de algunas ideas para la nueva campaña de Jaguares qué lanzó Bestiario.

- Creación de Estrategia de Comunicación para redes sociales.

Para esta parte del proyecto fue interesante ver ideas de ambos lados. Uno de los objetivos principales de esta campaña fue dar a conocer la nueva campaña de Bestiario x Fonnor de Jaguares es así que se comenzó a crear una estrategia por parte de Paulina González y Verónica Amaya. Se trabajó y se presentó a Paloma donde ella hizo correcciones y observaciones. Estas fueron corregidas y puestas en pie.

Posteriormente se creó una paleta de colores al igual qué algunas inspiraciones para el feed de bestiario.

- - Creación de Parrilla post (meses septiembre, octubre, noviembre)

En la creación de la parrilla se presentaron primero lluvia de ideas a Paloma, ya que en estos meses incluiríamos reels y videos también. Se entregaron un mes antes para que Paloma pudiera enviarnos correcciones,

- - Email Marketing

Correos informativos y de publicidad para base de datos de Bestiario para promocionar la campaña.

- - Creación de Blog

Creación de diversos temas sobre moda sustentable con el fin de informar a los clientes sobre estos temas.

1.7 Valoración de productos, resultados e impactos

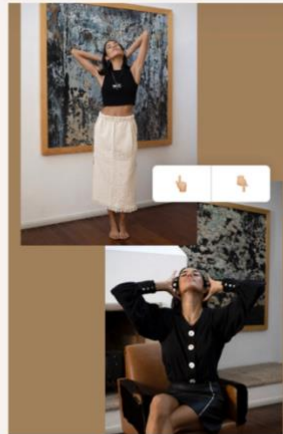
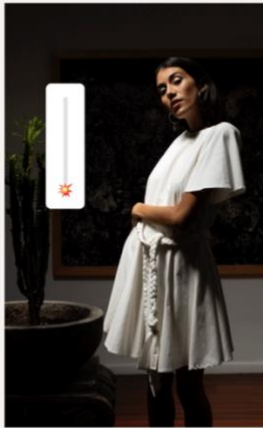
Este PAP tuvo seguimiento este periodo de otoño. Durante el verano creamos toda la estrategia de comunicación y la creación de 2 contenidos. Por lo que este periodo nos enfocamos en la creación de parrillas, publicar y enviar emails. Se pretende contemplar lo siguiente para medir el éxito de la estrategia.

- Aumento de tráfico en Instagram
- Aumento de Seguidores
- Éxito en Posts informativos
- Buena respuesta de Email Marketing

2. Productos

Propuestas nuevas para la comunicación:

Historias



Propuestas para historias_01

Reels/ Tik Tok

<https://www.tiktok.com/search/video?q=beneficios&t=1629311881206>

Cómo cuidar tus prendas

1. Lee las etiquetas
2. Trata de lavar a mano
3. Remoja con jabón
4. Saca al sol

https://www.tiktok.com/@tamara_gorro/video/6867217966044318981?is_from_webapp=v1&q=cambio%20de%20ropa&t=1629312312876

Nueva Colección

1. Vestida con prenda de colección anterior.
2. Lanza zapato y se cambia a nueva.



Propuestas para reels_02

Blog

Creación de Blog Mensual

Posibles Temas

- Busca tu estilo... viste moda sostenible
- Tóxicos textiles: ¿Son tus prendas de ropa seguras para tu salud?
- ¿Sabes cuáles son los beneficios de utilizar tejidos sostenibles?
- ¿Qué es el algodón orgánico? (u otro material utilizado por bestiaro)
- Motivos por los que NO participar en Black Friday

stearis

Propuestas temáticas blogs_03

Continuación de Email Marketing

- Enviar invitación a blog (o mandar e blog en formato de email)
- Creacion de promociones para enviar a base de datos

Propuestas para email marketing_04

Parrillas de publicaciones

DÍA	PILAR	TEMÁTICA	POST	COPY	TEMÁTICA	IG HISTORIA	TEMÁTICA	REEL	COPY	FECHA
LUNES										
MARTES										
MIÉRCOLES		Nueva colección	X	Corredor Occidental del Jaguar	Foto de nueva colección (usar barra)	X				01/09/21
JUEVES							Tour por el taller	X	Conoce nuestro taller	02/09/21
VIERNES		Foto colección	X	(EMOJI)	Fotos de la nueva colección (2 y 2) En la primera poner "Inspo"	X				03/09/21
SÁBADO										04/09/21
DOMINGO		Foto colección	X							05/09/21
LUNES		(foto tipo fungi)	x	Buen inicio de semana						06/09/21
MARTES							Fotos y videos de detrás de escenas	x	Detrás de escenas con la colección Jaguar	07/09/21
MIÉRCOLES		Foto nueva colección	x	Nombre prenda	Video: ¿Sabías que nuestra nueva colección está inspirada en los Jaguares? Si/No	x				08/09/21
JUEVES							Haciendo un Outfit con prendas (mujer arreglándose)	x		09/09/21
VIERNES					4 prendas de la colección con barra de interacción	x				10/09/21
SÁBADO										11/09/21
DOMINGO		Foto nueva colección	x	Nombre prenda						12/09/21
LUNES		Foto colección	x	Nombre de la prenda y material con el que está hecho y pintado	"mismo que el post en formato historia"	x				13/09/21
LUNES		Video de Coleccion sin texto		siempre inspirados por la naturaleza			Materiales Sostenibles en prendas utilizados en bestiaro	x	Es importante conocer de que materiales estan hechas nuestras prendas - que tipos de materiales realmente son sostenibles y no causan daño a nuestro medio ambiente	20/09/21

Parrilla publicaciones mes septiembre_05

Durante esta parrilla, algunas publicaciones Paloma se hacía cargo, es por eso por lo que está de diferentes colores, dependiendo de quién era la encargada de publicarlo.

