

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

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



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
3J03 CEDECOM Empresas y organismos del sector social.**

Título del reporte

**“Plan de implementación de la estrategia comercial y de comunicación para
empresa de alimentos deshidratados ubicada en Aguascalientes”**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Finanzas Lorena Suárez Mejía

Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica Sofía Ramos Contreras

Lic. en Diseño Romina Symonds Mexia

Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda Aranza Pérez Arzof

Profesora PAP: Mtra. Sofía Guadalupe Lepe Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, julio de 2023

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto	24
3. Desarrollo	28
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	87
5. Conclusiones	99
6. Bibliografía	101
7. Anexos	104

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

Resumen

El presente reporte PAP relata todo el trabajo realizado durante el periodo de Verano 2023, con la finalidad de implementar la estrategia de comunicación y comercialización para LASA Alimentos, empresa dedicada a la producción y comercialización de alimentos deshidratados ubicada en Aguascalientes.

El objetivo de este proyecto es dar seguimiento al trabajo realizado por el equipo PAP anterior encargado del diagnóstico de la empresa, desarrollando herramientas que permitieron medir distintos indicadores de la empresa e identificar sus necesidades.

En este periodo se identificó que las áreas de trabajo estarían enfocadas en proyectos relacionados al desarrollo de un sitio web, estrategias de posicionamiento en redes sociales, creación de canales de comunicación, finanzas y diseño.

Las actividades de cada una de estas áreas fueron una sesión fotográfica con enfoque en contenido visual para el sitio web, capacitación para el diseño y desarrollo del sitio,

asesoría en temas de posicionamiento del sitio en los buscadores, creación de un mapa del sitio, apertura de perfiles en distintas redes sociales, elaboración de un calendario de contenidos, publicación de contenido audiovisual, apertura de un canal de comunicación a través de WhatsApp Business, creación de información financiera, cálculo del punto de equilibrio de los productos, creación de indicadores financieros, digitalización de la estructura de costos, gestión de inventarios a través de un esquema de depreciaciones y el desarrollo de productos de diseño.

Cada uno de los proyectos que completaron el objetivo de este periodo fueron cumplidos en su totalidad y validados por la empresa.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

A continuación se presentará el escenario del presente proyecto de PAP, el cual es la organización llamada “LASA ALIMENTOS”, la cual es una microempresa con responsabilidad civil y ambiental, que se enfoca en la distribución de productos deshidratados con marca propia.

Los alimentos deshidratados son aquellos comestibles que en su estado natural poseen un alto porcentaje de agua, pero que a través de métodos naturales o artificiales se les ha extraído en gran parte. De esta forma, se potencian algunas de sus cualidades nutritivas, además de prolongar su vida útil. Esta técnica tiene como objetivo preservar las características de los alimentos en cuanto a valor nutricional y sabor por más tiempo de lo que normalmente sería su caducidad.

Las instalaciones de la empresa LASA ALIMENTOS tienen ubicación en Zacatecas, Aguascalientes y Guadalajara. Cuentan con diversas áreas laborales las cuales están conformadas por las siguientes partes:

- Equipos para procesamiento y envasado de los alimentos.
- Almacenaje y distribución.

- Inventario de materias primas, así como de productos naturales.
- Equipo de análisis y trabajo.

LASA ALIMENTOS administra toda la operación de producción, ofreciendo una gama de variedad de productos y formulaciones propias.

Cuenta principalmente con dos líneas de productos:

- Materias primas deshidratadas (ajo, cebolla, carnes de pollo y res, chile, etc.)
- Productos instantáneos naturales (jugos y salsas).

Actualmente LASA ALIMENTOS busca expandir su mercado nacional a nuevas ciudades, específicamente Guadalajara, a través de la venta de mayoreo de sus productos deshidratados de consumo humano.

