

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

CENTRO INTERDISCIPLINARIOS PARA LA FORMACIÓN Y VINCULACIÓN SOCIAL

APUESTA SUSTENTABILIDAD Y TECNOLOGÍA

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA PARA EL BUEN VIVIR



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

1N02 Proyectos Estratégicos para Artesanos en Tequila

Fortalecimiento y crecimiento de Llamas Honey como empresa familiar

PRESENTAN:

Estudiantes y programas educativos:

Ana Sofía Arroyo Rodríguez / Administración de Empresas

Alicia Jazmín Real Estrada / Administración de Empresas

Brenda Elena Lastras Coronel / Diseño Integral

Raúl Ramírez Gómez / Administración de Empresas

Raúl Sánchez Pacheco / Ingeniería Industrial

Klaus Holtschmit Rodríguez / Ingeniería Industrial

Yesenia Ruelas Rangel / Publicidad y Comunicación Estratégica

Profesor PAP: Silvia Rebeca Acevez Muñoz

Profesor PAP: Andrea Mónica Fellner Grassmann

Tlaquepaque, Jalisco, Verano 2023

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	5
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	9
1.1 Marco teórico	9
1.2 Diagnósticos en los diferentes contextos	33
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	45
1.4. Planeación de alternativa(s)	55
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	57
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	105
1.7. Bibliografía y otros recursos	106
1.8. Anexos generales	109
2. Productos	110
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	112
3.1 Sensibilización ante las realidades	112
3.2 Aprendizajes logrados	114

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria- enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (co-participación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, co-crear o transformar en distintos campos sociales.

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las asimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.

El Reporte PAP consta de tres componentes:

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

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

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

Resumen

En seguimiento al trabajo desarrollado en el PAP del ciclo de Primavera 2023, se retoma el resumen presentado en dicho periodo y se ajusta con lo propio de este ciclo Verano 2023.

El presente documento expone de manera detallada y estructurada el Proyecto de Aplicación Profesional que se desarrolló en conjunto con la fundación Beckmann y pequeños productores de la localidad del Salvador, municipio de Tequila.

El desarrollo del plan de trabajo sucede de manera particular con Llamas Honey, una empresa ubicada en El Salvador, Tequila, donde una familia dedicada a la apicultura busca fortalecer y crecer su negocio a través de la profesionalización de la empresa familiar sustentada por un sistema virtual para la gestión del inventario y el desarrollo de un catálogo donde se oferten únicamente los productos ya desarrollados y establecidos en el mercado. Además, para garantizar el crecimiento de la empresa, es indispensable la planeación estratégica acompañada de desarrollo de sistemas organizacionales y de procesos.

Cabe mencionar que se retomarán algunos objetivos planteados en Primavera 2023, como la concientización al mercado consumidor sobre el respeto y cuidado al ecosistema, seguido por la consolidación de puntos de venta en la Zona Metropolitana de Guadalajara y, por último, el desarrollo de empaques, embalaje y etiquetas de una variedad de productos derivados de la miel.

Finalmente, para asegurar el fortalecimiento de la empresa, es fundamental la definición, optimización y estandarización de los procesos de manufactura conducida por la generación de documentación de procesos.

Posterior al análisis de la situación actual de la empresa “Llamas Honey”, se planteó el objetivo general que fundamenta las necesidades y áreas de oportunidad identificadas tanto por los propietarios de la empresa como por los estudiantes del proyecto, dando seguimiento al trabajo realizado en periodos anteriores.

Dicho lo anterior, a partir de este se generan las siguientes metas y objetivos específicos que abonan al objetivo general, las cuales servirán como guía para llevar a cabo un proceso colaborativo exitoso con los productores.

1. Profesionalización de la empresa

- Desarrollar bases para inventario virtual
- Diseño y actualización de catálogo de productos

2. Planeación estratégica

- Desarrollo de objetivos SMART
- Balancear actividades de los actores principales
- Definición de productos a ofertar

3. Desarrollo de un sistema de organización y sistematización de los procesos

- Instruir y capacitar en el uso de tecnologías a los actores principales

4. Concientización del mercado consumidor en respeto y cuidado del ecosistema

- Formalización del Whatsapp de la empresa
- Posteo fluído en redes sociales

5. Desarrollo de empaque, embalaje y etiquetas para los productos derivados de la miel

- Desarrollar etiqueta para producto “Hidromiel”
- Definir embalaje para el transporte de varios productos
- Desarrollar empaque para jabones que se distribuyen al Hotel
- Desarrollar embalaje para productos en festividades

6. Consolidar y expandir los puntos de venta de productos

- Diseño y desarrollo de display para exposición de productos en puntos de venta

7. Optimización de los procesos de producción y envasado

- Planteamiento de propuestas para optimización de procesos que requieran inversión
- Planteamiento de propuestas para optimización de procesos
- Definir proceso de producción y envasado de producto “Hidromiel”
- Validar que producto “Hidromiel” cumpla con los estándares de calidad, seguridad e higiene

8. Generación y estandarización de los documentos de proceso

- Generar diagrama de flujo de la empresa en general
- Generar diagramas de operaciones de los procesos de manufactura
- Generar instructivos de trabajo para cada operación

Para alcanzar los objetivos previamente establecidos, se generaron equipos flexibles multidisciplinarios con el objetivo de conjuntar distintas habilidades y conocimientos que abonen a los mismos.

El análisis presentado se desarrolló durante el semestre Verano 2023 apoyado del trabajo realizado en periodos anteriores, y se consolidó con la inclusión de estrategias metodológicas que permitieron un tratamiento cuidadoso de la información y las alternativas propuestas. Se introdujeron actividades de investigación, análisis, contacto directo con posibles clientes y proveedores de la ZMG, y un método constante de validación por parte de los diversos actores del proyecto. Tanto las actividades como el método de validación permitieron concretar las aportaciones construidas desde la colectividad.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

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

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto (marco teórico)

Introducción

Debido a la diversidad de escenarios que aborda el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP 1N02), desde Otoño 2020 se comenzó con trabajos de investigación de diversas líneas

que posibilitaron la formación de varios marcos de referencia que enmarcan un contexto más amplio y completo a cada escenario. Estos marcos han permitido al estudiantado entender la complejidad de los factores que actúan en el territorio con el que se colabora.

En el periodo de Primavera 2023, se elaboró un análisis y recopilación de los diversos marcos de referencia abordados en otros periodos, para determinar cuáles incluir al presente reporte por ser pertinentes al proyecto de Llamas Honey. Por tanto, este apartado recupera lo más relevante desarrollado por las y los estudiantes de los semestres pasados de Otoño 2020, Primavera 2021, Verano 2021, Otoño 2021, Primavera 2022, Verano 2022, Otoño 2022, Primavera 2023, así como la investigación elaborada durante el presente semestre de Verano 2023.

Por otro lado, la empresa Llamas Honey, fundada por Herasmo Llamas, quien se dedicó por varios años a la apicultura, presenta de manera responsable y consciente productos de calidad derivados de la miel, como resultado del amor y pasión inconmensurables que tiene hacia las abejas.

Las más de 550 colmenas se encuentran una temporada del año en una finca en El Salvador y una temporada en el rancho de la familia en Zacatecas, debido a que la floración de El Salvador no es constante.

La recolección de miel se lleva a cabo en la finca de El Salvador, en donde se extrae la miel de los bastidores mediante una máquina desoperculadora y posterior a ello una máquina centrífuga. Posterior a ello, la miel extraída cae por gravedad a las tolvas de acero inoxidable donde finalmente es envasada y etiquetada para ser comercializada. Cabe mencionar que en la misma finca se fabrican y reparan los cajones de madera para las abejas.

Dicho lo anterior, se puede ver cómo Marily y Herasmo cuentan con capacidades y herramientas con las que se puede trabajar y crear alternativas para Llamas Honey. Además de contar con internet y las habilidades para su uso, en orden de poder expandirse en redes

compartiendo su conocimiento y crear una cartera de clientes sólida. También cuentan con una gran creatividad para innovar nuevos productos y ampliar su empresa.

Una vez mencionado el contexto de la empresa Llamas Honey y de sus actores principales, desarrollamos el siguiente marco teórico con los siguientes conceptos teóricos generales. Esto fue con el objetivo de encuadrar y sustentar nuestro Proyecto de Aplicación Profesional en colaboración con la empresa antes mencionada.

CONSTRUCCIÓN DE LA PAZ

Andrea Bañuelos Espinosa (Otoño 2022)

Santiago Díaz (Otoño 2022)

Kenia Real Palacios (Otoño 2022)

Klaus Holtschmit Rodríguez (Verano 2023)

Los hechos violentos que sufrieron dos sacerdotes de la compañía de Jesús en una pequeña comunidad de Chihuahua le han dado la vuelta al mundo, provocando la indignación y el miedo de toda la comunidad mexicana, es por ello que el ITESO, como comunidad universitaria, busca trabajar activamente y en conjunto con sus estudiantes y académicos por la construcción de un México en paz con justicia y dignidad. La universidad generó varias actividades en orden de buscar la reflexión de nuestras acciones como individuos para la construcción de la paz, entre ellas pudimos encontrar varias conferencias con testimonios reales y pensamientos que nos guían en el descubrimiento de la clave para encontrar la paz y aplicarla en nuestro desarrollo como personas y profesionistas.

Foro Magis: Jornadas por la paz, ITESO
Recuperación de las posturas de los exponentes.

Alexander Paul Zatyryka Pacheco, SJ:

Rector del ITESO

Construir armonía y paz en las comunidades, una característica importante en los jesuitas. “La paz no se construye eliminado a alguien, se construye incluyéndolo”. La paz no significa “estar en paz” (no hacer nada), es defender los derechos de las personas que son vulnerables.

Diana Montoya Eligio:

Defensora de los derechos humanos

La limitante más grande de las comunidades es el acceso a la información en un lenguaje que sea entendible para sus integrantes. La injusticia en el respeto de los derechos no permite la construcción de la paz. Si no respetamos al otro, si no lo reconocemos como ser humano valioso, no encontraremos paz. Los retos que tenemos pendientes son internos.

¿Cómo esperamos transitar por un camino de paz, si la gran mayoría se ha quedado rezagada y no hay quienes voltean a ver cómo ayudar?

Ernesto López Portillo:

Fundador y Director Ejecutivo del Instituto para la Seguridad y la Democracia, A.C., Insyde

Consejero de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal

Descifrar las violencias y animar a procesos de reconstrucción a la manera en la que pensamos y actuamos. Si no entendemos lo que pasa, es difícil que lo cambiemos. Parece que no hay un solo tipo de violencia que no nos acompañe hoy en día. Escuchar y construir con y por los jóvenes. Involucrarse en la construcción y transformación de su entorno y contexto social.

Araceli Salcedo:

Madre buscadora

Ayuda para que te ayuden, apoya para que te apoyen, conectar para poder crecer. Se nos dice que “no pasa nada”, minimizando las situaciones.

Alejandra Xanic y Elizabeth Dalziel:

Periodistas

Dar la voz y regresar la voz. Silencio en los lugares en los que ya no se puede ingresar para el periodismo de investigación. Conectar y hacer que nos importe el otro.

Javier “Pato” Ávila, SJ:

Sacerdote en comunidad Tarahumara

Cuando uno camina solo, se tropieza y se levanta difícilmente, cuando caminas acompañado, alguien te ayuda a levantarte de los tropiezos. Antes había mucha más paz. Ampliemos los reflectores y veamos las muertes de nuestro país. Los muertos de ayer, los entierran los muertos de hoy.

Charla: *“Una formación vinculada a la construcción de la paz”*

Hoy en día, la violencia ha pasado de sorprender, a ser una noticia permanente en nuestras vidas, cuando el verdadero avance está en comenzar a cambiar la forma en la que analizamos el entorno.

¿Paz? Hay muchas, ¿cuál vemos primero?

Einstein dijo que no se podían resolver los problemas pensando de la misma manera que cuando los creamos.

Y tampoco podemos seguir pensando que el esfuerzo o la capacidad de generar el cambio depende de aquellos vulnerados, pues como lo vimos en la charla, cada uno de nosotros cuenta con situaciones de vida muy distintas (unos con mayor poder en la toma de decisiones y otros que se ven afectados por las consecuencias) y es a partir de ellas, además del diálogo y la reflexión, que vamos a lograr desarrollarnos como promotores de esta cultura de paz tanto en la vida personal, como en la profesional.

Como conclusión:

“La construcción de la paz es una vocación”. Debe estar en el pensamiento interno de cada persona. La paz se trata de respetar los derechos y la vida de las personas que nos rodean, no solo de ignorarlos y mantenernos fuera de conflicto. No solo se trata de empatizar (aunque sea un buen comienzo), también es de actuar y de incluir en las acciones a todxs.

“No podemos construir la paz en nuestra patria, si no estamos enamorados de nuestro México”, podemos entender la paz, entonces, como un enamoramiento; algo que buscas, cuidas y proteges. Paz también es escuchar y portar la voz de quien la necesite, actuar siempre en el beneficio de la comunidad y no como individuo.

Investigación

Dentro de estas reflexiones acerca de la construcción de paz se detectaron elementos que son aplicables en nuestro trabajo durante el proyecto de aplicación profesional (PAP) de este Verano 2023. Creemos que el impulso y desarrollo de una economía local, justa y solidaria nos ayuda en el proceso de construcción de paz, pues al generar oportunidades de trabajo digno para varias personas de una comunidad se crea a la par un ambiente de cooperación, respeto y recuperación del tejido social.

Según un artículo de 2017 publicado por la Universidad de los Andes, a partir de la economía solidaria se trasciende de los aspectos económicos para abarcar los factores sociales implícitos en la construcción de una sociedad, pues las bases de esta economía se gestan en el territorio considerando sus diversas dimensiones.

Puede definirse a la economía solidaria a partir de dos conceptos que se unen, el primero se fundamenta en un territorio concreto, que abarca además de la dimensión geográfica, dimensiones de carácter económico, social, cultural, institucional, político y ambiental, cuyo objetivo consiste en el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Mientras que el segundo comprende el conjunto de organizaciones conformadas bajo los principios de autonomía, equidad, democracia, participación y justicia social para realizar una actividad productiva que promueva beneficios a los involucrados, así como para la sociedad en general.

En un artículo publicado por la Revista Iberoamericana De Economía Solidaria E Innovación Socioecológica, en el cual se analizó el impacto sobre el desarrollo rural con la implementación de economía solidaria en pro de la construcción de paz en Colombia, se llegó a la conclusión de que la economía social o solidaria representa una mirada diferente a la economía ortodoxa donde la cooperación, la solidaridad y la ayuda mutua son aspectos fundamentales en las relaciones entre comunidades, en especial para el desarrollo integral del ser humano. Precisamente, en tiempos de construcción de paz gracias al acuerdo firmado entre el gobierno de Colombia y el grupo armado FARC-EP, la idea de un desarrollo rural se posibilita gracias al encuentro de actores con fines en común y donde el cooperativismo, el comercio justo y el trabajo digno constituyen conceptos relevantes.

“Las organizaciones solidarias contribuyen en mejorar a las comunidades y su entorno, facilitando además las oportunidades de cumplir sueños que van más allá de necesidades básicas insatisfechas, puesto que generando o mejorando sus emprendimientos asociativos, y con un uso de los excedentes basados en principios solidarios, se logra una mejor distribución de la riqueza, un destino diferente para los jóvenes que aún siguen en el campo y sostenibilidad ambiental en las regiones.”

Reflexiones finales

Tomando en cuenta que nos encontramos en un estado de violencia, es necesario buscar la paz de distintas maneras. Tenemos que transmitir y enseñar el respeto a través de la educación, que es raíz de muchos de los problemas que enfrentamos día a día. Podemos afirmar que si hubiese mejor educación, habría más paz, porque las personas serían más conscientes sobre sus acciones, entorno, cultura, causas y factores de estrés.

Antes de empezar el proceso de construcción de paz, es necesario cuestionar nuestra propia definición de paz, entender de dónde viene y si realmente es una definición que funciona de la misma manera para todos en la actualidad. Saber que todos tenemos experiencias y definiciones de paz diferentes, nos ayuda a enriquecer este concepto y acercarnos cada vez más a una idea clara de lo que significa el proceso de construcción para la paz. Como estudiantes universitarios y futuros profesionistas, nos toca identificar el impacto que tenemos en el mundo desde nuestra posición y replantearnos cómo podemos impactar en mayor medida en la construcción de un mundo mejor desde diferentes niveles. No se trata de quedarnos en una postura neutra alejada del conflicto, así sean cambios pequeños, con el tiempo se irán manifestando en grandes resultados.

Es por ello que trabajando en conjunto con la empresa familiar Llamas Honey, promovemos el cambio social partiendo de la educación, el diálogo y la reflexión. Esto es con el objetivo de transformar las relaciones y desarrollar las capacidades, siempre teniendo presente el entorno de trabajo, el contexto social y cultural, para día con día desarrollarnos y crecer como constructores y promotores de la paz.

Por otra parte, es preciso tener presente que el patrimonio de la empresa Llamas Honey, específicamente de Herasmo y Marily Llamas, no solo recae en infraestructura, puesto que el patrimonio va mucho más allá de bienes. Siendo más específicos, podemos afirmar que el principal patrimonio de esta familia y de la empresa son las abejas. ¿Pero, a qué se debe esto?

PATRIMONIO

Nicole Castro Díaz de Sandi (Verano 2022)

Santiago Díaz (Verano 2022)

Lia Hernandez (Verano 2022)

María Lilián Cueva (Primavera 2023)

Brenda Elena Lastras Coronel (Verano 2023)

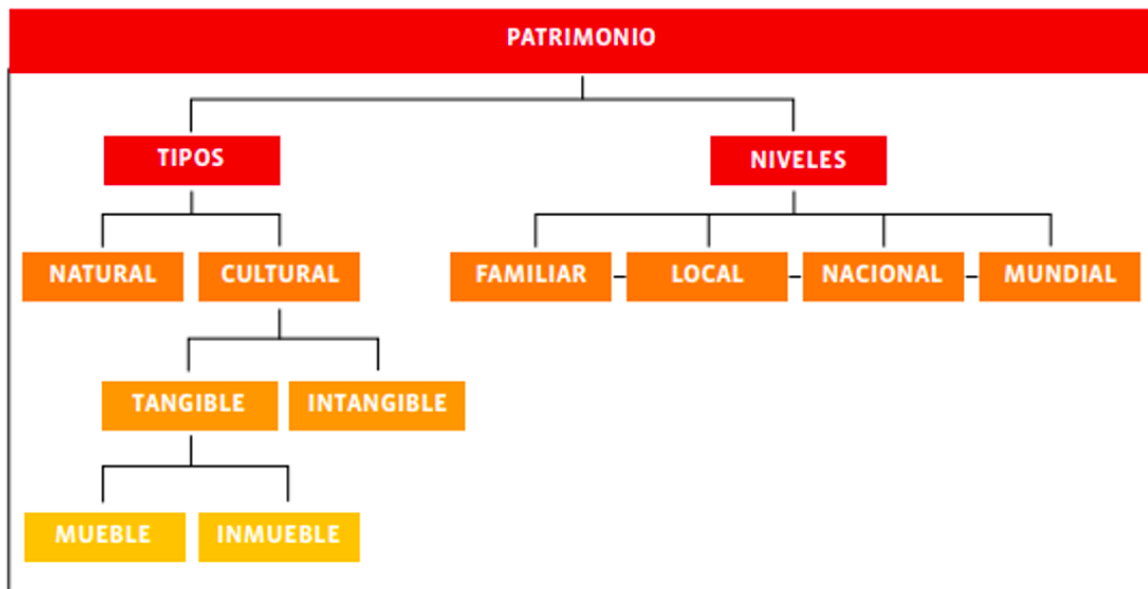
“El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda/transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia” (DeCarli, 2007).

