

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

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología  
ECONOMÍA SOLIDARIA Y TRABAJO DIGNO**

**PAP PROGRAMA DESARROLLO DE ESTRATEGIAS COMERCIALES  
NACIONALES E INTERNACIONALES**



**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL PAP  
3J01 CEDECOM MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

**“Desarrollo de identidad corporativa y de marca con el fin de conectar eficazmente con el público objetivo, para dar a conocer los servicios que ofrece Cine Mayahuel, considerando estrategias de posicionamiento y comunicación adecuadas para aumentar las ventas en Guadalajara, Jalisco.”**

**PRESENTAN**

Lic. en Ciencias de la Comunicación. Camila Guadalupe Padilla Sánchez.

Lic. en Mercadotecnia y Dirección Comercial. Juan Roberto Velázquez Cárdenas.

Lic. en Administración de Empresas. Paola Morales Espinoza.

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica. Alejandra Flores Orozco

Profesor PAP: Mtra. Luz Bertha Avila Padilla

Tlaquepaque, Jalisco, Agosto del 2024

## REPORTE PAP

### ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto	6
3. Desarrollo y resultados del trabajo profesional	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	78
5. Conclusiones	87
6. Bibliografía	90

# **REPORTE PAP**

## Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

### **Resumen**

El presente trabajo tiene como objetivo principal transmitir la riqueza de la cultura del cine mexicano a través de Cine Mayahuel, fomentando hábitos de observación, análisis y pensamiento crítico en los espectadores. Cine Mayahuel, un centro cultural fundado en 2023 en Guadalajara, se dedica a promover el cine independiente y alternativo, impulsando la difusión de la identidad cultural del país mediante proyecciones de películas locales.

Para alcanzar este objetivo, se empleó una metodología que incluyó la validación de la misión, visión y valores de la organización, así como un diagnóstico del servicio mediante el análisis de la mezcla de mercadotecnia. Se llevaron a cabo investigaciones sobre el mercado meta y se realizó un análisis de la competencia y del sector, complementado con un análisis FODA para evaluar las capacidades de la empresa. Adicionalmente, se validó la identidad de marca y se desarrollaron estrategias de precios, comercialización, promoción y publicidad, así como estrategias de comunicación digital.

Los resultados más importantes indican que Cine Mayahuel se posiciona como un referente cultural en Guadalajara, con planes de expansión en su programación. Las estrategias propuestas buscan fortalecer su presencia en el mercado y mejorar la comunicación con su público objetivo. En conclusión, Cine Mayahuel tiene el potencial de convertirse en un pilar del cine independiente en la región, contribuyendo a la preservación de la cultura cinematográfica mexicana.

## **1. Introducción**

### **1.1 Antecedentes del proyecto y contexto**

#### **Historia y descripción:**

Cine Mayahuel es un centro cultural fundado en 2023 por Patricia e Itzmalin en una finca patrimonial en el centro histórico de Guadalajara, dedicado a promover el cine independiente y alternativo. El proyecto surgió de "Docu al Parque," enfocado en proyecciones al aire libre.

Entre las actividades que ofrece están la exhibición de cine (con una sala para 27 personas), renta de equipo de exhibición, espectáculos escénicos, producción de artes escénicas, eventos culturales, formación en arte audiovisual (Consultoría) y gestión cultural. Además, cuentan con una cafetería, dulcería, alojamiento de estancia corta con 4 habitaciones y una terraza para eventos sociales.

Se cataloga como uno de los dos cines independientes en el Área Metropolitana de Guadalajara, destaca por su entorno único y su versatilidad.

Cine Mayahuel continúa creciendo con planes de ampliar su programación en el área de la alberca previamente acondicionada con capacidad para 60 personas.

### **Contexto económico:**

El contexto económico y social de la empresa, se puede decir que la actividad económica de Cine Mayahuel pertenece al sector:

“Cinema” con el código “512130” de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI). Actualmente existen empresas registradas en este sector de las cuales 8 se encuentran en la ZMG.



### **Razón de ser de la empresa**

**Objetivo:** Transmitir la riqueza de la cultura del cine mexicano, fomentando el desarrollo de hábitos de observación, reflexión, análisis, comprensión e interpretación a través del pensamiento crítico, para que los espectadores se involucren de manera más profunda con las narrativas cinematográficas y su contexto cultural.

**Funciones:** Su principal enfoque es proyectar películas locales para ayudar a preservar y difundir la identidad cultural de México.

**Estructura organizacional:** La empresa no cuenta con empleados, sólo los socios fundadores son quienes manejan la empresa.

## **1.2 Problemática u oportunidad detectada**

Después de realizar la entrevista y realizar un diagnóstico inicial del negocio, pudimos comprender su situación actual, cuáles son sus objetivos para un futuro y las áreas para implementar mejoras para cumplir con las metas que se tienen en mente.

La principal problemática de Cine Mayahuel radica en la falta de una gestión administrativa eficiente, estrategias de comunicación y atención al público, no cuenta con estructura de costos ni estrategia de precios. Sin embargo, existen oportunidades claras para diversificar ingresos, expandir la oferta cultural y fortalecer la marca, lo que podría mejorar la sustentabilidad económica y su posicionamiento en el mercado cultural de Guadalajara.

## **1.3 Objetivo general**

Desarrollar identidad corporativa y de marca con el fin de conectar eficazmente con el público objetivo, para dar a conocer los servicios que ofrece Cine Mayahuel, considerando estrategias de posicionamiento y comunicación adecuadas para aumentar las ventas durante el período de agosto a diciembre de 2024.

## **1.4 Objetivos específicos**

1. Validar misión, visión, valores.
2. Diagnosticar el producto o servicio (En donde se encuentra la empresa, por medio de la mezcla de mercadotecnia: (producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y posicionamiento)).

3. Investigar y definir mercado meta.
4. Analizar competencia.
5. Analizar el sector y analizar las capacidades de la empresa (FODA).
6. Validar identidad de marca para la empresa.
7. Desarrollar estrategia de precios.
8. Desarrollar estrategias de comercialización.
9. Desarrollar estrategias de promoción y publicidad.
10. Crear estrategias de comunicación digital.
11. Tomar fotografías y elaborar videos para estrategias de comunicación digital.
12. Desarrollar prototipo de página web.
13. Crear estrategias POP (publicidad para punto de venta).

## **2. Planeación y seguimiento del proyecto.**

### 2.1 Metodología

#### **1.- Validar misión, visión, valores**

- Consultar fuentes primarias y secundarias.
- Validar misión, visión y valores de la empresa ya establecidos.

#### **2.- Diagnosticar el producto o servicio**

- Realizar un análisis del producto, considerando las variables del mix de marketing (7P's), recabando información en fuentes primarias.

#### **3.- Investigar y definir mercado meta**

- Describir el segmento de mercado, describiendo variables demográficas, psicográficas, geográficas y conductuales.
- Validar el mercado meta.
- Realizar buyer persona.
- Elaborar Lienzo Canvas.

- Elaborar cuestionario sobre el grado de satisfacción del cliente.

#### **4.- Analizar la competencia**

- Analizar los competidores en la ZMG.
- Analizar el sector o industria, considerando fuentes secundarias.

#### **5.- Analizar el sector y analizar las capacidades de la empresa (FODA)**

- Realizar análisis PESTEL.
- Identificar las características de la empresa para desarrollar sus fortalezas y debilidades
- Recabar información en fuentes secundarias para identificar oportunidades y amenazas
- Elaborar FODA estratégico

#### **6.- Validar la marca**

- Validar y complementar el manual de identidad.

#### **7.- Desarrollo estrategia de precios**

- Realizar análisis de los precios del mercado.
- Recopilar información en cuanto a gastos fijos y variables.
- Realizar punto de equilibrio.
- Seleccionar la estrategia de precios que se alinee con los objetivos y el posicionamiento del servicio.

#### **8.- Desarrollo de estrategias de comercialización**

- Analizar el proceso de compra actual (Customer Journey Map) y analizar áreas de mejora.
- Mapear los procesos del Customer Journey Map en escenarios As-Is y To-Be.
- Considerar FODA estratégico para sugerir estrategias adecuadas con su

respectivas tácticas.

- Realizar un catálogo de dulcería.

### **9.- Desarrollo de estrategias de promoción y publicidad**

- Analizar estrategias de promoción y publicidad exitosas en la industria.
- Evaluar tendencias en publicidad y promoción.
- Considerar resultados del FODA estratégico
- Crear tácticas de promoción y publicidad.

### **10.- Crear estrategias de comunicación digital**

- Elaborar FODA digital
- Establecer objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales).
- Realizar parrilla de contenido para redes sociales por un mes.
- Realizar auditoría

### **11.- Tomar fotografías y elaborar videos para estrategias de comunicación digital**

- Realizar una descripción general de la sesión: establecer el objetivo de la sesión, así como el concepto que vaya acorde a lo que es la marca y sus valores.
- Hacer una plantilla de inspiración.
- Realizar una propuesta estética de la producción fotográfica: el tipo de iluminación, plantear la paleta de colores, etc.
- Tomar videos y fotografías acorde a lo que se establezca.
- Editar y retocar contenidos en programas: Photoshop, Illustrator, Lightroom, etc.

## 12.- Crear prototipo de página web

- Investigar diferentes páginas web de la competencia.
- Realizar propuesta visual de página web.

## 13.- Crear estrategias POP (publicidad para punto de venta)

- Realizar propuestas de diseños de POP con su paleta de colores, logo de la empresa y tipografía.

## 2.2 Cronograma o plan de trabajo

En este apartado se presentan los tiempos, recursos necesarios, encargados, materiales y etapas planeadas para el logro de los objetivos en forma.

Nombre de la tarea	Inicio	Fin	Asignada a	Duración	Predecesoras	Estado
<b>Semana de planeación</b>	14/08/24	28/08/24		11d		Complete
Reunión con Itzmalin y Paty Cine Mayahuel	14/08/24	14/08/24	Equipo	1d		Complete
Identificar problemática	14/08/24	14/08/24	Equipo	1d		Complete
Desarrollar de objetivos general y específicos	19/08/24	19/08/24	Equipo	1d		Complete
Desarrollar de metodología y entregables	19/08/24	19/08/24	Equipo	1d		Complete
Crear de cronograma	21/08/24	21/08/24	Equipo	1d		Complete
Realizar de la presentación	26/08/24	26/08/24	Equipo	1d		Complete
Presentar de la planeación del proyecto	28/08/24	28/08/24	Equipo	1d		Complete
<b>Diseño misión,visión y valores</b>	02/09/24	02/09/24		1d		Not Started
Consultar fuentes primarias y secundarias.	02/09/24	02/09/24	Paola	1d		Not Started
Validar misión, visión y valores de la empresa ya establecidos.	02/09/24	02/09/24	Paola	1d		Not Started
<b>Realizar diagnóstico del producto y/o servicio mediante las 7</b>	04/09/24	09/09/24		4d		Not Started
Realizar un análisis del producto, considerando las variables de	04/09/24	09/09/24	Juan Ro	4d		Not Started
<b>Mercado meta</b>	11/09/24	18/09/24		6d		Not Started
Describir el segmento de mercado, describiendo variables demo	11/09/24	18/09/24	Juan Ro	6d		Not Started
Validar el mercado meta.	11/09/24	18/09/24	Juan Ro	6d		Not Started
Realizar buyer persona.	11/09/24	18/09/24	Juan Ro	6d		Not Started
Elaborar Lienzo Canvas.	11/09/24	18/09/24	Juan Ro	6d		Not Started
Elaborar cuestionario sobre el grado de satisfacción del cliente.	11/09/24	18/09/24	Juan Ro	6d		Not Started
<b>Análisis de la competencia</b>	23/09/24	25/09/24		3d		Not Started
Analizar los competidores en la ZMG.	23/09/24	25/09/24	Paola y Juan Ro	3d		Not Started
Analizar el sector o industria, considerando fuentes secundarias	23/09/24	25/09/24	Paola y Juan Ro	3d		Not Started
<b>Análisis del sector y de las capacidades de la empresa (FOD</b>	30/09/24	02/10/24		3d		Not Started
Realizar análisis PESTEL.	30/09/24	02/10/24	Juan Ro	3d		Not Started
Identificar las características de la empresa para desarrollar sus	30/09/24	02/10/24	Juan Ro	3d		Not Started
Recabar información en fuentes secundarias para identificar op	30/09/24	02/10/24	Juan Ro	3d		Not Started
Elaborar FODA estratégico	30/09/24	02/10/24	Juan Ro	3d		Not Started
<b>Validar identidad de marca</b>	02/10/24	02/10/24		1d		Not Started
Validar manual de identidad	02/10/24	02/10/24	Juan Ro	1d		Not Started
<b>Desarrollo estrategia de precios</b>	07/10/24	14/10/24		6d		Not Started
Realizar análisis de los precios del mercado.	07/10/24	14/10/24	Paola	6d		Not Started
Recopilar información en cuanto a gastos fijos y variables.	07/10/24	14/10/24	Paola	6d		Not Started
Realizar punto de equilibrio.	07/10/24	14/10/24	Paola	6d		Not Started
Seleccionar la estrategia de precios que se alinee con los objet	07/10/24	14/10/24	Paola	6d		Not Started
posicionamiento de la marca.	07/10/24	14/10/24	Paola	6d		Not Started
<b>Desarrollo de estrategias de comercialización</b>	16/10/24	21/10/24		4d		Not Started
Analizar el proceso de compra actual (Customer Journey Map) y	16/10/24	21/10/24	Paola	4d		Not Started
Mapear los procesos del Customer Journey Map en escenarios	16/10/24	21/10/24	Paola	4d		Not Started
Considerar FODA estratégico para sugerir estrategias adecuadas	16/10/24	21/10/24	Paola	4d		Not Started
Realizar un catálogo de dulcería.	16/10/24	21/10/24	Paola	4d		Not Started

Realizar un catálogo de dulcería.	16/10/24	21/10/24	Paola	4d		Not Started
<b>Desarrollo de estrategias de promoción y publicidad</b>	16/10/24	21/10/24		4d		Not Started
Analizar estrategias de promoción y publicidad exitosas en la in	16/10/24	21/10/24	Ale	4d		Not Started
Evaluar tendencias en publicidad y promoción.	16/10/24	21/10/24	Ale	4d		Not Started
Considerar resultados del FODA estratégico	16/10/24	21/10/24	Ale	4d		Not Started
Crear tácticas de promoción y publicidad.	16/10/24	21/10/24	Ale	4d		Not Started
<b>Crear estrategias de comunicación digital</b>	21/10/24	23/10/24		3d		Not Started
Elaborar FODA digital	21/10/24	23/10/24	Ale	3d		Not Started
Establecer objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables)	21/10/24	23/10/24	Ale	3d		Not Started
Realizar parrilla de contenido para redes sociales por un mes.	21/10/24	23/10/24	Ale	3d		Not Started
Realizar auditoría de perfiles en redes sociales.	21/10/24	23/10/24	Ale	3d		Not Started
<b>Tomar fotografías y elaborar videos para estrategias de com</b>	02/09/24	25/09/24		18d		Not Started
Realizar una descripción general de la sesión: establecer el obj	02/09/24	02/09/24	Cami	1d		Not Started
Hacer una plantilla de inspiración.	02/09/24	02/09/24	Cami	1d		Not Started
Realizar una propuesta estética de la producción fotográfica: el	11/09/24	11/09/24	Cami	1d		Not Started
Tomar videos y fotografías acorde a lo que se establezca.	11/09/24	11/09/24	Cami	1d		Not Started
Editar y retocar contenidos en programas: Photoshop, Ilustrato	25/09/24	25/09/24	Cami	1d		Not Started
<b>Crear prototipo de página web</b>	28/10/24	28/10/24		1d		Not Started
Investigar diferentes páginas web de la competencia.	28/10/24	28/10/24	Cami y Ale	1d		Not Started
Realizar propuesta visual de página web.	28/10/24	28/10/24	Cami y Ale	1d		Not Started
<b>Crear estrategias POP (publicidad para punto de venta)</b>	30/10/24	27/11/24		21d		Not Started
Realizar propuestas de diseños de POP con su paleta de color	30/10/24	30/10/24	Ale	1d		Not Started
<b>Resultados Finales</b>	04/11/24	04/11/24		1d		Not Started
Revisión, entrega del reporte PAP y elaboración de presentaci	04/11/24	04/11/24	Equipo	1d		Not Started
<b>Presentaciones Finales</b>	25/11/24	25/11/24		1d		Not Started
Presentación proyecto maestros	25/11/24	25/11/24	Equipo	1d		Not Started
Presentación proyecto empresarios	27/11/24	27/11/24	Equipo	1d		Not Started

## **2.3 Productos y entregables**

- Documento digital con descripción de misión, visión y valores.
- Documento digital con el análisis de mix de mercadotecnia de las 7P's.
- Documento digital del mercado meta, buyer persona, lienzo canvas y cuestionario de satisfacción del cliente.
- Documento digital del análisis de la competencia.
- Documento digital con FODA, FODA estratégico y análisis PESTEL.
- Documento validado del contenido del manual de identidad
- Documento digital de estrategia de precios y ejecución, plantilla para control de ingresos y egresos
- Documento digital con áreas de mejora (Customer Journey Map), escenario As - Is y To - Be, estrategias de comercialización así como catálogo de dulcería digital y editable.
- Documento digital con propuestas de promoción y publicidad con sus respectivas tácticas.

- Documento con FODA digital, objetivos smart y parrilla de contenido para redes sociales por un mes.
- Carpeta digital con fotografías y videos editados.
- Documento digital con prototipo de página web
- Diseño digital de propuestas POP considerando entorno del local de Cine Mayahuel

### **Recursos Necesarios:**

**Humanos:** Equipo multidisciplinario de estudiantes: Lic. en Mercadotecnia, Lic. en Administración de Empresas, Lic. en Publicidad, Lic. en Comunicación, Profesora PAP, Asesores de diferentes áreas y Empresarios.

**Materiales:** Útiles en general, celulares, computadoras, cámaras fotográficas entre otros.

**Económicos:** Gastos que competen a los empresarios para la publicidad.

**Tecnológicos:** Internet, computadoras, dispositivos móviles, Google Drive, WhatsApp, acceso a diversas redes sociales, correo electrónico, aplicaciones de edición fotográfica, herramientas y programas de diseño.

**De Tiempos:** Establecidos en el cronograma de trabajo.

## **3. Desarrollo**

### **3.1 Sustento teórico**

En esta sección se exponen las teorías y conceptos que sustentan las acciones y decisiones implementadas durante el desarrollo del proyecto, facilitando así la comprensión del problema y su enfoque en la intervención.

## Glosario

### - Misión, Visión y Valores:

**Misión:** Expresión del propósito esencial de la empresa, que detalla lo que hace, para quién lo hace y el valor que ofrece.