El escenario del proyecto es “LASA Alimentos” una microempresa con responsabilidad civil y ambiental cuyo giro se especializa en la distribución de productos deshidratados bajo la marca propia de la empresa donde su mercado meta es principalmente el B2B. El objetivo de la empresa es ofrecer a sus clientes una opción alterna y saludable a través de ingredientes funcionales en polvo mediante el deshidratado solar, con la finalidad de que el consumidor pueda agregarlo a su dieta diaria.

LASA Alimentos nace en 2023, después de que la directora y fundadora de la empresa decidiera separarse de sus antiguos socios que trabajaban bajo el mismo concepto pero con la empresa “DAMA Alimentos”.

La ubicación de la empresa es en Pabellón de Arteaga #211, San José el Arenal, Aguascalientes. En esta ubicación se encuentra la sede principal y la administración del negocio pero sus actividades también se desarrollan en los estados de Zacatecas y Jalisco.

Su modelo de negocio se caracteriza por encargarse de la administración de toda la operación de la producción de las materias primas, ofreciendo una gama de variedad

de productos. Manejan diversos ingredientes y formulaciones propias que se manejan bajo el carácter de secreto industrial.

LASA Alimentos tiene distintas áreas que agregan valor dentro de la producción de sus productos, éstas están conformadas por las siguientes partes:

- Equipos para procesamiento y envasado de los alimentos.
- Almacenaje y distribución.
- Inventario de materias primas, así como de productos naturales.
- Equipo de análisis y trabajo.

Cuentan principalmente con dos líneas de productos:

- Materias primas deshidratadas (ajo, cebolla, carnes de pollo y res, chile, etc.)
- Productos instantáneos naturales (jugos y salsas).

Los alimentos deshidratados recientemente han incrementado su demanda entre los consumidores ya que forma parte de una de las tendencias más fuertes que es la alimentación saludable. Como parte de esta característica del mercado, actualmente LASA Alimentos busca expandir sus ventas a través del mercado nacional incursionando en nuevas ciudades, posicionándose y reteniendo nuevos clientes específicamente en Guadalajara a través de la venta de mayoreo de sus productos deshidratados. Uno de los puntos fuertes identificados en las tendencias del mercado es el creciente interés por mostrar el proceso en el que se obtienen ciertos tipos de alimentos deshidratados, el objetivo de mostrar el proceso es dar a conocer como este tipo de productos son naturales, orgánicos y con alto valor nutricional.

Las ventajas competitivas de LASA Alimentos se enfocan en la garantía del producto producto que ofrece, ya que está formulado con base en las normas correspondientes sin agregar aditivos que alteren la esencia del polvo y pongan en riesgo la salud humana.

Contexto de la industria

Actualmente una de las tendencias más fuertes es la popularización de mostrar el proceso en el que se obtienen ciertos tipos de alimentos deshidratados. Esta tiene como objetivo mostrar cómo este tipo de productos son naturales, orgánicos y con valor nutricional, así como con alto contenido de sabor a través de vídeos de corta y mediana duración explicando cómo se obtiene el producto final que se presenta como condimento.

Deshidratar alimentos es una técnica de conservación que se puede llevar a cabo de distintas formas. Esta técnica se enfoca en eliminar gran parte del agua que contienen los alimentos hasta conseguir que sea tan baja que no sea posible la multiplicación bacteriana que acorta su vida útil. Se considera que un producto está deshidratado cuando contiene menos del 2.5% de agua.

La deshidratación permite a los alimentos tener un valor nutricional más elevado que con otros métodos de conservación, ya que conserva la mayor cantidad de vitaminas, además de que es un método que no requiere de conservadores y asegura la conservación 100% saludable de los alimentos.¹

En el PAP del periodo anterior, los miembros del equipo investigaron sobre la clasificación del SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte) en el que cae la actividad económica de LASA Alimentos. La clasificación para el tipo de negocio que elabora LASA ALIMENTOS es 311421 lo que pertenece a la deshidratación de frutas y verduras de alimentos para el consumo humano.