El patrimonio es un concepto amplio que alberga muchas categorías, desde el patrimonio cultural hasta el patrimonio natural. Hay múltiples elementos que pueden ser considerados patrimonio. Por ejemplo, la artesanía y los oficios antiguos, nuestra gastronomía, nuestro acento, palabras o expresiones propias de cada uno de nuestros pueblos/estados, nuestras tradiciones, archivos y documentos, las obras de arte, los yacimientos arquitectónicos, nuestros jardines y grandes paisajes.

Al patrimonio se le puede subclasificar con la finalidad de agrupar distintos tipos de bienes y facilitar su estudio y tratamiento. Estas son prácticas, herencias culturales, naturales y las tradiciones de un pasado apreciado durante muchos años por una comunidad. Son el testimonio de sus vidas. Son ópticas que nos permiten comprender el mundo.

¿Cómo se determina qué lugares merecen el título de Patrimonio de la Humanidad?

La “convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural” de la UNESCO define los sitios naturales o culturales que pueden ser considerados para su inscripción en la Lista del Patrimonio Mundial. De igual manera, establece el valor de los estados miembros sobre la detección que deben realizar del patrimonio y su deber de conservación y protección.



(Elaborado por estudiantes del periodo de Verano 2022)

Diferentes niveles de patrimonio:

Patrimonio Natural, Local, Nacional, Mundial o de la humanidad:

Tipos de patrimonio:

Patrimonio Cultural: Es el conjunto de bienes tangibles e intangibles que constituyen la herencia de un grupo humano, refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con identidad propia. Producto de la creatividad humana, se hereda, se transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación.

Según la Ley de Patrimonio Cultural del Estado de Jalisco y sus municipios:

Artículo 2.

“El patrimonio cultural del Estado está constituido por elementos y manifestaciones materiales e inmateriales de la actividad humana y del entorno natural, a los que los habitantes de la entidad, por su significado y valor, les atribuyen importancia

intelectual, científica, tecnológica, histórica, natural, literaria, artística, arqueológica, antropológica, paleontológica, etnológica, arquitectónica, industrial y urbana.”

- a) Las tradiciones y expresiones orales y narrativas;
- b) Artes del espectáculo, escénicas, expresiones dancísticas;
- c) Usos sociales, rituales y actos festivos, juegos autóctonos y tradicionales;
- d) Técnicas y diseños de todas las artes populares y artesanales tradicionales;
- e) Espacio y entorno geográfico, rutas y caminos tradicionales e itinerarios culturales dotados de valor simbólico;
- f) Conocimientos tradicionales sobre gastronomía, ciclos agrícolas, herbolaria y medicina tradicional, mitos y concepciones del universo y la naturaleza;
- g) Las lenguas vivas, muertas y aquellas en proceso de extinción;
- h) Todas aquellas tradiciones y expresiones que por identificar o caracterizar la cultura jalisciense merecen ser transmitidas y preservadas a futuras generaciones.

Zonas de protección:

- Áreas de Valor Natural
- Áreas de Valor Paisajístico
- Áreas Típicas
- Centro Históricos
- Lugares Sagrados

Patrimonio Tangible: Objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención; son aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales productos de la arquitectura, el urbanismo, la arqueología, la artesanía, entre otros.

Patrimonio Intangible: Elementos sin sustancia física, o formas de conducta que procede de una cultura tradicional, popular o indígena. Se transmite oralmente o mediante gestos y se modifica con el transcurso del tiempo a través de un proceso de recreación colectiva.

Manifestaciones no materiales que emanan de una cultura en forma de:

- **Saberes** (conocimientos y modos de hacer enraizados en la vida cotidiana de las comunidades)
- **Celebraciones** (rituales, festividades y prácticas de la vida social)
- **Formas de Expresión** (manifestaciones literarias, musicales, plásticas, escénicas, lúdicas, entre otras)
- **Lugares** (mercados, ferias, santuarios, plazas y demás espacios donde tienen lugar prácticas culturales)

Patrimonio Cultural-Natural: En América Latina es un continuo inseparable, como tal, es expresión de una intensa y permanente relación de los seres humanos y su medio.

Por ejemplo:

- Vestigios arqueológicos o históricos en su contexto natural original
- Vestigios fósiles paleontológicos asociados a la actividad humana in situ
- Vestigios subacuáticos de actividad humana
- Paisaje cultural, producido en un determinado tiempo y espacio, que se ha mantenido inalterable

Está integrado por:

- Monumentos naturales que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.
- Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal, amenazadas y en peligro de extinción.
- Los lugares naturales o las zonas naturales delimitadas (como parques nacionales, áreas de conservación, entre otros) que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

Patrimonio Natural: *Conjunto de bienes y recursos de la naturaleza, fuente de diversidad biológica y geológica, que tienen un valor relevante ambiental, paisajístico, científico o cultural* (RAE, 2020).

Son todos los productos que la naturaleza nos concede, donde se integran los monumentos y parques naturales, áreas de conservación, etc.

Patrimonio Natural Intangible:

Surgido recientemente y en plena investigación, se conceptualiza como aquellos elementos “intocables” del entorno natural que se combinan para crear los objetos naturales. Nos ayuda a entender y definir, en nuevos términos, nuestra relación con los elementos de lo natural vivo.

“Estos elementos, explica el comité del ICOM para los Museos y Colecciones de Historia Natural, pueden ser sensoriales, como el sonido de un paisaje o procesos como la selección natural. Como concepto, el Patrimonio Natural Intangible está surgiendo prominentemente.”

Este tema ha despertado creciente interés dando mayor atención al medio o entorno en el que éste se desarrolla y manifiesta su physis, esto es, la naturaleza en sus procesos de manifestación y generación.

Relevancia del tema

¿Cuál es el patrimonio de relevancia en el tema del presente proyecto "Llamas Honey", una empresa familiar y artesanal ubicada en El Salvador, Tequila? La mayor relevancia respecto del patrimonio de la empresa es que trabaja con uno de los insectos más importantes del mundo, las abejas. Ellas son el principal insumo y motor de Llamas Honey y junto a ellas dan distintos servicios de polinización, producción y extracción de miel.

Las abejas desempeñan un papel crucial en el medio ambiente y en nuestra salud, estas son algunas de las razones por las cuales son indispensables para nuestro ecosistema y la

importancia y orgullo que Erasmo y Marily ayudan a conservarlas y al mismo tiempo, crear nuevos productos:

- *Polinización de cultivos:* las abejas son responsables de polinizar una amplia variedad de cultivos alimentarios, incluidas frutas, verduras, nueces y semillas. Se estima que alrededor del 75% de los cultivos alimentarios a nivel mundial dependen de la polinización animal, siendo las abejas los polinizadores más importantes y eficientes. Sin las abejas, muchos de estos cultivos no podrían reproducirse y su producción se vería gravemente afectada, lo que repercutirá negativamente en la seguridad alimentaria.
- *Biodiversidad:* Las abejas también son fundamentales para la conservación de la biodiversidad. Al polinizar una amplia variedad de plantas, incluyendo plantas silvestres, contribuye a mantener los ecosistemas saludables y equilibrados. Además, al polinizar diferentes especies de plantas, las abejas fomentan la diversidad genética, lo que es crucial para la supervivencia a largo plazo de las plantas y otros organismos.
- *Producción de miel:* La miel es un producto natural muy utilizado y apreciado en todo el mundo. La apicultura y la producción de miel no solo generan ingresos económicos para los apicultores, sino que también juegan un papel cultural y tradicional en la comunidad.
- *Polinizadores indicadores:* Las abejas también actúan como indicadores de la salud ambiental. Su presencia y comportamiento pueden mejorar la calidad del hábitat y la presencia de contaminantes. La disminución de las poblaciones de abejas puede ser una señal de advertencia sobre problemas ambientales más amplios, como la pérdida de biodiversidad, el uso excesivo de pesticidas y los efectos del cambio climático.

Su presencia y salud son vitales para mantener ecosistemas saludables, garantizar la seguridad alimentaria y promover la sustentabilidad en nuestro planeta.

El proceso de recolección y procesamiento de la miel es un patrimonio enorme de conocimientos tradicionales que se han ido generando no solo desde la experiencia diaria, sino desde lo que se ha ido compartiendo de comunidad a comunidad. Esto ha sido a través

de diversas técnicas que conllevan a conocer la forma en que viven estos insectos, cómo se reproducen, sus cuidados y las características de sus mieles, entre otros.

Estos saberes han sido el legado de distintas comunidades. En este caso los actores de esta empresa, Herasmo y Marily, han ido consolidando este patrimonio de técnicas y valores a comunidades y futuras generaciones, como su hija Alondra que ha ido creciendo en este ambiente, viendo los distintos procesos y valores que tienen tan presentes al hacer un trabajo sustentable y artesanal como el de Llamas Honey.

Aportaciones generales

A lo largo de este proyecto esperamos combinar conocimientos profesionales tanto de Llamas como de cada uno de los perfiles que conformamos el equipo de trabajo del proyecto para el mejor desarrollo de una empresa. Trabajar en conjunto con artesanos abre las puertas para entender cómo funcionan y cómo se desarrollan los negocios entre ellos bajo estas características. Este proyecto permite al grupo de trabajo de estudiantes del ITESO prepararnos para el manejo de un proyecto de cualquier tipo, ya que estamos involucrados con el proceso entero que conlleva comenzar con un deseo, traducirlo a idea, producir un producto y el proceso de comercialización. Dentro de las diferentes actividades que el proyecto demanda el equipo se fue empapando en los diferentes procesos y los retos que estos conllevan. Se requirió aplicar los conocimientos del equipo para enfrentar una problemática y esto nos permitirá entender cómo funciona el mundo real con una empresa y los impactos que estas actividades tienen en el mercado y en las condiciones de vida de pequeños empresarios.

Las empresas familiares forman aproximadamente un 90% de las empresas mexicanas, es por eso que tenemos que entender cómo funcionan y cómo se manejan. Poder trabajar dentro de una empresa familiar nos da la oportunidad de convivir con ellos y que nos expliquen cómo se maneja un negocio.

Tarde o temprano, nos vamos a encontrar formando parte de un negocio al cual podremos aplicar un proceso similar al que se llevó a cabo con Llamas Honey.

PAISAJE AGAVERO PATRIMONIO MUNDIAL

El Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila, Jalisco, representa una espléndida muestra del patrimonio cultural mexicano material e inmaterial, con valores culturales y de identidad extraordinarios, que el pasado mes de julio de 2006 le permitieron ser distinguido como Patrimonio Mundial en la categoría de Paisaje Cultural por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Ésta es la primera vez que México presenta una candidatura de Paisaje Cultural al comité de Patrimonio Mundial, según el cual los paisajes culturales son el resultado del trabajo combinado entre la naturaleza y el ser humano, y expresan una larga e íntima relación entre la gente y su entorno natural.

El paisaje fue seleccionado debido a que es baluarte de uno de los procesos culturales que se han desarrollado desde la época prehispánica y el mestizaje, al unir las antiguas formas mexicanas de fermentación con las técnicas de destilación que llegaron del Viejo Continente.

El intercambio de valores humanos que se ha dado en la zona desde épocas prehispánicas en campos culturales, arquitectónicos, de métodos y de conocimiento, junto con el desarrollo industrial, enmarca al paisaje agavero como una muestra de patrimonio cultural.

Incluye los municipios de Magdalena, Amatitán, El Arenal, Tequila y Teuchitlán, los cuales albergan las antiguas instalaciones industriales, campos, destilerías, haciendas y poblados que son un ejemplo excepcional de los vestigios históricos.

Estos municipios presentan un conjunto de haciendas que reflejan el crecimiento de la destilación del tequila a lo largo de 250 años.



Imagen 3. Fragmento de texto sobre el paisaje agavero patrimonio mundial

Conclusiones

El patrimonio nos permite preservar a través del tiempo los elementos (ya sea tangibles o intangibles) que representan o nos ayudan a recordar una cultura, un grupo social, o un evento histórico, así como lugares que son de gran importancia para la conservación ambiental.

La relación entre el patrimonio y el proyecto Llamas Honey se debe a que este representa tanto un patrimonio natural como cultural. Por el lado natural, se tiene el cuidado de las abejas que ayudan a preservar la biodiversidad de plantas, algo que es clave en la preservación de ecosistemas. Y por el lado cultural, se tienen las técnicas empleadas por los

artesanos para llevar a cabo todo el proceso de recolección de miel. Tener un entendimiento de lo que define a un patrimonio nos permitirá apoyar el crecimiento de esta empresa familiar sin perder los elementos que los hacen parte del patrimonio cultural de nuestro país.

Se considera de gran importancia el trabajo de Llamas Honey, ya que, por lo regular, las abejas son usadas simplemente por su miel y se menosprecian.

"La abeja es el animal más importante del mundo y su función ecosistémica es imprescindible para los humanos. Pero debido a los pesticidas y la deforestación, el 90% de esta especie de insectos han desaparecido, lo que pone a las abejas en grave peligro de extinción."

El trabajo de Herasmo y Marily hacen un trabajo artesanal que respeta el acto de las abejas en la creación de la miel. Al igual, el respeto y los valores que conlleva manejar la miel y las abejas siguiendo el legado de las técnicas de este patrimonio. Se dice que las abejas son patrimonio de la humanidad por el trabajo arduo e importantísimo que hacen por muchos ecosistemas y hasta para las personas. Su función como polinizadores es vital. De las 20,000 especies que existen, el 85% poliniza los cultivos y las frutas del mundo. Durante los últimos años, los números en cuanto a cantidades de abejas han bajado drásticamente.

Conclusiones de la importancia del patrimonio

El patrimonio, ya sea cultural, histórico, natural o económico, es un bien que se hereda y se debe preservar para que las generaciones futuras puedan disfrutarlo y aprender de él.

Tiene ese grado de importancia porque le da significado a muchos elementos de un país. Le da identidad y muestra el origen de las partes que forman ese espacio. Los valores que presentan tienen una presencia más grande, debido a que integran a toda una sociedad en los significados que conllevan. Unen al mundo en sus propios espacios y, a su vez, los separan para darles el valor requerido a su singularidad.

Cuidar el patrimonio no es solo responsabilidad de los propietarios o gestores, sino que es una tarea compartida por la sociedad en general, pues todos somos custodios y protectores de este legado. Es importante que no olvidemos que puede ser una fuente de riqueza económica, a través del turismo, la cultura y la inversión, lo que representa una oportunidad para el desarrollo económico del país.

Debemos tener en cuenta que nuestra propia existencia y la de las generaciones futuras dependen del cuidado responsable de este patrimonio.

Es por eso que debemos crear oportunidades para que estos conocimientos sean traspasados a las nuevas generaciones, que a pesar de la evolución que surge de manera natural en distintos ámbitos, se procure conservar el sentido de por qué se hacen las cosas como se hacen, entender los distintos usos y costumbres desde su origen.

Puede que el mundo cambie y tal vez las ideas que se tenían antes ya no sean las mismas que existen en la actualidad, y probablemente parte del patrimonio pueda perderse en el tiempo, pero es importante tener registro de nuestro pasado y entender por qué las cosas eran o se hacían de cierta manera.

En esa misma línea, la empresa Llamas Honey, al ser creada y fundada por el matrimonio entre Herasmo y Marily, podemos afirmar que es una economía familiar. Esto debido a que el objetivo de ambos es lograr una vida óptima y sostenible con el potencial de influir en una variedad de sectores como el cultural, social, cultural, entre otros.

ECONOMIA FAMILIAR

César Chávez (Primavera 2022)

Nicole Castro Díaz de Sandi (Primavera 2022)

Ricardo Comparán (Primavera 2022)

Daniel Caro (Primavera 2022)

Ana Sofía Arroyo (Verano 2023)

Un emprendimiento familiar nace cuando un sistema-familia y un sistema-negocio se unen para conformar una empresa familiar. En ese momento se genera una sociedad distinta de

una empresa cualquiera, pues en ella están involucrados dos ámbitos en los que suelen moverse las personas: la familia y los negocios (Majmud, 2013).

Las familias suelen verse enfrentadas ante el dilema de esforzarse por sacar adelante un negocio o a la familia misma, pero como en las empresas familiares a veces esos lazos son indisolubles, se generan una serie de tensiones, problemas y retos que hay que solucionar, sobre todo ante las diferencias de ritmo que presentan el crecimiento familiar y empresarial. Ya lo dijimos, la familia siempre crece más rápido que el negocio (Majmud, 2013).

Características generales:

- Gran racionalidad, capaz de conectar con fines y medios
- Sostén económico mundial
- Con base en la necesidad de estabilidad y emprender, logran captar otros aspectos que las empresas grandes no
- Versatilidad, se arriesgan a nuevas propuestas de negocios
- La confianza entre integrantes aumenta el desempeño (capital social)
- Reconocer ambos sistemas, unidad familiar y empresarial como partes diferentes pero que trabajan en conjunto
- La familia crece más rápido que la empresa: es fundamental la gestión

Identificar **tipos de Familias** para encontrar el balance, según Murray Bowen.

- *Familias balanceadas*: Integrantes cercanos pero independientes, no interfieren en el papel del otro.
- *Familia enredada*: Los integrantes son tan cercanos que sus roles pueden mezclarse. Poco eficiente ya que no se expresan y se acumulan resentimientos. No hay de dónde mejorar.
- *Familia desacoplada*: Integrantes no se sienten parte de un colectivo.

La familia es el origen del negocio.

“ [...] La familia con más antigüedad y fortaleza institucional, poseedora y transmisora de la cultura y el acervo de la humanidad. La empresa como instrumento de transformación de la

realidad social y de la naturaleza, sin la cual no es tampoco aplicable el presente en el mundo” (Bastar, 2013).

Este modelo económico estudia y supervisa los diferentes aspectos del hogar, desde la educación, la limpieza, los alimentos y la higiene, teniendo en cuenta los ingresos y egresos que se llevan correspondientes al núcleo familiar y analiza cómo estos influyen en el desarrollo monetario de una población.