Se propone Jueves de EMAIL y Martes de BLOG					
DIA	PILAR	TEMÁTICA	BLOG	EMAIL	FECHA
MIÉRCOLES					01/09/21
JUEVES					02/09/21
VIERNES		Bienvenida al mes de Septiembre			03/09/21
SÁBADO					04/09/21
DOMINGO					05/09/21
LUNES					06/09/21
MARTES	Informar/ educar	Moda Sostenible ¿Como identificarla?			07/09/21
MIÉRCOLES					08/09/21
JUEVES					09/09/21
VIERNES	Informar/ educar	Envío Gratis en Coleccion x Fonnor toda la siguiente semana			10/09/21
SÁBADO					11/09/21
DOMINGO					12/09/21
LUNES					13/09/21
MARTES	Informar/ educar	¿Que materiales debo evitar cuando voy a comprar ropa?			14/09/21
MIÉRCOLES					15/09/21
JUEVES	Informar/ educar	¿Que materiales debo evitar cuando voy a comprar ropa?			16/09/21
VIERNES					17/09/21
SÁBADO					18/09/21
DOMINGO					19/09/21
LUNES					20/09/21
MARTES	Informar/ educar				21/09/21
MIÉRCOLES					22/09/21
JUEVES	Vender	*Consultar con Paloma opcion de promociones*			23/09/21
VIERNES					24/09/21
SÁBADO					25/09/21
DOMINGO					26/09/21
LUNES					27/09/21
MARTES	Informar/ educar	¿Tus prendas de ropa seguras para tu salud??			28/09/21
MIÉRCOLES					29/09/21
JUEVES	Informar/ Educ	Hablar acerca de la colaboracion con Fonnor y los Jaguares			30/09/21
VIERNES					01/10/21
SÁBADO					02/10/21
DOMINGO					03/10/21

Parrilla blogs y email mes septiembre Paulina se encargo de crear, editar y publicar blogs_06

DIA	POST	TEMÁTICA	COPY	IG HISTORIA	TEMÁTICA	REEL	TEMÁTICA	COPY
LUNES 27			Mood de lunes	x	Foto taller (iniciando semana)			
MARTES 28	x	Colección	Nombre					
MIERCOLES 29								
JUEVES 30	x	Paisaje	Mentalmente ahí					
VIERNES 1				x	Fotos nueva colección (barra)			
SABADO 2	x	Colección	Nombre	x	Misma foto de colección			
DOMINGO 3								
LUNES 4	x	Propiedades tintoreas de la cúrcuma		x	Propiedades tintoreas de la cúrcuma			
MARTES 5				x	foto prenda			
MIERCOLES 6	X	Colección	Nombre					
JUEVES 7								
VIERNES 8								
SABADO 9								
DOMINGO 10								
LUNES 11	x	Moda sostenible ¿Cómo identificarla?	¿Sabías que para considerar moda sustentable debe contar con estos requisitos?	x	Moda sustentable			
MARTES 12	x	Fotos del taller	Nuestro hábitat					
MIERCOLES 13				x	Falda XOLO			
JUEVES 14								
VIERNES 15								
SABADO 16				x	Prenda con detalles (detalles)			
DOMINGO 17								
LUNES 18								
MARTES 19				X	BLOG			
MIERCOLES 20								
JUEVES 21	x	Moda ética y moda sustentable	Conoce las diferencias entre moda ética y sustentable					
VIERNES 22				x	Foto de vestido Ave			
SABADO 23								
DOMINGO 24								
LUNES 25								
MARTES 26				x	Foto de vestido Ave			

Parrilla mes de octubre _07

Para esta parrilla Verónica se hizo cargo del contenido de Instagram.

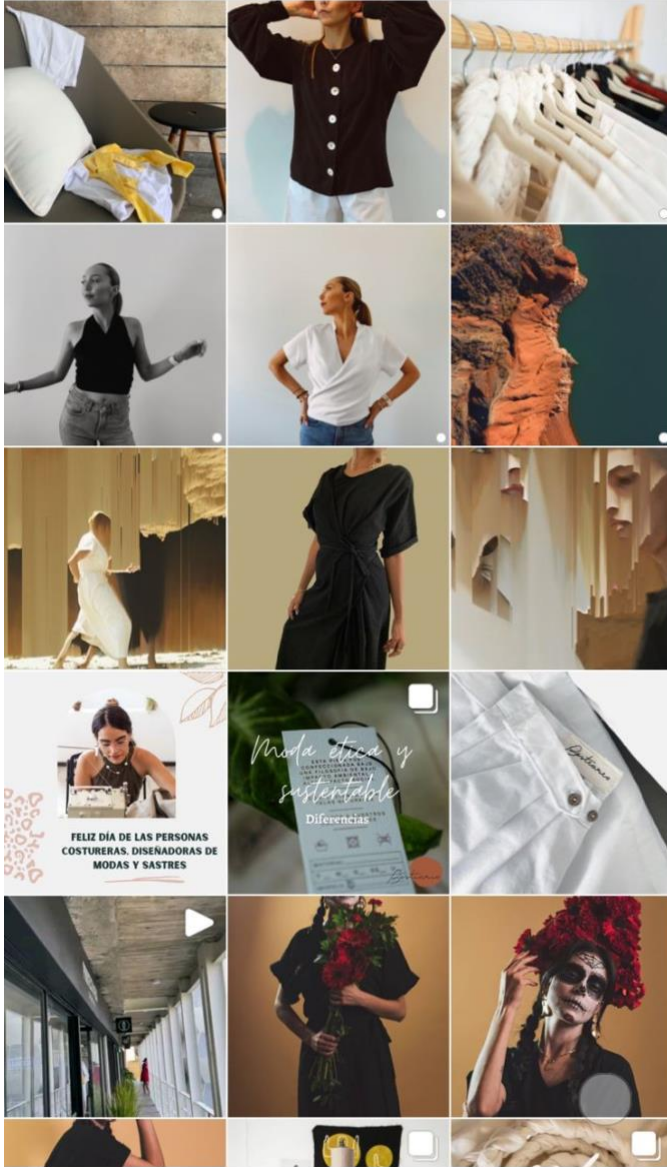
NOVIEMBRE								
LUNES 8	x	Paisaje	Rocoso marrón					
MARTES 9				x	Blog: de tintes naturales			
MIÉRCOLES 10	x	Blusa blanca	Blusa colita					
JUEVES 11				x	Pantalón Blanco	Style		
VIERNES 12						x	Top nuevo negro	
LUNES 15	x	Top negro	Halters					
MARTES 16				x	Blog: de arma tu closet sustentable			
MIÉRCOLES 17				x				
JUEVES 18	x	Colección nueva	Línea nueva					
VIERNES 19				x	Reel	x	Cambio de top	Outfits de viernes
LUNES 22				x	Taller nuevo			
MARTES 23				x	Blog: ¿Cómo logro hacer que mi estilo sea único?			
MIÉRCOLES 24	x	Blusa negra manga larga	nombre					
JUEVES 25				x	Top negro			
VIERNES 26						x	Cambio de outfits	Algunos looks Bestiario
LUNES 29	x	Iniciando						
MARTES 30				x	Blog: Aprende a jugar con las prendas			