**Visión:** Declaración aspiracional sobre el futuro deseado de la empresa, señalando su dirección y los objetivos que pretende alcanzar a largo plazo.

**Valores:** Principios y convicciones fundamentales que orientan el comportamiento y las decisiones de la empresa, reflejando su cultura y ética.

### - 7 P's:

**Producto:** Bienes o servicios ofrecidos, que abarcan diseño y calidad.

**Precio:** Tarifas y estrategias de precios empleadas.

**Plaza:** Métodos y canales utilizados para llegar al cliente o establecer contacto con él.

**Promoción:** Publicidad y actividades destinadas a conectar con los clientes.

**Personas:** Personal involucrado en la venta y el servicio al cliente.

**Proceso:** Fases de inicio, transformación y entrega del producto al cliente.

**Presencia física:** Representación tangible del producto o descripción del servicio.

### **- Segmento de mercado:**

La segmentación de mercado es una técnica de marketing que divide al público objetivo de una marca o empresa en grupos más pequeños, cuyos miembros comparten características específicas.

Tipos de segmentación de mercado:

1. **Geográfica:** Se enfoca en dividir según la ubicación, como ciudad, país o región.
2. **Demográfica:** Se basa en factores como la edad, género o nacionalidad.
3. **Psicográfica:** Toma en cuenta elementos como el comportamiento y el estilo de vida de las personas.
4. **Conductual:** Se centra en las respuestas de los consumidores durante su proceso de decisión y compra.

### **- Buyer Persona:**

Un buyer persona es un personaje ficticio que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares.

### **- Benchmarking:**

Este estudio se centra en analizar a los competidores de una empresa que comercializa el mismo producto. El método consiste en observar las estrategias que se están empleando para captar mayor demanda en el mercado, lo que permite identificar las áreas que aún no se han abordado. A partir de esto, se puede desarrollar una contracampaña con el objetivo de atraer la atención de los clientes. Esta técnica invita a explorar las acciones de la competencia y fomentar la innovación en las propias estrategias.

### - **Lean Canva:**

Lean Canvas es un modelo de negocio de una sola página diseñado por Ash Maurya. Su objetivo es simplificar el tradicional y a menudo complejo plan de negocio, ofreciendo un enfoque más conciso y directo. Esta plantilla sintetiza los elementos esenciales de un plan empresarial en nueve componentes clave, facilitando que los emprendedores puedan exponer su idea y estrategia de manera rápida y eficiente.

### - **FODA:**

El análisis FODA, también conocido como DAFO, es una técnica empleada para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un negocio o proyecto específico. Esta herramienta es versátil y se puede aplicar tanto en empresas de diversos tamaños como en proyectos personales.

El análisis FODA se compone de cuatro elementos clave:

**1.Fortalezas:** Iniciativas internas que funcionan bien y que se pueden replicar en otras áreas para mejorar la eficiencia.

**2.Debilidades:** Iniciativas internas que no funcionan como se espera, ofreciendo puntos de partida para mejoras.

**3.Oportunidades:** Factores externos e internos que pueden mejorar la posición competitiva, basándose en las fortalezas y debilidades.

**4.Amenazas:** Factores externos que pueden causar problemas y que generalmente están fuera del control de la organización.

### - **Customer Journey Map en Escenarios As-Is y To-Be:**

**Customer Journey Map As-Is:** Representación actual de la experiencia del cliente, que mapea todos los puntos de contacto y momentos cruciales desde el comienzo hasta el final de su interacción con la empresa.

**Customer Journey Map To-Be:** Visión optimizada de la experiencia del cliente, que ilustra cómo debería ser idealmente su interacción con la empresa después de implementar mejoras y ajustes estratégicos.

**- Objetivos SMART:**

- S (Specific): Específicos y claros.
- M (Measurable): Medibles para evaluar el progreso.
- A (Achievable): Alcanzables y realistas.
- R (Relevant): Relevantes y alineados con la misión y visión de la empresa.
- T (Time-bound): Con un plazo definido para su consecución.

**- Material POP (Publicidad para Punto de Venta):**

Estrategias POP: Conjunto de acciones y técnicas promocionales implementadas en el punto de venta con el objetivo de captar la atención de los clientes, motivar la compra y optimizar la experiencia de compra. Estas estrategias abarcan displays, señalización, promociones exclusivas, degustaciones y merchandising.

**- Cronograma:**

**Cronograma:** Instrumento de planificación que especifica las tareas y actividades a ejecutar, asignando tiempos y responsables para cada una. Facilita la organización del trabajo, la administración del tiempo y garantiza el cumplimiento de los objetivos dentro del plazo acordado.

**Fuentes Primarias:** Datos obtenidos directamente del mercado o consumidores, como encuestas o entrevistas.

**Fuentes Secundarias:** Información ya publicada y disponible, como estudios, reportes o bases de datos.

**PESTEL:** Análisis del entorno externo que evalúa factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

**Punto de Equilibrio:** Nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos y empezar a generar ganancias.

**Parrilla de Contenidos:** Plan de publicaciones para redes sociales, incluyendo tipo de contenido y calendario de difusión.

**Propuesta Estética:** Concepto visual que define la identidad gráfica de la marca, alineado con sus valores.

**Prototipo de Página Web:** Diseño preliminar de la estructura y funcionalidad de un sitio web.

**POP (Publicidad en el Punto de Venta):** Material publicitario que influye en la decisión de compra dentro del punto de venta.

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

A continuación se presenta el desglose de las actividades realizadas conforme al plan de trabajo establecido.

#### **OBJETIVO 1** **Diseñar misión, visión y valores**

La misión, visión y valores son fundamentales para orientar y dar identidad a una empresa. La misión define su propósito esencial, es decir, qué hace, para quién lo hace y el valor que ofrece, proporcionando un marco claro para sus operaciones diarias. La visión establece la aspiración a largo plazo, describiendo hacia dónde quiere llegar la organización y motivando a sus colaboradores a trabajar por ese futuro ideal. Por su parte, los valores representan los principios éticos y culturales

que guían las decisiones y el comportamiento de la empresa, asegurando coherencia y fortaleciendo su reputación interna y externa. En conjunto, estos elementos proporcionan dirección estratégica, alinean esfuerzos y fomentan un sentido de identidad y pertenencia en la organización.

**MISIÓN:** Ofrecer una ventana de exhibición para el cine local y nacional, para que este se encuentre con su público. Usar el cine como una herramienta de transformación social donde podamos ver, sentir y entender las aspiraciones, sueños, demandas que los realizadores plasman en sus películas.

A continuación se describen en esta tabla las variables que reúne y las que hace falta considerar para que realmente la misión sea completa y congruente al negocio

COMPONENTE	SI /NO
Es actual	Si
Producto/Servicios	Si
Mercados	No
Tecnología	No
Orientada al consumidor	Si
Filosofía	Si
Diferenciación	No
Preocupación por imagen	SI
Preocupación por empleados	No

**Opción 1:** *Nuestra misión es ofrecer una ventana de exhibición para el cine local y nacional, utilizando tecnologías innovadoras y espacios interactivos para conectar a cineastas con su público. Nos comprometemos a ser un catalizador de transformación social, donde el cine sea un medio para explorar y entender las aspiraciones y desafíos de nuestra comunidad. Además, buscamos diferenciarnos al crear un ambiente inclusivo y estimulante para nuestros espectadores, y proyectar una imagen de liderazgo cultural en la región.*

**Opción 2:** *Nuestra misión es crear un espacio integral para la exhibición del cine local y nacional en Guadalajara, utilizando tanto medios tradicionales como digitales para llegar a audiencias diversas. Nos enfocamos en transformar la experiencia cinematográfica en una herramienta de cambio social, promoviendo el diálogo y la reflexión a través del arte. Valoramos profundamente a nuestro equipo y su contribución a nuestra imagen de excelencia y compromiso cultural.*

**Opción 3:** *Somos Cine Mayahuel, un centro cultural innovador que ofrece una plataforma integral para el cine local y nacional. Facilitamos la conexión entre creadores y audiencias diversas mediante tecnologías tradicionales y digitales. Usamos el cine para transformarnos socialmente, reflejando y elevando las aspiraciones de nuestra comunidad. Valoramos a nuestro equipo, destacándonos por nuestro liderazgo cultural en la región.*

**VISIÓN:** Nuestra visión es convertirnos en el referente principal de la exhibición cinematográfica independiente y alternativa en Guadalajara, siendo reconocidos como un centro cultural para la comunidad cinematográfica de la región. Aspiramos a ser un punto de encuentro para cineastas, críticos, profesionales de la industria y cinéfilos en general, creando una comunidad que celebre la diversidad de expresiones cinematográficas y fomente el diálogo y el intercambio de ideas.

Considerando la visión actual se valida con las siguientes variables de la tabla:

COMPONENTES	SI/NO
Específico	Si
Medible	No
Realizable	Si
Definido Temporalmente	No

**Opción 1:** *Aspiramos a convertirnos en el referente en Guadalajara para el cine independiente y alternativo en los próximos 3 años , con una programación diversa y el crecimiento de una red activa de miembros y colaboradores que promuevan la celebración de la diversidad y el intercambio de ideas en el ámbito cinematográfico.*

**Opción 2:** *Nuestra visión es convertirnos en el epicentro de la exhibición cinematográfica independiente y alternativa en Guadalajara. A corto plazo, queremos consolidarnos como un referente cultural que inspira, conecta y transforma la comunidad cinematográfica, ofreciendo un espacio vibrante para cineastas, críticos, profesionales de la industria y cinéfilos. Nos comprometemos a celebrar la diversidad de voces y la innovación en el cine*

**OPCIÓN 3:** *Nos proponemos ser el epicentro de la exhibición cinematográfica independiente y alternativa en Guadalajara, estableciéndose como un referente cultural que inspira y conecta a cineastas, críticos y cinéfilos. Nuestro objetivo es crear un espacio vibrante donde la diversidad y la innovación cinematográfica sean celebradas, fomentando un entorno que impulse el diálogo y el intercambio de ideas, con un enfoque continuo en el crecimiento de la participación y el reconocimiento de la comunidad.”*

## **VALORES:**

1. **Diversidad:** Promovemos la diversidad cultural y creativa a través de nuestra selección de películas y eventos en torno al cine. Valoramos la inclusión y nos esforzamos por representar voces diversas en nuestra programación.
2. **Calidad:** Nos comprometemos a ofrecer una selección de películas de alta calidad que desafíen las convenciones y aborden temas relevantes para nuestro entorno.
3. **Comunidad:** Fomentamos un ambiente acogedor y comunitario para los amantes del cine. Deseamos crear un espacio donde se promueva el diálogo, el intercambio de ideas y el crecimiento cinematográfico.
4. **Innovación:** Buscamos constantemente nuevas formas de presentar y experimentar el cine independiente. Abrazamos la tecnología y las tendencias emergentes para ofrecer experiencias cinematográficas contemporáneas.

1. ***Diversidad:*** *Celebramos la riqueza cultural y creativa en nuestra selección de películas y eventos, asegurando que diversas voces y perspectivas tengan un lugar en nuestra programación. Promovemos la inclusión como un pilar fundamental de nuestra identidad.*
2. ***Calidad :*** *Nos comprometemos a ofrecer una selección de películas que sobresalen por su calidad artística y su capacidad de desafiar las convenciones, abordando temas de relevancia social y cultural.*
3. ***Sentido de Comunidad:*** *Nos dedicamos a crear un espacio acogedor y colaborativo para los apasionados del cine, donde cada proyección sea una oportunidad para el diálogo, la reflexión y el crecimiento compartido.*
4. ***Innovación Continua:*** *Nos mantenemos a la vanguardia de las nuevas formas de experimentar y presentar el cine independiente, incorporando*

*tecnologías y tendencias para ofrecer experiencias cinematográficas que resuenen con el público contemporáneo y promuevan nuevas formas de narrar historias.*

### **Misión Visión y valores finales**

**MISIÓN:** *Somos Cine Mayahuel, un centro cultural innovador dedicado a crear una plataforma integral para la exhibición del cine local y nacional en Guadalajara. Facilitamos la conexión entre creadores y audiencias diversas, promoviendo el diálogo, la reflexión y el intercambio a través del arte y las historias que nos representan. Valoramos profundamente a nuestros colaboradores, cuya dedicación nos permite destacarnos por nuestro liderazgo cultural y compromiso con la comunidad audiovisual.*

**VISIÓN:** *Nos proponemos ser un referente de la exhibición cinematográfica independiente y alternativa en Guadalajara, estableciéndose como un punto cultural que inspira y conecta a cineastas, críticos y cinéfilos. Nuestro objetivo es crear un espacio vibrante donde la diversidad y la innovación cinematográfica sean celebradas, fomentando un entorno que impulse el diálogo y el intercambio de ideas, con un enfoque continuo en el crecimiento de la participación y el reconocimiento de la comunidad.”*

### **Valores**

1. **Diversidad:** *Celebramos la riqueza cultural y creativa en nuestra selección de películas y eventos, asegurando que diversas voces y perspectivas tengan un lugar en nuestra programación. Promovemos la inclusión como un pilar fundamental de nuestra identidad.*

2. **Calidad:** *Nos comprometemos a ofrecer una selección de películas que sobresalen por su calidad artística y su capacidad de desafiar las convenciones, abordando temas de relevancia social y cultural.*
3. **Sentido de Comunidad:** *Nos dedicamos a crear un espacio acogedor y colaborativo para los apasionados del cine, donde cada proyección sea una oportunidad para el diálogo, la reflexión y el crecimiento compartido.*
4. **Innovación Continua:** *Nos mantenemos a la vanguardia de las nuevas formas de experimentar y presentar el cine independiente, incorporando tecnologías y tendencias para ofrecer experiencias cinematográficas que resuenen con el público contemporáneo y promuevan nuevas formas de narrar historias.*

## OBJETIVO 2

### Diagnosticar el producto o servicio

Para Cine Mayahuel es crucial aplicar el modelo de las 7Ps, que proporciona una estructura integral para la planificación y gestión de servicios en un entorno tan dinámico y multifacético. Este modelo aborda Producto, Precio, Plaza, Promoción, Personas, Procesos y Evidencia Física, permitiendo a Cine Mayahuel maximizar su impacto cultural y optimizar la experiencia de sus visitantes. A continuación, explicaremos cómo cada uno de estos elementos puede ser implementado estratégicamente para fortalecer la presencia y el éxito de Cine Mayahuel en el panorama cultural de Guadalajara.

## PRODUCTO Y PRECIO:

A continuación en la siguiente tabla se muestra todos los productos y sus precios de las funciones y venta de dulcería de Cine Mayahuel:

PRODUCTO Y PRECIO	
<b>TICKETS</b>	
Entrada General	<b>\$50</b>
Evento especial	<b>\$100</b>
Evento especial con productor importante	<b>\$150</b>
Membresía Anual 1 (15 entradas a funciones generales con palomitas + 1 renta privada de sala)	<b>\$500</b>
Membresía Anual 2 (25 entradas a funciones generales con palomitas + 1 renta privada de sala)	<b>\$1,000</b>
<b>COMBOS</b>	
paquete Mayahuel (Entrada + palomitas + bebida)	<b>\$120</b>

## ALIMENTOS Y BEBIDAS

Palomitas

**\$20**

Papas doradas

**\$35**

Boing

**\$25**

Agua mineral 600 ml

**\$25**

Cerveza Corona ½

**\$30**

Pulque 500 ml

**\$30**

Chocolates Poshtecas

**\$35**

## PLAZA

Cine Mayahuel se encuentra ubicado en una finca patrimonial con dirección C. San Felipe 726, Centro, 44100 en el corazón del centro histórico de Guadalajara, un área que no solo aporta una riqueza histórica y cultural a la experiencia, sino que también posiciona al cine como un punto de referencia dentro de la vida cultural de la ciudad. Su ubicación estratégica en el centro histórico facilita el acceso a una amplia gama de visitantes, incluyendo tanto a locales como a turistas que desean explorar el patrimonio cultural de la región.

La finca, restaurada y acondicionada para albergar diversas actividades, ofrece una atmósfera única que combina la elegancia del pasado con las necesidades

modernas del presente. Este entorno distintivo contribuye a crear una experiencia inmersiva que destaca por su autenticidad y encanto, diferenciando a Cine Mayahuel de otros espacios culturales y cinematográficos.

## PROMOCIÓN

Actualmente Cine Mayahuel tiene presencia en redes sociales como Instagram, Facebook y Telegram en donde ellos permiten interactuar directamente con los seguidores, compartir actualizaciones sobre la programación, eventos especiales y actividades culturales. La publicación de reseñas de películas, detrás de cámaras de eventos, y fotos de las instalaciones donde generan entusiasmo y mantienen el interés de la audiencia.

cuentan con Membresías las cuales son:

- Membresía Anual 1 (15 entradas a funciones generales con palomitas + 1 renta privada de sala)
- Membresía Anual 2 (25 entradas a funciones generales con palomitas + 1 renta privada de sala)

También tienen una promoción en alimentos y bebidas la cual es:

- paquete Mayahuel (Entrada + palomitas + bebida)

## PERSONAS

Personas interesadas en el cine independiente y alternativo, así como en actividades culturales y artísticas. Dado el enfoque multifacético del centro cultural. Interesados en películas fuera del circuito comercial, cine de autor, documentales, y producciones cinematográficas no convencionales. Interesados en la formación en artes audiovisuales, oportunidades para la colaboración y el networking.

## PROCESOS

Cine Mayahuel conformado por Itzmalin y Paty, establece un calendario de programación que incluye cine independiente, documentales, espectáculos escénicos y eventos culturales. La selección se hace conforme a las tendencias actuales, la disponibilidad de materiales y la retroalimentación de la audiencia. También coordina con cineastas, productores y artistas para programar estrenos, eventos especiales y talleres por lo cual establece tratos y acuerdos claros para asegurar la disponibilidad y el cumplimiento de los términos.

## PRESENCIA FÍSICA

La sala de exhibición para 27 personas ofrece un diseño cómodo y atractivo, con asientos cómodos que aseguran una vista óptima y una experiencia profunda. La acústica y la proyección están tecnológicamente actualizadas para proporcionar una calidad visual y auditiva superior. El ambiente refleja el enfoque en el cine independiente y alternativo, creando una atmósfera única que enriquece la experiencia cinematográfica. Los programas de eventos, folletos y otros materiales impresos están diseñados para ofrecer información detallada sobre la programación, servicios y actividades disponibles.

### **OBJETIVO 3**

#### **Investigar y definir mercado meta.**

Definir un mercado meta y un segmento de mercado específico es fundamental para Cine Mayahuel por varias razones estratégicas. En primer lugar, un mercado meta bien definido permite enfocar sus esfuerzos de marketing y comunicación de manera más eficiente. Al identificar a los aficionados al cine independiente, alternativo, documentales y artes escénicas, así como a aquellos interesados en la formación en artes audiovisuales, Cine Mayahuel puede crear mensajes y promociones que resuenen directamente con estos grupos, aumentando así la relevancia y efectividad de sus campañas.