- Programar las compras del mes.
- Calcular los gastos de transporte y los diferentes servicios que utiliza la familia.
- Controlar los servicios bancarios y sus pagos.
- Calcular los gastos de la educación de los hijos.
- Tender a la conservación de los alimentos.
- Organizar la limpieza del hogar.
- Contratar seguros de vida o servicios funerarios
- * Reforzar economía e identidad *

Riesgos potenciales:

El Centro de Investigación para Familias de Empresarios, CIFEM–BBVA del IPADE Business School dieron a conocer los resultados del estudio “Situación y Progreso de las Empresas Familiares para lograr su Continuidad”, que revela que 44% de las empresas encuestadas están en riesgo de no subsistir debido a la acumulación de malas prácticas que, si no se corrigen, terminarán por viciar la dinámica familiar y propiciar la desintegración del negocio.

El Estudio “Nivel de progreso de las Empresas Familiares para lograr su continuidad y armonía”, se aplicó en septiembre y octubre de 2019. La muestra incluye a 256 empresas familiares, 88% de los participantes son hombres y 12% son mujeres.

Relevancia para el proyecto

Las familias suelen verse enfrentadas ante el dilema de esforzarse por sacar adelante un negocio o a la familia misma, pero como en las empresas familiares a veces esos lazos son indisolubles, se generan una serie de tensiones, problemas y retos que hay que solucionar, sobre todo ante las diferencias de ritmo que presentan el crecimiento familiar y empresarial.

Este acervo sin lugar a dudas presenta un acercamiento general de cómo podemos sugerir ideas, soluciones y planes que cubran las necesidades de la empresa, aunque no podríamos decir que nos servirá como una especie de manual, ya que todos los casos en particular pueden presentar situaciones de carácter extraordinario que ameritan nuevos canales de búsqueda (Majmud, 2013).

Es por esto que la gestión y administración es fundamental en este tipo de empresas familiares en donde los integrantes son muy pocos (caso de Llamas Honey). Otro asunto a valorar es el tamaño de la empresa que se está creando, pese a no tener muchos años en el mercado y estar evolucionando constantemente, debe de tenerse claro hasta dónde se quiere llegar. Existe un mito que plantea que el único camino posible para las empresas familiares es crecer aceleradamente o morir.

Esto abona a las empresas similares a Llamas Honey, debido a que estos lazos y vinculaciones pueden hacer que empresas de dimensiones pequeñas evolucionen para no morir. Crear lazos, conexiones y continuar emprendiendo es una buena forma de avanzar como empresa, esto no necesariamente tiene que ser con empresas grandes o socios que aporten una gran suma de capital, sino como se menciona en la lectura puede ser con el “amigo de”, el “hijo de”, etc.

Como se menciona anteriormente, no existe un manual sobre cómo hacer que las empresas familiares sigan expandiéndose o avanzando, dado que cada una es diferente y cuenta con diferentes necesidades, pero si algo podemos tener claro es que la empresa necesita seguir evolucionando y descubriendo su camino.

A la mayoría de las empresas familiares no les podemos exigir que su alza sea de un día para otro, pero sí existen medios para impulsarse dentro de sus núcleos regionales y

comunidades. Consolidarse ahí es el primer gran paso para posicionarse hasta cierto punto y tomarlo como buen punto de partida.

Conclusiones

Considerando el acervo proporcionado, se considera que se han incluido de manera formal y concisa los términos básicos para la comprensión de las empresas familiares, así como la potencia que significan para el mundo y de la cual Llamas Honey forma parte. El estudiar este tipo de empresas tiene una gran relevancia porque expone información que permite analizar, cuestionar y estructurar estrategias basadas en modelos, sistemas y generaciones de núcleos familiares que se han establecido con gran éxito y las áreas de oportunidad que han tenido que sortear para asegurar su permanencia en el mercado.

En resumen, el emprendimiento familiar es vital para la comunidad en que se inserta y para los países en general, pues las empresas familiares se hacen cargo de zonas económicas riesgosas y contribuyen a mantener fuerte y en constante expansión a la economía de las naciones.

Características con las que ya cumple Llamas Honey para ser una empresa familiar en desarrollo:

- Versatilidad, se arriesgan a nuevas propuestas de negocios.
- La confianza entre integrantes aumenta el desempeño.
- Reconocer ambos sistemas, unidad familiar y empresarial como partes diferentes pero que trabajan en conjunto.
- Solo los integrantes de la familia conforman la empresa.

Las siguientes investigaciones se realizaron en semestres anteriores en relación al marco de referencia del proyecto. Consideramos que son relevantes para nuestra investigación y el proyecto, ya que son temas que forman parte de todas las áreas y ramas que se abarcan. Es importante saber qué es una economía familiar para entender cómo se desarrolla y funciona la empresa misma. La existencia e importancia de la apicultura y como ya existe este

término llamado “Apiturismo” que relaciona el turismo potencial en Tequila y el interés y curiosidad del mercado por las abejas.

Puntualizando la información ya trabajada durante los múltiples períodos y con distintos aportes de información, se llegó a la conclusión de que la empresa Llamas Honey hoy en día cumple con el inicio del concepto de una economía familiar, ya que es una familia balanceada con un núcleo único de dos pilares, en este caso los fundadores un matrimonio el cual ha logrado cumplir con las funciones y puestos de trabajo necesarios para que su negocio pueda funcionar de la manera más adecuada y cuidando siempre el valor de la familia.

EMPRESAS FAMILIARES

Ana Sofía Arroyo (primavera 2023)

María Lilián Cueva (primavera 2023)

Kenia Real Palacios (primavera 2023)

Andrea Bañuelos Espinoza (primavera 2023)

Lia Hernández (primavera 2023)

Alicia Jazmín Real Estrada (verano 2023)

Yesenia Ruelas Rangel (Verano 2023)

A partir de la información mencionada anteriormente sobre economía familiar, pudimos conocer más sobre su significado, características, tipos y riesgos. Ahora, es relevante integrar el concepto de empresas familiares para abordar la importancia que tienen hoy en día estas empresas en México. Primero, hay que entender que las empresas familiares son compañías creadas y gestionadas solo por una familia y su objetivo estratégico comprende la continuidad de la empresa a manos de la siguiente generación familiar.

En México, más de 90% de las firmas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores tienen una clara representación familiar en el capital; tienen un gran peso en nuestra economía ya que generan el 72% de empleos y contribuyen al 52% del PIB en el país. Sin embargo, alrededor de 70% de los nuevos negocios no llega al tercer año de vida. Numerosos

estudios en EE.UU. muestran que menos de 30% de las empresas familiares avanzan con éxito a la segunda generación, y solo 12% alcanza la tercera (KPMG, 2013).

Según datos de la Small Business Administration, 53% de las empresas de nueva creación o startups nacidos en 2005 habían desaparecido en 2010, cinco años después. En pocas palabras, la mayoría de las empresas familiares no pasa a la siguiente etapa. Por lo tanto, para que una empresa familiar funcione de la mejor manera es necesario que los miembros involucrados dejen todo definido, por ejemplo: puestos, roles, ingresos, tareas, etc., ya que si no se define desde un inicio, puede ser un riesgo por el cual este tipo de empresas fracasan.

Para dar continuidad con el tema y crecer en recursos de apoyo, decidimos abordar como parte del concepto la importancia de la herencia y el legado, los valores y cultura, la flexibilidad de este tipo de estructura y el compromiso y motivación.

Herencia y legado:

En la mayoría de los negocios familiares, la herencia incluye los principios, propósitos y valores que convierten a la empresa en lo que es. Esa es la principal razón por la que la mayoría busca preservar el legado familiar casi como una obligación moral que transmite lo logrado por generaciones anteriores, siguiendo los principios de la familia. A continuación, se enlistan acciones que ayudan a preservar el legado de las empresas familiares:

Establecer una gobernanza familiar:

Conjunto de estructuras, procesos y acuerdos que se establecen en las empresas familiares para facilitar la toma de decisiones, la gestión de conflictos y la preservación del legado familiar a lo largo de las generaciones. Estas gobernanzas se diseñan para equilibrar los intereses de la familia y los intereses empresariales, asegurando una transición exitosa y sostenible del negocio en las sucesiones entre generaciones.

Involucrar a las próximas generaciones en etapas tempranas:

De acuerdo con el estudio “Empresas familiares en México. Tiempo de sucesión en un escenario disruptivo”, elaborado por KPMG en México en 2019, sólo 37% de estas

organizaciones cuentan con un plan de sucesión, por lo menos parcial. También es importante el comenzar a instruir en generaciones futuras los temas comunes de la empresa, pues esto permitirá la conservación de los valores, tradiciones y protocolos que se llevan a cabo para mantenerse a flote y evolucionar.

Enfocarse en el legado familiar, no solo en el patrimonio

Uno de los principales motivos que llevan a crear un negocio es el establecimiento de un patrimonio familiar bien consolidado, sin embargo, en el caso de las empresas familiares el reto constante es el de preservar el legado con el que nació el emprendimiento, pues se entiende como la esencia del mismo y la guía con la que se toman las decisiones que impulsan al cambio y/o evolución.

Valores y cultura:

Las empresas familiares tienden a reflejar los valores y la cultura de la familia propietaria. Estos valores pueden influir en la forma en que se toman decisiones y se dirige el negocio. También pueden generar un ambiente de trabajo más cercano y una mayor lealtad entre los empleados. Las creencias, los intereses, la historia, las tradiciones y, muy especialmente, los valores son parte inherente de la empresa familiar y es importante que la nueva generación esté alienada, entienda y aprecie estos valores, así como la importancia que tienen para la familia empresaria.

Es importante mencionar que no quiere decir que los valores sean intocables, el propósito de transmitirlos entre generaciones es justo, el permitir el diálogo entre la familia sobre las cosas que siguen funcionando y las cosas que se deben cambiar por cuestiones del contexto actual. El comercio justo es un método comercial fundamentado en el respeto, la comunicación y la transparencia. Se tiene la intención de obtener más equidad en el comercio internacional, garantizando condiciones apropiadas y derechos para los trabajadores/as y productores/as con un entorno no favorable (WFTO, 2020). Por otro lado, el consumo responsable es toda adquisición que se hace con una investigación detrás, lo que asegura que el producto que se obtuvo respeta todas las indicaciones del comercio justo

y, al haber hecho la investigación y obtener una respuesta, se obtiene una elección consciente.

Flexibilidad:

Nos referimos a la capacidad de las empresas de aceptar cambios y adecuarse a diferentes situaciones. Repensar la estrategia corporativa enfocándose en las fortalezas empresariales y revisando las prioridades, ser flexibles también tiene que ver con la forma en que se maneja la organización. A diferencia de las grandes corporaciones, las empresas familiares pueden ser más flexibles y rápidas en la toma de decisiones. Esto se debe a una estructura de gestión más plana y a una menor burocracia.

Compromiso y motivación:

Los miembros de la familia propietaria suelen tener un alto grado de compromiso y motivación hacia el éxito de la empresa. Al ser propietarios, tienen una mayor responsabilidad y participación directa en el negocio, lo que puede impulsar su dedicación y esfuerzo para alcanzar los objetivos.

Conclusiones

La administración es una disciplina que se sigue para organizar y mantener un orden para lograr el objetivo requerido para la visión del negocio. Se trata de eficiencia para alcanzar los objetivos principales en cualquier espacio. La importancia de tener una buena administración dentro de una empresa familiar es para que no hayan áreas grises dentro de este.

La organización va de la mano de la administración, obteniendo claramente las capacidades que se podrían llegar a abarcar. Una buena administración hace que las tensiones que involucran ser parte de una empresa familiar disminuyan en gran cantidad. Involucrar a familiares dentro de un mismo espacio siempre hará que salgan ciertos problemas que fácilmente se podrán solucionar si se apegan a la administración y reglas que se establecieron. Esto también conlleva que fluya con más sencillez.

Para asegurar la continuidad y el éxito de la empresa familiar en México, es necesario establecer estructuras y procesos claros para la toma de decisiones, la resolución de conflictos y la planificación de la sucesión. Además, es importante implementar prácticas de gestión empresarial sólidas y profesionalizar la empresa para garantizar su éxito a largo plazo. Pero sobre todo, es darle la importancia necesaria a los fundamentos principales en cuanto a los valores con los que comenzó el emprendimiento, es no olvidar de dónde viene y de dónde surge la motivación y el mantener este legado, más que nada en la toma de decisiones. Tengan muy presente que nadie tiene más ganas y más compromiso que los actores de una empresa familiar.

APICULTURA

Ximena Valverde Cárdenas (Otoño 2020)

Daniel Ochoa Barragán (Otoño 2020)

María Regina Velázquez Arriola (Otoño 2020)

Arely del Carmen Vargas Mercado (Primavera 2021)

Vanesa Castillo (Primavera 2021)

Ximena Valverde Cárdenas (Primavera 2021)

Yesenia Ruelas Rangel (Verano 2023)

La apicultura en México tiene una gran importancia socioeconómica y ecológica, ya que es considerada como una de las principales actividades pecuarias generadoras de divisas, además de que la miel es un factor de beneficio en cuestiones de salud y belleza para los humanos (Gob.mx, 2022).

“La apicultura es la crianza y cuidado de las abejas, a través de esta se obtienen productos como miel, jalea real, propóleo, cera y polen” (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2015).

El encargado de cuidar la calidad e incrementar el trabajo apícola en México es, dentro de la SAGARPA, el **PROGAN** (Programa de Producción Pecuaria Sustentable y Ordenamiento Ganadero y Apícola).



Imagen 1. Los productos derivados de las abejas. (SAGARPA, S.F.)

En el apiario donde se encuentran las colmenas (donde viven las abejas), existen 3 tipos distintos de jerarquía. Primero está *la reina* que se encarga de poner los huevos, después están *las obreras* que son las que obtienen el néctar y el polen, gracias a ellas se obtiene la miel, la jalea real y la cera durante todo el año, y por último las *zánganos* que son las encargadas de fecundar a la abeja reina y posteriormente son echados de la colonia (Agri Nova, s.f.).

1. Reina- Poner los huevos

Sólo copula una vez en su vida con varios zánganos, el esperma puede durar casi 4 años (por eso su abdomen es prolongado).

2. Obreras- Obtención de miel, néctar, polen, jalea real, cera.

Sus ovarios están atrofiados por lo que no pueden reproducirse.

3. Zánganos- Fecundar a la reina

Una vez realizado el objetivo, mueren.

Duración en el desarrollo de la cría:

	Fase huevo	Fase larvaria	Fase ninfa	Días totales
Reina	3 días	5,5 días	7,5 días	16 días
Obrera	3 días	6 días	12 días	21 días
Zángano	3 días	6,5 días	14,5 días	24 días

Tabla 1. Duración en el desarrollo de la cría (ECOCOLMENA, 2021)

Tiempo de vida y tareas de las obreras:

Día 1-2, *Limpian celdillas y calientan a las crías*

Día 3-5, *Alimentan las larvas viejas*

Día 6-11, *Alimentan las larvas jóvenes*

Día 12-17, *Producen cera, construyen panales y transportan el alimento*

Día 18-21, *Guardia en la piquea*

Día 22-34, *Vuelo a las flores, polinización recogida de polen y néctar, propóleos y agua*

Día 35-45 *Muerte*

Las abejas son polinizadores muy importantes en nuestro ecosistema global, ya que de ellas dependen muchas especies para sobrevivir. Sin los polinizadores una tercera parte de nuestros nutrientes desaparecerían. Ejemplos: almendras, manzanas, naranjas, tomates, cebollas, aguacates, ajos y el café.

En Llamas Honey actualmente un porcentaje importante de las ganancias proviene de la polinización de plantaciones de berries en cultivos e invernaderos de empresas del extranjero. Este proceso ayuda significativamente a que la flor se polinice de manera adecuada y ayude al proceso de la fruta.

El colapso de las colmenas se debe a situaciones que ha realizado el humano, como los **plaguicidas** (es la mayor amenaza) y **monocultivos** (en este caso el agave, lo que no permite la correcta alimentación para el desarrollo de los aminoácidos necesarios de las abejas). En Europa entre el 20 al 35% de las abejas desaparecen cada año y en Estados Unidos el 50% ha desaparecido. La miel industrial es de baja calidad, debido a que es miel pasteurizada, las industrias estresan a las abejas para que produzcan más miel.

Términos en la apicultura:

Colonia, es el conjunto de individuos en un mismo lugar que se organizan para sobrevivir.

Enjambre, el conjunto de abejas que parte de una colonia para irse a otro lugar.

Colmena, es el soporte donde viven las abejas (en este caso preparada por el hombre).

Núcleo, denominación genérica a mini colmenas que son transportadas por el apicultor.

Operculado, es cerrar las celdillas de donde están las abejas.

Desoperculado, es abrir las celdas.

Realera, es la celda que tiene la reina.

Después de la revisión de la síntesis elaborada en primavera 2021, complementamos el análisis con los siguientes datos, que completan el análisis del marco conceptual del proyecto.

En América no existía ninguna especie de abeja melífera (aquellas que llevan o tienen miel) hasta que fueron importadas en la conquista por parte de los europeos (Bradbear, 2005).

Según el sector apícola mexicano existen 2,172,107 colmenas a nivel nacional, las cuales las manejan más de 43 mil apicultores en México. En el 2019 se produjo 61 mil toneladas de miel y el consumo promedio de un mexicano al año es de 232 gramos, por ende, se considera que en promedio se exportan anualmente 33 mil toneladas, lo que hace que México se posicione mundialmente en el 9° lugar de productor de miel y el 5° lugar de exportador de miel, siendo Alemania y Reino Unido de Gran Bretaña el principal destino a donde se exporta la miel (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

Por otro lado, el 35 % de las tierras agrícolas a nivel mundial requieren de la polinización, el 75 % de los cultivos alimentarios en el mundo también y la polinización es indispensable para el 90 % de las plantas con flores. Los polinizadores son necesarios para preservar la biodiversidad, además de que colaboran con la seguridad alimentaria (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

Los agricultores y apicultores sugieren que se debería sembrar atractivos cultivos en el contorno del campo, conservar zonas naturales, respetar los lugares con nidos, establecer bardas vegetales, disminuir o variar el uso de pesticidas para preservar a los polinizadores (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

El principal producto de los polinizadores es la miel, esta es definida como uno de los alimentos con fuentes de vitaminas y minerales más ricos del mundo debido a que contiene altas cantidades de vitaminas tales como A, B6, B12, C y E, el aporte de vitaminas es de 1 a 2 g por cada 100 g de miel, además de que contiene una diversidad de minerales, tales como, calcio, cobre, hierro, fósforo, magnesio, potasio, magnesio, zinc (Gutiérrez, 2008).

La miel también es reconocida por ser antioxidante, esto se debe a su diversidad de compuestos nitrogenados, polifenoles, carotenoides, flavonoides y vitamina C. Además de que es un producto que no tiene fecha de caducidad debido a su alto contenido en azúcar y su bajo contenido de humedad (Gutiérrez, 2008).