Parrilla mes de noviembre_08

19:24



@bestiario.mx



Mockup Instagram_09



Fotos tomadas por Verónica_10



Fotos tomadas por Verónica_11

Moda Sostenible ¿Cómo Identificarla?

by Paloma Patlan October 1, 2021

Es importante estar informados al momento de elegir nuestras prendas. Pues a veces se puede caer en la desinformación al momento de decisión de compra. Es por eso que queremos apoyarte con información respecto al tema.

Para que una marca sea sostenible debe cumplir con estos los requisitos:

- Que usen **textiles orgánicos o reciclados**, ya sean de stock recuperado o **upcycling** de prendas.
- Que las prendas sean teñidas con **pigmentos naturales, libres de químicos**.
- Que tengan **control de los procesos** involucrados a la hora de la confección, reduciendo el consumo de agua y recursos naturales.
- Que su **producción sea local**, reduciendo la logística y transportes para disminuir las emisiones de CO2.
- Que las **condiciones de trabajo sean éticas y responsables** en cada etapa de la cadena de valor.

Blog #1 Moda Sostenible ¿Cómo Identificarla?_11

Diferencia entre Moda Ética y Moda sustentable

by Paloma Patlan October 11, 2021



> Existe una diferencia entre la Moda Ética y la Moda sustentable y aunque puedan sonar similares realmente la información es diferente, reconociendo...

Blog #2 Diferencia Entre Moda Etica y Moda Sustentable_12

Influencers de moda ética inspiran a tener un closet más consciente

by Paloma Patlan November 8, 2021



¡Hola! ¿En qué te podemos apoyar?

En el mundo de la moda tradicional, existen personas que sirven como inspiración o guías. ¿Pero qué hay del mundo de la moda sostenible? Pero se ha

Blog #3 Influencers de moda etica, inspiran a tener un closet mas consciente_13

Envió Nacional en Colección Corredor Occidental del Jaguar Inbox x



Bestiario hola@bestiario.shop via bf02.hubspotfree.net
to me ▾

Tue, Oct 26, 9:24 AM ☆ ↶ ⋮

Spanish ▾ > English ▾ [Translate message](#)

[Turn off for: Spanish](#) x



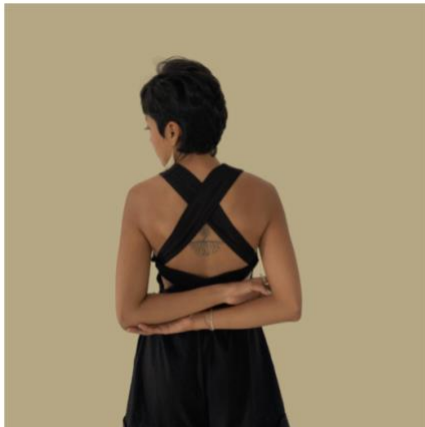
Email Marketing de Envío Gratuito Nacional en Colección Corredor Occidental del Jaguar_14

¡Envió gratis nacional el resto de octubre!

Una serie de piezas textiles inspiradas en este mítico animal como ser natural, simbólico y cultural. Por su importancia para la biodiversidad en México: sus huellas aseguran nuestro futuro.

El 10% de tu compra ayuda a seguir cuidando del jaguar que habita en el Corredor Occidental de México, buscando el equilibrio entre comunidades y el ecosistema para evitar su caza y el tráfico ilegal.

Shop now



Mono Hábitat



Pantalón Panthera Onca

Segunda parte de Email#2_15

Los tintes naturales : una de las mejores opciones para el planeta

by Paloma Patlan

¿Por qué los colorantes sintéticos son tóxicos para las personas y el planeta?

Los tintes sintéticos son tintes que están hechos de combustibles fósiles, como carbón o petróleo. Muchos de ellos pueden contener sustancias químicas extremadamente tóxicas y metales pesados como cromo, mercurio y plomo.

Los tintes sintéticos se utilizan debido a su amplia gama de opciones de colores y su capacidad para retener esos colores durante muchos años. También son mucho más baratos que los tintes naturales y se pueden usar en varios tipos de telas diferentes.

Pero estos colores tienen un costo real.



La forma en la que en muchas ocasiones las fábricas se deshacen de estas aguas residuales, es a través del arrojado en ríos y lagos cercanos. Esto se debe a que la eliminación de aguas residuales por lo general no están reguladas o controladas y las grandes marcas y/o propietarios de fábricas no tienen que asumir la responsabilidad de los efectos de sus acciones.



Blog #4 Los tintes naturales : una de las mejores opciones para el planeta_16

¿Cómo logro hacer que mi estilo sea único?

by Paloma Patlan November 28, 2021



En este espacio queremos contarte algunas de las prácticas sustentables en la industria de la moda, y ¿por qué no? inspirar. Encontrar el estilo propio puede ser difícil pues vivimos en un mundo donde tenemos tanta información, imágenes, celebridades, influencers a la mano que puede llegar a ser confuso y abrumador. Lo importante siempre es usar lo que te haga sentir más libre, feliz y **TÚ**. Tu estilo es único, y siempre un reflejo de lo que somos por esencia.

Algo que nos inspira en Bestiario es la naturaleza, esa ha sido parte fundamental de la creación de nuestras prendas. Los animales, las plantas y los colores de la tierra.

¿Qué te inspira a ti?



Logrando identificar tu inspiración puede nacer una paleta de colores para tus prendas. Catalogar tu estilo puede llegar a ser limitante, es por eso que también es importante no encerrar tu estilo en una sola categoría.



Blog #5¿ Como logro hacer que mi estilo sea unico?_16

Es muy importante también identificar tus actividades diarias para que te sientas cómoda, encontrando el balance con piezas que te hagan sentir cómoda durante el día y en tus compromisos o actividades diarias.