#### **1. Variables Demográficas**

- **Edad:**
  - Jóvenes de (18-35 años) que suelen estar interesados en cine independiente, documentales y actividades culturales innovadoras.
  - Adultos de (36-55 años) que buscan experiencias culturales profundas y están interesados en cine de autor y eventos exclusivos.
  - socioeconomico: C-, C, C+
  - cinéfilos amantes de los estrenos locales, estudiantes de artes audiovisuales, comunicación y producción audiovisual.
- **Género:**
  - Ambos géneros, con un enfoque en la diversidad para atraer a todos los interesados en el cine independiente y las artes.
- **Nivel de Educación:**
  - Personas con educación universitaria o superior, quienes suelen tener un mayor interés en el cine independiente y las actividades culturales.

- **Ingresos:**

- Personas de clase media que tienen la capacidad económica para gastar en eventos culturales, membresías y formación en artes audiovisuales.

## **2. Variables Psicográficas**

- **Intereses y Estilo de Vida:**

- Amantes del cine independiente y alternativo que buscan experiencias cinematográficas fuera del circuito comercial.
- Aficionados a las artes escénicas y culturales que disfrutan de eventos únicos y actividades de formación artística.
- Personas interesadas en temas sociales y documentales que aborden cuestiones contemporáneas y globales.

- **Valores y Creencias:**

- Aquellos que valoran la autenticidad y la innovación en el arte y el cine.
- Individuos comprometidos con el apoyo a cineastas emergentes y proyectos culturales alternativos.

## **3. Variables Geográficas**

- **Ubicación:**

- Residentes de Guadalajara y sus alrededores, que pueden acceder fácilmente al centro cultural.
- Turistas que visitan Guadalajara y buscan experiencias culturales únicas durante su estancia en la ciudad.

- **Entorno Urbano vs. Rural:**

- Principalmente habitantes de áreas urbanas que tienen acceso a una amplia oferta cultural y eventos especiales.

#### 4. Variables Conductuales

- **Frecuencia de Participación:**
  - Personas que asisten regularmente a eventos culturales y cine alternativo, como cinéfilos frecuentes y miembros de clubes de cine.
  - Nuevos visitantes que buscan experiencias únicas y están dispuestos a explorar diferentes ofertas culturales.
- **Beneficios Buscados:**
  - Experiencias cinematográficas y culturales inmersivas y auténticas.
  - Oportunidades para el aprendizaje y la formación en artes audiovisuales, y acceso a eventos exclusivos.
- **Lealtad y Preferencias:**
  - Clientes leales que buscan suscripciones y membresías para obtener beneficios adicionales y una experiencia más personalizada.
  - Interesados en eventos especiales y estrenos de películas, que valoran la exclusividad y el acceso anticipado.

#### **Realizar buyer persona.**

Realizar un análisis de buyer persona es crucial para Cine Mayahuel ya que proporciona una comprensión precisa de su audiencia objetivo. Este análisis permite segmentar el mercado de manera efectiva, adaptando la programación y los servicios para satisfacer las necesidades específicas de diferentes grupos, como cinéfilos de autor o estudiantes de artes. Además, facilita la creación de campañas de marketing dirigidas, mejorando la relevancia de los mensajes y promociones.

Al entender los intereses y comportamientos de los buyer personas, Cine Mayahuel puede optimizar la experiencia del visitante, ajustando la oferta y el servicio para maximizar la satisfacción y fidelización. También ayuda a identificar oportunidades de crecimiento y expansión, ya sea mediante la atracción de nuevos segmentos de audiencia o la exploración de nuevas áreas geográficas. En

resumen, el análisis de buyer persona permite a Cine Mayahuel diseñar estrategias más precisas y efectivas, impulsando así su éxito y relevancia en el mercado cultural.

## BUYER PERSONA LOCAL:



**Mariana López**

Mariana López es una apasionada del arte y la cultura de 29 años que reside en el centro histórico de Guadalajara. Trabaja como curadora de exposiciones en una galería local y está profundamente interesada en el cine independiente y alternativo. Mariana busca constantemente nuevas formas de enriquecer su vida cultural y profesional, y frecuentemente asiste a eventos que le permitan explorar nuevas perspectivas artísticas.

**Información personal:**

- Edad: 29 años
- Sexo: Mujer
- Estudios: Licenciatura en Historia del Arte, Maestría en Gestión Cultural
- Localización: centro histórico de Guadalajara
- Estado Civil: Soltera


**Objetivos:**

- Encontrar y apoyar nuevos talentos en el cine y las artes escénicas.
- Ampliar su red de contactos en el ámbito cultural y artístico.
- Disfrutar de experiencias culturales únicas y enriquecedoras que complementen su vida profesional y personal.

**Personalidad:**

**Comunicativa** 

**Empática** 

**Profesional** 

**Redes** Instagram, Facebook, X

**Intereses:**

- Cine independiente, documentales, arte contemporáneo, teatro alternativo.
- Participación en talleres y eventos culturales relacionados con el arte y el cine.
- Apoyo a nuevos talentos en el cine y las artes visuales.

**Frustraciones:**

- Falta de opciones culturales innovadoras y auténticas en la ciudad.
- Dificultades para encontrar eventos que se alineen con su interés en el cine alternativo y las artes emergentes.
- Espacios culturales que no ofrecen una experiencia inmersiva o que carecen de un enfoque auténtico.

**Marcas favoritas:**

- Festival internacional del cine
- Cinepolis (para películas comerciales)



**Carlos Martínez**

Carlos Martínez es un estudiante apasionado de las artes audiovisuales que vive en Guadalajara. A sus 22 años, ha dedicado gran parte de su vida a explorar el mundo del cine y la producción audiovisual. Su curiosidad innata y su deseo de contar historias únicas lo impulsan a buscar constantemente nuevas fuentes de inspiración, especialmente en el ámbito del cine independiente. Carlos se siente más conectado con las narrativas que desafían las normas y ofrecen perspectivas diferentes, lo que lo convierte en un asiduo visitante de espacios culturales que promueven el cine alternativo.

**Información personal:**

- Edad: 22 años
- Sexo: Hombre
- Estudios: Estudiante de la licenciatura en Artes Audiovisuales en la Universidad de Guadalajara (UdeG), actualmente en el 6to semestre.
- Localización: Guadalajara Jal
- Estado Civil: Soltero

**Objetivos:**

- Aprender y perfeccionar sus habilidades en producción y dirección cinematográfica.
- Ampliar su red de contactos dentro de la industria audiovisual local.
- Encontrar inspiración para sus proyectos personales mediante la asistencia a eventos culturales.
- Proyectar sus trabajos en festivales y espacios dedicados al cine independiente como Cine Mayahuel.

**Personalidad:**

**Comunicativa** 

**Empática** 

**Profesional** 

**Redes** Instagram, Facebook, X

**Intereses:**

- Cine independiente, cine de autor y producciones experimentales.
- Participar en festivales de cine y eventos culturales que promuevan el arte local.
- Asistir a proyecciones de películas alternativas que no se exhiben en grandes cadenas.
- Fotografía, video experimental y edición de cortometrajes.

**Frustraciones:**

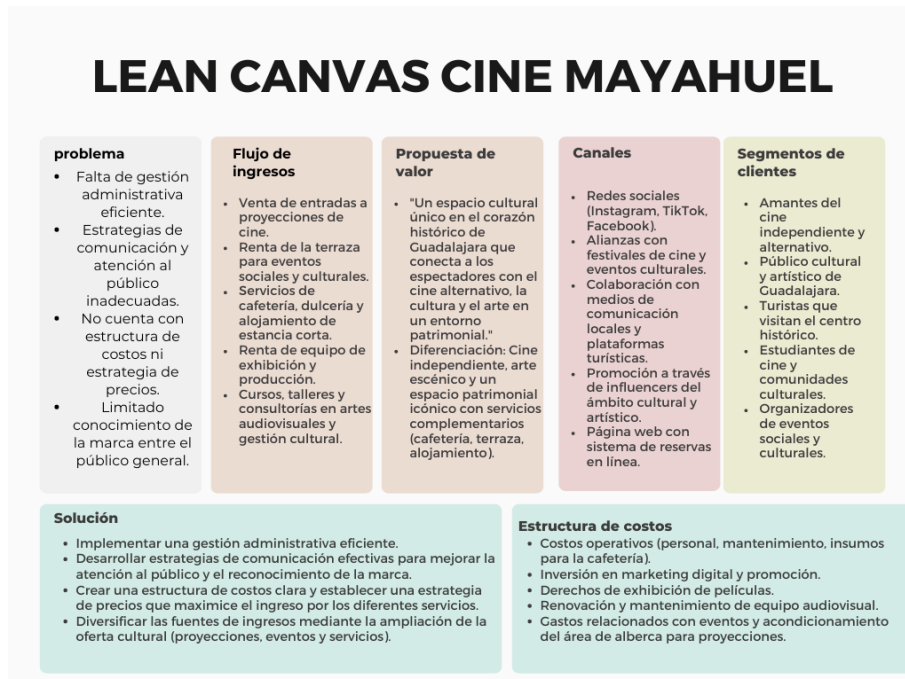
- Acceso limitado a películas y contenido que no se proyecta en cines comerciales.
- Recursos económicos escasos para la producción de proyectos personales debido a costos elevados.
- Visibilidad reducida y pocas plataformas para exhibir su trabajo en la industria cinematográfica.
- Dificultad para encontrar espacios de exhibición que apoyen el cine experimental en Guadalajara.

**Marcas favoritas:**

- Canon (por sus cámaras y equipo de fotografía y video).
- Adobe (edición y postproducción)

## LEAN CANVAS

Este Lean Canvas te ayudará a visualizar y estructurar las oportunidades y áreas de mejora clave para **Cine Mayahuel**, enfocado en fortalecer su marca, diversificar ingresos y mejorar la gestión administrativa para posicionarse como un referente cultural en Guadalajara.



## **Cuestionario de Satisfacción del Cliente – Cine Mayahuel**

El cuestionario de satisfacción del cliente ayuda a Cine Mayahuel a identificar áreas de mejora en la programación y el servicio, optimizar la experiencia del visitante y ajustar estrategias de marketing. Esta retroalimentación permite tomar decisiones informadas para aumentar la satisfacción, fidelizar a los clientes y fortalecer la posición en el mercado cultural.

Estimado visitante,

Agradecemos sinceramente que hayas elegido Cine Mayahuel para tu experiencia cultural. Tu opinión es invaluable para nosotros y nos ayudará a mejorar nuestros servicios y programación. Por favor, dedica unos minutos a completar este cuestionario.

### **1. Información General**

- **Fecha de Visita:**
- **Hora de la Función/Eventos Asistidos:**
- **Tipo de Actividad:**
  - Proyección de película
  - Espectáculo escénico
  - Evento cultural
  - Taller/Formación en artes audiovisuales

### **2. Evaluación de la Experiencia**

1. **¿Cómo calificarías la facilidad para encontrar la ubicación del Cine Mayahuel?**
  - Muy fácil
  - Fácil
  - Neutral

- Difícil
  - Muy difícil
2. **¿Cómo calificarías la calidad del ambiente y la decoración en el espacio?**
- Excelente
  - Muy buena
  - Buena
  - Regular
  - Mala
3. **¿Cómo calificarías la comodidad de los asientos en la sala de exhibición?**
- Excelente
  - Muy buena
  - Buena
  - Regular
  - Mala
4. **¿Cómo calificarías la calidad de la proyección de video?**
- Excelente
  - Muy buena
  - Buena
  - Regular
  - Mala
5. **¿Cómo calificarías la calidad del sonido?**
- Excelente
  - Muy buena
  - Buena
  - Regular
  - Mala

**6. ¿Cómo calificarías la amabilidad y profesionalismo del personal de Cine Mayahuel?**

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

**7. ¿Cómo calificarías la variedad y relevancia de la programación ofrecida?**

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

**3. Experiencia en Alimentos y Bebidas**

**1. ¿Cómo calificarías la calidad de los alimentos y bebidas disponibles en la cafetería?**

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

**2. ¿Cómo calificarías la relación calidad-precio de los productos alimenticios y bebidas?**

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

#### 4. Opiniones y Sugerencias

1. **¿Qué aspectos de tu experiencia en Cine Mayahuel disfrutaste más?**
  - [Espacio para respuesta abierta]
2. **¿Qué aspectos crees que podrían mejorar en Cine Mayahuel?**
  - [Espacio para respuesta abierta]
3. **¿Hay algún otro comentario o sugerencia que te gustaría compartir?**
  - [Espacio para respuesta abierta]

#### 5. Recomendación

1. **¿Qué tan probable es que recomiendes Cine Mayahuel a amigos o familiares?**
  - Muy probable
  - Probable
  - Neutral
  - Poco probable
  - Muy poco probable

Agradecemos tu tiempo y tus comentarios. Tu opinión nos ayuda a seguir ofreciendo experiencias culturales únicas y de calidad.

¡Gracias por ser parte de la comunidad de Cine Mayahuel!


#### **OBJETIVO 4**

##### **Analizar competencia**

Analizar a los competidores en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) permite identificar oportunidades de mejora, ajustar precios y promociones, y mejorar la propuesta de valor frente a la competencia. Al utilizar fuentes secundarias para analizar el sector cinematográfico, se obtiene información clave

sobre el comportamiento del consumidor, el tamaño del mercado y las tendencias emergentes. Esto ayuda a Cine Mayahuel a tomar decisiones estratégicas informadas, posicionarse mejor en el mercado y optimizar su oferta para captar más público.

NOMBRE /LOGO	PRODUCTO/ PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN/PUBLICIDAD
<p>CINEKA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cine independiente y de autor.</li> <li>- Precio adulto: \$70 MXN.</li> <li>- Precio niña/o: \$60</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicado en la colonia Americana, Guadalajara. Cine alternativo en un espacio pequeño e íntimo.</li> <li>- John Milton 228 A, Jardines de la Patria, 45110 Zapopan, Jal.</li> </ul>	<p>Promoción: no mencionan en sus redes</p> <p>Publicidad: Página web , Instagram, Facebook</p>
<p>CINEFORO UDG</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cine de autor, cine clásico, internacional y ciclos temáticos.</li> <li>- Precio general: \$50</li> <li>- Precios especial:\$ 35, descuentos a estudiantes, maestros y personas mayores.</li> </ul>	<p>Ubicado dentro de la Universidad de Guadalajara, en el Centro Cultural Universitario. Atractivo para estudiantes y la comunidad académica.</p> <p>Av. Juárez 976 piso menos uno, Col Americana, Americana, 44200 Guadalajara, Jal.</p>	<p>Promoción: Lunes 2X1, en entrada general</p> <p>Tarjeta Cliente: La misma que Cineteca</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al acumular 5 tickets te llevas uno gratis</li> <li>- Cuando tengas 8 tickets te llevas unas palomitas grandes</li> <li>- El mes de tu cumpleaños es una entrada gratis</li> </ul> <p>Publicidad: Página web , Instagram, Facebook</p>
<p>CINETECA NACIONAL DE JALISCO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cine mexicano, de autor y ciclos temáticos.</li> <li>- Precio general: \$60 MXN. –</li> <li>- Precio especial:\$40, descuentos a estudiantes y personas mayores.</li> </ul>	<p>Ubicada en el Instituto Cultural Cabañas, Guadalajara. En el centro histórico, rodeada de un entorno cultural importante.</p> <p>Av. Perif. Pte. Manuel Gómez Morin 1695, Rinconada de La Azalea, Belenes Nte, 45150 Zapopan, Jal.</p>	<p>Promoción: Precio especial (para egresados de UdeG, estudiantes, docentes y adultos mayores)</p> <p>Martes 2X1 (entrada general )</p> <p>Tarjeta cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al acumular 5 tickets te llevas uno gratis</li> <li>- Cuando tengas 8 tickets te llevas unas palomitas grandes</li> <li>- El mes de tu cumpleaños es una entrada gratis</li> </ul> <p>Publicidad: Página web , Instagram, Facebook</p>

NOMBRE/LOGO	PRODUCTO/PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN/PUBLICIDAD
<p>CINE MAYAHUEL</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cine alternativo e Independiente</li> <li>- Precio general: \$50</li> <li>- Precio con el paquete <u>Mayahuel</u> ( Entrada+ Palomitas+ Bebida): \$120</li> <li>- Evento Especial: \$100</li> <li>- Evento especial con productor importante:\$150</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Calle San Felipe Neri 726, Guadalajara 44100, México</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción: Membresía Anual 1 (15 entradas a funciones generales con palomitas + 1 renta privada de sala) : <b>\$500</b></li> <li>- Membresía Anual 2 (25 entradas a funciones generales con palomitas + 1 renta privada de sala): <b>\$1,000</b></li> </ul> <p>- Publicidad: Instagram, Facebook, <u>Youtube</u>, <u>Tiktok</u></p>

**Conclusión:** Cine Mayahuel se destaca frente a sus competidores al ofrecer precios accesibles y paquetes completos que incluyen entrada, palomitas y bebida, además de membresías anuales con beneficios como renta privada de sala. Su ubicación céntrica y enfoque en cine independiente le permiten atraer a un público que busca experiencias únicas, complementadas con eventos especiales y colaboraciones con productores importantes. A nivel de publicidad, su presencia en redes sociales como YouTube y TikTok le da una ventaja adicional para captar una audiencia más amplia y joven, diferenciándose en un mercado competitivo de cine alternativo en Guadalajara.

## **OBJETIVO 5**

**Analizar el sector y analizar las capacidades de la empresa**

### **FODA**

Un FODA sirve para analizar la situación actual de una empresa o proyecto, identificando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Con esta herramienta, se pueden tomar decisiones estratégicas más informadas, mejorar el uso de recursos, maximizar las oportunidades del entorno y minimizar los riesgos o problemas internos y externos. Es esencial para planificar el crecimiento, adaptarse a cambios del mercado y optimizar la gestión empresarial.

### **Fortalezas:**

- **Propuesta Única:** Cine Mayahuel se distingue por ser uno de los pocos cines independientes en el Área Metropolitana de Guadalajara, lo que le permite atraer a un nicho de mercado interesado en cine alternativo e independiente.

- **Espacio Versátil:** Además de ser un cine, ofrece una variedad de servicios (cafetería, dulcería, terraza para eventos sociales, renta de equipo, y espectáculos escénicos). Esto diversifica sus fuentes de ingresos y atrae a distintos segmentos de mercado.
- **Ubicación Patrimonial:** Estar ubicado en una finca patrimonial en el centro histórico de Guadalajara no sólo agrega valor cultural, sino que también apela a un público que valora la historia y la arquitectura local.
- **Innovación en Programación:** El proyecto de reestructurar y eliminar área de alberca para acondicionar y expandir para eventos y proyecciones con capacidad para 60 personas, muestra un enfoque innovador para aumentar el atractivo del lugar y mejorar la experiencia del cliente.
- **Origen del Proyecto:** Surgir de "Docu al Parque" refuerza el concepto de cine alternativo y comunitario, lo que le da una identidad auténtica y bien valorada entre los espectadores de nicho.