RELACIÓN ENTRE CONCEPTOS



En primer lugar, la construcción de la paz es la base fundamental como estudiantes y futuros profesionistas para llevar este concepto antes de la construcción de cada proyecto siendo promotores de la paz. Así, se ha trabajado con la empresa teniendo presente el contexto social y cultural.

Por ello, es sustancial tomar en cuenta el patrimonio de Llamas Honey debido a que surge a partir de herencias culturales y naturales para ir creando una comunidad con pasado e historia teniendo metas precisas y reales. En este caso se trata de las abejas, quienes son unos de los insectos más importantes del mundo y el principal insumo de la empresa para sus servicios de polinización, producción y extracción de miel. Pues bien, su economía familiar nace a partir de ese sistema involucrando su materia prima, servicios, familia y negocio.

Es decir, en una empresa familiar la economía crece junto con la cultura de la familia y viceversa para crear lazos que no se rompan debido a conflictos, retos o tensiones entre cada individuo y miembro que conforma Llamas Honey que pueden tener relevancia en el negocio. Y a través de tener cada concepto en un claro orden y significado va abonando a la evolución de este proyecto para tomar un impulso de partida y continuidad sin perder los valores principales del emprendimiento, sin olvidar las razones de la toma de decisiones manteniendo la motivación y compromiso llevando lejos el legado por medio de la actividad más importante de la empresa: la apicultura.

En fin, la apicultura es la encargada de dar la calidad a la razón de ser de Llamas Honey, además de ser una parte muy importante y fundamental en nuestro ecosistema, ya que de las abejas dependen muchas otras especies para sobrevivir. Así, para que este trabajo resulte comprometedor, se debe escalar por cada uno de los conceptos antes mencionados y relacionar cada uno de ellos para ser un pilar que sostenga fuertemente a la empresa.

1.2 Diagnóstico del contexto

Raúl Ramírez Gómez (Verano 2023)

Ubicación geográfica

La información de este apartado fue recuperado del RPAP de Primavera 2021, el cual fue elaborado en Otoño del 2020 por María Regina Velázquez Arriola, María Abril Márquez Torres, Llendi Gillam Guzmán y Daniel Ochoa Barragán, así como del RPAP de Primavera 2020 elaborado por Natalia Rodríguez y Daniela Martínez, debido a que los datos siguen siendo vigentes al proyecto y responde al seguimiento que pretende la colaboración en PAP.

Dado que los datos se han mantenido igual con el paso del tiempo, no hay necesidad de actualizarlos.

Llamas Honey es una empresa familiar que se dedica a la apicultura, esta empresa se encuentra situada en la localidad de El Salvador que corresponde al municipio de Tequila, Jalisco. Cuenta con **3,171 habitantes (INEGI, 2020)**. En la lista de los pueblos más poblados de todo el municipio, es el número 2 del ránking. Además, se encuentra en la región de Valles que está compuesta por los municipios de Ahualulco, Ameca, Etzatlán, Hostotipaquillo, Magdalena, San Juanito de Escobedo, Magdalena, San Marcos, Tala, Teuchitlán, Amatitán y Tequila. **El Salvador** está ubicado a 1,823 metros de altitud.

Datos de la pirámide de edades del pueblo El Salvador (**habitantes** año 2020)

Tras analizar los **datos demográficos de El Salvador**, separados por hombres y mujeres, y también por tramos de edad, podemos analizar cómo será el futuro de la población en esta localidad.

Año	Habitantes Mujeres	Habitantes hombres	Total habitantes
2020	1627	1544	3171
2010	1299	1203	2502
2005	1291	1191	2482



Esta región se encuentra en un buen territorio hidrológico debido a que está en la cuenca del río Santiago y el río Lerma, su temperatura en promedio es de 21.5 grados Celsius, siendo así un clima semicálido y cálido, además de contar con un promedio de 952 mm de precipitación anual (Estudiantes Verano, 2020).

Estando así la localidad de El Salvador a 50 km de Tequila con un recorrido estimado en coche de cerca de una hora con diez minutos sobre la Carretera Federal y de Amatitlán con una distancia de 38 km y tiempo estimado de cincuenta y cinco minutos. Y como se muestra en el mapa a continuación se encuentra a 1 hora y 48 minutos desde el centro de Zapopan, Jalisco.

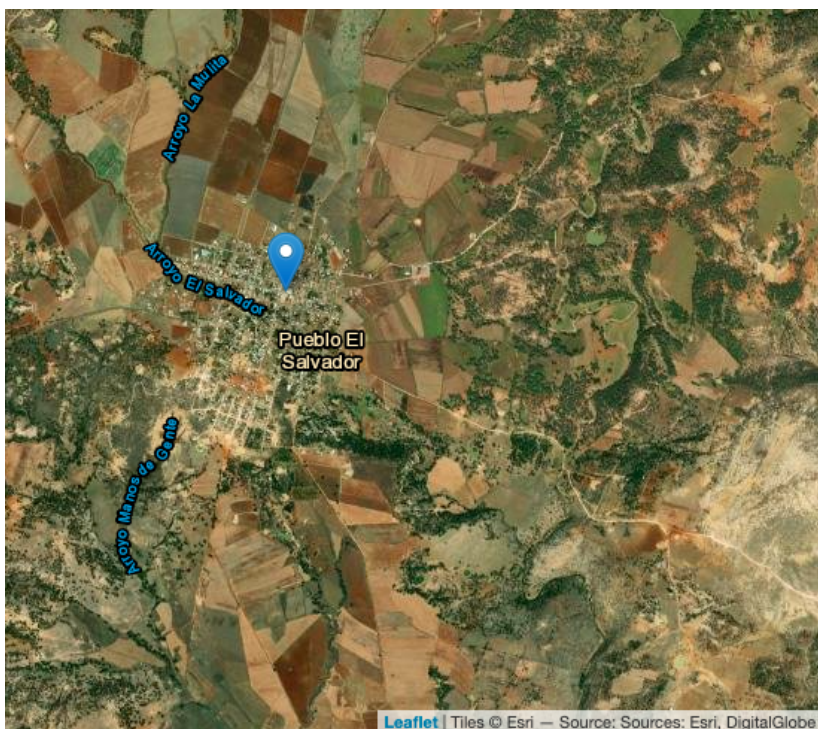


Imagen 4. Mapa satelital del pueblo El Salvador

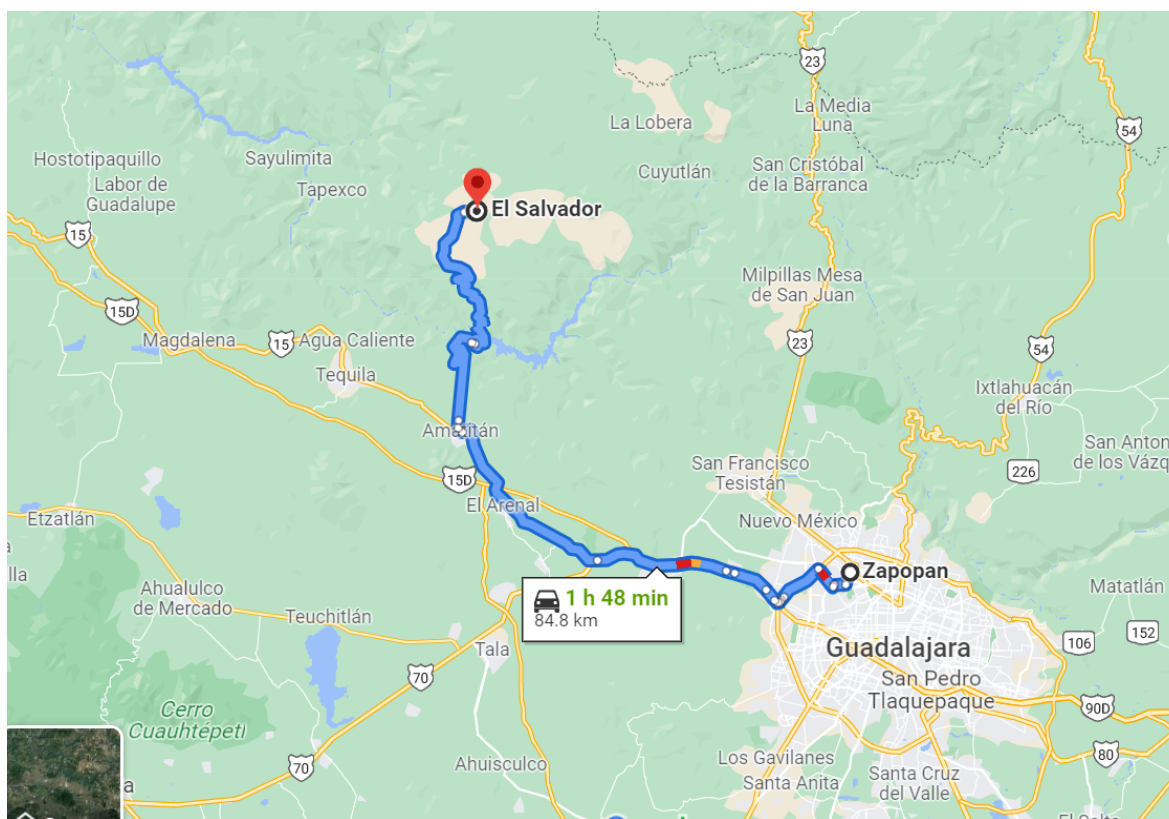


Imagen 5. Mapa de ruta de Guadalajara hacia el El Salvador



Imagen 6. Mapa de delimitación de territorio

Sus calles principalmente están adoquinadas o son de piedra, además de que se visibiliza un buen porcentaje de vehículos particulares principalmente camionetas, lo que facilita el transporte dentro del pueblo o entre comunidades aledañas. La población está conformada por 1544 hombres y 1627 mujeres, teniendo un grado de escolaridad promedio de hasta tercer grado de secundaria estando a nivel del promedio de escolaridad del país.

En El Salvador hay un total de 484 hogares. De estas 484 viviendas, 58 tienen piso de tierra y unas 9 consisten en una sola habitación. 458 de todas las viviendas tienen instalaciones sanitarias, 419 están conectadas a servicio público, 472 tienen acceso a la luz eléctrica. La estructura económica permite a 26 viviendas tener una computadora, a 339 tener una lavadora y 449 tienen una televisión (Nuestro México, 2016).

En la comunidad hay una Clínica IMSS, el Hospital Elena Margarita y un Consultorio Médico Particular, garantizando el acceso a la salud para sus habitantes. El acceso a la educación es otro factor dentro de la comunidad debido a que cuentan con dos Kinder, dos Primarias, tres Secundarias y una Preparatoria, garantizando así la educación básica que de acuerdo con el Artículo Tercero de la Constitución y con la Ley General de Educación son obligatorios y de carácter universal para la población. Además, existen 71 analfabetas con una edad de 15 años en adelante y 823 personas tienen un grado de escolaridad incompleta (Pueblos America, 2020).

Teniendo estos datos en cuenta, la localidad de El Salvador se encuentra un Nivel Socioeconómico de clase “D”, recordando que este modelo evalúa 6 dimensiones para el bienestar de la sociedad, los cuales son: capital humano, infraestructura práctica, conectividad y entretenimiento, infraestructura sanitaria, planeación a futuro e infraestructura y espacio (Pueblos América, 2020).

NSE D: En el 56% de los hogares de este nivel el jefe del hogar tiene estudios hasta Primaria. El acceso a internet en la vivienda en estos hogares es muy bajo, de solamente 4%. Cerca de la mitad del gasto de las personas, el 46% se dedica a la alimentación y solamente el 16% al transporte y comunicación.

Desempleo, economía y vivienda en El Salvador:

	2020	2010
Población ocupada laboralmente mayor de 12 años:	41.25%	28.30%
Población ocupada laboralmente mayor de 12 años (hombres):	57.90%	45.55%
Población ocupada laboralmente mayor de 12 años (mujeres):	25.45%	12.32%
Número de viviendas particulares habitadas:	763	669
Viviendas con electricidad:	99.34%	98.42%
Viviendas con agua entubada:	98.82%	89.15%
Viviendas con excusado o sanitario:	98.56%	97.63%
Viviendas con radio:	67.63%	75.74%
Viviendas con televisión:	91.09%	93.89%
Viviendas con refrigerador:	88.73%	73.57%
Viviendas con lavadora:	76.15%	69.03%
Viviendas con automóvil:	53.74%	51.68%
Viviendas con computadora personal, laptop o tablet:	12.06%	10.45%
Viviendas con teléfono fijo:	8.52%	47.73%
Viviendas con teléfono celular:	90.69%	37.48%
Viviendas con Internet:	17.69%	0.99%

Imagen 7. Datos comparativos (2020 y 2010) sobre desempleo, economía y vivienda en El Salvador

Ámbito económico:

El Centro Estatal de Estudios Municipales de Jalisco, 2021, menciona que los Principales Sectores, Productos y Servicios en El Salvador, Jalisco son los siguientes:

Agricultura

De los cultivos locales destacan los de maíz, maguey, mezcal, sorgo, frijol, mango, naranja, berries y calabacita.

Ganadería

Se cría ganado bovino de carne y leche, porcino y colmenas.

Explotación forestal

Se explotan principalmente el pino y el encino.

Comercio

Predominan los giros dedicados a la venta de productos de primera necesidad y los comercios mixtos que venden artículos diversos.

Servicios

Se prestan servicios financieros, profesionales, técnicos, comunales, sociales, personales, turísticos y de mantenimiento. (Centro Estatal de Estudios Municipales de Jalisco, 2021)

Historia de la empresa y de los actores

El siguiente apartado se recuperó del RPAP de Primavera 2021:

La empresa fue fundada por Herasmo Llamas debido a que él siente una pasión y un amor inconmensurable hacia las abejas. Dicho interés sobre los mencionados insectos comenzó a partir de que Herasmo trabajó en la empresa apícola “Olivarez Honey Bees” por cerca de 6 años en el estado de California en los Estados Unidos y en ese lugar nació su interés sobre la apicultura. En la siguiente liga se puede ver un documental de Marily y Herasmo explicando más sobre su empresa:

https://drive.google.com/file/d/1ds-bwbh12rUP1kT7BdkJwZcclalagU_T/view?usp=sharing

Regresando a México se dio cuenta de la oportunidad de negocio que tenía si empezaba un proyecto como este, debido a que en los Estados Unidos era un negocio que estaba en pleno auge. De este modo, trató de replicar la fórmula de éxito de la empresa de apicultura, dando así inicio a la travesía que hoy en día se le conoce como “Llamas Honey”.

Teniendo así un sueño y una pasión, Herasmo creó en el 2016 “Llamas Honey” con el objetivo de consolidar una empresa de apicultura de renombre en la región. La empresa a lo largo de su corta aunque rica historia han tenido bastantes cambios internos, los cuales se centran más en la formulación de estrategias operativas para un crecimiento orgánico con una expansión cautelosa pero segura hacia el incremento de producción de miel por medio de la multiplicación y adquisición de más colmenas y a la vez abejas, además de implementar una estrategia de traslados de un punto “A” (en El Salvador) a un punto “B” (rancho de Herasmo en la frontera geográfica entre Zacatecas y Jalisco) para la mayor recolección de miel, debido a que en los puntos donde inicialmente comenzaron con su producción detectaron poca floración, lo que afecta exponencialmente a su elaboración de miel por parte de las abejas.

Además, con el paso del tiempo la empresa ha ido invirtiendo en diversas herramientas para una mayor recolección de miel de una manera óptima, como lo fue la adquisición de una máquina extractora de miel manual, además de equipo tanto de manufactura como de protección para su uso. Además, buscan seguir innovando a través de nuevas ideas para diversificar sus productos y llegar a más mercados.

Otro punto de inflexión fue la apertura de la empresa hacia los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) por parte del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), los cuales desde el periodo de Primavera 2020 han estado colaborando con la marca en distintos ámbitos, como la elaboración de diseños de etiquetas de productos o diseño para publicidad en redes sociales. Éstos, según palabras de Herasmo Llamas y Marily Saldate, han tenido un impacto bastante bueno y sustancioso en sus ventas, esto aunado a la inclusión del programa “Voces del Tequila”, programa realizado por la empresa de marketing digital Sarape Social por medio de la fundación Beckmann.

Las ventas y la mayoría de las actividades de la empresa se realizan desde su casa, algunas ventas ya se realizan mediante redes sociales y por la participación en el bazar en Tequila por parte de la fundación Beckmann. Las abejas y la flora de la cual se extrae la miel se encuentran en dos ranchos familiares ubicados en Momax, Zacatecas, cerca de la frontera

con Jalisco, además se cuenta con abejas en otros dos ranchos en Jalisco, La Cumbre y El Carrizal. Ya que esta es una actividad más exhaustiva, gracias al número de viajes que se deben de hacer para transportar a todas las abejas, anteriormente Herasmo compartía con su primo las tierras y el proceso de producción, así como lo relativo a la transportación de las abejas de Zacatecas a El Salvador y viceversa para la extracción de la miel.

Llamas Honey en 2023:

Procesos de manufactura:

Para la realización de los procesos en la extracción de la miel se realiza de manera más industrializada y se cuenta con la bodega de la familia que está compuesta por dos plantas. La primera está designada como taller de carpintería, bodega de camionetas y un cuarto establecido para el proceso de envasado de la miel. En la segunda planta podemos encontrar una máquina que automatiza el proceso de desopercular (proceso de retirar la capa de cera que las abejas ponen sobre las celdas de miel madura en los panales de la colmena) y una máquina centrifugadora donde se colocan los panales para la extracción de la miel, que baja a través de una manguera al cuarto de envasado.

Planta baja





Planta alta



En cuanto a la elaboración o producción de los artículos de belleza como jabones, bálsamos y pomadas, o velas que requieren calentamiento, se realizan por el momento en la cocina de Marily donde se utiliza también para cocina del hogar, por lo que en el PAP Verano 2023 se realiza una propuesta para adaptar el cuarto que utilizan para bodega especialmente para la elaboración de todos estos productos por cuestión de higiene, calidad, productividad, administración y almacenamiento.

Puntos de venta:

- Dentro de Tequila, seguimos contando con la tienda del hermano de Herasmo, conocida como “Abarrotes Luis”, ubicada en Calle Ejido # 376. También está la casa de Marily en El Salvador. Se entregó un pedido de 100 jabones a un hotel nuevo en Tequila, se está esperando que se renueve el pedido para concretarse como punto de venta fijo.
- En Amatitán, en la carnicería “La Capilla” de la hermana de Marily, ubicada en calzada del carmen número 66.
- En Guadalajara contamos con un punto de distribución por parte de las docentes PAP y el trato que se está concretando con dos tiendas a consignación.
- En Los Cabos, Baja California, el 31 de marzo se mandaron jabones y bálsamos labiales para su distribución dentro de la Azul Boutique (Hotel Cabo Azul. Fonatur, Paseo Malecon Sn, Zona Hotelera, 23400 San José del Cabo, B.C.S.)