De la mano de nuestro blog **Arma tú closet sustentable** es importante identificar qué prendas son las que realmente utilizas y cuáles simplemente están tomando espacio en tu closet.

Las limpias de closet pueden darle una segunda vida a tus prendas y ser de utilidad para otras personas, en bazares, thrift shops o haciendo intercambios de ropa entre amigas o amigos.

Nunca te compares, pues lo que a ti te haga sentir bien en tu esencia, este es el estilo indicado para ti.

Blog #5 Pt.2 ¿ Como logro hacer que mi estilo sea unico?_17

Empezar no es fácil, pero es el primer paso. Queremos compartir contigo algunos tips para comenzar a tener un closet más sustentable, con el paso del tiempo y poco a poco llegarás a tener un closet mucho más amigable con el medio ambiente y sin perder tu estilo.

Tip #1 : **ADIOS FAST FASHION, HOLA CALIDAD**

No tenemos por qué repetirlo una vez más , pero no está demás. El fast fashion es una de las industrias más contaminantes ,¿Apoco no crees que lanzar aproximadamente una temporada por semana es una locura? Comprar en marcas sustentables puede ser tal vez más costoso pero estás comprando calidad y asegurando que tú prenda estará en tú closet por bastante tiempo.



>



Blog #6Arma tu closet sustentable_18

Tip #2 Conoce y estudia tú closet : **Compra prendas atemporales, básicos y ropa que sabes que podrás utilizar por los siguientes años**

Una práctica muy importante es conocer qué tienes, a veces tener tantas prendas puede ser abrumador y realmente no resultar a nuestro favor pues no sabemos qué tenemos y por ende terminamos utilizando lo mismo sin aprovechar el máximo uso a nuestra ropa.

Entendemos que caer en las redes de los famosos "trends" puede ser tentador. Pero te invitamos a cuestionarte cada qué compras algo ¿realmente te gusta o solo lo compras porque está de "moda"?

Tip #3: **Checa los materiales de tus prendas antes de comprar y conoce un poco más de la historia de las marcas que compras.**

Como en la alimentación, a veces podemos creer que estamos comprando algo pero ¿realmente sabemos de qué están hechos? Checa bien los materiales de tus prendas e investiga un poco de qué están hechas. No es solo los materiales sino también ¿Quién hace mis prendas? ¿Son producidas en condiciones favorables para la integridad de las personas? ¿Les pagan un salario justo?

Todo esto hace la diferencia una compra a la vez.

Blog #6 Pt.2 Arma tu closet sustentable_19



Últimos 90 días ▾

30 ago. - 27 nov.

Resumen de las estadísticas

Llegaste a un **+90,6%** más de cuentas en comparación con 1 jun. - 29 ago.

Cuentas alcanzadas	46,5 mil +90,6%	>
Cuentas que interactuaron	896 +169%	>
Total de seguidores	3.066 +8,9%	>

Resultados de estadísticas instagram Agosto-27 de noviembre_20

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Verónica Amaya

Primero que nada me encantó poder continuar en este PAP nuevamente por un periodo más largo en que pude aprovecharlo más. Es muy diferente salir de nuestra zona de estudios para poner en práctica cosas aprendidas dentro del Iteso en la vida real o donde realmente habrá un impacto.

El trabajo con Paloma Patlán fue distinto. Desde el verano pasado nos dio mucha libertad a la hora de proponer ideas para la marca, y la manera en que se podía trabajar. Las decisiones más importantes que tomé fue el que yo podía jugar con mi creatividad para poder generar ideas para los contenidos, confiaba mucho en los contenidos que subía, tenía libertad de escoger fotografías e incluso me prestaron ropa para yo poder crear propio contenido, sus consecuencias fueron buenas ya que a Paloma le gustaban.

Dentro de este PAP se vieron reflejados varios valores éticos, como el trabajo en equipo, ya que todo lo realicé con ayuda de Paulina González, el respeto, tanto para Paulina y Paloma dentro de nuestras ideas y creatividad. La confianza que Paloma nos tuvo en todo momento, para compartirnos las cuentas de Bestiario y prestarnos ropa para la toma de fotos. El profesionalismo es algo que marcó también porque todas nuestras ideas se iban a ver reflejadas ante la marca de Bestiario.

Después de haber tomado este PAP completo me invita a ejercer mis conocimientos de marketing digital dentro de empresas y también seguir aprendiendo y creciendo en esa rama, más que actualmente todas las empresas necesitan marketing digital para darse a conocer. También después de esto aprendí mucho sobre la moda sustentable, por lo que yo he tenido cambios en mi manera de consumo en la ropa y me gustaría poder seguir aprendiendo de esto.

Paulina González

Creo que continuar este PAP fue la decisión correcta, en el verano tuvimos el tiempo muy limitado y creo que fue solo una probadita de lo tanto que podíamos lograr. El PAP ha sido una plataforma para poder poner en práctica los aprendizajes que lleve a cabo durante toda la carrera. Que se resuman y culminen en el PAP para mí fue muy grato.

La forma de trabajo fue muy similar a el formato que utilizamos en verano, Paloma Vero y yo siempre en sintonia y apoyandonos mutuamente. Veronica Amaya y yo tuvimos la libertad de poder proponer, trabajar y llevar acabo la estrategia. Creo que estar en el verano fue fundamental para poder enternos en nuestra forma de trabajo y ahora si poder evitar errore de principiantes. Creo que Paloma siempre nos ha tenido mucha confianza, y este semestre pudimos hacer mas cosas y hubo mas ideas que se pudieron llevar acabo.

Este PAP para mi ha sido muy ameno y de mucho aprendizaje, creo que cambio mi perspectiva de la moda, de el trabajo en equipo y una parte de mi tamnbien cambio. Mis habilidades las he puesto aprueba pero sobre todo eh descubierto partes de mi que no sabia que existian y que de ahora en adelante puedo desarollar para poder ser una profesionista existosa.

3.2 Aprendizajes logrados

Verónica Amaya

Dentro del PAP el mayor reto que tuve fue con la manera en la que Paloma Patlán trabaja, porque estaba acostumbrada siempre a seguir órdenes o instrucciones de lo que tengo que hacer y aquí Paloma nos dio toda la libertad de explotar nuestra creatividad y acomodar nuestros tiempos para entregas de trabajos. Nadie me decía si estaba bien o mal mi trabajo, tenía que confiar en mi para mi contenido. Esto al principio fue difícil porque no sabía qué hacer exactamente o si le iba a gustar.