#### **Oportunidades:**

- **Creciente Interés en el Cine Independiente:** A medida que el público busca alternativas a las grandes producciones comerciales, el cine independiente y las experiencias más íntimas tienen mayor demanda. Cine Mayahuel está bien posicionado para capitalizar este cambio de tendencia.
- **Expansión de Alianzas Estratégicas:** Pueden desarrollar alianzas con festivales de cine, instituciones culturales y marcas locales para fortalecer su programación y obtener recursos o publicidad adicional.
- **Turismo Cultural:** El centro histórico de Guadalajara atrae a turistas que buscan experiencias culturales auténticas. Cine Mayahuel podría atraer a este segmento al posicionarse como una opción de entretenimiento cultural y única para los visitantes.
- **Proyectos de Colaboración Internacional:** El cine alternativo tiene una fuerte conexión a nivel global. Colaborar con festivales internacionales o cineastas podría ampliar su alcance y reconocimiento.

- **Expansión de Servicios:** Con la reciente inclusión de nuevas áreas (como la reestructuración y eliminación de la alberca), pueden generar más eventos y propuestas que los diferencien aún más de otros centros culturales y cines de la ciudad.

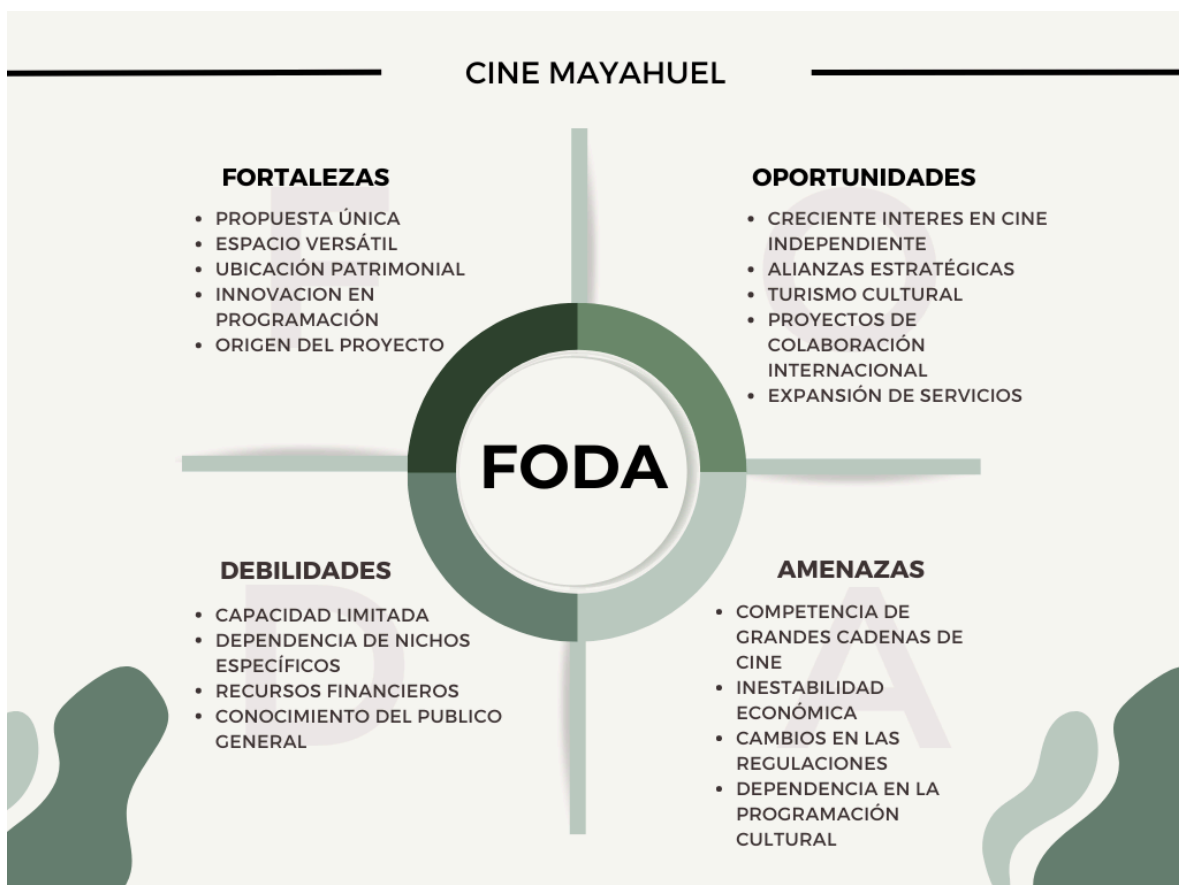
#### **Debilidades:**

- **Capacidad Limitada:** La sala de cine tiene espacio para sólo 27 personas, lo que limita el número de espectadores en cada proyección. Aunque crea un ambiente íntimo, puede afectar los ingresos y la posibilidad de crecimiento rápido.
- **Dependencia de Nichos Específicos:** Al enfocarse en el cine independiente y alternativo, su público objetivo es limitado. **Necesitan estrategias claras para fidelizar a estos nichos sin perder oportunidades de captar a nuevos públicos.**
- **Recursos Financieros:** Al ser un proyecto relativamente nuevo, puede enfrentar limitaciones financieras para realizar expansiones o campañas publicitarias masivas.
- **Conocimiento del Público General:** Se considera un centro cultural único, aunque aún no es muy conocido entre el público general de Guadalajara, el cual está más acostumbrado a las grandes cadenas de cine.
- **Carece de registro de la marca ante el AMPI**

#### **Amenazas:**

- **Competencia de Grandes Cadenas de Cine:** Aunque Cine Mayahuel tiene un enfoque diferenciado, las grandes cadenas de cine pueden atraer a un público más amplio con sus presupuestos publicitarios y ofertas comerciales, afectando la asistencia a cines más pequeños.

- **Inestabilidad Económica:** Las fluctuaciones en la economía pueden afectar el gasto en entretenimiento, especialmente en opciones de nicho como el cine independiente. Esto podría reducir la cantidad de clientes dispuestos a pagar por experiencias culturales alternativas.
- **Cambios en las Regulaciones:** Cambios en las normativas locales, relacionadas con la preservación de edificios patrimoniales o la gestión de eventos culturales, podrían complicar su operación o aumentar los costos.
- **Dependencia de la Programación Cultural:** Si no mantienen una oferta cultural dinámica o no logran diferenciarse lo suficiente de otros centros culturales, podrían perder relevancia frente a nuevas propuestas emergentes en la ciudad.



## FODA ESTRATÉGICO

Un FODA estratégico ayuda a Cine Mayahuel a identificar sus fortalezas para aprovecharlas, sus debilidades para mejorarlas, sus oportunidades para crecer en un entorno favorable, y sus amenazas para prepararse y enfrentarlas. Este análisis permite tomar decisiones informadas, optimizar recursos y definir estrategias que impulsen su sostenibilidad y éxito en un mercado competitivo.

### Estrategias FO (Fortalezas + Oportunidades)

1. **Fortalecer la Propuesta Única con generar Alianzas Estratégicas:**  
Aprovechar su posicionamiento como uno de los pocos cines independientes para crear alianzas con festivales de cine, instituciones culturales y marcas locales. Esto no sólo fortalecería su programación, sino que también aumentaría su visibilidad y obtendría recursos adicionales.
2. **Utilizar la ubicación patrimonial con Capitalizar el Turismo Cultural:**  
Usar su ubicación patrimonial en el centro histórico de Guadalajara para atraer a turistas interesados en experiencias culturales. Pueden crear paquetes de "cine y cultura" que incluyen visitas al centro histórico y eventos en Cine Mayahuel.
3. **Innovar la programación con aumentar el interés en cine independiente:** Utilizar una programación innovadora, como eventos en la terraza que puede utilizarse para atraer tanto al nicho del cine independiente como a un público más amplio, interesado en experiencias culturales diferentes y eventos sociales.

### Estrategias DO (Debilidades + Oportunidades)

1. **Aumentar la capacidad limitada con ofrecer la Expansión de Servicios:**  
Dado que su capacidad es limitada y dependen de nichos específicos, Cine Mayahuel puede diversificar su oferta a través de eventos sociales en la

terraza. Esto ayudaría a captar nuevos públicos sin necesidad de ampliar la sala de cine.

2. **Incrementar el Conocimiento del Público General con Crear Colaboraciones:** Para contrarrestar el bajo reconocimiento en el público general, pueden colaborar con festivales internacionales, cineastas reconocidos y organizaciones locales que les permitan acceder a una mayor audiencia y aumentar su notoriedad.
3. **Incrementar recursos financieros con Atraer Turismo cultural:** Desarrollar campañas de marketing digital enfocadas en el creciente interés por el cine independiente y el turismo cultural. Esto ayudaría a superar las limitaciones financieras al enfocarse en publicidad más rentable, como redes sociales y marketing de contenido.

### **Estrategias FA (Fortalezas + Amenazas)**

1. **Fortalecer propuesta única con competir con las grandes cadenas de cine:** Aprovechar la autenticidad y singularidad de la oferta cultural y patrimonial de Cine Mayahuel para destacarse frente a la competencia de las grandes cadenas. Enfatizar la experiencia cultural íntima que no se encuentra en los cines comerciales.
2. **Innovar en la programación con Dependier de la Programación Cultural:** Para evitar perder relevancia por depender exclusivamente de su programación cultural, pueden diversificar sus fuentes de ingresos mediante la renta de equipo y eventos sociales en la terraza.
3. **Generar Ingresos por el espacio versátil con Reducir la inestabilidad económica:** Dado que ya cuentan con membresías, pueden reforzar su valor añadiendo beneficios exclusivos para los miembros, como eventos privados, acceso anticipado a proyecciones especiales o descuentos en la cafetería y dulcería. Esto les permitirá mantener la fidelidad de su audiencia y mitigar los impactos de la competencia y de la economía inestable.

## Estrategias DA (Debilidades + Amenazas)

1. **Optimizar la Capacidad Limitada con Depender de la programación cultural:** Aunque la capacidad de la sala es limitada, se puede transformar en una ventaja al ofrecer proyecciones y eventos exclusivos, creando una percepción de valor agregado y exclusividad.
2. **Maximizar la Rentabilidad con Reducir la Inestabilidad económica:** Ante los recursos financieros limitados, Cine Mayahuel puede optimizar su programación para garantizar alta rotación de funciones, enfocándose en películas o eventos que aseguren una asistencia sólida y recurrente.
3. **Depender de nichos específicos con Competir con grandes cadenas de cine:** Aprovechar la cercanía con los nichos culturales para construir una comunidad leal mediante eventos recurrentes, talleres y experiencias únicas que generen un sentido de pertenencia y protección frente a las grandes cadenas de cine y la inestabilidad económica.



## **ANALISIS PESTEL**

Un análisis PESTEL sirve para identificar y comprender los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales que pueden impactar a una organización. Ayuda a anticipar cambios, tomar decisiones informadas, identificar oportunidades y amenazas, y adaptarse al entorno. En resumen, es una herramienta clave para la planificación estratégica y la gestión del riesgo.

### **Político**

- Regulaciones Culturales: Las políticas locales sobre el fomento del cine independiente y la preservación de edificios patrimoniales pueden beneficiarse, al recibir apoyo de iniciativas gubernamentales.
- Estabilidad Política: La estabilidad en el ámbito político en Guadalajara puede favorecer el crecimiento de la inversión en cultura y entretenimiento. Sin embargo, los cambios en la administración pueden afectar el financiamiento para proyectos culturales.

### **Económico**

- Fluctuaciones Económicas: La situación económica puede influir en el gasto de los consumidores en entretenimiento. Durante períodos de crisis, las personas pueden reducir sus gastos en actividades culturales.
- Turismo Cultural: La atracción de turistas en el centro histórico puede generar oportunidades económicas, aumentando la asistencia al Cine Mayahuel y mejorando sus ingresos.

## **Social**

- **Creciente Interés en el Cine Independiente:** La tendencia hacia el cine alternativo y experiencias culturales auténticas está en aumento. Esto posiciona al Cine Mayahuel como un atractivo para públicos que buscan alternativas a las grandes producciones.
- **Cambio en las Preferencias de Entretenimiento:** La audiencia, especialmente los jóvenes, está buscando experiencias más íntimas y significativas, lo que alinea con la oferta de Cine Mayahuel.

## **Tecnológico**

- **Digitalización:** La creciente importancia de las plataformas digitales y redes sociales para la promoción de eventos culturales presenta una oportunidad para Cine Mayahuel de aumentar su visibilidad y atraer más público.
- **Innovaciones en Proyección:** La evolución tecnológica en la proyección y el sonido puede mejorar la experiencia del cliente, lo que podría ser un diferenciador en su oferta.

## **Ecológico**

- **Conciencia Ambiental:** Un aumento en la conciencia ambiental entre el público puede llevar a una preferencia por lugares que implementen prácticas sostenibles, como la gestión de residuos y el uso de productos locales en su cafetería.
- **Eventos Ecológicos:** La realización de eventos que promuevan la sostenibilidad o el cine ecológico puede atraer a un segmento específico del público interesado en el cuidado del medio ambiente.

## Legal

- Regulaciones de Uso del Suelo: Las leyes relacionadas con el uso del suelo y la preservación de edificaciones patrimoniales pueden afectar su operación. Es fundamental cumplir con las normativas para evitar sanciones.
- Derechos de Autor y Licencias: Cumplir con las normativas sobre derechos de autor y licencias para la exhibición de películas es crucial. La falta de cumplimiento puede resultar en multas y afectar la reputación del cine.



## OBJETIVO 6

### Validar identidad de marca para la empresa

Validar la identidad de marca es crucial para Cine Mayahuel, ya que le permite diferenciarse en el mercado del cine independiente, conectar emocionalmente con su público, y proyectar una imagen coherente y profesional. Esto no solo fortalece su reputación y lealtad entre los clientes, sino que también facilita la expansión de sus actividades culturales y eventos, manteniendo siempre su esencia y propuesta única. En este caso Cine Mayahuel ya cuenta con manual de identidad de marca solo faltaban las aplicaciones las cuales están a continuación:





## OBJETIVO 7

### Desarrollar estrategia de precios

El análisis de los precios del mercado ayuda a comprender la competencia y posicionar el producto o servicio adecuadamente. La recopilación de gastos fijos y variables permite identificar los costos operativos reales, facilitando una gestión más precisa de los recursos. Calcular el punto de equilibrio asegura que la empresa conozca el volumen mínimo de ventas necesario para cubrir sus costos, evitando pérdidas. Finalmente, la selección de una estrategia de precios alineada con los objetivos y el posicionamiento garantiza coherencia entre la propuesta de valor y la percepción del cliente, maximizando la rentabilidad y la competitividad en el mercado. Conocer estos factores es crucial para la gestión eficiente de cualquier empresa, ya que permite tomar decisiones financieras informadas.

#### Primer Escenario

	Paquete Mayahuel	Entrada General	TOTAL
Precio	120	50	
costo variable	0	0	
margen de contribución	120	50	
porcentaje de participación	50%	50%	100%
MCP	60	25	85

Entradas #	221	221	442
Ingresos	26,544.00	11,060.00	37,604.00
CVTotal	-	-	-
MCT			37,604.00
CFT			26860
UO			10,744.00

costos fijos	26860	
UD	30%	8058
	40%	10744

Punto de equilibrio	442
---------------------	-----

## - **Costos Fijos Mensuales**

La tabla que se proporcionó anteriormente detalla los costos fijos mensuales, los cuales suman **\$26,860.00**. Estos costos incluyen gastos esenciales para la operación del Cine Mayahuel, como la renta del espacio, luz, agua, internet, limpieza, y salarios del personal.

Los costos más significativos son:

- **Renta:** \$7,000.00
- **Salarios del personal operativo (3 personas):** \$15,600.00
- Otros costos como servicios (luz, agua, internet, limpieza, basura, fumigación, etc.).

Estos costos se deben cubrir independientemente del volumen de ventas y representan una parte crucial para determinar el **punto de equilibrio**, ya que necesitan ser compensados por las ventas de entradas y productos de la dulcería para alcanzar rentabilidad.

## - **Ingresos por Entradas**

En el análisis de la hoja de Excel, se muestra que hay dos tipos de entradas vendidas:

- **Paquete Mayahuel:** \$120 por boleto.
- **Entrada General:** \$50 por boleto.

Para lograr el punto de equilibrio es necesario vender **442 entradas** en total, con una distribución equitativa entre el **Paquete Mayahuel** (221 entradas) y la **Entrada General** (221 entradas).

## Ingresos Totales:

- **Paquete Mayahuel:** 221 entradas x \$120 = **\$26,544.00**
- **Entrada General:** 221 entradas x \$50 = **\$11,060.00**
- **Total de ingresos:** **\$37,604.00**

### - Margen de Contribución

El **Margen de Contribución** es la cantidad que queda después de cubrir los **costos variables**, y en este caso, dado que los costos variables son cero, el margen de contribución es directamente el precio de venta.

- **Paquete Mayahuel:** \$60 (50% del precio de venta de \$120).
- **Entrada General:** \$25 (50% del precio de venta de \$50).
- **Margen de Contribución Total:** **\$85.00**

### - Punto de Equilibrio

El **punto de equilibrio** es el número de entradas que se deben vender para cubrir todos los **costos fijos**. En este caso, según la tabla, el punto de equilibrio es de **442 entradas**.

### - Utilidad Operativa (UO)

Después de cubrir los **costos fijos** (\$26,860), la utilidad operativa proyectada es de **\$10,744.00**, lo cual es una utilidad relativamente buena si se logra mantener este nivel de ventas consistentemente.

- **Objetivo de Utilidad**

Dado que la **utilidad deseada** es entre el **30% y 40%**, se puede observar que:

- El **30% de los ingresos totales (\$37,604.00)** sería aproximadamente **\$11,281.20**.
- El **40% de los ingresos totales (\$37,604.00)** sería aproximadamente **\$15,041.60**.

Por lo tanto, con una utilidad operativa del cine estaría cerca del 30%, pero aún ligeramente por debajo del objetivo.

**Conclusión:**

El Cine Mayahuel tiene una estructura de costos fijos significativa y un modelo de ingresos que depende fuertemente de la venta de entradas, particularmente del Paquete Mayahuel. El punto de equilibrio de 442 entradas es factible, pero para alcanzar la utilidad deseada, se necesitaría aumentar las ventas de entradas o maximizar la rentabilidad de la dulcería, ya que este ingreso adicional podría ayudar a cubrir costos fijos de manera más eficiente.