De acuerdo al DENU, que es el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, bajo esta clasificación se encuentran 234 establecimientos actualmente en México, dónde se concentran principalmente en Baja California Sur, seguido de Aguascalientes.

Imagen #1. Establecimientos económicos en México bajo la clasificación del SCIAN 311421 (Deshidratación de frutas y verduras)

Establecimientos económicos	
Área geográfica	Actividad económica
AGUASCALIENTES	10
BAJA CALIFORNIA	3
BAJA CALIFORNIA SUR	89
COAHUILA DE ZARAGOZA	2
COLIMA	4
CHIAPAS	3
CHIHUAHUA	5
CIUDAD DE MÉXICO	3
DURANGO	6
GUANAJUATO	2
GUERRERO	1

Resultados encontrados: 234

Fuente: DENE, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas con datos del 2022.

Según datos de MarketData México basados en el INEGI, los ingresos anuales estimados de esta actividad económica son de \$2,000 millones de pesos. Dentro del análisis también se estima que se emplean cerca de 4,400 personas, de las cuales 2.600 son hombres y el resto mujeres.

El estudio de mercado de MarketData México, señala que cinco negocios lideran la generación de ingresos en la actividad de Deshidratación de frutas y verduras en México, concentrando cerca de 37% de los ingresos anuales estimados. Algunos de ellos son GRUPO PREMIER DE OCCIDENTE SA de CV, MAZAZUL INTERNACIONAL, SA de CV y DESHIDRATADORA AGUASCALIENTES SA de CV.

Desempeño por Estado: Baja California lidera el negocio

La mayor proporción de los ingresos anuales promedio se generan en Baja California, con MXN \$290 millones en ingresos anuales estimados. El estado que le sigue en generación de ingresos es Jalisco, con MXN \$250 millones, y, en tercer lugar, Nayarit, donde los ingresos estimados suman MXN \$240 millones.

¿Qué se produce en estos establecimientos?

Algunos de los productos que se fabrican en los negocios de deshidratación de frutas y verduras son aceitunas deshidratadas, ajos deshidratados, almendras deshidratadas y brócolis deshidratados, entre otros.

Gastos de los establecimientos de deshidratación de frutas y verduras:

Anualmente las empresas de este rubro reportan en promedio un estimado de \$1,600 millones en gastos totales, de los cuales \$38 millones corresponden a expensas en renta y alquiler de bienes muebles e inmuebles, \$110 millones a combustible y lubricantes, y otros MXN \$28 millones a consumo de energía eléctrica.²

Análisis de la demanda de productos deshidratados en fuentes secundarias

La demanda de alimentos deshidratados en México ha ido en aumento en los últimos años. Los alimentos deshidratados ofrecen ventajas como una mayor durabilidad, facilidad de almacenamiento y transporte, así como una conservación de nutrientes y sabores.³

A continuación se muestran los 10 alimentos más demandados por categoría.⁴

Hierbas y Especies:

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| ● Albahaca deshidratada | ● Cilantro |
| ● Orégano | ● Ajo |
| ● Romero | ● Cebolla |
| ● Tomillo | ● Pimentón dulce (Paprika) |
| ● Perejil | ● Comino |

Verdura:

- | | |
|-------------|------------|
| ● Zanahoria | ● Tomates |
| ● Remolacha | ● Cebolla |
| ● Pimientos | ● Espinaca |

- Brócoli
- Guisantes
- Maíz
- Champiñones

Fruta:

- Manzana
- Plátano
- Fresa
- Mango
- Piña
- Arándano
- Pasas
- Kiwi
- Melocotón
- Naranjas

Estos son sólo algunos ejemplos de alimentos deshidratados que suelen tener una demanda en México. Sin embargo, la demanda real puede variar y dependerá de factores como las preferencias del consumidor, la disponibilidad de productos y las tendencias del mercado.⁵