Paulina González

Mi mayor aprendizaje este PAP fue el trabajo en equipo, creo que a veces puedo ser un poco controladora y aquí aprendí que estar en sintonía con tu equipo es la clave para que las cosas puedan llevarse acabo de manera correcta. También creo que el manejo de tiempo ha sido lo que mas me ha costado trabajo, pero de las cosas que mas he aprendido a poder llevar acabo. Siempre he sido muy desorganizada con el tiempo, pero la profesionalidad de PAP me ha llevado a poder desarrollar esta habilidad que se que es muy importante al momento de trabajar.

3.3.1 Aprendizajes profesionales

Verónica Amaya

o ¿Cuáles fueron las competencias desarrolladas, tanto las genéricas como las propias de la profesión?

Las competencias más importantes que desarrollé dentro del PAP fueron la iniciativa y autonomía ya que como mencioné en el apartado anterior Paloma nos dio mucha libertad para tomar decisiones. El de trabajo en equipo porque todo el tiempo estuvimos de la mano Paulina y yo para cualquier idea.

o ¿Cuáles fueron las competencias profesionales de mi carrera desarrolladas en este PAP?

La habilidad de comunicación se desarrolló mucho ya que todo el tiempo con Paulina era estar comunicándonos para compartir ideas y para luego mostrarlas a Paloma. Fue más complicado por el hecho de que nunca nos conocimos en persona y todo era comunicarnos de manera virtual.

o ¿Cuáles fueron mis aprendizajes más importantes sobre el contexto sociopolítico y económico y la problemática del campo profesional?

Creo que lo que más me llevo es que dentro de este PAP era crear contenido que eduque a los mexicanos, ya que tenemos una cultura sobre el fast fashion muy fuerte y la gente no se informa bien del impacto que tiene. Por lo que era poner en marcha ideas que engancharan a la gente para poder tener su atención.

o ¿Cuáles fueron mis saberes profesionales puestos a prueba?

Toda la parte de mercadotecnia digital, investigación de la audiencia y de la competencia. Entender a nuestro mercado para poder darles lo que piden. La creación de estrategias de comunicación.

o ¿Qué aprendí para mi proyecto de vida profesional? (Que me deja de aprendizaje esta PAP, para mi vida profesional)

Lo que más me deja esto es el explotar mi creatividad y mi habilidad para comunicar, confiar en mi trabajo y poder ponerlo en práctica. Siempre estamos acostumbrados a que un maestro nos diga si está bien o mal y en la vida real la experiencia te lo va diciendo.

Paulina González

o ¿Cuáles fueron las competencias desarrolladas, tanto las genéricas como las propias de la profesión?

Creo que las competencias que se desarrollaron fueron como la independencia y la autonomía, la seguridad que se requiere para poder confiar en el trabajo que estas haciendo. A veces no es facil tanta libertad pues uno se acostumbra a que le digan que hacer. Pero hacer las cosas con libertad creativa creo que abre otro panomarama

completamente diferente que para mi ha sido muy grato para trabajar de esta manera y al mismo tiempo retador. Otra cosa que he desarrollado es el de redaccion y ortografia pues creo que ese puede ser mi talon de aquiles ya que yo estudie toda mi vida en Estados Unidos y realmente nunca lleve español como materia creo que con el tiempo he ido aprendiendo esta habilidad y conocimiento.

o ¿Cuáles fueron las competencias profesionales de mi carrera desarrolladas en este PAP?

El poner una estrategia en pie, creo que ha sido muy retador pero divertido a la vez. El saber que ya estas trabajando con una marca de verdad no es ficticia o solo un trabajo en equipo. La mercadotecnia digital tambien ha sido algo que creo que no se vio mucho en las materias pero es fundamental y aquí en el PAP lo hemos estado desarrollando.

o ¿Cuáles fueron mis aprendizajes más importantes sobre el contexto sociopolítico y económico y la problemática del campo profesional?

Creo que ver que el trabajo de mercadotecnia no es remunerado como deberia de ser. En la investigacion del entorno me sorprendieron los datos que se ven presentes en esa investigación, los salarios, la bolsa de trabajo creo que a comparacion de otras carreras mercadotecnia es una carrera poco valorada, y en mi opinion la base y razon del éxito de una empresa.

o ¿Cuáles fueron mis saberes profesionales puestos a prueba?

Poner una estrategia de comunicación a andar. Creo que una cosa es saber lo teorico pero el mundo real es muy diferente y no es lo que uno piensa o a veces no sabes como empezar. Creo que como comentaba anteriormente tambien mi habilidad de redaccion y ortografia ya que es una habilidad basica de cualquier profesional pero creo que aveces me puede fallar.

o ¿Qué aprendí para mi proyecto de vida profesional? (Que me deja de aprendizaje esta PAP, para mi vida profesional)

Que me gustaria ser mi propio jefe. La verdad trabajar para alguien es un gran aprendizaje, pero mi personalidad da para dirigir y no ser dirigida. Claro que estoy conciente que necesito tener esta experiencia de ser dirigida y es un aprendizaje. Tambien el manejo de tiempo, ser profesional, ponerle mas atencion al detalle, y entregar un trabajo de calidad. Creo que la habilidad para poder trabajar con otras personas, entender su forma de ser para poder tener un espacio de trabajo ameno y que no haya problemas o tensión entre los compañeros de trabajo.

3.3.2 Aprendizajes Sociales

Vero Amaya

- o ¿Qué impactos sociales pude evidenciar de la aplicación profesional realizada?
El hecho de colaborar dentro de una marca que lo busca es el cambio social, crear contenido y publicarlo tanto para educar a los consumidores como dar a conocer la marca. Crear cambios en la vida de las personas que son seguidores de Bestiario.
- o ¿Cómo impacta a la sociedad lo que hago desde mi práctica profesional?
En la cultura de una vida más saludable y ecológica, mostrando interés en la parte sustentable, invitándolos a consumir ropa hecha de materiales naturales y dejar un poco el fast fashion. Llevar una vida sustentable.
- o ¿En qué forma beneficia o ayuda lo que yo hago en mi práctica profesional a las cuentas o clientes de la Agencia o Empresa de Mercadotecnia y orientado a la calidad de la vida social?
Junto con la estrategia que se creó durante el verano, dar a conocer su marca, conectar con su público, educar y conscientizar a sus seguidores a comprar ropa sustentable. Aumentar la cantidad de seguidores, visitas, interacciones y compras.