**Nuevo Escenario**

	Entrada general	Descuentos	TOTAL
Precio	70	50	
costo variable	0	0	
margen de contribución	70	50	
porcentaje de participación	50%	50%	100%
MCP	35	25	60

costos fijos	26860	
UD	30%	8058
	40%	10744

Punto de equilibrio	627
---------------------	-----

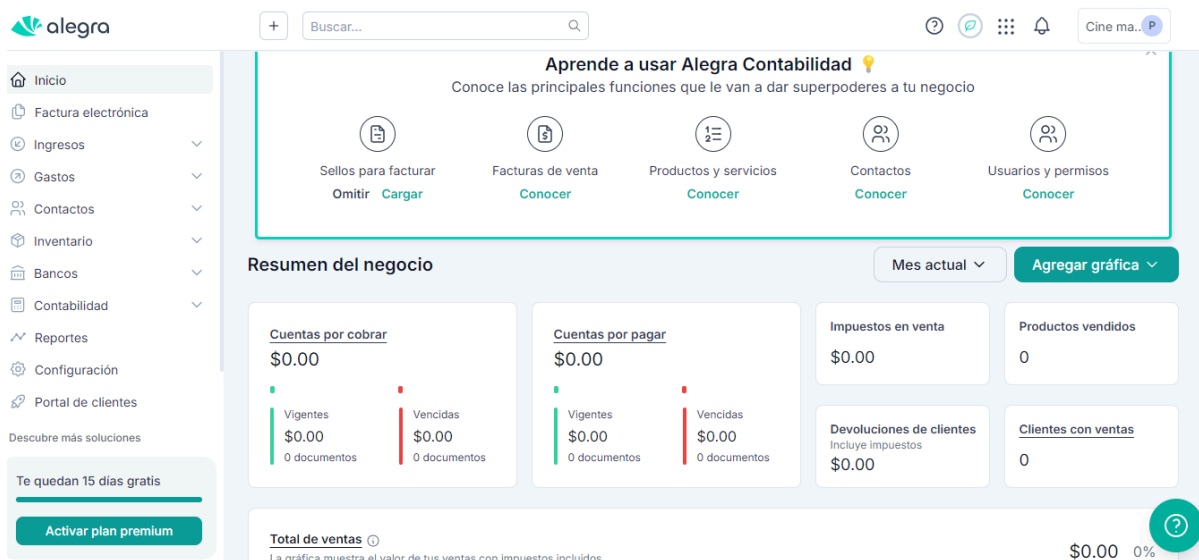
  

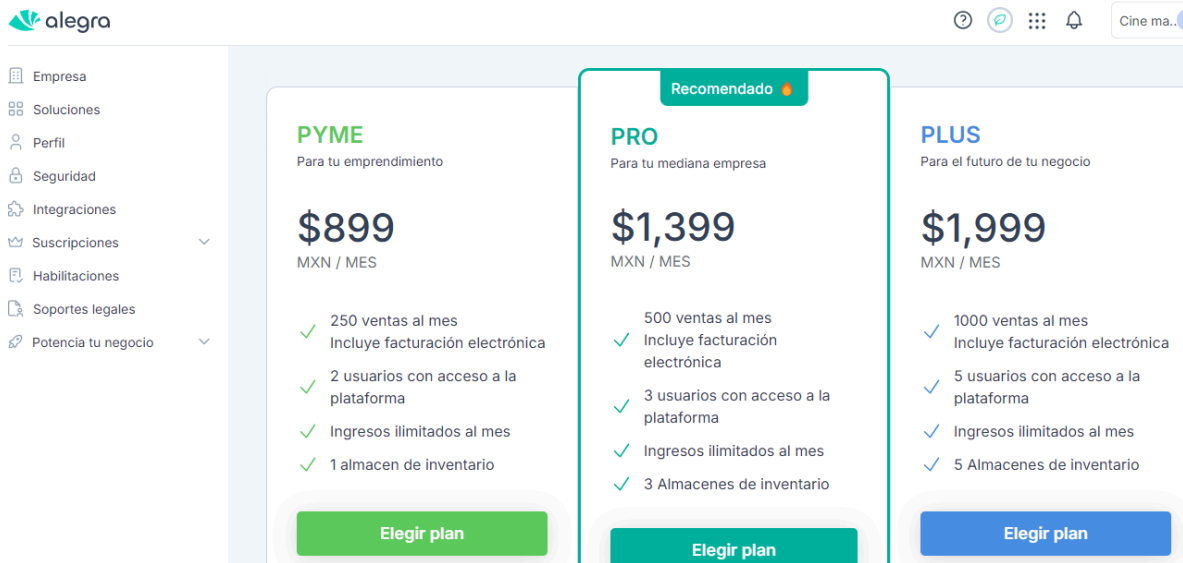
	313	313	627
Entradas #			
Ingresos	21,935.67	15,668.33	37,604.00
CVTotal	-	-	-
MCT			37,604.00
CFT			26860
UO			10,744.00

En este escenario, el punto de equilibrio se alcanza con **627 entradas**, distribuidas equitativamente, sin embargo, si la participación cambia se podrá cambiar el modelo, entre entradas generales y descuentos. La diferencia clave con el escenario anterior es la introducción de entradas con descuento, lo que reduce ligeramente el precio promedio por entrada, pero mantiene la utilidad operativa prácticamente igual debido al volumen de entradas vendidas.

Conclusión: Comparando ambos escenarios, el primer es más rentable porque se necesita tener menos entradas para lograr el punto de equilibrio, razón por la cual se recomienda aplicarlo.

A continuación se recomienda la aplicación Alegra que es una excelente opción para pequeñas y medianas empresas que buscan una solución fácil de usar para gestionar sus finanzas, controlar inventarios y emitir facturación electrónica, ofrece diferentes planes para elegir según la necesidad del negocio.





**OBJETIVO 8**  
**Desarrollar estrategias de comercialización**

El Customer Journey Map es una herramienta visual que representa todas las etapas por las que pasa un cliente cuando interactúa con una empresa, desde el primer contacto hasta la compra y la experiencia post-venta. Este mapa muestra cómo el cliente descubre la marca, su proceso de toma de decisiones, las emociones que experimenta y los puntos de contacto con la empresa. En resumen el Customer Journey Map en Cine Mayahuel es una herramienta clave para entender y optimizar la experiencia del cliente, mejorando su satisfacción y fomentando la lealtad hacia la marca.

# Customer Journey Map



	CONCIENCIA Y DESCUBRIMIENTO	CONSIDERACIÓN Y PRIMER CONTACTO	DECISIÓN	SERVICIO	POST-SERVICIO
OBJETIVOS	Descubrir un cine independiente que proyecte películas locales y alternativas.	• Evaluar Cine Mayahual como opción de cine independiente en Guadaluajara.	• Legar una película o función para asistir a Cine Mayahual.	Distribuir de la proyección cinematográfica en un entorno cultural íntimo.	Mantenerse conectado con la cartelera del cine, recomendarlo a otros y registrar para futuras.
ACCIONES	El usuario busca en redes sociales o Google cineas alternativas o películas independientes en Guadaluajara.	Investiga la cartelera, revisa críticas o recomendaciones en redes sociales sobre las funciones disponibles.	Realiza la compra de boletos para una función de cine en Cine Mayahual a través de la página web o redes sociales.	Asiste a la proyección en la sala íntima de 27 personas, distributa de la película y la atmósfera íntica del cine.	Comparte su experiencia en redes sociales, sigue las redes del cine para futuras proyecciones y recomienda el lugar a otros.
PUNTOS DE CONTACTO	Redes sociales (Facebook, Instagram), búsqueda en Google, recomendaciones de conocidos, promoción en eventos culturales.	Redes sociales, contacto directo por mensajes privados.	Redes sociales (Instagram, Facebook), contacto directo con el equipo del cine.	Personal del cine, sala de proyección para 27 personas, ambiente íntico y acogedor del cine.	Redes sociales, notificaciones de futuras eventos o funciones cinematográficas.
EXPERIENCIA DEL USUARIO	• Confianza por encontrar una opción de cine independiente que proyecte películas alternativas y un cine modesto.	• Toma sobre qué películas o funciones se proyectan en cine Mayahual con otras opciones de cine convecina.	• Añilo a confirmar la compra de boletos, esperaba con una experiencia cinematográfica íntica en un entorno cultural.	• Satisfacción de una película independiente en un cine íntimo, momento de un ambiente particular y cercano en el centro de Guadaluajara.	• Satisfacción por estar asistiendo a una función de cine alternativo, invitado por apoyar el cine local y deseo de registrar a estas proyecciones.
GAINS ¿QUÉ DISFRUTA?	• Descubre una opción de cine que promueva a cineasta mexicana y proyecte películas independientes en un ambiente particular íntico.	• Encuentra películas o funciones que no están disponibles en otros cines convecina de la ciudad.	Continúa el proceso de hacer amigos una experiencia de cine auténtica y de una calidad, con una programación íntica.	Disfruta de una experiencia cinematográfica íntica y personalizada, acceso a un cine independiente con una cartelera de películas locales y alternativas.	• Reciben notificaciones de nuevas proyecciones y otras actividades culturales para cineasta mexicanos.
PAÍNS ¿QUÉ FRICCIONES HAY CON EL USUARIO ?	• Dificultad para encontrar información clara y actualizada sobre la cartelera y las redes, poca promoción en redes sociales.	• Falta de información detallada sobre las películas y películas disponibles, dificultad para comparar opciones.	• Falta de proceso de compra de boletos en línea, falta de claridad sobre la disponibilidad de asientos.	• Problemas con la organización de las funciones, horarios no coordinados o falta de información sobre el inicio de la proyección.	• Poca comunicación por correo, falta de programas de fidelización y encuesta de grado de satisfacción del cliente, o seguimiento para conocer la asistencia a estas funciones.
SOLUCIONES	Mejorar la presencia en redes sociales, actualizar constantemente la cartelera y ofrecer un servicio con mayor atención.	• Añadir un menú interactivo cercano a la cartelera y más información de asistencia.	• Simplificar el proceso de compra de boletos en línea, mejorar la experiencia del usuario en redes sociales.	• Mejorar la comunicación sobre las funciones antes de la fecha, asignar una experiencia íntica en la sala de cine.	• Crear programas de fidelización, encuestas de satisfacción y notificaciones personalizadas para incrementar la asistencia a estas funciones.

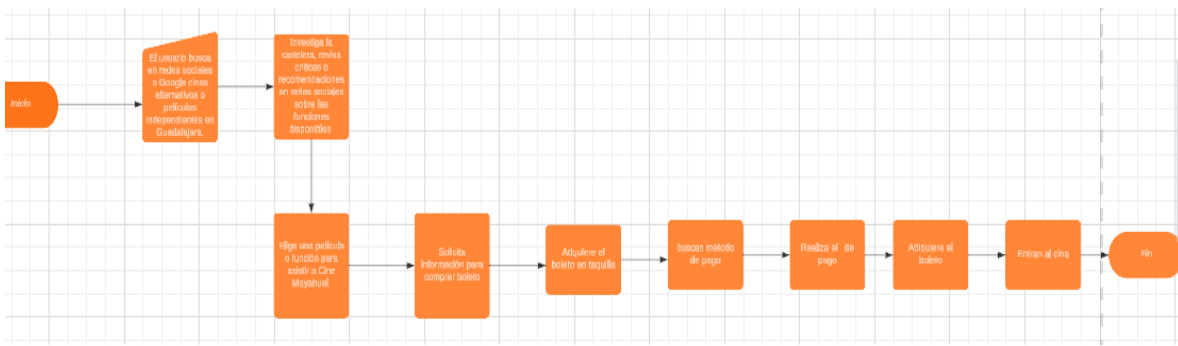
Nota: se anexa link para visualizar de manera más completa la información

[https://www.canva.com/design/DAGRmvd0eUs/obpgvxzkqN8DmM2sqNT4zw/edit?utm\\_content=DAGRmvd0eUs&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAGRmvd0eUs/obpgvxzkqN8DmM2sqNT4zw/edit?utm_content=DAGRmvd0eUs&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

- Mapear los procesos del Customer Journey Map en escenarios As-Is y To-Be.

## Escenario As-Is (Situación Actual):

Este escenario describe cómo se llevan a cabo actualmente los procesos en el Cine Mayahuel desde la perspectiva del cliente en cada etapa del viaje. Aquí podrían observarse ineficiencias o áreas de mejora.

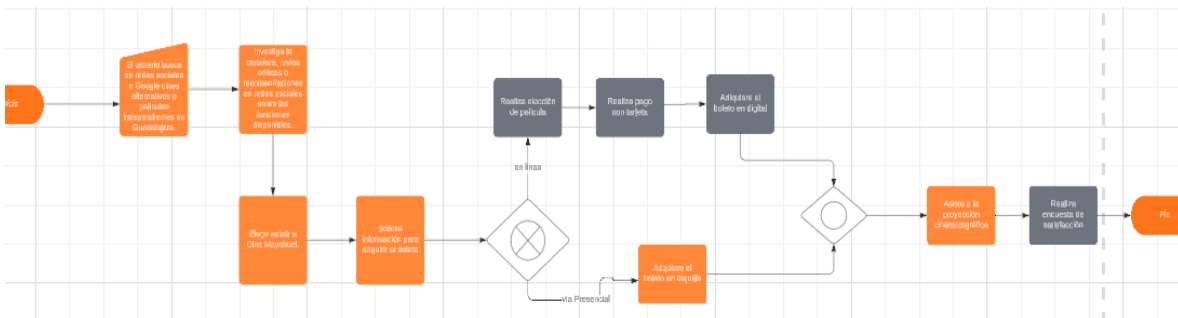


Link para visualizar información más detallada.

[https://lucid.app/lucidchart/d98de468-84d1-4aa7-9b56-45d89c9b7f5e/edit?viewport\\_loc=227%2C154%2C2519%2C1123%2C0\\_0&invitationId=inv\\_8fd800ad-7ffb-475c-9125-10b8ae41cc04](https://lucid.app/lucidchart/d98de468-84d1-4aa7-9b56-45d89c9b7f5e/edit?viewport_loc=227%2C154%2C2519%2C1123%2C0_0&invitationId=inv_8fd800ad-7ffb-475c-9125-10b8ae41cc04)

## Escenario To-Be (Situación Ideal o Futuro Deseado): como debería ser

Este escenario representa el estado futuro deseado o ideal de los procesos, una vez que se implementan las mejoras necesarias. Es el modelo hacia el cual la empresa quiere avanzar para optimizar sus operaciones, aumentar la eficiencia y lograr sus objetivos estratégicos.



Link para observar adecuadamente la información.  
[https://lucid.app/lucidchart/8085da47-b0c7-4eab-ac18-3a0bde3a036c/edit?viewport\\_loc=226%2C176%2C2824%2C1260%2C0\\_0&invitationId=inv\\_3a648654-68f1-4ffa-a0b6-3ab2d13f717b](https://lucid.app/lucidchart/8085da47-b0c7-4eab-ac18-3a0bde3a036c/edit?viewport_loc=226%2C176%2C2824%2C1260%2C0_0&invitationId=inv_3a648654-68f1-4ffa-a0b6-3ab2d13f717b)

Considerando el FODA estratégico se describen las estrategias adecuadas con su respectivas tácticas.

- **1.- Fortalecer la Propuesta Única mediante Alianzas Estratégicas:**
  - **Estrategia Comercial:** Crear alianzas estratégicas con festivales de cine, marcas locales y centros culturales que compartan la visión del cine independiente. Estas alianzas pueden incluir colaboraciones para proyecciones especiales, apoyo financiero y promoción cruzada.
  - **Acción Comercial:**
    - Organizar eventos en conjunto con festivales de cine locales e internacionales.
    - Crear paquetes exclusivos para socios y turistas que incluyan entradas al cine más experiencias culturales adicionales, como tours por el centro histórico.
- **2.- Incrementar el Conocimiento del Público General mediante Colaboraciones:**
  - **Estrategia Comercial:** Crear colaboraciones con festivales internacionales y cineastas reconocidos para aumentar la visibilidad del cine independiente en el público general.
  - **Acción Comercial:**
    - Realizar eventos de cine con invitados especiales (directores, actores) que generen atención mediática.
    - Colaborar con instituciones educativas y culturales para crear ciclos de cine temáticos que capten la atención de un público más amplio.

- **3.-Depender de Nichos Culturales para Competir con Grandes Cadenas:**
  - **Estrategia Comercial:** Crear una comunidad cultural leal a través de eventos recurrentes, talleres y actividades que fomenten el sentido de pertenencia.
  - **Acción Comercial:**
    - Ofrecer talleres sobre cine, cultura o arte independiente para fidelizar a los asistentes.
    - Crear un calendario de actividades adicionales, como charlas o talleres, que atraigan a los interesados en el cine independiente y el arte local.

Catálogo de dulcería. Considerando la información de fuentes primarias se anexa propuesta para impresión y colocar en pizarra de vidrio sobre la pared para que sea más visible para los clientes.

**MENU MAYAHUEL**

**• COMIDA •**

**CHAPATA DE JAMON \$100**  
Queso manchego, jamón, cebolla morada y mayonesa, servidos con una ensalada que incluye jitomate.

**SANWICH QUESO \$85**  
Queso manchego acompañado de una ensalada de jitomate.

**PIZZA INDIVIDUAL \$75**  
Peperoni, jamón y queso.

**• SNACKS •**

**PALOMITAS \$20**  
A constellation consists of visible stars that form a perceived outline or pattern.

**PAPAS DORADAS \$35**  
Usually, constellations represent an animal, a person or mythological creature, or an inanimate object.

**ROL DE CANELA \$65**  
The origins of the first constellations date back to prehistoric times.

**CHOCOLATES POSHTECAS \$35**  
The purpose of the constellation was to tell stories of their beliefs, experiences, creation, or mythology.