Antecedentes de la empresa con el PAP

LASA Alimentos ha trabajado en conjunto con el ITESO bajo el programa del PAP 3J03 CEDECOM Empresas y organismos del sector social a partir del periodo de primavera 2023. En este periodo se trabajaron 3 fases del proyecto, las cuales fueron:

- Fase 1. Análisis y recopilación de información.
- Se realizó un análisis de la empresa, así como de los productos y servicios que ofrecen.
- Se llevó a cabo un estudio del sector de alimentos deshidratados para el consumo humano.
- Se elaboró un análisis de las tendencias de la industria.
- Se realizó análisis de la competencia dentro de dicho mercado mediante un benchmarking.
- Se llevó a cabo un análisis de los clientes del sector junto con los consumidores potenciales.

Fase 2. Diagnóstico

- Se realizó un estudio y análisis sistemático de las variables que intervienen en el FODA.
- Se realizó un estudio y análisis sistemático de las variables que intervienen en el Lean Canvas.

Fase 3. Propuesta de mejoras, entre las que se incluyen las siguientes:

- Creación de propuesta del contenido audiovisual.
- Creación de propuesta del plan de comercialización.
- Creación de propuesta del contenido audiovisual.
- Elaboración del contenido audiovisual.
- Elaboración de contenido digital.

Los productos entregables durante el periodo de Primavera 2023 fueron:

- Diagnóstico del producto o servicio que ofrece la empresa.
- Análisis PESTEL.
- Análisis de la competencia.
- Análisis de los clientes.
- Benchmarking
- Análisis FODA.
- Rebranding.
- Manual de identidad corporativa con aplicaciones de papelería.
- Catálogo de productos.
- Estrategia de precios.
- Estrategias de comercialización.
- Estrategias de comunicación digital.
- Generación de contenidos.
- Toma de fotografías y producción de videos para estrategias de comunicación (acervo fotográfico y de video)
- Plantillas de costos

- Reporte PAP.
- Presentación final con resultados.

1.2 Diagnóstico inicial

La parte del diagnóstico fue elaborada en el periodo PAP anterior, por lo que esta parte se basará en la información que viene dentro del RPAP de Primavera 2023 que se trabajó previamente.

Propuestas de mejora en la estrategia comercial y de comunicación de LASA alimentos para el período de Verano 2023

Esta tabla es una guía para ver de dónde partir en este periodo tomando en cuenta el trabajo realizado en el periodo anterior, el objetivo es evitar duplicidades en el trabajo, mejorar las propuestas anteriores y ver que estas se adecuen a la realidad actual de la empresa. Gracias a este pequeño análisis se concluyó que en este periodo el enfoque será sobre una etapa de implementación tomando el periodo anterior como un diagnóstico de la empresa.

Tabla # 1: Comparativo de la estrategia comercial propuesta en la fase 1 del PAP vs propuestas de verano 2023.

PAP Primavera 2023 (Propuestas)	PAP Verano 2023 (Mejoras)
En el PAP anterior se realizaron los siguientes entregables en torno a la estrategia comercial ● Diagnóstico del producto o servicio que ofrece la empresa. ● Análisis PESTEL. ● Análisis de la competencia. ● Análisis de los clientes. ● Benchmarking ● Análisis FODA. ● Rebranding. ● Manual de identidad corporativa con aplicaciones de papelería. ● Catálogo de productos.	La parte de diagnóstico y análisis de la empresa estuvo bien ejecutada. ● Para la parte de análisis se llevó a cabo el estudio de la demanda ya que ya se estudió la posible fuerza de oferta que pudiera tener LASA alimentos ● En la parte del catálogo la empresaria pidió adecuarlo para que fuera más compacto ● La estrategia de precios ya fue establecida, ahora el enfoque será sobre indicadores financieros y en la construcción de