Paulina González

- ¿Qué impactos sociales pude evidenciar de la aplicación profesional realizada?

Creo que la moda sustentable es un tema un poco nuevo en México, no tan hablado y por ende yo no estaba informada de lo que era y como afectaba al medio ambiente. Durante el PAP fui haciendo investigaciones para el blog y creo que fue uno de mis mayores aprendizajes, mientras yo buscaba educar a otros sobre el tema, creo que me lleve un aprendizaje muy grande que fue el de ser conciente al momento de comprar prendas y ahora siempre que estoy en tiendas creo que traigo el pensamiento sustentable y poco a poco en mis practicas diarias lo veo reflejado.

- ¿Cómo impacta a la sociedad lo que hago desde mi práctica profesional?

Creo que el educar siempre va. Aser una aportacion a la sociedad muy valiosa, hay veces que la sociedad actua de una forma por que no saben. Y el educar e informar acerca de la moda sustentable para mi fue una aportacion muy valiosa pues como comentaba yo aprendi tambien.

Y esto no se acaba aquí, me veo siempre en la necesidad de explicarles a los que me rodean acerca de estos temas y de su importancia. Creo que eso es la aportación mas importante.

- ¿En qué forma beneficia o ayuda lo que yo hago en mi práctica profesional a las cuentas o clientes de la Agencia o Empresa de Mercadotecnia y orientado a la calidad de la vida social?

Ayudar a bestiario ha sido muy grato para mi ya que es una marca pequeña que lleva relativamente poco tiempo en el mercado, y el poder ayudar a una marca que no tiene tantos recursos a comparacion de una marca grande transnacional es para mi muy grato. Creo que tambien el apoyar una marca que apoya a una causa social como para el medio ambiente pero tambien sus colecciones que parte de sus ganancias van para ciertos animales dependiendo de la colección.

- ¿A qué grupos sociales benefició el proyecto de mi práctica profesional?

En este caso fue para esta pequeña empresa que está en el mercado apenas hace dos años y requiere de una estrategia de comunicación para poder darse a conocer con su mercado.

- ¿Mis servicios profesionales ayudaron a grupos que no disponen de recursos para generar bienes sociales?

No creo que tal cual no disponer de recursos, pero sí ayudaron a una causay generar un bien social.

- ¿Mis servicios profesionales contribuyeron para mejorar la economía del país?

Sí, ya que todo el contenido creado fue para dar a conocer la marca, subir ventas y esto implica un crecimiento económico para el país aunque sea mínima por ser una marca local 100% mexicana.

- ¿Los saberes aplicados que hicieron posible la aportación social, son transferibles a otras situaciones y por qué?

Sí debido a que esta marca busca un cambio social, se puede transferir por ser tema de educación que se va aprendiendo poco a poco hasta generar un cambio grande.

- ¿Cómo se puede dar seguimiento a la aportación social de este proyecto para que se conserve y amplíe a lo largo del tiempo su beneficio social?

Con toda la estrategia que se hizo la marca seguirá creciendo, las publicaciones tengan mayores vistas e interacción, la educación y la cultura sobre la sustentabilidad irá creciendo haciendo conciencia en las personas.

- ¿Qué visión del mundo social tengo ahora? ¿Cambiaron mis supuestos sobre la realidad?).

Actualmente que los medio digitales son muy grandes y la mayoría de las personas tiene acceso a ellas, me dio cuenta que mucha gente es la que está interesada en este cambio social y se puede ir pasando de boca en boca o invitándolos a consumir y tener una cultura más sustentable.

3.3.3 Aprendizajes Personales

Paulina Gonzalez : Este proyecto PAP me aportó variedad de cosas. Primero que nada en cómo era yo antes de esto, estaba acostumbrada a tener un jefe, horarios de trabajo, que me digan exactamente qué hacer, preguntar todo para que quede bien y ahora me doy cuenta de la capacidad que tengo para tomar decisiones fuertes en una empresa, a explotar mi creatividad y la mayoría de las veces son buenas ideas y las que no, se pueden mejorar. El hecho de tener yo el control también de la cuenta de la marca me dio mucho poder e independencia en mi persona que no pensé que podía.

Sentir esa libertad con la que Paloma nos permitió trabajar es impresionante, creo que más que nada se necesita compromiso de cumplir con lo solicitado, respeto y honestidad también ya que Paloma en todo momento confió en Paulina y en mí para lo que planeábamos o las ideas que teníamos.

El colaborar con otras personas también fue todo un reto y más en estos tiempos en que nunca conocí a mi compañera con la que colaboré, pero tuve la oportunidad de trabajar con ella desde el verano pasado, lo que facilitó mucho, ya que nos conocimos mejor y nos entendimos en las tareas y responsabilidades.

Lo que más me gustó de este proyecto fue la parte de educar e informar a la audiencia, empezando por conceptos básicos, el qué es la sustentabilidad, por qué comprar este tipo de ropa, los materiales, por qué hacerlo, tomar las fotos para las publicaciones fue un reto también pero me gustó mucho.

4. Conclusiones

Paulina Gonzalez

El PAP fue todo una experiencia muy gratificante para mí, la verdad creo que fue un crecimiento profesional para mí pero también personal. A veces los aprendizajes laborales más grandes son internos y siento que así fue. Desarrolle una paciencia que pensé que no tenía al momento de trabajar con un jefe que pide fechas límites o algún trabajo específico. Aprendí a manejar mi frustración y hubo días difíciles pero creo que estas habilidades ya las tengo bien identificadas para poder trabajar adecuadamente en cualquier empresa, pues la inteligencia emocional es muy importante y una gran parte de tu vida laboral. Creo que me siento muy orgullosa de mí por lograr terminar mi PAP y poner en práctica mi conocimiento teórico de toda mi carrera. Creo que fue muy difícil vivir el mundo laboral ya en carne propia, pues la escuela nos enseña y tenemos más margen de error pero aquí cualquier error puede verse reflejado en la empresa. Aunque no fue el caso creo que es lo que más tomé de esto. El mundo laboral no es fácil pero es muy gratificante. Creo que también la ayuda de Martha en todo este proceso fue esencial para poder llevar a cabo los dos PAP's y también culminarlos de una manera exitosa. Creo que Paloma siempre fue una jefa muy comprensiva y abierta a nuestras ideas lo cual me pareció muy ameno

trabajar con ella. Me quedo muy contenta y satisfecha con mi trabajo en este PAP, y el conocimiento que me llevo acerca de la Moda sustentable es una de las cosas que mas me llevo conmigo.