**GALLETAS DE AVENA \$35**  
Each constellation is a region of the sky; together they cover the entire celestial sphere.

**COMBOS**

**CLÁSICO DEL CINE \$150**  
1 Pizza Individual 1 Bolsa de Palomitas 1 Bebida (refresco o agua).

**DULCE TENTACIÓN \$140**  
1 Bolsa de Palomitas 1 Chocolate (barra o bombones) 1 Rol de Canela.

**PICNIC EN EL CINE \$150**  
1 Sandwich 1 Chapa (chapata) 1 Bebida

**SABORES VARIADOS \$170**  
1 Pizza Individual (elige tu sabor) 1 Bolsa de Papas Doradas 1 Galleta de Avena

**COMBO FAMILIAR \$200**  
2 Pizzas Individuales (elige sabores) 1 Bolsa Grande de Palomitas 2 Bebidas (refrescos).

**PARA LOS DULCEROS \$130**  
1 Bolsa de Palomitas 1 Chocolate 2 Galletas de Avena.

**MERIENDA COMPLETA \$160**  
1 Chapa (chapata) 1 Rol de Canela 1 Bebida.

**• BEBIDAS •**

**BOING \$25**  
Constellations can change according to the season and the place on Earth where you are.

**AGUA MINERAL \$25**  
Constellations represent an animal, a person, or an object.

**KOMBUCHA LA LUCHA \$40**  
The origins of constellations date back to prehistoric times.

**CERVEZA CORONA 1/2 \$30**  
In the 20th century, the IAU accepted the 88 constellations.

**PULQUE 500ML \$30**  
In the 20th century, the IAU accepted the 88 constellations.

QR para acceder al menú



## OBJETIVO 9

### Desarrollar estrategias de promoción y publicidad

#### **Analizar estrategias de promoción y publicidad exitosas en la industria.**

Las estrategias de promoción y publicidad en la industria del cine independiente suelen ser creativas y de bajo presupuesto, aprovechando el boca a boca, redes sociales y el impacto cultural de las historias que se cuentan. A continuación se comparten algunas estrategias exitosas:

1. **Festivales de cine:** Los festivales como Sundance, Cannes, o Tribeca son clave para las películas independientes. Participar en estos eventos no solo otorga visibilidad, sino que también permite establecer contactos con distribuidores y críticos. Algunos cineastas incluso generan expectativas antes del festival mediante teasers o pequeños eventos promocionales.
2. **Campañas en redes sociales:** El uso de plataformas como Instagram, Twitter, y TikTok permite a los cineastas conectar directamente con su público objetivo. Crean campañas interactivas, generan hashtags, y comparten contenido detrás de cámaras, trailers y entrevistas con los

actores. Las redes sociales también permiten generar comunidad y un efecto de viralidad que ayuda a amplificar el alcance de la película.

3. **Colaboraciones con influencers o celebridades:** Aunque es un enfoque más reciente, algunos cineastas independientes logran que influencers o celebridades hablen de sus películas, lo que ayuda a amplificar su mensaje y atraer a una audiencia más grande.
4. **Proyecciones especiales y Q&A:** Organizar proyecciones con el director, los actores o equipo creativo y tener sesiones de preguntas y respuestas es una manera de crear una experiencia única para los fans, generando un lazo emocional con la película.

En conclusión, las estrategias de promoción y publicidad en la industria del cine independiente se caracterizan por su creatividad y enfoque de bajo presupuesto. Participar en festivales de cine es fundamental para aumentar la visibilidad y establecer conexiones valiosas. Las campañas en redes sociales permiten a los cineastas interactuar directamente con su público, creando comunidad y amplificando el alcance de sus películas.

### **Evaluar tendencias en publicidad y promoción.**

**Experiencias Inmersivas:** Los cines están ofreciendo experiencias que van más allá de la proyección de películas, como eventos temáticos, noches de trivia y festivales de cine que crean un ambiente comunitario.

**Cineteca Nacional en la Ciudad de México** organiza festivales de cine y eventos que incluyen pláticas con cineastas, proyecciones al aire libre y exposiciones relacionadas con el cine.

<https://www.eluniversal.com.mx/destinos/dia-del-rock-cineteca-nacional-proyecta-conciertos-icnicos/>

**Marketing de Influencers:** colaboraciones con influencers y cineastas que llegan al público objetivo de manera más auténtica y confiable. Los influencers pueden compartir sus experiencias en el cine o recomendaciones de películas.

**Cinépolis** ha colaborado con influencers de cine en redes sociales para promover estrenos de películas independientes, donde estos influencers asisten a funciones y comparten su experiencia con sus seguidores.

<https://www.youtube.com/watch?v=0rjoUgbbqrM>

**Programas de Lealtad:** Creación de programas de lealtad que recompensen a los asistentes frecuentes con descuentos, acceso anticipado a boletos y promociones exclusivas.

**Cinemex**, aunque es una cadena grande, creó un programa de lealtad que permite a los seguidores de cine independiente acceder a funciones especiales y descuentos en boletos.

<https://cinemex.com/invitado-especial/programa>

**Contenido Exclusivo en Línea:** los cines están empezando a ofrecer proyecciones en línea de películas independientes, lo que amplía su alcance y permite a la audiencia ver contenido exclusivo desde casa.

**Cine en Línea** es una plataforma que permite a los cinéfilos ver películas independientes directamente a través de su sitio, promoviendo tanto cineastas como cines independientes.

En conclusión, los cines están renovando la experiencia del espectador mediante estrategias innovadoras. Desde eventos inmersivos que promueven un sentido de comunidad, hasta colaboraciones con influencers que conectan de manera auténtica con el público. Los programas de lealtad y las plataformas de contenido en línea amplían el acceso y fidelizan a los espectadores, adaptando el cine a las demandas actuales y fortaleciendo el cine independiente.

**Considerando el FODA estratégico se mencionan estrategias que aplican para promoción y publicidad con sus respectivas tácticas.**

**Promociones Especiales para Estudiantes y Cineastas Emergentes:** La idea es hacer equipo con universidades y escuelas de arte en Guadalajara para que los estudiantes de cine tengan descuentos únicos o hasta funciones gratis ciertos días. Además, sería ideal organizar concursos o festivales de cortos donde los cineastas que apenas empiezan puedan proyectar sus trabajos.

Lo que se busca es apoyar el talento joven y que siempre haya público nuevo. Así, motivamos a las próximas generaciones de cineastas a que se involucren y participen activamente.

**Colaboraciones con Influencers Culturales y Cineastas Locales:** La propuesta es colaborar con influencers locales de cine, cultura y arte de Guadalajara para promover el cine mexicano de manera auténtica y cercana a su público. Estos creadores de contenido podrán asistir a funciones exclusivas y premieres, generando un vínculo entre el cine y su comunidad de seguidores.

Se invitará a los influencers a participar en premieres y funciones especiales, dándoles acceso exclusivo para que compartan contenido en sus redes. Podrán publicar detrás de cámaras, entrevistas con directores mexicanos y sus opiniones sobre las películas proyectadas. El objetivo es generar interacción en plataformas digitales y atraer más público joven.

Esta estrategia permite conectar con audiencias jóvenes de forma más orgánica, a través de figuras que ya tienen credibilidad y afinidad con el cine local. Al compartir sus experiencias, los influencers ayudan a crear interés genuino por el cine mexicano y posicionar al cine independiente como un lugar imprescindible para los amantes de la cultura.

## OBJETIVO 10

### Crear estrategias de comunicación digital

#### FODA digital

Exploramos un análisis FODA digital enfocado en identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrentamos en el entorno digital. Este análisis se basa en el FODA estratégico previamente mencionado, que nos proporciona una visión integral de nuestra posición actual y nos permite adaptar nuestras estrategias digitales para maximizar el alcance y el impacto en nuestras audiencias.

<b>Fortalezas:</b>	<b>Oportunidades:</b>
<p>-Redes sociales activas: Cuentan con una presencia constante en redes sociales como Instagram y Facebook y esto ayuda a informar de una forma rápida, correcta y asertiva a su audiencia sobre sus servicios, cartelera y/o próximos eventos. (2,000 seguidores)</p> <p>-Colaboraciones con diferentes marcas relevantes y estos generan un mayor alcance y una mayor visibilidad a sus redes sociales y así atraer nuevos públicos que también están interesados en el cine independiente.</p>	<p>-Desarrollar una estrategia de contenido: Crear una parrilla de contenido que servirá como guía para futuras publicaciones, en donde se incluirán copys y hashtags específicos basándonos siempre en la Identidad de Cine Mayahuel.</p> <p>-Contratar a alguien fijo para redes sociales</p>

<p>-Cuentan con una comunicación constante</p> <p>-Persona de apoyo para manejo de redes sociales</p>	
<p><b>Debilidades:</b></p> <p>-Carecen de página web: Esto puede limitar su capacidad para ofrecer información adicional a la que se ofrece en redes sociales. También, esto provoca que se cierren a un público específico ya que no todos usan redes sociales.</p> <p>-Red social de TikTok inactiva, al ser una cuenta que si existe pero no está en uso dificulta el crecimiento de esta. Exprimir esta red social explotando la creatividad y creando <i>trends</i> que pueden ayudar a darle mucho foco a la cuenta de Cine Mayahuel.</p>	<p><b>Amenazas:</b></p> <p>-Su competencia tiene un mayor alcance digital. Esto puede dificultar el crecimiento de audiencia para Cine Mayahuel.</p> <p>-Cambios del Algoritmo de Instagram: La naturaleza cambiante y a menudo opaca del algoritmo de Instagram puede dificultar la visibilidad de las publicaciones de Cine Mayahuel.</p>

**Objetivos SMART:**

SMART es una metodología que se utiliza para definir objetivos. Estos objetivos están en inglés lo que significa que deben de ser Específicos (Specific), Medibles (Measurable), Alcanzables (Achievable), Realistas (Realistic) y de duración limitada (Time-bound). A continuación se presentan los objetivos SMART para

Cine Mayahueñ, las estrategias que se presentan a continuación provienen del FODA estratégico.

### **-Fortalecer la Propuesta Única con Alianzas Estratégicas:**

#### **Establecer Alianzas con Festivales de Cine**

- **Específico:** Colaborar con al menos cinco marcas locales para promover productos y servicios en el cine.
- **Medible:** Tener al menos cinco marcas asociadas con programas específicos o promociones en un período de 8 meses.
- **Alcanzable:** Contactar a marcas locales que se alineen con los valores del cine y proponer promociones conjuntas.
- **Relevante:** Las asociaciones con marcas locales no solo fortalecerán la comunidad, sino que también expandirán la visibilidad del cine.
- **Temporal:** Tener estas colaboraciones establecidas antes del inicio de la próxima temporada de proyecciones.

#### **Fomentar la Participación Activa y Expandir la Audiencia en Redes Sociales**

- **Específico:** Aumentar la interacción y visibilidad en las redes sociales de Cine Mayahuel mediante la creación de contenido atractivo que fomente la participación y promueva las proyecciones de cine independiente mexicano.
- **Medible:** Incrementar el número de comentarios y compartidos en publicaciones en un 10% y aumentar la interacción en publicaciones relacionadas con los estrenos (likes, comentarios, compartidos) en un 5%, así como incrementar el número de seguidores en las plataformas en un 5%, todo dentro de un plazo definido.
- **Alcanzable:** Desarrollar y ejecutar una estrategia de contenido que incluya publicaciones atractivas tres veces por semana, tales como encuestas, preguntas, detrás de cámaras, entrevistas con directores y promociones exclusivas para seguidores.

- **Relevante:** Una comunidad activa en redes sociales no solo mejorará el reconocimiento y la lealtad hacia Cinemayhuel, sino que también contribuirá al crecimiento de una audiencia interesada en el cine independiente mexicano, apoyando así la industria y aumentando la asistencia a las proyecciones.
- **Temporal:** Alcanzar este incremento en interacciones, así como los objetivos de seguidores y participación, en un plazo de 2 meses

**Reactivar canales digitales con los que ya cuentan como YouTube y TikTok generando contenido de valor y vinculación entre las otras redes sociales.**

- **Específico:** Reactivar los canales de YouTube y TikTok de Cine Mayahuel para generar contenido de valor que vincule y complemente las actividades en otras redes sociales (Instagram y Facebook).
- **Medible:** Lograr un aumento del 10% en visualizaciones y un 5% en interacciones (likes, comentarios, compartidos) en los videos publicados en YouTube y TikTok en un plazo de 2 meses.
- **Alcanzable:** Publicar al menos 1 video semanal en cada plataforma, que incluyan contenido atractivo como reseñas de películas, entrevistas con cineastas y detrás de cámaras de eventos, y promover este contenido en Instagram y Facebook.
- **Relevante:** La reactivación de estos canales permitirá alcanzar a una audiencia más amplia, generar mayor interacción y fortalecer la comunidad cinéfila, lo que puede traducirse en un aumento de asistencia a las funciones de cine.
- **Temporal:** Alcanzar el aumento en visualizaciones e interacciones dentro de los próximos 2 meses.

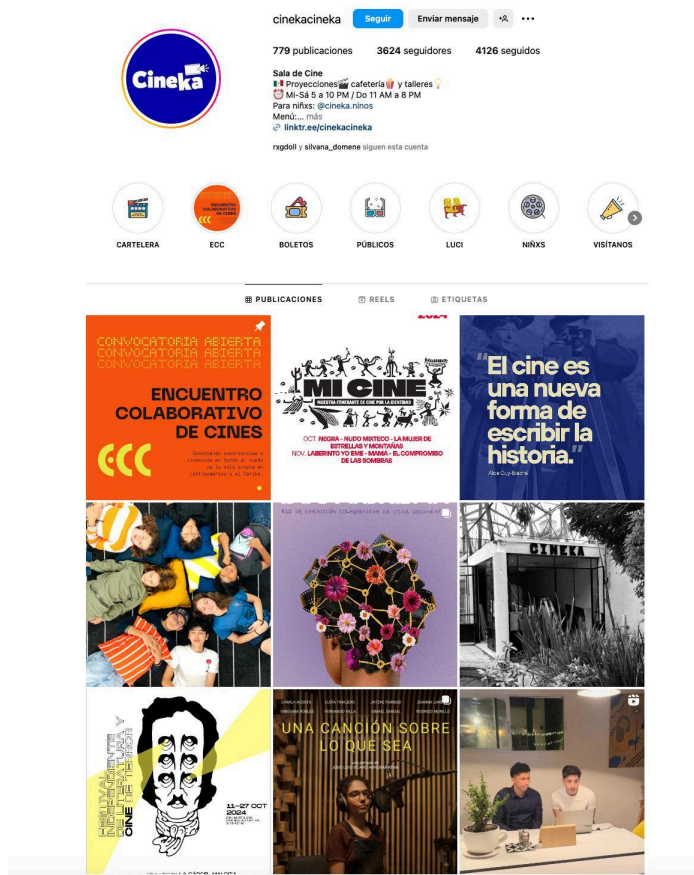
## Auditoría de perfiles en redes sociales:

Con base en la información proporcionada por los empresarios y la obtenida mediante la investigación del sector y de la competencia, podemos determinar que Los principales referentes considerados como aspiracionales para Cine Mayahuel en la Zona Metropolitana de Guadalajara son Cineka, Cineforoudg y Cineteca nacional mx. Para ilustrar esto, incluimos imágenes de las redes sociales de cada uno.

### Observaciones:

@Cinekacineka

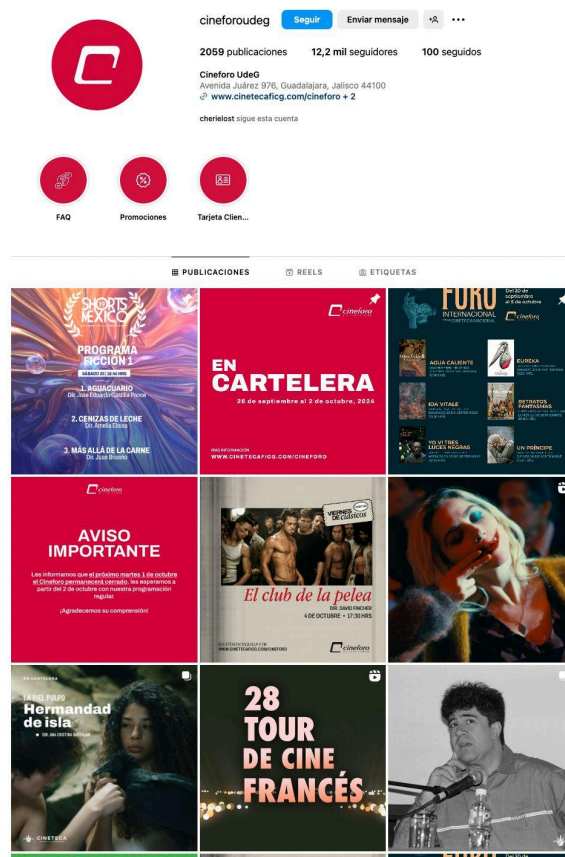
- Cuentan con historias destacadas.
- Hacen actividades con niños y jóvenes
- En su descripción, cuentan con información completa como horario, cuentas alternas y link a página web.
- Hacen colaboraciones con diferentes lugares iguales a ellos para crear una comunidad.
- En sus publicaciones invitan a las personas a hacer una acción (Call to action) como:



## Observaciones:

@Cineforoudg

- A pesar de tener más de diez mil seguidores en Instagram, sus publicaciones no tienen un buen alcance en donde no pasan ni el 10% de interacciones.
- Cuentan con historias destacadas en donde tienen buena información como promociones, detalles de su tarjeta de cliente frecuente y precios de funciones.
- En sus publicaciones, tienen información sobre películas que están a punto de estrenarse o películas que están en cartelera, también publicaciones que son como entrevistas y esto puede interesar a la comunidad.
- No hacen colaboraciones con otras cuentas o personas.
- En su descripción solo cuentan con ubicación.



## Observaciones:

@cinetecanacionalmx

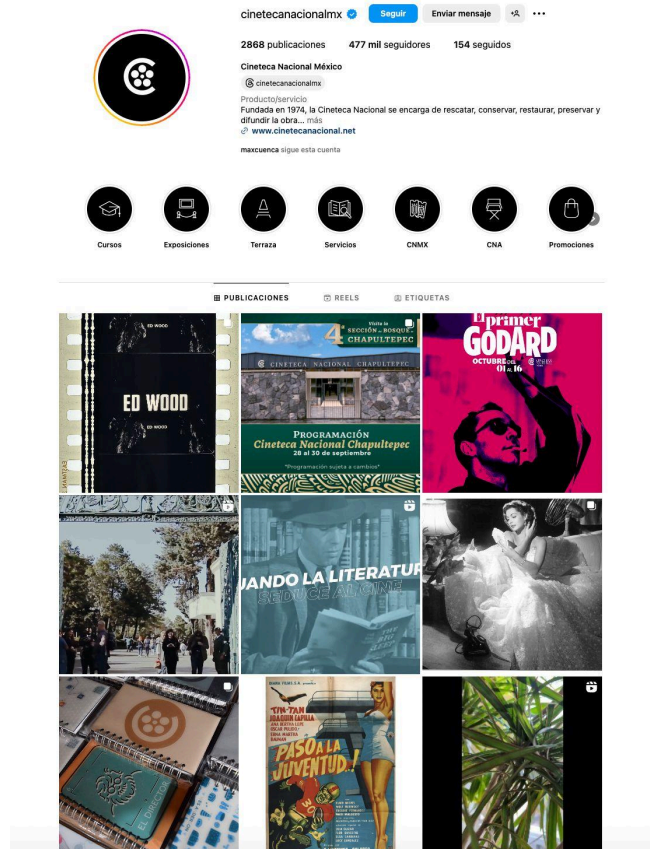
-Sus publicaciones tienen un muy buen alcance.

-Cuentan con casi 500 mil seguidores.