• Estrategia de precios. • Estrategias de comercialización. • Manual de redes sociales • MKT digital	información financiera y reportes de ventas • En el BRIEF que se realizó es necesario enfocarse en el mercado B2B en lugar del mercado B2C • El enfoque será en Linked In, WhatsApp Business, instagram, facebook y página web • Por la parte de mercado se analizó y se aclaró que el modelo de negocio es B2B, por lo tanto el buyer persona son empresarios, dueños de restaurantes o personas involucradas en la industria alimenticia.
---	--

Fuente: Elaboración propia con datos del RPAP Primavera 2023

FODA Simple

Esta herramienta ayudó a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa. Haciendo referencia a las iniciativas internas que funcionan bien y después la empresa se compara con otras iniciativas o con un costado competitivo externo. Esto permite trabajar para mejorar el negocio y el equipo mientras la empresa se mantiene a la cabeza de las tendencias del mercado. Puede aplicarse para fines profesionales o personales.

Tabla #2. FODA Simple

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Precios bajos. 2. Buena calidad y presentación 3. Empresa confiable y con buena comunicación.	1. La empresa no cuenta con presencia digital. 2. No se cuenta con convenio con Amazon (apps de servicio).

4. Toma de decisiones efectivas. 5. Aumento en Producción. 6. Productos 100% naturales e instantáneos 7. Productos con formulación propia 8. Ahorro en costes de producción 9. Variedad de productos 10. Buen manejo y gestión de distribución de áreas y procesos dentro de la planta 11. Se cuenta con la certificación para el control de alimentos con aviso de funcionamiento actualizado, dentro del marco normativo de alimentos.	3. Los clientes han expresado que se puede mejorar el servicio al cliente. 4. Políticas y procedimientos no formalizados. 5. Bajo rendimiento en la gestión de Recursos Humanos. 6. No cuenta con una correcta estructura financiera establecida y necesita mejoras en cuanto al flujo de su liquidez.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Existe un mercado potencial que compra este tipo de productos. 2. Existen varios medios digitales para promocionar la marca. 3. Cambios en los hábitos alimenticios de la población. 4. Gran variedad de productos comprados por el mercado, como especias y alimentos deshidratados. 5. Tasa de crecimiento de consumo positiva. 6. Clima templado en Guadalajara y Aguascalientes para la producción de los frutos deshidratados. 7. Oportunidad de patentar la marca y cuidar los secretos y procesos industriales. 8. Apoyos temporales de riesgo compartido para fortalecer la industria rural, generando mayor producción.	1. Existe mucha competencia en el mercado. 2. Existen máquinas domésticas que deshidratan productos. 3. La competencia ya cuenta con presencia digital de alto impacto. 4. Clientes casados con sus proveedores. 5. Costo elevado de mantenimiento de equipo y maquinaria. 6. Los productos orgánicos tienen un mayor costo, por lo que no son accesibles para todas las clases sociales. 7. Cambios climáticos en el almacenaje causando alteraciones en la fruta y plaga de insectos. 8. Se debe realizar el proceso de patente, lo que conlleva tiempo y dinero, también el riesgo que ya haya alguna otra empresa registrada. 9. Se deben cumplir los lineamientos de las leyes de

	salubridad y publicidad para poder trabajar, si no puede haber sanciones como multas.
--	---

Fuente: Tabla extraída del RPAP Primavera 2023

FODA Estratégico

Esta herramienta posibilita la recopilación y uso de datos que permiten conocer el perfil de operación de una empresa en un momento dado, y a partir de ello establecer un diagnóstico objetivo para el diseño e implementación de estrategias tendientes a mejorar la competitividad de una organización.