Antes contaban con un puesto de venta dentro del mercado en la fundación pero se dejó debido a la baja producción de miel y a la baja en las ventas.

Diagnóstico socio organizacional

De acuerdo con la información recabada en el RPAP de Primavera 2020 elaborado por Natalia Rodríguez y Daniela Martínez, el mapeo de los actores y sus funciones sigue siendo vigente con algunos ajustes realizados en Verano 2023:

ACTORES PRINCIPALES Y SUS RESPONSABILIDADES

Herasmo Llamas

- Manufactura de cajones y bastidores para las abejas
- Transporte
- Cuidado y revisión de abejas
- Reproducción de abejas
- Extracción de miel
- Compra de insumos
- Contacta empresas para la renta de abejas para polinización
- Fabricación de cajas para paquetes navideños o de regalo
- Servicio de polinización
- Encargado de adaptar su nueva bodega

Marily Saldate

- Administración del almacenamiento de miel en su casa
- Manejo de redes sociales
- Venta al público
- Envasado y etiquetado de la miel
- Fabricación de jabones
- Fabricación de bálsamo
- Realización de productos e ideas nuevas para diversificación
- Manejo de inventario
- Fabricación de velas

ACTORES EXTERNOS EN RELACIÓN CON EL PROYECTO

-Línea indirecta al proyecto:

Susana Arellano

- Mamá de Marily
- Creación del vínculo entre la Fundación Beckmann y Llamas Honey Bees

Personas físicas (compra de miel)

- Clientes que acuden al domicilio en donde se distribuye y vende la miel
- Clientes que compran mediante redes sociales
- Clientes que compran en bazares en donde Llamas Honey tiene presencia
- Clientes del bazar de Tequila

Empresas que solicitan polinización

- Personas morales que solicitan el servicio de polinización para el mantenimiento de campos de cultivo.

-Línea Directa al proyecto:

Javier Llamas Candelas

- Hermano de Herasmo, apoya en el traslado de abejas y en el proceso de filtrado de la miel.

Trabajador eventual

- Apoya de manera eventual en el proceso de filtrado de la miel.

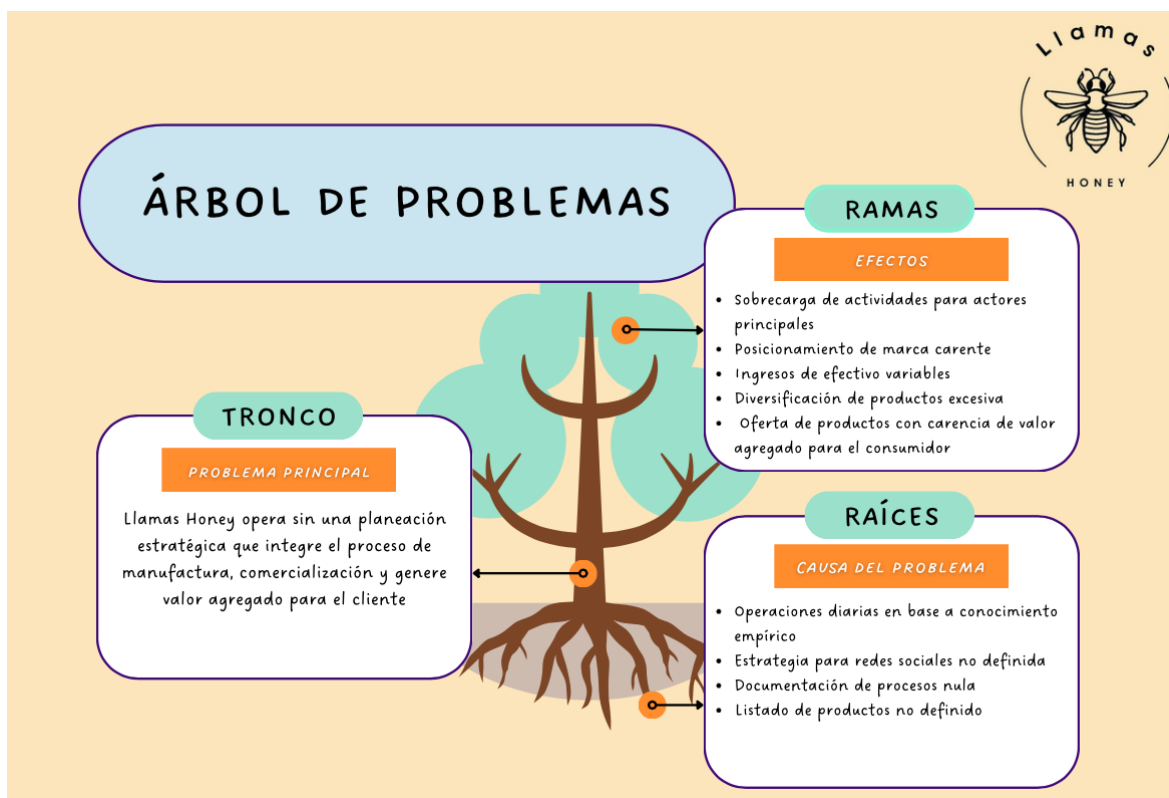
Contador

- Anteriormente se encargaba de facturar para el servicio de polinización en Hortifrut y hacer una declaración anual. Ahora continúa facturando pero la declaración es cada mes.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Para identificar y definir la problemática, se llevó a cabo un análisis tanto individual como colectivo de la documentación existente en relación a la empresa Llamas Honey, a través de RPAP y presentaciones de ciclos anteriores, imágenes y videos, bitácoras, información sobre los productos, etc. Posterior a ello, agendamos una visita a Tequila en conjunto con los actores principales, Marily y Herasmo, con el objetivo de platicar con ellos y conocer qué problemas y áreas de oportunidad logran identificar. Dicho esto, definimos y estructuramos la problemática a solucionar. Cabe mencionar que durante esta reunión en Tequila, le mencionamos a los actores principales los objetivos no logrados durante el periodo de Primavera 2023 con el objetivo de retormarlos durante el periodo de Verano 2023.

Árbol de problemas:



La problemática detectada es la siguiente:

La empresa Llamas Honey opera sin una planeación estratégica que integre el proceso de manufactura, comercialización y genere valor agregado para el cliente.

Cabe recalcar que el cambio climático y la deforestación en la ciudad de Tequila representan un gran reto debido a que impactan directamente en los volúmenes de producción de miel, además de que la empresa está conformada únicamente por Marily y Herasmo Llamas, lo cual implica un crecimiento paralelo entre el negocio y a nivel familiar.

Ahondando en la problemática, podemos identificar que las principales causas son que los actores operan con base en el conocimiento empírico, publicación de contenido no relacionado con el negocio en redes sociales, documentación nula de los procesos de manufactura y que los procesos de manufactura no se encuentran estandarizados. Mencionado lo anterior, las repercusiones son actividades de los actores relacionados con el negocio no se encuentran balanceadas, lo cual genera una sobrecarga de trabajo. Además, la

marca Llamas Honey no se encuentra posicionada ni reconocida por el segmento de mercado al que va dirigida, lo cual deriva en que los ingresos de la empresa sean variables. Finalmente, los procesos de manufactura, al no estar estandarizados ni documentados, generan una diversificación de productos y componentes de los mismos por parte de los actores que representa un riesgo para los recursos financieros de la empresa debido al desconocimiento por parte de su mercado.

Durante el periodo de Verano 2023 se definieron ocho metas que garantizan el cumplimiento del objetivo general, el cual es el siguiente:

“Sistematizar y estructurar la empresa Llamas Honey partiendo de una estrategia donde se integren y fortalezcan los procesos de la cadena de suministro”

Metas y objetivos:





En el presente texto se hace referencia al análisis FODA realizado durante el periodo de Primavera 2023, del cual conservamos algunas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que aún se encuentran presentes y agregamos otros conceptos presentes en el periodo Verano 2023.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas ° Excelente calidad en todos sus productos ° Cultivo de miel en distintas zonas ° Valor de nómina bajo ° Conciencia para adoptar y mejorar en nuevas tecnologías ° Empresa familiar ° Confianza ° Conocimiento y habilidades adquiridas ° Fácil adaptación al cambio ° Maquinaria y espacios propios ° Maquinaria y equipo adecuado ° Disponibilidad de colonia de abejas ° Innovación en productos ° Motivación para crecer e innovar.	Debilidades ° Operaciones diarias en base a conocimiento empírico ° Falta de organización y sistema de distribución de trabajos específicos. ° Fluctuaciones de mercado ° Falta de canales y puntos de venta para la salida de productos ° Marca aún no posicionada ° Estancamiento en la continuidad a nuevos productos emergentes de la marca ° Falta de constancia debido a actividades ajenas a la empresa ° Falta de personal para atender las demás áreas (ej.: Publicidad, finanzas, distribución, elaboración...) y necesidades ° Malbaratar la miel por las fluctuaciones en el mercado o por necesidad de vender.
Oportunidades ° Mercado orgánico en crecimiento ° Crecimiento de transacciones en línea ° Mayor conciencia ecológica en la sociedad ° Aumento de consumo de productos artesanales a pequeños productores locales ° La pandemia aumentó el consumo de miel ° Posibilidad de envíos a toda la República Mexicana ° Apoyo de instituciones y fundaciones sin fines de lucro	Amenazas ° Mercado competitivo por mieles industriales ° Incremento en el uso de pesticidas en la zona ° Incremento de deforestación de la zona por cultivo de agave ° Cambio climático; falta de lluvias, contaminación, cambio de uso de suelos en la región. ° Variación de los precios de venta por fenómenos económicos ° Aumento de precio de los insumos ° Globalización en productos exportados y venta de productos similares en portales en línea ° Malbaratar la miel por las fluctuaciones en el mercado

OPORTUNIDADES:

Mercado orgánico en crecimiento:

- El mercado orgánico en México creció cerca del 504% en los últimos 10 años.
- El 85% de los productos de este mercado son exportados a Estados Unidos y Canadá.
- Este mercado genera cerca de 600 millones de dólares al año.

Crecimiento de transacciones en línea:

- 5 de cada 10 empresas en México están aumentando su crecimiento de ventas en línea.

Mayor conciencia ecológica de la sociedad:

- Según el INEGI la población mexicana ha tenido más conciencia en el ahorro de agua.

- Se redujeron los porcentajes de personas que usan leña para calefacción y cocina.
- Además, el 47% de los hogares separa la basura.
- El 70% de las personas son más conscientes ahora que antes de la Covid-19, de que la actividad humana amenaza el clima y de que la degradación ambiental puede amenazar a los humanos.

Aumento de consumo de productos artesanales a pequeños productores locales:

- Se abren más espacios en donde los pequeños productores puedan exhibir sus productos para tener mayor alcance (bazar en Tequila por fundación Beckmann).
- A raíz de la pandemia actual, las inclinaciones de los clientes al comprar productos se alinean más con pequeños productores, buscando ayudar a empresas locales.

La pandemia aumentó el consumo de miel:

- Según datos de la Red de Tiendas Mundo Rural de INDAP, el producto más vendido en sus locales desde el inicio de la pandemia de Covid-19 ha sido por lejos la miel.
- México está en el top 4 de exportadores de miel mundial con un total de mercado del 6.3%.
- La miel mexicana es la favorita de mercados como el europeo y el arábico.

Red de envíos a toda la República Mexicana:

- Es posible gracias a la alianza estratégica con otra empresa que comparte las guías de DHL y Estafeta.

Apoyo de instituciones y fundaciones sin fines de lucro:

- El ITESO y la fundación Beckham apoyan a “Llamas Honey” desde distintas áreas de especialidad.
- Una parte de la comercialización se lleva a cabo por medio de la empresa y otra por medio de la fundación, además de algunos puntos de venta o salidas de productos.

AMENAZAS:

Mercado competitivo por mieles industriales:

- Los usuarios ignoran que más del 75% de las mieles están adulteradas; muchas contienen agua, glucosa o están ultrafiltradas.
- La miel sin polen no puede ser denominada miel debido a que pierde sus propiedades.

Incremento en el uso de pesticidas:

- Estudios revelan que las colmenas expuestas a ciertos pesticidas decrecen en un 24%.
- Los pesticidas afectan a las abejas en agitación, espasmos, temblores y parálisis.
- En Brasil se asoció el uso de pesticidas con la muerte de más de medio millón de abejas.

Incremento de deforestación de la zona por cultivo de agave:

- La industria tequilera arrasó con el bosque de la zona en los últimos años.
- Con el convenio “Tequila Libre de Deforestación” se busca minimizar el impacto.
- Dicha deforestación afectó significativamente a la zona debido a que deforestaron zonas de bosque y desplazaron cultivos locales por el cambio de uso de suelo.

Cambio climático, falta de lluvia, contaminación, cambio de uso de suelos en la región

- El incremento en la temperatura global afecta altamente a las abejas.
- El uso excesivo de insecticidas y la contaminación del aire afecta a los insectos.
- La pérdida de flores endémicas por causas de efectos agrícolas también afecta a la abeja.
- Las lluvias favorecen al medio ambiente, sin lluvia no hay plantas, sin plantas no hay polen.
- La cantidad de lluvia ha ido a la baja en los últimos años en la región.
- La miel de roble solo es factible cosechar cuando ha estado lloviendo.
- *Incremento de plantaciones de agave:*
- De 1990 a 2005 pasó de 20 mil a 120 mil hectáreas de cultivo de agave en la región.
- Los daños ambientales al estado de Jalisco han sido enormes.
- El agave, aguacate, berries y caña de azúcar son las plantaciones con mayores impactos ambientales en Jalisco.

Variación de los precios de venta por fenómenos económicos:

- La economía no se mantiene estable, por lo cual los precios se mueven constantemente.
- La industria de la apicultura es una de las principales actividades pecuarias generadora de empleos, ingresos y divisas para los productores rurales.

- La producción mundial de miel de abeja ha experimentado un aumento significativo, llegando a alcanzar los máximos históricos en comercio total ([USDA, 2017](#)).

Aumento del precio de los insumos:

- Los insumos y productos necesarios para la venta de los productos sube conforme al mercado.
- Se genera un mayor costo de empaque o fabricación.
- Los costos se asocian a la suma de los gastos realizados, para obtener los recursos utilizados en la producción, así como en el proceso de elaboración y distribución del producto o servicio.

Globalización en productos exportados y venta de productos similares en portales en línea:

- México es uno de los principales mercados de e-commerce en América Latina. En 2020, se estimó que más de un 39% de la población mexicana adquiere bienes o servicios en línea. Solo tres años antes, en 2017, el porcentaje de compradores digitales en el país norteamericano no era mayor al 30%. Se calcula que esta tendencia al alza continúe en los próximos años, rozando el 58% de penetración en 2025 ([satista.com](#)).
- No tienen redes de envío convenientes para crecer sus puntos de venta.

Malbaratar la miel por las fluctuaciones en el mercado o por necesidad de vender:

- Con la falta del flujo de ventas, se ven en la necesidad de malbaratar el producto que resta en bodega al precio que las grandes empresas de miel exigen.

FORTALEZAS:

Excelente calidad en todos sus productos:

- Sus mieles son 100% naturales, ya que no se les agrega nada extra para comercializarlas.
- El resto de sus productos son preparados con ingredientes naturales, incluyendo la miel.

Cultivo de miel en distintas zonas:

- Actualmente se cultiva miel en la zona de El Salvador (Tequila, Jalisco) y en el estado de Zacatecas.

Valor de nómina bajo:

- Como empresa familiar y microempresa solo cuentan con dos salarios.
- Es recomendable que se cumplan los salarios para evitar la descapitalización.
- La empresa ha tenido crecimiento bajo este sistema.

Conciencia para mejorar y adoptar nuevas tecnologías:

- Poco a poco han ido adentrándose en la venta en línea por medio de redes sociales.
- Han ido comprando herramientas que permitan dicha expansión.
- Se busca la implementación de control de inventarios mediante las TIEs.
- Marily maneja de buena manera las redes sociales y ya tiene algo de experiencia para generar ventas y publicidad desde ahí.

Empresa familiar:

- Confianza dentro de la organización.
- Comunicación oportuna
- Reconocimiento de habilidades y responsabilidades de cada individuo

Conocimiento y habilidades requeridas:

- Herasmo trabajó en una empresa y cuenta con el conocimiento del cuidado de las abejas.
- Herasmo tiene habilidades y conocimiento para la creación de cajones.
- Herasmo cuenta con experiencia en el manejo de las abejas.
- Marily maneja las redes sociales y se encarga de la imagen de los productos (empaquete, etiquetado, etc.).
- Marily desarrolla los productos derivados de la producción de miel.

Fácil adaptación al cambio:

- Herasmo y Marily están abiertos al diálogo y al cambio con el proyecto.
- Aceptan recomendaciones y dan retroalimentación para mejor estructuración.
- Expresan sus necesidades de manera clara y precisa para la elaboración de herramientas.
- Ambos tienen disposición y están abiertos a la comercialización de sus productos mediante redes sociales e internet.

Maquinaria y espacios propios:

- La empresa cuenta con maquinaria requerida para los procesos manuales.
- La empresa cuenta con lugares donde las abejas pueden estar sin afectar su vida.

- La empresa cuenta con registros de marcas ya institucionalizados.

Maquinaria y equipo adecuado:

- Maquinaria y tolvas que resguardan el producto son de acero inoxidable.

Disponibilidad de colmenas de abejas:

- Cuentan con un número de colmenas de abejas considerable que pueden trabajar durante todo el año.
- Todas las colonias de abeja son de su propiedad.

Innovación en productos:

- Se está produciendo hidromiel.
- Se busca producir cremas humectantes corporales.
- Se busca establecer el bálsamo labial como un producto consolidado en imagen y producto.
- Jabones artesanales con diferentes recetas.

Motivación por crecer e innovar:

- Están en constante búsqueda de estrategias o actividades que motiven el crecimiento de su empresa.

DEBILIDADES:

Operaciones diarias con base en conocimiento empírico:

- Áreas de la empresa como finanzas y administración no son atendidas.
- Dificultades en momentos de llevar finanzas sanas en la empresa.
- Mezcla entre los gastos de la empresa y los gastos familiares.

Falta de organización y sistema de distribución de trabajos específicos:

- No cuentan con medio de transporte especial para el transporte de los núcleos.
- No cuentan con registros de producción.
- Falta un inventario específico y estricto.
- No tienen definidos los puestos y las actividades específicas a desarrollar.

Fluctuaciones de mercado:

- Periodos de estacionalidad detectados en noviembre y diciembre incremento.

Falta de canales y puntos de venta para la salida de productos:

- No se cuentan con puntos de venta establecidos y esto detiene la salida del producto una vez finalizado.

- El contar con productos en inventario sin salida genera falta de flujo de efectivo.
- Los productores se ven obligados a vender la miel a mayoreo sin mucho margen de ganancia.