-Tienen historias destacadas que son útiles para que las personas tengan acceso a información correcta de una manera fácil.

-Hacen colaboraciones con cuentas parecidas y así ayudan a crear una comunidad.




-Sus publicaciones son muy informativas pero sin saturar las fotos o vídeos de texto.






















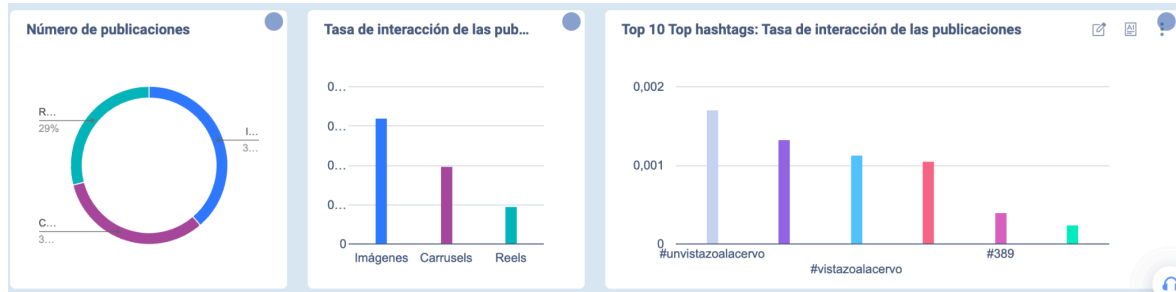
Para diseñar nuestra parrilla de contenido para redes sociales, utilizamos Fanpage Karma, una herramienta especializada en la descarga y análisis de datos. Elaboramos únicamente un reporte sobre la competencia en Instagram. A partir de esto, realizamos una comparativa y un análisis exhaustivo para determinar los elementos más efectivos, como los horarios y días más adecuados para publicar, los hashtags más populares y los tipos de publicaciones que generan mayor interacción. Este análisis nos permitió afinar nuestra estrategia de contenido, asegurando que cada publicación esté optimizada para alcanzar y captar la atención de nuestra audiencia de manera eficiente.

## INSTAGRAM

Resumen de métricas							
Nombre	Índice de Rendimiento de la Página	Fans	Crecimiento de seguidores (en %)	Tasa de interacción de las publicaciones	Publicaciones por día	Alcance por día	Interacción por impresión
 Cineforo UdeG @cineforoudeg	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	☆	☆
 Cineteca Nacional México @cinetecanacionalmx	30%	467k	1.3%	0.50%	1.4	☆	☆
 Sala de Cine @cinekacineka	⊖	⊖	⊖	⊖	⊖	☆	☆

			Número de Me gusta	Número de comentarios	Número de Reacciones, Comentarios y Compartidos	Tasa de interacción de las publicaciones	Alcance por publicación	Interacción por impresión
1	 Cineteca Nacional ... 27/9/24, 22:47		4.3k	17	4.3k	0.90%	☆	☆
2	 Cineteca Nacional ... 13/9/24, 11:54		3.8k	12	3.8k	0.81%	☆	☆
3	 Cineteca Nacional ... 12/9/24, 22:00	No Picture	3.7k	49	3.7k	0.78%	☆	☆
4	 Cineteca Nacional ... 6/9/24, 14:04		2.6k	60	2.7k	0.57%	☆	☆
5	 Cineteca Nacional ... 13/9/24, 17:49		2.5k	44	2.5k	0.54%	☆	☆
6	 Cineteca Nacional ... 15/9/24, 14:16		2.3k	29	2.4k	0.50%	☆	☆
7	 Cineteca Nacional ... 2/9/24, 20:00		2.0k	22	2.0k	0.43%	☆	☆
8	 Cineteca Nacional ... 27/9/24, 12:25		1.2k	10	1.2k	0.26%	☆	☆
-	 Cineteca Nacional ...							

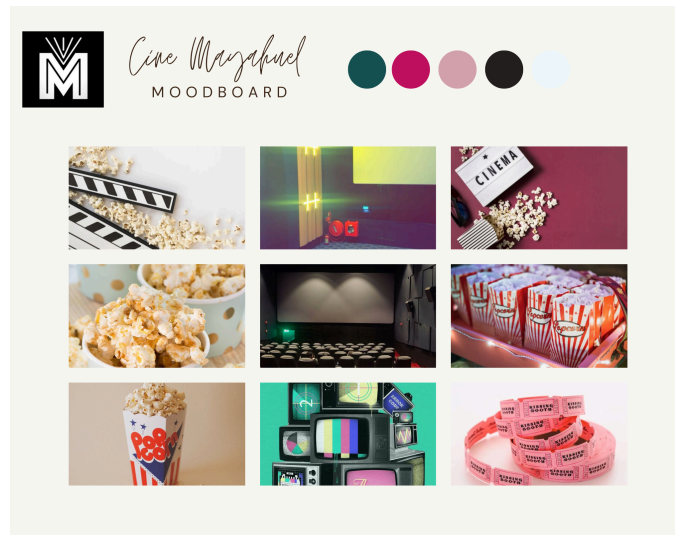
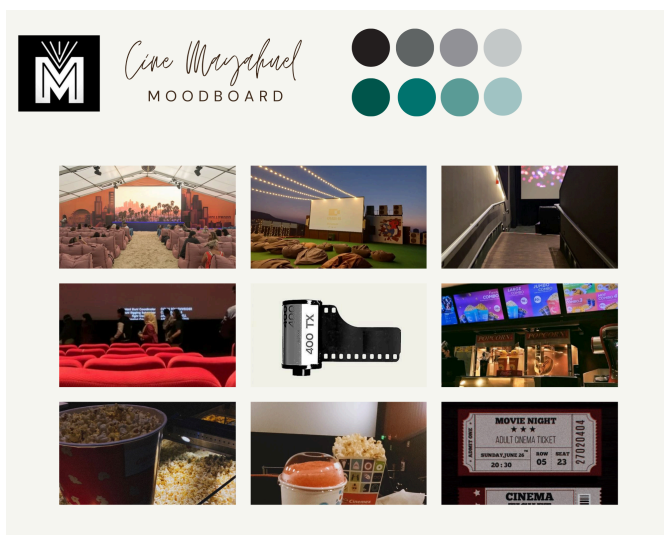


## OBJETIVO 11

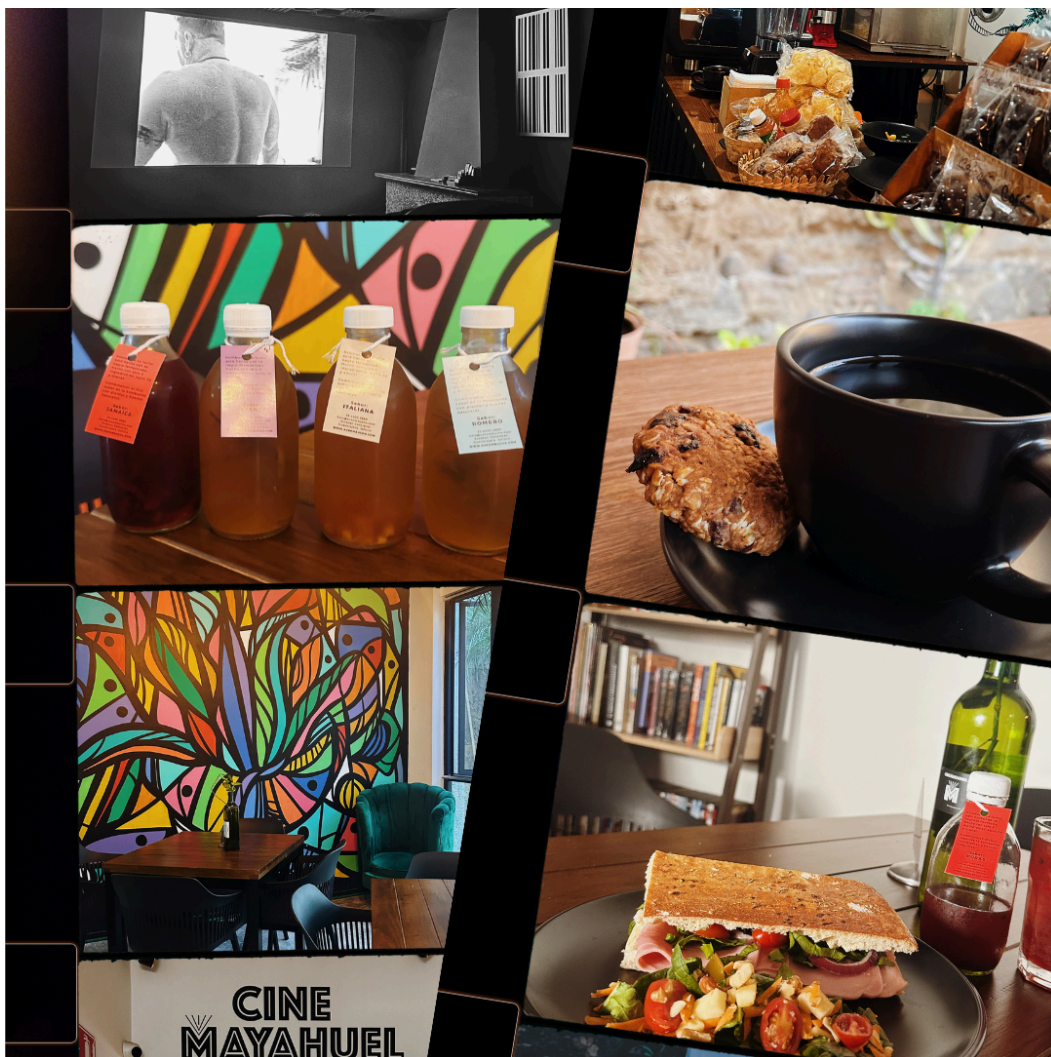
### Tomar fotografías y elaborar videos para estrategias de comunicación digital

Para la sesión de fotos, se estableció el propósito de dar a conocer los servicios que ofrece la marca mediante estrategias de posicionamiento y comunicación adecuadas, con el fin de aumentar la venta y publicidad en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). Se busca lograr la mejor calidad en las fotografías, transmitiendo información que refleje las ideas y valores de la marca, sin perder de vista su función principal: vender. Nos esforzamos por asegurar que los valores de la marca, como diversidad, calidad, comunidad e innovación, estén claramente reflejados.

Posteriormente se realizaron plantillas de inspiración las cuales fueron previamente autorizadas por los empresarios, se presentan a continuación.



Para lograr las fotografías, fue necesario acudir al lugar donde se encuentra Cine Mayahuel y llevar equipo de iluminación, cámaras fotográficas, materiales decorativos, productos de venta (dulcería), un celular, una mesa. Se tomaron aproximadamente 130 fotografías y 5 videos. Cada fotografía fue editada utilizando aplicaciones de ajustes de imagen en iPhone, Lightroom e In Shot. A continuación se muestran algunas fotografías y el resto se comparten en la carpeta drive del empresario.



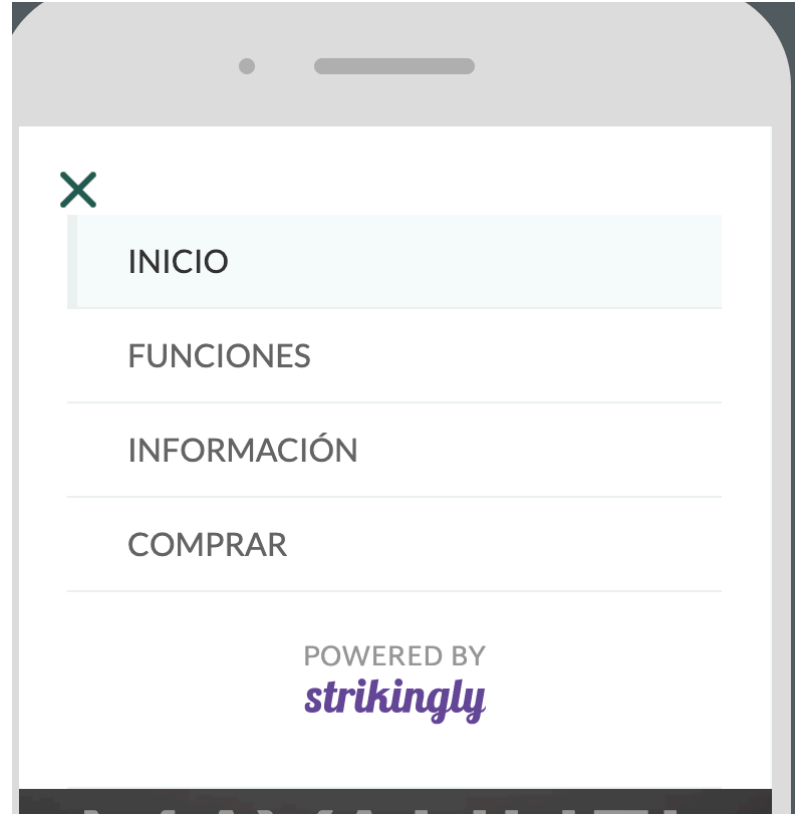
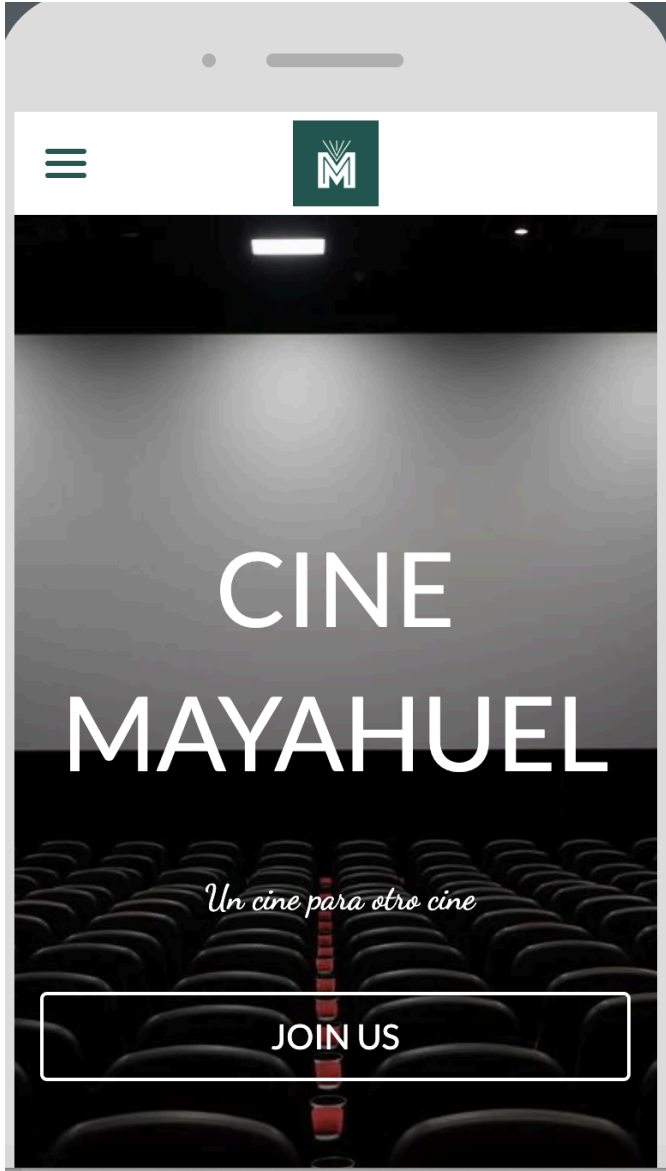
## OBJETIVO 12

### Desarrollar prototipo de página web

Investigamos diferentes marcas que ofrecen una variedad de servicios similares a los de Cine Mayahuel para identificar tendencias clave en la presentación de espacios culturales y cinematográficos. Nuestro análisis incluyó sitios web de cines independientes, centros culturales y empresas dedicadas a la producción audiovisual, con el objetivo de identificar las mejores prácticas y las soluciones más eficientes en términos de diseño, experiencia de usuario y funcionalidad. A partir de esta investigación, hemos podido diseñar un prototipo que refleje la identidad única de Cine Mayahuel, incorporando funcionalidades que faciliten la navegación, la reserva de servicios, la promoción de eventos y la interacción con la comunidad, todo esto se logró mediante la plataforma “strikingly”. Se anexa link para su visualización.

<https://cinemayahuel.mystrikingly.com/>





## OBJETIVO 13

### Crear estrategias POP (publicidad para punto de venta)

Para lograr este objetivo, investigamos diferentes marcas que tienen servicios similares a los de Cine Mayahuel, nos encontramos con diversos diseños para sus POP, pero recomendamos hacer activaciones con kits que puedan servir para dar a conocer Cine Mayahuel con más personas a través de redes sociales.

Se propone un kit que se envíe a varios influencers con un perfil que sea de ayuda para llegar al público meta de Cine Mayahuel

La idea es que el kit sea el siguiente: Una bolsa de dulces con el logo de Cine Mayahuel con dos boletos y un QR que lleve directo a Instagram.

Esta estrategia nos ayudará porque los influencers tienen una audiencia establecida que confía en sus recomendaciones. Un kit bien diseñado puede captar su atención y motivarlos a hablar sobre Cine Mayahuel, generando interés y aumentando visibilidad de los espectadores.

Ejemplo:



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

- Aprendizajes profesionales (en equipo)

El Proyecto de Aplicación Profesional en Cine Mayahuel permitió a los participantes integrar y aplicar conocimientos multidisciplinarios de mercadotecnia, administración, publicidad, comunicación y finanzas en un entorno real, fortaleciendo competencias clave como el trabajo en equipo, la gestión del tiempo y la resolución estratégica de problemas. Mediante herramientas como el análisis FODA y PESTEL, el equipo identificó oportunidades para posicionar al cine como un referente cultural en Guadalajara, desarrollando una identidad corporativa sólida alineada con la misión de preservar la identidad cinematográfica mexicana y promover la transformación social. La experiencia brindó valiosos aprendizajes sobre el impacto del cine independiente en la sociedad y los desafíos económicos del sector, generando estrategias innovadoras para atraer tanto a públicos locales como turísticos mediante la optimización de recursos y expansión digital. Los saberes puestos a prueba incluyeron el diseño de campañas de comunicación efectivas, el manejo de redes sociales con objetivos SMART y la validación de estructuras de precios basadas en un enfoque sostenible. Este proyecto no solo consolidó habilidades profesionales fundamentales, sino que también nos inspiró a orientar nuestras carreras hacia la promoción del arte y la cultura, demostrando que el cine es una herramienta poderosa para conectar, transformar e impulsar el desarrollo comunitario.