Tabla #3. FODA Estratégico

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	● Precios bajos. ● Buena calidad y presentación ● Empresa confiable y con buena comunicación. ● Toma de decisiones. ● Producción ● Productos 100% naturales e instantáneos ● Productos con formulación propia ● Ahorro en costes de producción ● Variedad de productos ● Buen manejo y gestión de distribución de áreas y procesos dentro de la planta ● Se cuenta con la	● La empresa no cuenta con presencia digital. ● No se cuenta con convenio con Amazon (apps de servicio). ● Fortalecer el servicio al cliente. ● Políticas y procedimientos. ● Bajo rendimiento en la gestión de Recursos Humanos. ● No cuenta con una correcta estructura financiera establecida y necesita mejoras en cuanto al flujo de su liquidez.

	certificación para el control de alimentos con aviso de funcionamiento actualizado, dentro del marco normativo de alimentos.	
OPORTUNIDADES ● Existe un mercado potencial que compra este tipo de productos. ● Existen varios medios digitales para promocionar la marca. ● Cambios en los hábitos alimenticios de la población. ● Gran variedad de productos comprados por el mercado, como especias y alimentos deshidratados. ● Tasa de crecimiento de consumo positiva.	FO ● Acercarse a los clientes potenciales haciendo énfasis en la relación de costo-beneficio. ● Dar a conocer los beneficios y calidad de los productos aprovechando la tendencia saludable. ● Dar a conocer los productos y servicios por medio de plataformas digitales. ● Crear un perfil digital con los productos y estilo de la marca. ● Hacer colaboraciones con otras empresas para dar a conocer los productos. ● Ofrecer productos por temporada y demanda de los clientes. ● Ofrecer la variedad de productos en diversas presentaciones y tamaños.	DO ● Expandir su mercado por medio de apps de servicio como amazon. ● Expandir su promoción a un entorno digital. ● Mejorar el gestionamiento del personal dentro de la planta. ● Establecer una correcta estructura financiera de la empresa. ● Implementar un registro de inventario y gastos para evaluar las entradas y salidas de mercancías y evaluar el flujo de liquidez de la empresa. ● La empresa aún está a tiempo de patentar la marca y cuidar los secretos y procesos industriales de la empresa antes de que alguien más la registre primero.

● Clima templado en Guadalajara y Aguascalientes para la producción de los frutos deshidratados. ● Oportunidad de patentar la marca y cuidar los secretos y procesos industriales. ● Apoyos temporales de riesgo compartido para fortalecer la industria rural, generando mayor producción.		
AMENAZAS ● Existe mucha competencia en el mercado. ● Existen máquinas domésticas que deshidratan	FA ● Competir con el mercado teniendo un precio menor. ● Regular el precio. ● Demostrarle a los clientes que es más fácil comprar los productos con LASA que haciéndolos en casa. ● Análisis de	DA ● Tener presencia digital en las plataformas más usadas (página web y redes sociales). ● Competir en Amazon. ● Publicitar los productos en las tiendas digitales como Amazon e instagram. ● Presentar el catálogo de productos y también la

productos. • La competencia ya cuenta con presencia digital de alto impacto. • Clientes casados con sus proveedores. • Costo elevado de mantenimiento de equipo y maquinaria. • Los productos orgánicos tienen un mayor costo, por lo que no son accesibles para todas las clases sociales. • Cambios climáticos en el almacenaje causando alteraciones en la fruta y plaga de insectos. • Se debe realizar el proceso de patente, lo que	comparación de los precios y calidad de los productos con los del mercado para presentación de clientes. • Crear relaciones fieles con los clientes por medio de nuestro servicio y comunicación. • Crear un catálogo más extendido usando la capacidad de la empresa para la gestión de distribución de áreas y procesos dentro de la planta. • Designar un porcentaje del 10% del ahorro de costes para su reinversión en el mantenimiento del equipo y maquinaria.	opción de personalización de estos a los clientes. • Hacer conocer nuestra oferta de valor mostrando las ventajas de nuestros productos contra aquellos que se hacen en casa. • Resaltar que los productos orgánicos que ofrece la empresa tienen un menor costo, por lo que los vuelve más competitivos en el mercado.
---	--	---

conlleve tiempo y dinero, también el riesgo que ya haya alguna otra empresa registrada. • Se deben cumplir los lineamientos de las leyes de salubridad y publicidad para poder trabajar, si no puede haber sanciones como multas.		
--	--	--

Fuente: Tabla extraída del RPAP Primavera 2023

4P'S

Las 4P 's es una herramienta que también se conoce como mezcla del marketing, esta herramienta analiza el producto, precio, plaza y promoción en específico y así se definen los objetivos del negocio.