Marca aún no posicionada:

- Al no estar posicionada como marca en el mercado de la ZMG, el número de ventas es bajo.
- Posibles compradores desconocen la ubicación de los puntos de venta
- La publicidad establecida no es suficiente y falta mayor constancia en las publicaciones.

Mucha competencia en el mismo sector:

- Actualmente hay alrededor de 43 mil apicultores en todo el país, registrados en 508 asociaciones ganaderas especializadas en apicultura (gob.mx, 2022).
- Existen empresas bien posicionadas que venden miel y productos derivados de la misma, como el caso de Abeja Reyna.
- También hay empresas con mayor número de ventas que son conocidas por su bajo precio en mieles y donde la calidad no está asegurada.

Estancamiento en la continuidad a nuevos productos emergentes de la marca:

- Por falta de tiempo se han visto rezagadas las experimentaciones con los nuevos productos que pueden lanzarse a través de la marca.

Falta de continuidad debido a actividades ajenas a la empresa:

- Al ser una empresa de solo 2 actores, las tareas y la división del trabajo son complejas, sobre todo teniendo dos hijas y una casa que sostener.

Falta de personal para abarcar todas las áreas y necesidades para seguir creciendo:

- Dos personas se tienen que encargar de los ámbitos administrativos, producción (apicultura, envasado y etiquetado), redes sociales, canales de distribución, etc.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Plan de trabajo

Posterior al diagnóstico del proyecto y partiendo de la problemática identificada, definimos el plan de trabajo para el periodo de Verano 2023, retomando algunos objetivos no concluidos del plan de trabajo de Primavera 2023.

A continuación se presenta el plan de trabajo:



LLAMAS HONEY

- Problemática: Llamas Honey opera sin una planeación estratégica que integre el proceso de manufactura, comercialización y genere valor agregado para el cliente.
- Objetivo General: Sistematizar y estructurar la empresa Llamas Honey partiendo de una estrategia donde se integren y fortalezcan los procesos de la cadena de suministro.



LLAMAS HONEY

META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Profesionalización de la empresa	Primera fase de investigación	Recopilación de información que permita identificar las necesidades y expectativas de los clientes	Diagrama de flujo de procesos	Asesoramiento de expertos	Estadísticas PAF	Al finalizar el mes	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Sofía	1
	Segunda fase de investigación	Realización de encuestas y entrevistas a los clientes para identificar sus necesidades y expectativas	Diagrama de flujo de procesos	Programa de diseño, desarrollo y validación de prototipos	Horarios y Marfy	02-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Yessica, Javi, Sofía, Brenda	2



LLAMAS HONEY

META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Planeación Estratégica	Definición de la misión y visión de la empresa	Definición de la misión y visión de la empresa	Documento de misión y visión	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	10/06/2023	Horarios y Marfy, revisión de la misión y visión de la empresa	Raul Rios, Raul S	3
	Definición de la estrategia de negocio	Definición de la estrategia de negocio	Documento de estrategia de negocio	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	17/06/2023	Llamas Honey cuenta con un plan de negocio que define la estrategia de negocio y los objetivos de la empresa	Raul Rios, Javi, Brenda	4
	Definición de la estructura organizacional	Definición de la estructura organizacional	Documento de estructura organizacional	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	24/06/2023	Llamas Honey cuenta con una estructura organizacional que define la organización de la empresa	Raul Rios, Javi	5



LLAMAS HONEY

META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Desarrollo de un sistema de gestión de la cadena de suministro	Definición de la estructura organizacional	Definición de la estructura organizacional	Documento de estructura organizacional	Horarios y Marfy	Primera fase de validación	02-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Raul S	1
	Definición de la estrategia de negocio	Definición de la estrategia de negocio	Documento de estrategia de negocio	Horarios y Marfy	Segunda fase de validación	09-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Raul S	2



LLAMAS HONEY

META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Comercialización del producto	Definición de la estrategia de negocio	Definición de la estrategia de negocio	Documento de estrategia de negocio	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	10-06-23	Horarios y Marfy, revisión de la estrategia de negocio	Raul S	1
	Definición de la estructura organizacional	Definición de la estructura organizacional	Documento de estructura organizacional	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	17-06-23	Horarios y Marfy, revisión de la estructura organizacional	Yessica, Javi, Brenda	2



LLAMAS HONEY

META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Desarrollo de un sistema de gestión de la cadena de suministro	Definición de la estructura organizacional	Definición de la estructura organizacional	Documento de estructura organizacional	Horarios y Marfy	Primera fase de validación	02-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Raul S	1
	Definición de la estrategia de negocio	Definición de la estrategia de negocio	Documento de estrategia de negocio	Horarios y Marfy	Segunda fase de validación	09-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Raul S	2
	Definición de la estructura organizacional	Definición de la estructura organizacional	Documento de estructura organizacional	Horarios y Marfy	Tercera fase de validación	16-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Raul S	3
	Definición de la estrategia de negocio	Definición de la estrategia de negocio	Documento de estrategia de negocio	Horarios y Marfy	Cuarta fase de validación	23-07-23	Se realiza un análisis de la información recopilada y se genera un informe de diagnóstico	Raul S	4



LLAMAS HONEY

META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Comercialización del producto	Definición de la estrategia de negocio	Definición de la estrategia de negocio	Documento de estrategia de negocio	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	10-06-23	Horarios y Marfy, revisión de la estrategia de negocio	Raul S	1
	Definición de la estructura organizacional	Definición de la estructura organizacional	Documento de estructura organizacional	Horarios y Marfy, programación de diseño	Horarios y Marfy	17-06-23	Horarios y Marfy, revisión de la estructura organizacional	Yessica, Javi, Brenda	2

 LLAMAS HONEY									
META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Optimización de procesos de Producción y Envasado	Optimización de procesos para optimizar el proceso de producción y envasado	En base a la RT de alimentos se presentará un documento con la información de los procesos de Producción y Envasado a validación de campo	Presentación y documento con la información de los procesos de Producción y Envasado	Internet, conocimientos prácticos, experiencia y apoyo a investigadores	Herasmo y Marily	0-08-23	Presentar propuestas a Herasmo, Marily, con el objetivo de validar los procesos de producción y envasado	Klaus H	4
	Optimización de procesos	Optimizar procesos de Producción y Envasado basados en conocimientos prácticos, experiencia, seguridad, calidad, higiene y ambiente	Requerimientos de procesos de Producción y Envasado	Internet, conocimientos prácticos, experiencia y apoyo a investigadores	Herasmo y Marily	10-08-23	Presentar a la validación de campo, validando los procesos de Producción y Envasado	Klaus H	2
	Definir procesos de producción y envasado de alimentos	Usar la receta que se usó en la validación de campo de los alimentos para poder hacer una receta final	Receta de alimentos definidos y validados	Internet, personas con conocimientos, Herasmo y Marily	Herasmo y Marily	01-09-23	Obtener el proceso, validar la receta y validar la receta final	Rafael S	1
	Validar que productos no sean compatibles con los estándares de calidad, higiene y seguridad	Presentar a la validación de campo los alimentos, validando los procesos de Producción y Envasado	Mediante checklist de validación de campo para validar los procesos de Producción y Envasado	Medios de comunicación	Personas que cuentan con IT	10-09-23	El 30 de 09 validar los procesos de Producción y Envasado con IT para validar que los alimentos cumplan los estándares de calidad	Rafael S	1

 LLAMAS HONEY									
META	OBJETIVO	ACTIVIDAD	ENTREGABLE	RECURSOS	VALIDACIÓN	FECHA LÍMITE	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Generación y validación de documentos de procesos	Generación de documentos de procesos	Generar diagrama de flujo de todo el proceso	Diagrama de flujo de todo el proceso	Software, Internet, Herasmo y Marily	Herasmo y Marily	10-08-23	Presentar a Herasmo y Marily el diagrama de flujo con el objetivo de validar el proceso	Klaus H	3
	Generación de documentos de procesos	Generar diagrama de flujo de todo el proceso	Diagrama de flujo de todo el proceso	Software, Internet, Herasmo y Marily	Herasmo y Marily	10-08-23	Presentar a Herasmo y Marily el diagrama de flujo con el objetivo de validar el proceso	Klaus H	3
	Generación de documentos de procesos	Generar diagrama de flujo de todo el proceso	Diagrama de flujo de todo el proceso	Software, Internet, Herasmo y Marily	Herasmo y Marily	10-08-23	Presentar a Herasmo y Marily el diagrama de flujo con el objetivo de validar el proceso	Klaus H	3
	Generación de documentos de procesos	Generar diagrama de flujo de todo el proceso	Diagrama de flujo de todo el proceso	Software, Internet, Herasmo y Marily	Herasmo y Marily	10-08-23	Presentar a Herasmo y Marily el diagrama de flujo con el objetivo de validar el proceso	Klaus H	3

Una vez desarrollado el plan de trabajo con el fin de alcanzar el objetivo general, ejecutamos una variedad de actividades para conseguir los objetivos específicos y posterior a ellos las metas definidas.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Respecto a la distribución de actividades para lograr los objetivos que abonan a cada meta, se formaron equipos multidisciplinarios y en algunos casos cada estudiante eligió la actividad que podría ejecutar de forma óptima desde su especialidad. No obstante, una vez finalizada la actividad, había que consultar a todo el equipo con el objetivo de validar dicha actividad.

Cabe mencionar que en cada sesión de trabajo se le daba seguimiento a las actividades del plan de trabajo para cumplir con los entregables y validarlos con los actores principales, Marily y Herasmo, durante cada visita de campo o sesión virtual programada. Para el proceso de validación, donde los actores principales aprobaban o generaban retroalimentación sobre las actividades y entregables, tuvimos que realizarlo de forma virtual mediante mensajes de WhatsApp, llamadas telefónicas o videollamadas previamente agendadas con Marily y Herasmo. Esto debido a la situación de inseguridad que se vive en

el pueblo de El Salvador, la cual representa un peligro para los estudiantes y docentes del ITESO al no ser habitantes de esa comunidad. Citando el RPAP de Primavera 2023, “Es importante recordar que se puede abonar a la construcción de la paz, a pesar de la distancia, a través de nuestras acciones y el nivel de impacto positivo que logremos causar en la familia Llamas, para que a su vez, ellos mismos impacten en su entorno.”

A continuación presentamos el plan de trabajo completo de Verano 2023 con el objetivo general para este periodo, las metas a alcanzar y qué actividades abonan a las mismas. Además del entregable requerido, la persona responsable y la fecha límite. Es importante mencionar que el plan de trabajo fue validado con los actores principales y las actividades del mismo fueron priorizadas por ellos.

META 1:

PROFESIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

OBJETIVO 1:

1. Profesionalización de la empresa

Proceso: Habilitación y estandarización de vías de comunicación (redes sociales) únicas para la empresa Llamas Honey con el objetivo de publicar de forma constante contenido exclusivo de la empresa.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Redes sociales incluídas (WhatsApp e Instagram)

Etapas del proceso:

Habilitar redes sociales.

Elaborar registro con contraseñas de redes sociales.

Diseño de plan para publicaciones relacionadas con la empresa.

OBJETIVO 2:

2. Diseño y actualización de catálogo de productos

Proceso: Definición de los productos con los que se cuentan, actualizar imágenes de cada uno de ellos junto con el tipo de presentación en el que se comercializa.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Fotografías con los productos
- Tablas de registro de información de costos para tener un catálogo bien estructurado y definido
- Consultar listas de productos y definición de precios

Etapas del proceso:

Visita con los actores para ver los productos en físico, platicar con ellos y que compartan sus avances, si en el tiempo transcurrido se han elaborado nuevos productos, los cuales necesitan de fotografías y nuevo contenido para el catálogo.

Solicitud de precios actuales y medidas para organizar estas mismas.

META 2:

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

OBJETIVO 3:

3. Desarrollar objetivos SMART

Proceso: Definir objetivos SMART de acuerdo a las prioridades de Llamas Honey de manera realista.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Platicar con los actores de Llamas Honey sobre la empresa.
- Identificar lo más importante de acuerdo a las circunstancias y el contexto actual.

Etapas del proceso:

Luego de haber platicado con los actores de la empresa y escuchar cuáles son sus inquietudes y a dónde quieren llegar, se realizó una propuesta de objetivos SMART y se validó con los actores.

OBJETIVO 4:

4. Balancear actividades

Proceso: No se pudo llevar a cabo la actividad debido a la variedad de actividades que efectúa cada uno de los actores principales. No existe un patrón claro como para balancear actividades entre ambos. No obstante, definimos de forma clara el rol de cada uno de ellos en el ámbito laboral.

OBJETIVO 5:

5. Definir productos con los que se trabajará de forma definitiva

Proceso: Definir qué productos son los más vendidos y los que requieren mayor nivel en inventario.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Preguntar a los miembros de la empresa cuáles son sus productos más vendidos dependiendo del punto de venta.
- Obtener los datos de ventas durante un periodo de tiempo determinado, en este caso durante el verano.
- Definir lista de productos definitiva.

Etapas del proceso:

Clasificar las unidades vendidas, examinando los datos de venta y productos.

Identificar los productos que han tenido un alto volumen de venta a comparación de otros, clasificando por precios y tamaños.

META 3:

DESARROLLO DE UN SISTEMA DE ORGANIZACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS

OBJETIVO 6:

6. Instruir en el uso de las tecnologías (computadora e impresora)

Proceso: No se pudo instruir en el uso de las tecnologías a los actores principales debido a que la computadora no funcionaba adecuadamente. Sin embargo, cambiamos el enfoque de esta actividad por repararla y entregarlas funcionando de forma óptima.

Etapas del proceso:

Recoger la computadora de los actores.

Análisis de posibles motivos por los cuales está lenta la maquina.

Estudio e investigación de posibles métodos de optimizar el equipo.

Eliminar archivos temporales que usan mucha memoria del equipo.

Apagar aplicaciones trabajando en segundo plano.

Abrir el administrador de tareas.

Deshabilitar las aplicaciones que más memoria consumen al iniciar el equipo.

Actualizar el equipo.

Entregar a los actores.

META 4:

COMUNICAR Y RECORDAR QUE HAY UNA COSECHA QUE ESPERAR, UN TERRITORIO QUE NOS ESTAMOS ACABANDO, EDUCAR AL CLIENTE EN EL RESPETO Y EL CUIDADO DE LOS ECOSISTEMAS

OBJETIVO 7:

7. Formalización de WhatsApp de la empresa

Proceso: Llevar a cabo una profesionalización de la red social WhatsApp que sea dedicada únicamente al negocio Llamas Honey.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Instalación y habilitación de WhatsApp Business.

Etapas del proceso:

Identificar los usos que se le da al WhatsApp de la empresa.

Verificar que la información del catálogo e información en WhatsApp Business coincida con la lista de productos definitiva.

Instruir a Marily en el uso de Whatsapp Business.

OBJETIVO 8:

8. Posteo fluido en Instagram y Facebook:

Desde el semestre pasado se trabajó con un posteo en Instagram y Facebook que está programado hasta Noviembre del 2023. Se realizó una sesión de fotos en verano, para que los próximos compañeros que entrarán en Otoño 2023, puedan crear más contenido y dejar programado un posteo en las redes mencionadas.

Proceso:

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Canva
- Fotografía
- Illustrator

META 5:

DESARROLLO DE EMPAQUE, EMBALAJE Y ETIQUETAS PARA PRODUCTOS DERIVADOS DE LA MIEL

OBJETIVO 9:

9. Etiqueta de Hidromiel

Proceso: Crear una nueva etiqueta para la hidromiel, siguiendo los requerimientos gubernamentales para la venta de bebidas alcohólicas.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Investigación sobre los requerimientos para la etiqueta
- Software “Canva”
- Preferencias de colores y estilos de los actores
- RPAP anteriores

Etapas del proceso:

Investigar en las paginas gubernamentales y NOM (Norma Oficial Mexicana) sobre los detalles y requisitos que se deben mostrar en la etiqueta de la hidromiel

Investigación en los documentos anteriores para ver los primeros diseños de la etiqueta

Preguntar a los actores sus preferencias sobre la nueva etiqueta

Creación de la nueva etiqueta en el software “Canva”

Validación por parte de los actores

OBJETIVO 10:

10. Embalaje para la entrega de muchos productos a la vez

Proceso: Definir un empaque lo suficientemente resistente para la entrega de productos al momento de la venta de varios productos.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Investigación en internet de proveedores locales

Etapas del proceso:

Se buscaron proveedores de embalaje en redes sociales y en la web, se le preguntó a Marily las medidas y pesos de los productos y con eso se pidió cotización a los diferentes proveedores. Se le mostraron a Marily las diferentes opciones y se validó qué empaque se utilizará para sus productos.

OBJETIVO 11:

11. Empaque para el jabón de oveja que se distribuye en el hotel de Tequila

Proceso: No se llevó a cabo la siguiente actividad debido a que se rompió el lazo comercial entre Llamas Honey y el hotel en cuestión durante el transcurso del proyecto de aplicación profesional.

OBJETIVO 12:

12. Embalaje para productos en festividades

Proceso: No se llevó a cabo la siguiente actividad debido a que no existe un incremento significativo en la demanda durante festividades como para invertir en empaque con diseño de las mismas.

META 6:

CONSOLIDAR Y EXPANDIR LOS PUNTOS DE VENTA DE LOS PRODUCTOS

OBJETIVO 13:

13. Diseño y desarrollo de display para exponer los productos en diferentes puntos de venta

Proceso: No se llevó a cabo la siguiente actividad debido a los bajos volúmenes de producción de miel, los cuales no satisfacen los niveles de anaquel mínimos que requieren y exigen los puntos de venta.