- Aprendizajes sociales (personal)

**Paola:**

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) en Cine Mayahuel me permitió ver cómo una iniciativa cultural puede convertirse en un agente de transformación social al vincular emprendimiento, innovación y comunidad. Este proyecto me enseñó a preparar, dirigir y evaluar acciones orientadas a objetivos claros, logrando un impacto que no solo mejora la experiencia cultural, sino que también fortalece el sentido de identidad local. Si bien algunos resultados esperados, como el fortalecimiento de la presencia del cine en la comunidad, se cumplieron. Esta experiencia me mostró que los conocimientos adquiridos son aplicables en diferentes contextos, como mi proyecto personal de abrir un restaurante, ya que entendí que un negocio no solo debe ser económicamente viable, sino también contribuir a su entorno social. Mi perspectiva sobre la realidad cambió al darme cuenta de que el emprendimiento puede mejorar la calidad de vida, y veo ahora la importancia de dar seguimiento a los proyectos sociales mediante la colaboración continua, asegurando que su impacto crezca y se mantenga con el tiempo. Finalmente conocer la cultura del cine local me pareció fundamental porque me permitió observar cómo se preservan y difunden las historias, perspectivas y tradiciones propias de una región, fortaleciendo su identidad cultural. Este tipo de cine refleja las realidades sociales, políticas y económicas del entorno, ofreciendo una mirada íntima y auténtica que las grandes producciones comerciales muchas veces no abarcan. Además, fomenta la diversidad creativa al dar voz a cineastas y propuestas independientes, enriqueciendo el panorama cultural y promoviendo la innovación.

**Juan Roberto:**

Al finalizar este proyecto sobre Cine Mayahuel, comprendí el impacto social que puede tener una iniciativa cultural en la comunidad, especialmente en la difusión del cine independiente y la preservación de la cultura mexicana. Trabajar en este proyecto me ayudó a desarrollar habilidades clave como la planificación, dirección y evaluación de proyectos con objetivos claros y con enfoque en el beneficio social.

Pude evidenciar que el cine es una herramienta poderosa para fomentar la creatividad, el pensamiento crítico y la participación social, además de apoyar a grupos que no suelen tener acceso a bienes culturales.

Este proyecto contribuyó no solo al enriquecimiento cultural, sino también a la economía creativa local, apoyando producciones mexicanas. Mis servicios profesionales ayudaron a generar un bien público cultural, y me di cuenta de que estas prácticas pueden aplicarse en otros contextos para generar un impacto social positivo.

Concluyo que el seguimiento de este tipo de iniciativas es crucial para ampliar su beneficio a lo largo del tiempo, y mi visión del mundo social se ha reforzado: el arte y la cultura tienen un gran potencial para transformar realidades y fortalecer la cohesión social.

**Ale flores:**

Siento que todas las ideas sumaron a mejorar la estrategia de Cine Mayahuel, que es más que solo un cine es un espacio para que el cine mexicano llegue a la gente y cuente nuestras historias. Yo creo que tiene un impacto súper positivo en la comunidad, porque no solo es entretenimiento, es cultura.

Me gustaría que se le diera seguimiento a las propuestas de finanzas, marketing y comunicación, porque este proyecto tiene un potencial enorme. Hay mucho potencial para seguir creciendo y aportando todo lo que Cine Mayahuel tiene para ofrecernos.

**Camila Padilla:**

En mi experiencia con Cine Mayahuel, comprendí lo esencial que es reconocer y atender las necesidades de la comunidad cinematográfica. Cada proyecto que emprendemos requiere un enfoque que no solo capte la atención del público, sino que también fomente una conexión real con ellos.

Además, trabajamos en la creación de un ambiente que invite a la comodidad de la audiencia. Me di cuenta de que al ofrecer un lugar donde todos pueden disfrutar del cine, contribuimos a fortalecer el tejido social de nuestra comunidad.

El uso de herramientas digitales fue otra lección clave. Aprendí a emplear plataformas en línea para promover eventos y compartir el amor por el cine. A medida que exploramos diferentes estrategias, noté que el contenido visual y las historias que contamos pueden atraer a un público más amplio. Cada publicación y cada historia compartida en las redes sociales se convirtió en una oportunidad para destacar el valor cultural de Cine Mayahuel.

En este proceso, también entendí la importancia de la colaboración. Trabajar junto a personas con diferentes habilidades y perspectivas me permitió aprender y crecer. Las discusiones abiertas y las lluvias de ideas se convirtieron en momentos importantes para la creación de proyectos que realmente reflejan el amor al cine mexicano. Fomentar un ambiente en el que todos se sientan cómodos para compartir sus ideas ha sido una de las experiencias más gratificantes.

Al final de esta etapa, me siento más motivada y capacitada para aplicar lo que he aprendido. Mi deseo es que mi ayuda a Cine Mayahuel sea favorable ya que tienen mucho potencial, creando un espacio que no solo presente películas, sino

que también conecte a las personas y enriquezca la cultura local. Aunque sé que hay desafíos por delante, estoy convencida de que cada paso que se da puede generar un impacto positivo en la comunidad.

- Aprendizajes éticos (personal)

**Paola:**

Durante este proyecto, una de las decisiones más importantes que tomé fue asumir la gestión financiera, a pesar de no tener un dominio completo en el tema. Tomé esta decisión porque entendí que era una oportunidad para fortalecer mis habilidades en un área crucial para mi formación en administración de empresas. Las consecuencias fueron positivas, ya que no solo logré establecer estrategias de precios alineadas con los objetivos del proyecto, sino que también desarrollé confianza en la toma de decisiones bajo presión, aprendiendo a gestionar de mejor manera el excel. Sin embargo, también enfrenté desafíos que me llevaron a buscar apoyo y asesoría, lo cual reforzó mi capacidad para colaborar y aceptar mis limitaciones. Esta experiencia me invita a salir de mi zona de confort y explorar más a fondo las finanzas, entendiendo que la toma de decisiones informadas es vital para el éxito de cualquier empresa. Me dejó claro que, como futura administradora, no siempre tendré todas las respuestas, pero contar con un equipo y pedir ayuda cuando sea necesario es parte fundamental del liderazgo ético. Después de esta experiencia, entiendo que mi profesión debe enfocarse en generar valor no solo económico, sino también social. Este aprendizaje me reafirma que la administración puede ser una herramienta poderosa para transformar realidades y crear un impacto positivo en las empresas.

**Juan Roberto:**

Este proyecto de Cine Mayahuel me enseñó la importancia de tomar decisiones que respeten y promuevan la cultura mexicana. Decidí priorizar la autenticidad en todas las estrategias, lo que ayudó a que la marca conectara de manera genuina con su público y tuviera un mayor impacto en la comunidad.

La experiencia me hizo reflexionar sobre mi responsabilidad como profesional, ya que mis decisiones no solo afectan a una empresa, sino también a las personas que interactúan con ella. Me impulsó a querer trabajar en proyectos que no solo busquen ganancias, sino que también tengan un impacto positivo en la sociedad. Ahora, después de esta experiencia, sé que quiero ejercer mi profesión con un enfoque ético, buscando siempre el bienestar colectivo y asegurándome de que mis acciones aporten algo valioso a la comunidad.

**Ale flores:**

En este proceso, tomé decisiones importantes, como optar por no realizar el POP para montarlas en sus instalaciones, sino explorar otras propuestas más adecuadas. Lo mismo ocurrió con el contenido mensual que planeábamos; decidimos simplemente proporcionarles una parrilla. Esta decisión me pareció acertada, ya que no queríamos interferir en el trabajo de quienes llevan más tiempo colaborando como community en Cine Mayahuel. Ofrecer ideas puede ser valioso, pero es fundamental respetar el proceso y la experiencia de otros.

Esta experiencia me ha hecho reflexionar sobre mis aspiraciones y me ha permitido ver que tengo el potencial para crear mi propia agencia de marketing. Aunque siempre me ha dado un poco de miedo, trabajar en este proyecto me demostró que es una meta viable y alcanzable. Me siento más segura de mis habilidades y motivada para seguir adelante con mis planes profesionales.

**Camila Padilla:**

En este proyecto con Cine Mayahuel, asumí el reto de gestionar el contenido digital y promocionar los eventos de manera creativa. Fue una experiencia única que me permitió tomar decisiones importantes en cuanto al enfoque visual y las estrategias de comunicación, asegurándose de que cada publicación refleja el espíritu independiente y cultural del cine. Al final del mes, ver los resultados positivos y la aceptación del equipo hacia mis ideas me motivó mucho.

Trabajar en equipo fue esencial para el éxito del proyecto. Cada miembro aplicó su experiencia y perspectiva, lo que nos permitió mejorar las propuestas y adaptarlas a lo que el cine buscaba transmitir. Fue muy valioso colaborar con personas de diferentes áreas, ya que aprender de sus enfoques me hizo crecer profesionalmente y me enseñó a apreciar la diversidad de ideas como una verdadera fortaleza en proyectos colaborativos.

Terminar este PAP me dejó más segura y confiada en mis habilidades. Siento que ahora tengo las herramientas y la confianza para aplicar lo aprendido en otros proyectos, tanto en este tipo de espacios culturales como en entornos completamente distintos. Esta experiencia me enseñó que siempre habrá cosas nuevas por aprender y mejorar, y estoy lista para enfrentar esos retos en cualquier ámbito profesional que venga.

- Aprendizajes en lo personal (personal)

**Paola:**

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) en Cine Mayahuel me permitió descubrir habilidades que no sabía que tenía y reconocer áreas de mejora, especialmente al enfrentar la gestión financiera, un tema desafiante para mí. Aprendí que con iniciativa, apertura al aprendizaje y colaboración es posible superar retos complejos. Esta experiencia también me mostró la importancia del trabajo en equipo y del valor que cada perspectiva aporta al lograr objetivos

comunes. Además, entiendo cómo los negocios culturales, como el cine independiente, no solo requieren estrategias comerciales, sino que también tienen un impacto social y comunitario profundo. Convivir con la pluralidad y trabajar en un entorno diverso me ayudó a desarrollar empatía y habilidades para gestionar equipos, lo que resulta fundamental para mi proyecto de vida: abrir mi propio restaurante. Este proyecto me permitió profundizar en la comprensión del funcionamiento interno de los negocios, desde la gestión administrativa hasta la creación de una identidad sólida, y me reafirmó la importancia de conectar los valores empresariales con las necesidades de la comunidad.

**Juan Roberto:**

Este proyecto me ayudó a conocerme mejor, mostrándome que puedo tomar decisiones que beneficien no solo a una empresa, sino también a la comunidad. Aprendí a valorar la diversidad y a trabajar mejor con personas de diferentes ideas y perspectivas.

Me di cuenta de que quiero dedicarme a proyectos que no solo busquen éxito profesional, sino que también tengan un impacto positivo en la sociedad. Esta experiencia me mostró que el cine y la cultura pueden unir a las personas y generar cambios, lo que quiero que sea parte de mi vida y carrera.

**Ale Flores:**

Este trabajo en el Cine Mayahuel ha sido una experiencia increíble que me ha mostrado que, sin importar el tamaño de un proyecto, siempre hay oportunidades para explorar y desarrollar. La propuesta de Cine Mayahuel no solo es interesante, sino que también enriquece nuestra cultura mexicana al ofrecer un espacio para disfrutar del cine nacional, una necesidad real en nuestra sociedad.

Me impresionó la disposición de Itzmalin y Paty, quienes siempre estuvieron dispuestos a ayudar y abiertos a nuestras ideas, creando un ambiente de trabajo positivo y motivador. Además, al trabajar en un cine independiente, aprendí mucho

sobre la industria y pude investigar la competencia para entender mejor el contexto en el que operamos.

Este proyecto no solo me permitió crecer profesionalmente, sino que también me ayudó a reconocer la importancia de la colaboración y el apoyo mutuo. Estoy agradecido por esta oportunidad, ya que me llevo herramientas valiosas para integrarme en un sector que antes desconocía.

**Camila Padilla:**

En este proyecto me tocó asumir un sin fin de responsabilidades importantes, y la verdad es que todo salió súper bien. Esto me dio una gran confianza para saber que mis habilidades no solo funcionan en el salón de clases, sino también en el mundo real. Ha sido muy valioso darme cuenta de que, con lo que he aprendido en la carrera, puedo adaptarme a cualquier tipo de empresa, independientemente de si se enfoca en productos o servicios.

Además, trabajar en equipo fue clave. Me di cuenta de lo mucho que se puede aprender de los demás. Fue muy gratificante que cada uno de mis compañeros compartiera sus conocimientos conmigo, lo que me ayudó a seguir creciendo profesionalmente y a ver las cosas desde otras perspectivas. Cada uno aportó algo valioso, y eso hizo que el proyecto fuera mucho más enriquecedor.

La empresaria que nos acompañó en esta experiencia fue una guía increíble. Nos mostró la importancia de estar siempre dispuestos, de tener esas ganas de llegar más lejos, y de ser pacientes cuando las cosas no salen como planeamos. Esto me enseñó a enfrentar los obstáculos con más calma y a no perder el enfoque.

Al final, esta experiencia me deja con la seguridad de que, con lo que he aprendido en Comunicación, tengo las herramientas para desenvolverme en cualquier tipo de entorno. Me voy con la confianza de que puedo aportar y adaptarme a lo que venga, con la tranquilidad de que mi carrera me ha preparado para enfrentar retos de todo tipo y aprovechar las oportunidades que se presenten.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

### **Conclusión:**

#### **Finanzas**

- Al inicio del proyecto, Cine Mayahuel comenzó con una idea inicial sobre sus finanzas, con un panorama general de sus costos e ingresos. Contaban con una noción de su estructura de precios y costos, pero no tenían un análisis claro sobre su rentabilidad ni el punto de equilibrio necesario para operar sin pérdidas.
- La información financiera estaba registrada en un archivo de Excel, pero no se utilizaba de forma efectiva. Los datos no estaban organizados ni categorizados adecuadamente, lo que dificultaba la toma de decisiones informadas y hacía complicado conocer los costos operativos reales y los márgenes de ganancia.
- Se realizó una revisión y organización del archivo financiero, clasificando los costos en fijos y variables, y estableciendo un sistema para calcular el punto de equilibrio y el margen de contribución por cada tipo de entrada. Esto permitió una visión más precisa de las finanzas y la identificación de áreas de mejora en precios y estrategias de ventas.

#### **Diseño y Comunicación**

- Falta de implementación de su identidad de marca, a pesar de contar con naming y logotipo.
- Publicaciones en Instagram desorganizadas, saturadas y sin una estructura clara.
- Ausencia de publicaciones aun teniendo los canales de comunicación activos como Facebook y Tiktok.

- Carece de estrategias formales de publicidad ya que actualmente es de boca en boca.
- No dispone de fotografías para su publicidad, ni un menú digital de sus productos de dulcería, lo cual limita la visibilidad y atractivo de su oferta.

### **Mercadotecnia:**

- Ya se contaba con misión, visión y valores de Cine Mayahuel pero encontramos áreas de mejora y lo revalidamos para que tuviera un propósito más completo la empresa.
- Carecían de información para identificar su análisis interno y externo del negocio.

### **Recomendación:**

### **Finanzas**

- Utilizar plantilla con la información organizada y el análisis financiero realizado, lo cual les permitirá monitorear y optimizar sus finanzas de manera continua. Esta mejora en el control financiero ayuda a tomar decisiones informadas, a ajustar precios y promociones de forma estratégica, y a acercarse a sus objetivos de rentabilidad.
- Para mejorar su rentabilidad, se recomienda mantener la estrategia de precios que se trabajó durante el pap y explorar otras fuentes de ingresos, como promociones en la dulcería y eventos especiales, que permitan cubrir los costos operativos y acercarse a los objetivos de utilidad deseados.
- Establecer metas de venta mensuales basadas en el punto de equilibrio para monitorear el progreso hacia los objetivos de utilidad.

## **Diseño y Comunicación**

- Apegarse a los lineamientos del manual de identidad.
- Seguir el formato del calendario y las publicaciones en redes sociales, para aumentar el reconocimiento y posicionamiento de la marca.
- Integrar el menú digital en todas las redes sociales y plataformas de la empresa.
- Sus únicos medios de difusión son por recomendaciones e Instagram.
- Mejorar la publicidad digital en todas las plataformas.
- Aplicar las estrategias de promoción, publicidad y comunicación digital sugeridas para posicionar a Cine Mayahuel en la mente del consumidor.

## **Mercadotecnia:**

- Tener siempre presente la misión, visión y valores de la empresa, ya que son la esencia y reflejan el compromiso con clientes y comunidad.
- Apegarse al manual de identidad en futuros proyectos para mantener coherencia en la marca.
- Pasar de la consolidación a la innovación constante, aprovechando la base sólida para:
  - Explorar nuevas oportunidades de crecimiento.
  - Mejorar la experiencia del cliente.
  - Diversificar el público y las fuentes de ingresos.

## Bibliografía

### *7 P's:*

Quiroa, M. (2022, 24 noviembre). *7 P's del Marketing*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/7-ps-del-marketing.html>

### *Benchmarking:*

Latam, S. (2023, 27 septiembre). *Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo?* Salesforce.

<https://www.salesforce.com/mx/blog/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo/>

### *FODA:*

Raeburn, A. (2023, July 1). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos) [2023] • Asana. Asana.

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

### - *Customer Journey Map en Escenarios As-Is y To-Be:*

Customer Journey Map: qué es y cómo crearlo (con plantilla). (2024, 8 febrero). Hubspot. <https://blog.hubspot.es/service/customer-journey-map>

### *Objetivos SMART:*

Martins, J. (2024, 1 febrero). Objetivos SMART: qué son y cómo crearlos con ejemplos y plantilla [2024] • Asana. Asana.

<https://asana.com/es/resources/smart-goals>

### *Identidad Corporativa:*

Gabriel, L. (2021, 12 febrero). *Identidad Corporativa: ¿qué es y cómo crear la de tu empresa?* Rock Content - ES.

<https://rockcontent.com/es/blog/identidad-corporativa/>

### *Misión, Visión y Valores:*

*Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos.* (2024, 24 mayo). Santander Open Academy. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html>

### *Estrategias POP (Publicidad para Punto de Venta):*

Acuña, J. (2021, 9 julio). *¿Por qué es tan importante el material POP en el punto de venta?* Marketing Services de Colombia | Agencia de Mercadeo. [https://www.mkscolombia.com/in-the-eye-of-the-marketer/por-que-es-tan-importante-el-material-pop-en-el-punto-de-venta/#:~:text=El%20material%20POP%20\(point%20of,de%20la%20compra%20del%20consumidor.](https://www.mkscolombia.com/in-the-eye-of-the-marketer/por-que-es-tan-importante-el-material-pop-en-el-punto-de-venta/#:~:text=El%20material%20POP%20(point%20of,de%20la%20compra%20del%20consumidor.)

### *Cronograma:*

Pires, R. (2022, 7 julio). *Qué es un cronograma y su relación con el control del tiempo en las empresas.* Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-cronograma/>

*Cómo usar Alegra si tienes una Microempresa.* (s. f.). <https://ayuda.alegra.com/es/c%C3%B3mo-usar-alegra-si-tienes-una-microempresa.>