Vero Amaya

Este proyecto PAP me aportó variedad de cosas. Primero que nada me gustó mucho haber tenido la oportunidad de trabajar desde el veranos pasado, por lo que pude ver mucho más los resultados. Al inicio estaba acostumbrada a seguir órdenes, a que me digan exactamente qué hacer, preguntar todo para que quede bien y ahora me doy cuenta de la capacidad que tengo para tomar decisiones fuertes en una empresa, a explotar mi creatividad y la mayoría de las veces son buenas ideas y las que no, se pueden mejorar.

Sentir esa libertad con la que Paloma nos permitió trabajar es impresionante, creo que más que nada se necesita compromiso de cumplir con lo solicitado, respeto y honestidad también ya que Paloma en todo momento confió en Paulina y en mí para lo que planeábamos o las ideas que teníamos.

El colaborar con otras personas también fue todo un reto y la oportunidad de conocerlos en persona por la situación actual. Escuchar sus ideas, crear nuevas juntando las de ambas.

Lo que más me gustó de este proyecto fue la parte de educar e informar a la audiencia, empezando por conceptos básicos, el qué es la sustentabilidad, por qué comprar este tipo de ropa, los materiales etc que a la larga se logra un cambio impresionante.

Trabajar en el PAP fue algo más fuerte porque no es un proyecto para alguna materia que el maestro nos puede corregir y ya. Si no que lo aprendido se vio reflejado en la vida real, nuestros conocimientos y trabajo hicieron un cambio, sobre todo en mi persona. Espero haber llegado a muchas personas con un cambio de vida sustentable como yo lo he hecho.

a) Una síntesis que proporcione una apreciación global de lo ya escrito en relación a los objetivos y logros; así como de las mejoras que se tienen que hacer a este proyecto; aspectos que surgieron y no se pudieron resolver y quedan pendientes para que sean contemplados por la organización, y/o por la siguiente etapa del Proyecto de Aplicación Profesional.

b) A nivel Personal, como conclusión, qué me deja esta experiencia de PAP? se desarrollaron habilidades o destrezas nuevas?,Cuál es mi nivel de satisfacción de ser parte de este PAP? aprendí a lidiar con situaciones o lineamientos a los que no estaba acostumbrado? Etc.,,

5. Bibliografía

Capítulo 2. (s.f.). Marco teórico.

Lima, L. G. (2021). Nocnok. Obtenido de <https://www.nocnok.com/blog-inmobiliario/tendencias-inmobiliarias-mexico-2021>

Cortez, M. (2016). Merca 2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/historia-la-mercadotecnia/>

Factoria, L. (2020). La Factoria Creativa. Obtenido de <https://www.lafactoriacreativa.com/blog/agencia-de-publicidad/marketing-ps-evolucion/>

Fomperosa, M. R. (2021). *Fast Fashion: Lo que le hace al medio ambiente que cambies de ropa con cada tendencia.* R.S.V.P.

García, E. (2016). Slide Share. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ElizabethGarcia9/enfoques-del-marketing-65589360>

Giraldo, V. (2019). R. Content. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercadotecnia/>

6. Anexos

Se pegarán todas las bitácoras como “Anexo de Bitácoras” y se incluye toda la bibliografía consultada para este reporte.

Bitacoras Paulina Gonzalez y Vero Amaya

Semana 16 de Agosto – 20 de Agosto

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Junta con Paloma para platicar acerca de los nuevos objetivos para este semestre, aciertos y fallas del PAP en verano para poder organizarnos.	N.A	N.A
Martes	Mi compañera y yo empezamos a ver nuevas estrategias para proponerle a Paloma. Con nuevas ideas.	N.A	N.A
Miércoles	Se continuo con lluvia de ideas y junta con mi compañera vía Zoom.	N.A	N.A
Jueves	Junta con paloma y Vero para proponerle a Paloma las nuevas estrategias sugeridas, se concluyo con comenzar la parrilla.	Estrategias Lluvia de Ideas	Se propuso hacer una parrilla para Septiembre para redes sociales, email marketing y blog de bestiarío.
Viernes	Nos juntamos Vero y yo para empezar a organizar la parrilla, pero sobre todo para empezar a ver que contenido se iba a compartir en septiembre.	N.A	N.A

Semana 22 de Agosto – 27 Agosto

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Junta en zoom con Veronica y Paloma para comenzar a ver contenido sugerido y empezar parrilla. Se delegaron tareas y también se vieron temas y temáticas para las redes sociales y los correos.	Se empezó la parrilla del mes de septiembre.	N.a
Martes	Se trabajo individualmente. Me toco empezar la creación de contenido para Instagram. Donde se empezó a recolectar algunas imágenes y videos proporcionados por Paloma	N.a	N.a
Miércoles	Junta con Paloma para proponer parrilla.	Parrilla	Se observaron algunos ajustes por parte de Paloma que se tienen que corregir.
Jueves	Se hizo ajustes de parrilla con mi compañera para empezar a crear el contenido para el mes de septiembre.	N.a	N.a
Viernes	Se trabajo individualmente en tareas delegadas. Continue con mi parte de la parrilla que fue crear el primer post y el primer reel.	N.a	N.a

Semana 30 de Agosto – 3 de Septiembre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Se adelanto para algunos posts de la semana para redes sociales.	N.a	N.a
Martes	Se hizo el primer post de la semana y se empezó a trabajar en recolectar información para los correos que se empezaran a mandar.	Primer Post en Redes Sociales.	N.a
Miércoles	Junta con Vero para poder trabajar en conjunto. Se creo el primer reel	N.a	N.a
Jueves	.Junta con Paloma para repasar algunas cosas importantes y poder establecer algunas cosas del email marketing.	N.a	N.a
Viernes	Se publico el primer reel. Se trabajo individualmente	Se publico el primer reel.	N.a