META 7:

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y ENVASADO

OBJETIVO 14:

14. Planteamiento de propuestas para optimización de procesos

Proceso: Generar documento con propuestas de mejora para actores principales con el objetivo de optimizar los procesos de manufactura en los siguientes aspectos: calidad, seguridad y/o producción.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Investigación en internet (videos y blogs)
- Software “Canva”

Etapas del proceso:

Investigación de mejores prácticas de manufactura y procesos de manufactura relacionados con la miel

Visita a granja apícola “Llamas Honey”

Generación de propuestas de mejora

Presentación de documento con propuestas de mejora a actores principales en CANVA

OBJETIVO 15:

15. Optimización de procesos

Proceso: Generar documento con propuestas de inversión para actores principales con el objetivo de optimizar los procesos de manufactura en los siguientes aspectos: Calidad, Seguridad y/o Producción. Cabe mencionar que los actores principales ejecutan las propuestas de inversión cuando ellos lo consideran pertinente.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Investigación en internet (videos y blogs)
- Software “Canva”

Etapas del proceso:

Investigación de mejores prácticas de manufactura, maquinaria y recomendaciones en granjas y empresas apícolas

Visita a granja apícola “Llamas Honey”

Generación de propuestas de inversión

Presentación de documento con propuestas de inversión a actores principales en CANVA

OBJETIVO 16:

16. Definir proceso de producción y envasado de Hidromiel

Proceso: Analizar las recetas existentes de la hidromiel, buscar cuál fue la causa de los problemas que se presentaron durante la primera preparación de la bebida y generar nuevos manuales para la fabricación de hidromiel.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Investigación sobre los métodos de salubridad
- Investigación de las nuevas recetas
- Uso de paquetería Office
- Asesoría con ingeniero químico

Etapas del proceso:

Visita a Tequila para acercamiento con los actores

Plática con los actores para determinar qué falló con el primer lote de hidromiel

En la segunda visita nos enseñan el equipo con el que se cuenta para la preparación de hidromiel

Análisis de las recetas previamente generadas

Asesoría con un experto cervecero con conocimientos sobre la fabricación de hidromiel

Detección y conocimiento sobre los posibles fallos y métodos de salubridad

Creación de los manuales de fabricación, uno con la receta con levadura y uno con la receta sin levadura

Validación y entendimiento de los manuales de parte de los actores

OBJETIVO 17:

17. Validar que el producto Hidromiel cumpla con los estándares de calidad, higiene y seguridad

Proceso: No se pudo llevar a cabo la siguiente actividad debido a los bajos volúmenes de miel, debido a que existía el riesgo de desaprovechar esa miel y no capitalizar. Cabe mencionar que en los manuales de fabricación se hizo mucho énfasis en los métodos de higiene y calidad del producto para que las recetas puedan ser ejecutadas con éxito cuando los actores lo consideren pertinente.

META 8:

GENERACIÓN Y ESTANDARIZACIÓN DE DOCUMENTOS DE PROCESO

OBJETIVO 18:

18. Generar diagrama de flujo de la empresa

Proceso: Generar diagramas de flujo de la empresa en general con el objetivo de representar el flujo de los procesos de manufactura y la relación entre los mismos. Además, generar documentación del proceso general con fin de consulta para semestres posteriores.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Software “Microsoft Visio”
- Diagrama de flujo

Etapas del proceso:

Visita a Tequila para primer acercamiento con actores principales

Primer borrador de diagramas de flujo en “Microsoft Visio”

Validación de diagramas de operaciones con actores principales

Diagramas de operación en “Microsoft Visio”

OBJETIVO 19:

19. Generar diagrama de operaciones de procesos de manufactura

Proceso: Generar los diagramas de operaciones de cada tipo de producto con el objetivo de estandarizar cada proceso de manufactura con sus respectivas operaciones. Además de generar documentación de procesos con el fin de consulta.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Software “Microsoft Excel”
- Diagrama de operaciones
- Software “Adobe Illustrator”

Etapas del proceso:

Visita a Tequila para primer acercamiento con actores principales

Primer borrador de diagramas de operaciones en “Excel”

Validación de diagramas de operaciones con actores principales

Segundo borrador de diagramas de operación en “Excel”

Elaboración de diagramas de operaciones en “Adobe Illustrator”

OBJETIVO 20:

20. Generar instructivos de trabajo de cada operación de manufactura

Proceso: No se pudo llevar a cabo la siguiente actividad debido a que las instrucciones de trabajo describen de forma detallada cómo se tiene que realizar una actividad, para ello hay que ejecutar cada una de las actividades en conjunto con las personas especialistas. Al no ser tiempo de cosecha no se pudo generar evidencia gráfica ni visualizar cómo se lleva a cabo cada actividad con el objetivo de documentarlas.

OBJETIVO EXTRA: Página web

Proceso: Desarrollar una presentación para Llamas Honey y buscar nuevas estrategias de comunicación.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Canva
- Software “Adobe Illustrator”
- Wix

Etapas del proceso: Primero nos enfocamos en identificar y analizar los puntos de venta, catálogo de productos, competencia, página web, análisis de audiencia y el alcance en sus redes sociales. Después, diseñamos algunos moodboard que servirán de inspiración tanto para Instagram como para Facebook, además, es importante mencionar que hicimos una sesión de fotografías que servirá para crear nuevo contenido durante los próximos 6 meses. Luego, redactamos algunas frases de comunicación que describen con detalle a la empresa de Llamas, cabe resaltar que tuvimos algunas dificultades, ya que no teníamos acceso a sus redes sociales y esto complicó mucho más el trabajo, es por ello que uno de los objetivos anteriores fue la habilitación de las redes de comunicación. Finalmente, analizamos a detalle la página web para identificar qué se puede mejorar y con base en ello, nos enfocamos en el diseño de dos prototipos, la página web y el catálogo de productos, que servirán de referencia para los estudiantes del próximo semestre.

OBJETIVO EXTRA: Catálogo de proveedores

Proceso: Generar un catálogo en el que se pueda visualizar las diferentes opciones de proveedores con los productos de envase, su precio, cantidad mínima y contacto con cada uno de ellos.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Buscar proveedores en internet (web y redes sociales)
- Excel
- Proveedores actuales

Etapas del proceso:

Primero se realizó una búsqueda general sobre envases funcionales para la empresa, se visitó a los proveedores para verificar la calidad y existencia de los productos y se pidió cotización con las cantidades mínimas para que el precio fuera de mayoreo. Una vez que se recabó la información, se vació a una tabla de Excel de los productos por proveedor en una de las hojas, y en otras hojas se agregaron los contactos de los proveedores, una de los

envases y empaque y en otra la de proveedores para la materia prima de los jabones y bálsamos.

OBJETIVO EXTRA: Sesión de fotos de productos

Proceso:

Se realizó una sesión de fotos de la mayoría de los productos de Llamas Honey (mieles, velas y jabones).

Herramientas y técnicas utilizadas:

Se utilizó una cámara profesional para tomar las fotos, se compraron cartulinas de diferentes colores, flores y frutas para decorar y darle más vida y color a las fotografías. Se editaron en Lightroom, se exportaron y se subieron a Drive, también las descargamos y las pusimos en una USB para que Marily tenga un respaldo.

Etapas del proceso:

La sesión de fotos se dividió en 3 partes, se tomaron las fotos en días y lugares diferentes:

- En un departamento
- En un restaurante
- En la azotea de unos departamentos (ahí se tomaron las fotos con cartulinas)

OBJETIVO EXTRA: Tarjeta de presentación y tarjeta de agradecimiento de compra

Proceso: Diseñar tarjetas de presentación y compra para mejorar la imagen de Llamas Honey.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Canva
- Software “Adobe Illustrator”

Etapas del proceso: Primero buscamos un buen diseño y una paleta de colores inspirada en la apicultura, después, incluimos los tres puntos de venta: Tequila, El Salvador y Amatitán. Enseguida, pusimos su número de teléfono e incluimos sus dos redes sociales, Instagram y Facebook. Por último, la propuesta fue aprobada por Marily y finalmente nos encargamos de imprimir el diseño.

OBJETIVO EXTRA: Elaboración de revista de historia y estructura de la empresa

Proceso: Crear una revista que incluya información relevante para los actores.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Software “Adobe Illustrator”
- Software “Adobe In Design”

Etapas del proceso: Primeramente, recopilamos información que servirá de gran ayuda para Marily y Herasmo, por ejemplo: misión, visión, valores, metas, objetivos smart, catálogo de productos, proveedores, algunas fotos de los actores y su familia, entre otros puntos. Enseguida, empezamos con el diseño de las páginas que en total fueron 36, utilizamos una misma tipografía para todo el documento y la paleta de colores fue amarillo, blanco y negro. Finalmente, diseñamos la portada de la revista con un diseño muy sencillo, incluyendo únicamente el logo de Llamas.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Agri Nova (2021). Apicultura.

https://www.infoagro.com/agricultura_ecologica/apicultura.htm

Agroterra (2011). Apiturismo, la senda de la abeja.

<https://blog.agroterra.com/actualidad/apiturismo-la-senda-de-la-abeja/69470/>

Agustin, R. (2021, 20 abril). *La esencia de la empresa familiar: sus valores*.

<https://www.interempresas.net/Ferreteria/Articulos/348682-La-esencia-de-la-empresa-familiar-sus-valores.html>

A, J. F. (2020). Versatilidad y flexibilidad en las empresas familiares, elementos clave para afrontar la crisis.

<https://consultoresoc.com.mx/2020/05/15/versatilidad-y-flexibilidad-en-las-empresas-familiares-elementos-clave-para-afrontar-la-crisis/>

América, P. (2022, Febrero 19). Todos los pueblos de México. Pueblos de México.

<https://mexico.pueblosamerica.com/>

- Alejos, F. (2021). La importancia de las redes sociales en las empresas. Nementio.
<https://nementio.com/blog-inbound-marketing/importancia-redes-sociales-empresas>
- Arana, Mimenza, Narbaiza. (2020). PANDEMIA, CONSUMO AUDIOVISUAL Y TENDENCIAS DE FUTURO EN COMUNICACIÓN. Revista de Comunicación y salud, Vol. 10, pp. 149-183.
- Arzaga, J. P. (Septiembre de 2016). El Caso Marvic, una empresa 100% mexicana.
<https://elempresario.mx/management-mrkt/caso-marvic-empresa-familiar-100-mexicana>
- BrewOFin (2023, February 13). *Uncomplicated mead* [Online forum post]. Homebrew Talk - Beer, Wine, Mead, & Cider Brewing Discussion Forum.
<https://www.homebrewtalk.com/threads/uncomplicated-mead.282332/>
- Calvillo, M. (2020, 14 junio). Farmacias Guadalajara, 78 años de historia. Milenio.
<https://www.milenio.com/politica/comunidad/farmacias-guadalajara-la-historia-de-esta-gran-cadena-farmaceutica>
- CCGS (2013). ¿Qué es la Sustentabilidad?
<http://ccgss.org/sustentabilidad/#:~:text=%E2%80%9CEI%20desarrollo%20sustentable%20hace%20referencia,desarrollo%20de%20las%20generaciones%20futuras.%E2%80%9D>
- COFEPRIS (s.f.). La Protección Contra Riesgos Sanitarios, C. F. P. *Nuevo Etiquetado Obligatorio para Bebidas Alcohólicas*.
<https://www.gob.mx/cofepris/prensa/nuevo-etiquetado-obligatorio-para-bebidas-alcoholicas>
- Dosal, A. (2021, noviembre). *Cómo preservar el legado de las empresas familiares*.
<https://www.delineandoestrategias.com.mx/blog-de/el-legado-de-las-empresas-familiares-tres-consideraciones-para-preservarlo#:~:text=Un%20legado%20es%20tan%20singular,familia%20empresaria%20y%20sus%20compa%C3%B1%C3%ADas.>

- Durán, C. (2017). Aterrizando modelos sustentables de negocios. FORBES.
<https://www.forbes.com.mx/aterizando-modelos-sustentables-de-negocios/>
- ECOCOLMENA (2021). Abejas y la apicultura siempre han sido un mundo fascinante, porque cuidamos a uno de los vectores más importantes que prestan un servicio vital dentro de los ecosistemas y la agricultura.
<https://ecocolmena.com/las-abejas-y-la-apicultura/>
- Ekos (2020). Las mejores redes sociales para negocios en tiempos de pandemia.
<https://www.ekosnegocios.com/articulo/las-mejores-redes-sociales-para-negocios-en-tiempos-de-pandemia>
- Fermentadorde.com (2022). Pasos para poder elaborar tu hidromiel casera y los materiales que se necesitan para su elaboración. *Fermentadores*.
<https://www.fermentadorde.com/hidromiel/como-hacer-hidromiel/>
- Fundación Beckmann (n.d.). "Del agave sacaré la fuerza y a mi tierra la devolveré".
Fundación Beckmann. <http://www.fundacionbeckmann.org/>
- Fundación Prohumana (2019). Comunidad PROhumana.
<https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2019/02/MODELO-ESTRATEGIA-NEGOCIO-SUSTENTABLE-PROhumana-005.pdf>
- Gobierno de México. (n.d.). Historia e importancia de la apicultura - gob.mx. Historia e importancia de la apicultura.
<https://www.gob.mx/inaes/articulos/historia-e-importancia-de-la-apicultura?idiom=es>
- Gobierno de México (n.d.). La apicultura en México.
<https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/la-apicultura-en-mexico?idiom=es>
- Grudemi, E. (2022, May 3). Economía doméstica - ¿Qué es?, Características, importancia y más. Enciclopedia Económica.
<https://enciclopediaeconomica.com/economia-domestica/>
- Hosteltur (2021). Apiturismo.
https://www.hosteltur.com/comunidad/004586_la-responsabilidad-de-empresas-de-almacenamiento-de-datos-por-contenidos-de-su-web.html
- IBERO Puebla (n.d.). ¿Qué es la ECONOMÍA SOCIAL? Economía Social.
<https://www.iberopuebla.mx/site-laines/index.php?r=site%2Feconomia>

- INEGI (2012). Las mil empresas más grandes: Censos Económicos 2009.
- Líderes Mexicanos (s. f.). Los 300: Empresarios.
<https://lideresmexicanos.com/300/javier-arroyo-chavez/>
- Majmud, R. Z. (2013). El emprendimiento familiar.
<https://www.inacap.cl/tportal/portales/tp858e1c6abd339/uploadImg/File/PrimeraConferenciaEmprendimientoFamiliarBook.pdf>
- Martínez, M. T. (03 de enero de 2019). Supercampo.
<https://supercampo.perfil.com/2019/03/comercializacion-de-miel-negocio-amargo/>
- México PueblosAmerica (s. f.). El Salvador (Jalisco) Tequila.
<https://mexico.pueblosamerica.com/i/el-salvador-17/>
- Moreno, I. (2020, febrero 4). Cómo hacer Hidromiel en casa. *Cervezania*.
<https://cervezania.com/blog/hidromiel-artesano/como-hacer-hidromiel>
- Nuestro México (2016). Nuestro-Mexico.com.
<http://www.nuestro-mexico.com/Jalisco/Tequila/El-Salvador/>
- OpenAI (2023, Mayo 17). Conversación sobre empresas familiares [Chat].
<https://chat.openai.com/c/a086b11a-dee8-47b2-a030-5c93c8a1dedc>
- PROESUS (2019). Manual Métricas e Indicadores Para Emprendimientos Sustentables Proesus.
- RIPESS (2017). ¿Qué es la economía social solidaria?
<http://www.ripest.org/que-es-la-ess/es-economia-social-solidaria/?lang=es>
- Secretaría de Sustentabilidad (2018). ¿Qué es el Desarrollo Sustentable?
http://sds.uanl.mx/desarrollo_sustentable
- Small Business Administration (2012). Start Up Failure Rates. The Definitive Numbers, United States.
<http://smallbiztrends.com/2012/12/start-up-failure-rates-the-definitive-numbers.html>
- Smith, E. (s. f.). Coppel. <https://mx.advn.com/empresa/coppel>
- TodoHidromiel (2022, agosto 22). *Hacer hidromiel - TodoHidromiel*.
<https://www.todohidromiel.com/hacer-hidromiel/>

UMA (s.f.). Modelos de negocios sustentables.

<https://umamexico.com/modelos-de-negocios-sustentables/>

VideoMarketingViral (2022, marzo 10). *Mi laptop NUEVA esta muy LENTA Windows 10 |*

Windows 11 [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e_sH0h1SiFU

Weatherspark (n.d.). Climate and Average Weather Year Round in Tequila. Tequila Climate, Weather By Month, Average Temperature (Mexico).

<https://weatherspark.com/y/7422/Average-Weather-in-Tequila-Mexico-Year-Round#Sections-Temperature>

1.8 Entregables

Entregables	Link al documento
Catálogo de productos	Catálogo de productos
Objetivos SMART	IDENTIDAD Y ESTRUCTURA (OPTIMIZADO) LLAMAS HONEY.docx
Evidencia optimización la computadora	Evidencia mejora de la laptop de los actores
Formalización del Whatsapp Business	https://wa.me/c/5213741099889
Etiqueta hidromiel	Etiqueta hidromiel.png
Bolsas para transportar múltiples productos	BOLSA CHICA.pdf BOLSA GRANDE.pdf
Planteamiento de propuestas de mejora	PROPUESTAS DE MEJORA.pdf
Optimización de procesos	PROPUESTAS DE MEJORA.pdf
Manual de fabricación de hidromiel	Manual para hidromiel con levadura.docx Manual para hidromiel sin levadura.docx
Diagramas de flujo	DIAGRAMA FLUJO LLAMAS HONEY ACTUAL.png DIAGRAMA FLUJO LLAMAS HONEY OPTIMIZADO.png
Diagramas de operaciones	Diagramas Operaciones Llamas Honey.xlsx

Página web	Pagina WEB.pdf
Catálogo de proveedores	PROVEEDORES.xlsx PROVEEDORES.pdf
Sesión de fotos de productos para posteo	https://drive.google.com/drive/folders/1muLu57jjcYTf_KYW0aRhn0Xz_1wiz1?usp=sharing
Tarjeta de presentación y agradecimiento de compra	TARJETA AGRADECIMIENTO.png TARJETA COMPRA 1.png TARJETA COMPRA 2.png
Revista de historia y estructura de la empresa	Portada Revista.pdf Revista.pdf

2. Valoración de productos, desarrollo e impacto

Verano 2023

Producto	Tipología	Metodología	Impacto al proyecto
Actualización de catálogo de productos	Documento	Presentación digital del listado de productos de la empresa con información de datos, tamaño, precio y calificación según su venta	Definición y clasificación de productos para poder prevenir stock y tener la información de precios y tamaños en un solo lugar para poder brindarle al cliente y a la vez poder consultarlo internamente.
Desarrollo de objetivos SMART	Documento	Listado desglosado de los objetivos, de acuerdo a las metas que se buscan en la empresa	Los actores pueden tomarlo como guía y consulta para recordar a dónde quieren llegar

			y ver qué necesitan hacer para dar el siguiente paso.
Definición de productos	Documento	Selección de productos a utilizar, validando los más vendidos dentro de los puntos de ventas y de los que se tiene más stock.	Lleva un impacto para el desarrollo y diseño del catálogo de productos que sirve de manera interna y de entrega a los clientes.
Reparar y optimizar computadora de actores principales	Trabajo con la laptop de los actores	Investigación de métodos para optimizar laptops, aplicar los métodos obtenidos y medir los resultados	Mejora el funcionamiento de la laptop de los actores, con esto se podrá impartir un curso de uso de tecnologías durante el siguiente semestre.
Formalización del WhatsApp de la empresa	Aplicación de WhatsApp Business	Revisión de que la aplicación se encontrará funcionando correctamente y la visualización del catálogo e información sobre la empresa se encontrará actualizada e igual al de sus otras redes sociales.	Establece una imagen como empresa confiable, presentable y actualizada ante sus clientes, además facilita la visualización del producto como su precio.
Posteo fluido en Instagram y	Instagram y Canva	Le dimos las bases y le enseñamos a Marily, a crear	Así los actores no se tienen que preocupar