Semana 6 de Septiembre a 11 de septiembre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Se continuo con la creación del contenido individualmente.	N.a	N.a
Martes	Se estuvo en contacto con Paloma via whatsapp para compartir un poco de los avances.	Avances de Reels, Posts, Email Marketing	Algunas observaciones de parte de paloma por mejorar.
Miércoles	Se trabajo individualmente para investigar temas para el blog y marketing.	N.a	N.a
Jueves	Junta con Paloma via Google meets donde se platicaron y se trabajo. Se delegaron las tareas. .	N.a	N.a
Viernes	Se trabajo en tareas delegadas	N.a	N.a

Semana 13 de Septiembre – 17 de Septiembre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Se comenzó la recopilación de datos para email marketing, blog y feed de Instagram. Trabajo individual.	N.A	N.A
Martes	Junta con mi compañera para ver temas generales y ver como va todo en cuestión de tareas delegadas. Publicación de Historias.	Publicaciones en redes sociales.	N.A
Miércoles	Publicación de Post. Interacción con comunidad, contestar comentarios y DMS de la cuenta.	Publicaciones en redes sociales.	N.A
Jueves	Junta con paloma para ver pendientes de la semana.	N.a	N.a
Viernes	Se comenzó con creación de blogs. Trabajo Individual.	Publicacion en Instagram de Historias.	N.A

Semana 20 de Septiembre – 24 de Septiembre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Se comenzó a crear parrilla del mes de octubre. En un Excel de google drive donde están las 3 integrantes.	N.a	N.a
Martes	Junta con Vero para platicar un poco de la estrategia del mes de octubre, se trabajo en conjunto la parrilla.	Publicacion de Stories en Instagram.	Se delegaron algunas tareas de la parrilla.
Miércoles	Se termino parrilla últimos detalles, Parrilla de Instagram al igual que de Correos, y Blogs. comencé 2 blogs. (Recopilación de datos, resumir buscar imágenes.) (Paloma checo la parrilla)	Publicacion de Posts en Instagram.	Se observaron algunos ajustes por parte de Paloma que se tienen que corregir.
Jueves	Junta con Paloma para repasar parrilla donde pudimos ver que quitar y que agregar. .	La propuesta de Parrilla.	Paloma autorizo ciertas cosas y dejo a corregir algunas cosas de la parrilla. Correccion de blogs.
Viernes	Se trabajo individualmente en lo delegado de la junta. Yo empecé a trabajar en la creación de blogs. Y se agregaron nuevos temas de blogs.	Publicacion de Posts en Instagram.	N.a

Semana 11 de octubre – 15 de octubre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Se publicó en Instagram y blog sobre moda sostenible.	Post y blog en pág. web	N.A
Martes	Junta con mi compañera para copys de post del taller.	Publicaciones en redes sociales.	N.A
Miércoles	Publicación de historia	Publicaciones en redes sociales.	N.A
Jueves	Vimos pendientes con Paloma por whatsapp	N.a	N.a
Viernes	Se publicó blog y se envió parrilla de blogs y parrilla de post de Instagram. Sábado: Creación reel	Publicación en pág. Web	N.A

Semana 18 de octubre – 22 de octubre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Post de moda sustentable y se envió mail.	Publicaciones y mail.	N.a
Martes	Historia del nuevo blog publicado.	Publicación	Modificaciones
Miércoles	Cambios en parrilla	Drive	Cambios por tiempos.
Jueves	Post de moda ética	Post	Paloma nos pidió modificar casi toda la publicación.
Viernes	Se trabajó en blogs e historias	Revisión blogs	N.a

Semana 25 de octubre – de Octubre 29

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	N.a	N.a	N.a
Martes	Correcciones en el correo	Correo	N.a
Miércoles	Posts	Publicaciones	N.a
Jueves	Se tomaron fotos de las prendas.	Fotos nuevas	N.a
Viernes	Reels nuevos	Entrega reels y comentarios	N.a

Semana del 1 de noviembre – 5 noviembre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Paloma checó las fotos	Fotos	N.a
Martes	Entrega parrilla de blogs noviembre	Parrilla	Modificaciones
Miércoles	N.a	N.a	N.a
Jueves	Entrega primer blog.	Blog.	N.a
Viernes		Parrilla.	Ajustes

	Entrega parrilla post noviembre		
--	---------------------------------	--	--

Semana 27 de septiembre – 1 de Octubre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	Se continuo recopilando fotos, videos, contenido y organizando la parrilla.	Publicación de Posts en Instagram.	N.a
Martes	Junta con Vero para terminar la parrilla.	Publicación de Reels en Instagram.	N.a
Miércoles	Se trabajo individualmente en tareas delegadas.	Publicación de Stories en Instagram.	N.a
Jueves	Junta con Paloma y Vero para continuar con revisión y repasar detalles generales del mes de octubre.	Publicación de Posts en Instagram. Parrilla Final Completada.	N.a
Viernes	Tuve junta con paloma para que me enseñara como publicar los posts y tener acceso a base de datos de clientes para comenzar plan de email marketing.	Publicación de primer blog. Publicación de Stories en Instagram.	N.a

Semana 4 – 8 de Octubre

Día	Actividad	Entregables	Observaciones/ Riesgos / Atrasos/
Lunes	<p>Se creo historia para promocionar blogs(diseño y ejecución)</p> <p>Se empezó con creación de contenido para historias y posts de acuerdo a la parrilla.</p>	<p>Publicación de Story para promocionar Blog.</p> <p>Publicación de Posts en Instagram.</p>	N.a
Martes	<p>Junta con Vero para revisar pendientes y crear contenido.</p>	<p>Publicación de Posts en Instagram.</p>	
Miércoles	<p>Se trabajo individualmente en creación de contenido (fotos, historias, blogs)</p>	<p>Publicación de Posts en Instagram.</p>	N.a
Jueves	<p>Junta con Paloma para organizar la creación de contenido, repaso de pendientes generales.</p>	<p>Publicación de Posts en Instagram.</p>	N.a
Viernes	<p>Visita a Proyecto Mexa para crear contenido con las piezas que están en la tienda. Se crearon videos e imágenes para el uso de redes sociales.</p>	<p>Publicación de Blog en pagina web.</p>	N.a