Facebook		contenido en Canva para subirlo a Facebook o Instagram. Hay un posteo que se realizó en primavera, y termina en Noviembre (de historias y posts de Instagram)	de estar subiendo contenido tan seguido, y les dimos las herramientas para que Marily principalmente pueda crear contenido desde la comodidad de su celular o computadora.
Desarrollo de la etiqueta para la hidromiel	Imagen	Inspiración en los colores del primer prototipo, investigación de requerimientos gubernamentales y aplicación de las investigaciones	Obtención de una etiqueta que cumpla con las leyes de venta de alcohol en México, además de un nuevo diseño en su producto.
Embalaje para transporte de varios productos a la vez	Bolsas con logo de Llamas Honey	Bolsas físicas de papel kraft con logo impreso y redes	Mejorará la presentación de la entrega de los productos, la imagen como empresa y facilitará el transporte de los diferentes productos que se manejan.
Propuestas de inversión para la optimización de	Documento	Presentación digital con propuestas que requieren de una inversión	Actores principales cuentan con una variedad de

procesos		económica para optimizar los procesos y generar una mejora significativa en seguridad, calidad, higiene y/o producción	propuestas que al ejecutarlas pueden impactar de forma positiva en sus procesos de manufactura y en los productos directamente
Optimización de procesos	Documento	Presentación digital con propuestas de mejora para optimizar los procesos y generar una mejora significativa e inmediata en seguridad, calidad, higiene y/o producción. No requiere inversión económica y la pueden ejecutar los mismos actores.	Los actores principales cuentan con una variedad de propuestas de mejora que pueden ser ejecutadas por ellos mismos y entienden por qué deberían de ejecutar dichas mejoras.
Manual de fabricación de hidromiel	Documento	Análisis de las recetas anteriores, asesoría con un experto en fabricación de bebidas fermentadas, investigación de métodos de higiene alimentaria y aplicación de los resultados obtenidos en dos manuales con recetas diferentes.	Conocimiento sobre la importancia de la higiene en la fabricación de estos productos, recetas con distintos porcentajes de alcohol y una receta con levadura y una sin levadura.
Diagramas de flujo	Documento	Diagrama de flujo donde se	Fuente de consulta

		muestran todos los procesos de manufactura con los que cuenta la empresa y cómo se relacionan	tanto para los actores principales como los próximos estudiantes de PAP con el objetivo de plasmar los procesos de manufactura y la interrelación que existe entre ellos
Diagramas de operaciones	Documento	Diagramas de operación de cada proceso de manufactura donde se muestran las actividades de forma secuencial	Estandarización de los procesos de manufactura mediante diagramas de operaciones que funcionan como fuente de consulta tanto para los actores como para los futuros estudiantes del PAP
Página web	Documento	Presentación digital con puntos importantes de Llamas Honey, por ejemplo: contexto, variedad de productos, puntos de venta, análisis de competencia, alcance en redes, parrilla de contenido, prototipo de catálogo y análisis página web.	Encontrar nuevas estrategias de comunicación para lograr tener un mayor impacto en redes sociales y que en el próximo semestre continúen con el prototipo de página web y catálogo de productos.

Catálogo de proveedores	Documento	Presentación digital de una tabla con los diferentes tipos de envases que se utilizan en la empresa con su respectivo proveedor, precio, cantidad mínima, imagen y contactos del proveedor.	Reunir y comparar precios de los envases y proveedores para futuras compras de acuerdo a la necesidad de producción o productos nuevos.
Sesión de fotos de productos	Carpeta con fotografías	Sesión de fotos de casi todos los productos (mieles, velas y jabones) las fotos se pueden usar en Facebook, Instagram y en la próxima página web.	Le dimos a Marily una USB con todas las fotografías de la sesión y aparte le hicimos una carpeta en su carrito de fotos (en su celular) para que tenga las fotos a la mano y poder hacer uso de ellas en cualquier momento.
Tarjeta de presentación y agradecimiento de compra	Documento	Diseño de tarjeta de presentación, que incluye logotipo de Llamas, puntos de venta, redes sociales y número de teléfono. Diseño de tarjeta de compra con logotipo de Llamas, frase de agradecimiento y sus dos redes sociales.	Los actores principales podrán brindar una mejor experiencia de compra a cada uno de sus clientes y la imagen de Llamas Honey va mejorando poco a poco con este tipo de diseños.

Revista de historia y estructura de la empresa	Documento	Diseño de una pequeña revista que incluye información importante para los actores de Llamas, por ejemplo: misión, visión, valores, metas, objetivos smart, desarrollo de hidromiel, diagramas, catálogo de productos y lo más importante, catálogo de proveedores.	Los actores tendrán en físico una pequeña revista que incluye información muy importante para ellos, por ejemplo, el catálogo de proveedores que fue lo que más les interesó, ya que les va a facilitar su trabajo.
--	-----------	--	---

Evidencia de validación de los productos con actores principales:

https://drive.google.com/file/d/1UQHPSiIwcF8kyWiq4W5DIbeTwcUpIsSd/view?usp=share_link

https://drive.google.com/file/d/1MDxQOCY6Krr-_sx4bIvNBCJaJhPdb5nd/view?usp=share_link

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

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

3.1 Sensibilización ante las realidades

Alicia Jazmín Real Estrada:

Dentro de este verano pude observar desde un panorama realista cómo una empresa debe atravesar distintos retos debido al contexto donde se encuentran.

Entender que no solo es manejar el emprendimiento y hacer crecer el negocio, sino que depende de una serie de factores tanto internos como externos. Es decir, al tener el acompañamiento con Llamas Honey me queda claro su trabajo y esfuerzos diarios por sacar la empresa adelante. Y poder ser sensibles a los cambios que pueden llegar a suceder, sin perder el valor y razón de ser de la empresa. Seguir en ese camino que se construyó desde un principio pero cada día con una mente innovadora ante la realidad y lo que nos rodea.

Ana Sofía Arroyo Rodríguez:

Durante este periodo de verano y dando continuidad al semestre anterior, Llamas Honey deja muchos aprendizajes ante las realidades que viven diariamente. Es una empresa familiar que genera productos de gran calidad y variedad, pero que nunca dejan de lado algo muy importante que es el cuidado de las abejas y del impacto que tienen en nuestro ecosistema. Llamas Honey nos enseñó las grandes adversidades que enfrentan y que logran resolver de distintas formas para poder continuar y seguir creciendo, por eso mismo nos hacen reflexionar sobre la importancia de ayudar al consumo de pequeños emprendimientos que buscan generar grandes cambios.

Brenda Elena Lastras Coronel:

Algo que me quedó muy grabado es lo conscientes que son Herasmo y Marily con el cuidado de las abejas; para lograr producir miel se deben de llevar varios procesos que los actores dominan muy bien con la experiencia que tienen. A la mayoría de las grandes empresas que venden miel, sólo les importa vender y no cuidan tanto a las abejas. Este verano ha sido uno de los más calurosos, y eso afectó en la producción de la miel y en las abejas. Es importante e interesante observar todos los factores alrededor de Llamas Honey para crear su producto. Me da mucho gusto que a pesar de que sea muchísimo trabajo, Marily y Herasmo han encontrado la manera de crecer cada vez más y querer mejorar en todos los aspectos de su vida y de sus hijas. Me gustó mucho convivir con ellos y verlos mejorar día a día.

Raúl Ramírez Gómez:

Llamas Honey es una empresa que ha iniciado desde cero, es un ejemplo de cómo las pequeñas empresas se enfrentan a un mercado grande, en el que existe todo tipo de irregularidad en la calidad, seguridad y control en la industria de la apicultura. Llamas Honey cuenta con desafíos a diario que poco a poco van resolviendo, como estar en constante actualización, posibles nuevos productos, localizar dónde pueden vender y adoptar las nuevas tecnologías. Nos encontramos en un mundo globalizado que cada día avanza más rápido y enfrentando esos desafíos se puede competir. Como profesionistas, considero que es bueno aportar a este tipo de emprendedores para aprender de ellos y ellos aprendan de nosotros, en donde el entorno de cada uno es diferente y en conjunto ayudar de la mejor manera posible de manera económica, ambiental y social.

Raúl Sánchez Pacheco:

Durante este verano tuvimos la oportunidad de colaborar con una empresa familiar que se está enfrentando con problemáticas de esta nueva era tecnológica, sin embargo, se mantienen al tanto de las nuevas tecnologías y cómo poder entrar a este mercado de una forma orgánica e ir posicionando la marca cada día mejor.

Es muy inspiradora la pasión que transmiten los actores con su amor por las abejas, un insecto que es fundamental para nuestra vida y tratando de transmitir este amor por medio de sus productos de primera calidad. Colaborando con ellos me doy cuenta de que es de suma importancia enseñarles cómo adaptarse y salir adelante usando las redes sociales y nuevas tecnologías como herramientas para sobresalir en este mercado y continuar sustentando a la familia.

Klaus Holtschmit Rodríguez:

Posterior a cursar mi proyecto de aplicación profesional (PAP) en la empresa Llamas Honey durante el periodo de Verano 2023, pude visualizar el gran reto que atraviesan las pequeñas y medianas empresas en esta sociedad tan globalizada al competir con monopolios de la industria manufacturera.

Considero indispensable que nosotros como profesionistas apoyemos y aportemos desde nuestra especialidad la mayor cantidad de conocimientos a estas entidades independientes con el objetivo de desarrollar a las personas que integran estos negocios y hasta a la empresa misma, para que así el negocio que instauraron con esfuerzo y a base de conocimiento empírico sea exitoso en un mundo tan competido, trayendo como consecuencia el apoyo a su localidad, a la economía local, el sustento de la familia, la subsistencia del negocio familiar, entre otros beneficios.

Yesenia Ruelas Rangel

La marca Llamas Honey es un claro ejemplo para darnos cuenta del gran esfuerzo que los dueños dedican con la finalidad de crecer su empresa. Me queda claro que no es fácil, ya que son muchos los factores que impiden crecer a corto plazo, sin embargo, con esfuerzo y dedicación todo es posible.

Por otro lado, es importante mencionar que la competencia afecta constantemente a la empresa. Afortunadamente, nosotros como profesionistas tenemos la capacidad de aportar grandes conocimientos para que la empresa logre diferenciarse del resto.

3.2 Aportaciones específicas

Alicia Jazmín Real Estrada

Desarrollo de catálogo de productos desde recopilar información, medidas y ajuste de precios para contar con un listado definido. Ordenando la lista por nivel de valor de ventas para contemplar posteriormente el stock y conocimientos de los productos que se pueden vender por temporada, bajo pedido o que deben de estar siempre disponibles.

Ana Sofía Arroyo Rodríguez

Apoyo en la introducción al proyecto para los nuevos miembros del equipo, seguimiento de tareas de semestres pasados y comunicación con los actores, desarrollo del catálogo, presentación y desarrollo de tabla con actividades concluídas y las que necesitan seguimiento para futuros semestres y nuevos equipos.

Brenda Elena Lastras Coronel

Sesión de fotos de los productos de Llamas Honey, diseño de diagramas y presentaciones, trabajé junto con Yesenia en una investigación profunda de benchmarking, análisis de datos de la página de Instagram de Llamas Honey. Se le dio capacitación a Marily para crear contenido desde su celular y en su computadora con la aplicación de *Canva* y se recuperó la contraseña de *Instagram*.

Raúl Ramírez Gómez

Creación de catálogo de proveedores desde buscar diferentes proveedores, contactar o visitar a los proveedores, cotizar envases disponibles, vaciar información en una tabla con su respectivo nombre, imagen, precio, cantidad mínima y su proveedor, así como el contacto de proveedores para la materia prima de los jabones y bálsamos.

Búsqueda de proveedores de bolsa para la entrega de varios productos acorde a las medidas tomadas de los productos y peso, se cotizó con diferentes proveedores y se mandaron a hacer dos tamaños de bolsa con el proveedor más conveniente.

Raúl Sánchez Pacheco

Creación de dos manuales para la fabricación de hidromiel, el primero es una receta usando levadura y el segundo otra receta sin levadura. Recomendación de algunos accesorios necesarios para la fabricación de la hidromiel. Creación de la etiqueta de la hidromiel, cumpliendo con los requisitos gubernamentales. Optimización y limpieza de la computadora de la empresa.

Klaus Holtschmit Rodríguez

Desarrollo de documentación de procesos, específicamente diagrama de flujo de la empresa Llamas Honey y diagramas de operaciones de cada proceso de manufactura. Desarrollo de propuestas de mejora que requieran o no inversión financiera con el objetivo de optimizar los procesos de manufactura en el ámbito de seguridad, calidad, higiene y/o producción a corto plazo y mediano plazo.

Yesenia Ruelas Rangel

Diseñar y desarrollar la imagen de Llamas Honey, específicamente tarjetas de presentación y de compra, también fui la encargada de imprimir y recortar cada una de éstas. Realicé una investigación con propuestas de nuevos proveedores de bolsas para la miel y pequeñas cajas para jabones. Por otro lado, diseñé una pequeña revista con información fundamental para la empresa.

3.3 Aprendizajes logrados

Alicia Jazmín Real Estrada

Aprendí la relevancia que tiene la organización interna de una empresa. Es decir, tener claro lo que está sucediendo en cuestión de roles, ventas, gastos, etc. Saber que todo lo que se mueve dentro del negocio tiene mucha importancia en lo que sucederá a la hora de llevar los productos al mercado. Desde cuestiones de higiene, administración y sobre todo, procesos. Procesos que muchas veces generan cuellos de botella al no tener en orden las tareas por las que debe pasar la realización y producción de cada uno de sus productos. Así como tomar en cuenta la correcta distribución de roles cuando se trata de una pequeña empresa que tiene una gran posibilidad de cumplir sus metas. En fin, poder visitar una empresa real y observar el contexto abre grandes posibilidades para analizar desde la realidad con lo que nos podemos topar en un futuro

Ana Sofía Arroyo Rodríguez

El haber concluido mis prácticas en el mismo PAP fue muy fructífero, le di el seguimiento a las actividades y tareas que se comenzaron durante el semestre anterior y que fueron el factor por el cual decidí continuar en el mismo proyecto. Esta empresa me dejó muchos aprendizajes, pero el principal fue trabajar en equipo con la familia, ver cómo jamás descuidan sus deberes familiares y al mismo tiempo hacen crecer su emprendimiento es de las cosas que más me dejó para mi futuro y mi vida profesional.

El trabajar con mis compañeros de distintas carreras me dejó muy satisfecha, ya que todos hicimos grandes aportes y supimos trabajar de forma organizada y fluida, de manera en la que logramos llegar a la meta esperada y con la aprobación de los actores en cada una de

las tareas logradas. Me quedo con muchos aprendizajes importantes que son de gran aporte y ayuda para aplicarlos en cualquier empresa en la vida profesional.

Brenda Elena Lastras Coronel

Me encantó ser parte de estas prácticas, desde conocer a la familia y la historia de Llamas Honey hasta ver el resultado final gracias al gran equipo que formamos este verano de diferentes carreras, cada quien aportando sus conocimientos y ayudando a una familia a crecer cada vez más. Aunque este PAP fue más corto (por haberlo tomado en verano) creo que hicimos grandes avances en Llamas Honey y logramos aterrizar y realizar varios de los objetivos.

Estoy feliz de ver el avance que se ha logrado desde el principio con Llamas Honey hasta el día de hoy, espero que los próximos compañeros le den seguimiento a los objetivos faltantes y den un gran avance al proyecto, que junto con Rebe, estoy segura que lo harán.

Le doy las gracias a Rebe, por asesorarnos y guiarnos en nuestras prácticas. Creamos un equipo unido, trabajador y eficiente, siempre dispuestos a dar nuestro máximo.

Raúl Ramírez Gómez

Realizar estas prácticas en una empresa pequeña me fue de mucho agrado porque en mi opinión se aprende más que en una empresa grande, en la que la mayoría de las veces ya está todo consolidado y estructurado. Un emprendimiento te enseña a ver la realidad a la que se enfrentan y a desarrollar estrategias que permitirán llegar alcanzar sus metas a un determinado tiempo. Muchos de nosotros creemos que nuestro entorno es igual al de los demás o que contamos con las mismas posibilidades o facilidades para lograr lo que queremos, pero no es así. Todos los emprendedores nos enfrentamos principalmente a los recursos económicos para poder desarrollarlo, también al conocimiento sobre el mismo, temas tecnológicos, legales, entre otros, o contactos que te ayudarían, por ello el trabajo en equipo multidisciplinario es una de las herramientas más beneficiosas para el desarrollo de cualquier actividad.

Raúl Sánchez Pacheco

Me pareció un trabajo bastante satisfactorio lo que se elaboró durante el verano, ya que es un periodo de tan solo 8 semanas y me parece que los resultados fueron bastantes. Al ser un equipo multidisciplinario logramos abordar distintos problemas que estaban ocurriendo en la empresa. Por el mismo motivo de que somos de carreras diferentes, logramos tener un enfoque mucho más amplio y más herramientas para resolver los problemas. Además de esto creo que logramos aprender bastante sobre los actores, cómo funciona una empresa familiar y cómo es que afectan (de una forma positiva) los resultados que se han ido trabajando.

En estos tiempos modernos se escucha mucho sobre los emprendimientos y todos los retos que esto conlleva. Con esta experiencia nos podemos dar cuenta de que de verdad son bastantes los retos y complicaciones que se tienen al tener una empresa familiar y cómo es que con ayuda, amor y pasión se pueden lograr resultados sorprendentes.

Klaus Holtschmit Rodríguez

El mayor aprendizaje que adquirí durante este proyecto fue la importancia del trabajo en equipo, debido a que cuando existe sinergia entre los integrantes del mismo, la probabilidad de que el proyecto sea exitoso aumenta de forma significativa. Además, logré entender la importancia de la planeación estratégica en cualquier empresa independientemente del tamaño y el giro de la misma, puesto que este proceso sistemático permite en mayor medida alcanzar las metas y objetivos planteados en un principio.

Finalmente, aprendí que nosotros como futuros profesionistas, que formamos parte de un sector privilegiado muy pequeño, tenemos la oportunidad de apoyar a empresas locales con nuestros conocimientos técnicos y teóricos para garantizar el sustento de la familia y el éxito de ese negocio familiar.

Yesenia Ruelas Rangel

Trabajar en colaboración con Llamas Honey fue una gran experiencia en donde logré poner en práctica todos mis conocimientos sobre temas de Publicidad y Comunicación Estratégica. Por otro lado, cabe mencionar que en estas prácticas también logré adquirir

nuevos conocimientos sobre los problemas más comunes que se viven dentro de una empresa, por ejemplo, la administración, el personal, la higiene del lugar, roles de trabajo, la organización interna y externa, entre otros problemas.

Me queda claro que no es fácil cumplir objetivos dentro de una empresa, sin embargo, con la ayuda de un buen equipo se puede obtener grandes resultados. Finalmente, puedo decir que son muchos los aprendizajes obtenidos, pero lo más importante es que como futuros profesionistas tengamos la oportunidad de seguir apoyando a empresas familiares a lograr ese sueño de emprender.