Producto: Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

LASA ALIMENTOS se enfoca en la distribución de productos deshidratados, especias, condimentos, entre otros, con marca propia de la empresa dirigidos a diferentes

empresas. Ofrece una gama de variedad de productos con formulaciones propias como secreto industrial.

Cuentan principalmente con dos líneas de productos:

- Materias primas deshidratadas.
- Productos instantáneos naturales.

Los beneficios que ofrecen estos productos son:

- 100% Naturales
- Saludables
- Deshidratados
- Duraderos
- Instantáneos
- Fáciles de usar

El valor añadido de estos productos es que se encuentran con estándares de calidad por encima de la competencia con formulaciones propias de la empresa.

- Clasificación de acuerdo a su **compra**: alimentos perecederos
- Clasificación de acuerdo a su **caducidad**: perecederos estables
- Clasificación de acuerdo a su **Intangibilidad / tangibilidad**: tangibilidad

Precio: Cantidad con la que comúnmente interactúa el consumidor al realizar una compra. Esta cantidad representa el dinero que un consumidor debe pagar con el fin de obtener el artículo de su interés o para contratar los servicios de una empresa.

Los precios varían dependiendo el producto y la presentación. Actualmente cuenta con una buena estabilidad de precios en todos sus productos para la oferta en el mercado.

Los beneficios que ofrece dicho precio establecido son:

- Ventas a mayoreo
- Precios bajos

- Precios accesibles
- Precios por debajo de la competencia
- Competitividad en el mercado

La ventaja competitiva en relación a los precios con la que cuenta la empresa es que actualmente cuenta con una buena estabilidad de precios gracias a una buena gestión de ahorro de costes. Lo que los convierte en una empresa competitiva en el mercado gracias a su relación entre precio-valor.

Plaza: Es el punto de venta establecido o el proceso mediante el cual el servicio o producto llega hasta el cliente. Es una cuestión que influye directamente en la satisfacción de los consumidores y en el margen de ganancia.

La distribución de productos deshidratados, especias y condimentos de la empresa LASA ALIMENTOS va dirigida a diferentes empresas para su venta a mayoreo.

Sus puntos de venta establecidos se encuentran ubicados en Zacatecas, Aguascalientes y Guadalajara, dónde cuentan con instalaciones laborales. Sus diversas áreas laborales están conformadas por las siguientes partes:

- Equipos para procesamiento y envasado de los alimentos.
- Almacenaje y distribución.
- Inventario de materias primas, así como de productos naturales.
- Equipo de análisis y trabajo.

Formas de contacto a través de visitas por parte de la empresa hacia otras empresas para la oferta de sus productos proporcionando su información de contacto (número y correo) para el cierre de pedidos. Maneja envíos locales en sus puntos de ventas para la distribución de la salida de sus mercancías.

Promoción: Es una herramienta del marketing que busca interferir en el comportamiento y las actitudes de las personas a favor del producto o servicio ofrecido por una empresa. Incentiva la compra de un producto mediante diferentes

estrategias que intervienen en el valor puntual que percibe el consumidor sobre ese producto y el medio por el cual se va a comunicar con el cliente.

La promoción de LASA ALIMENTOS es por medio de un canal tradicional el cual consta de visitas acordadas con otras empresas para mostrar y ofertar sus diversos productos deshidratados, especias y condimentos. En ellas el empresario resalta los beneficios de sus productos, los compara con estándares de competencia actuales que existen en el mercado y los procesos industriales que se emplean para su elaboración.

El concepto que transmite la marca LASA ALIMENTOS es el de naturaleza y practicidad.

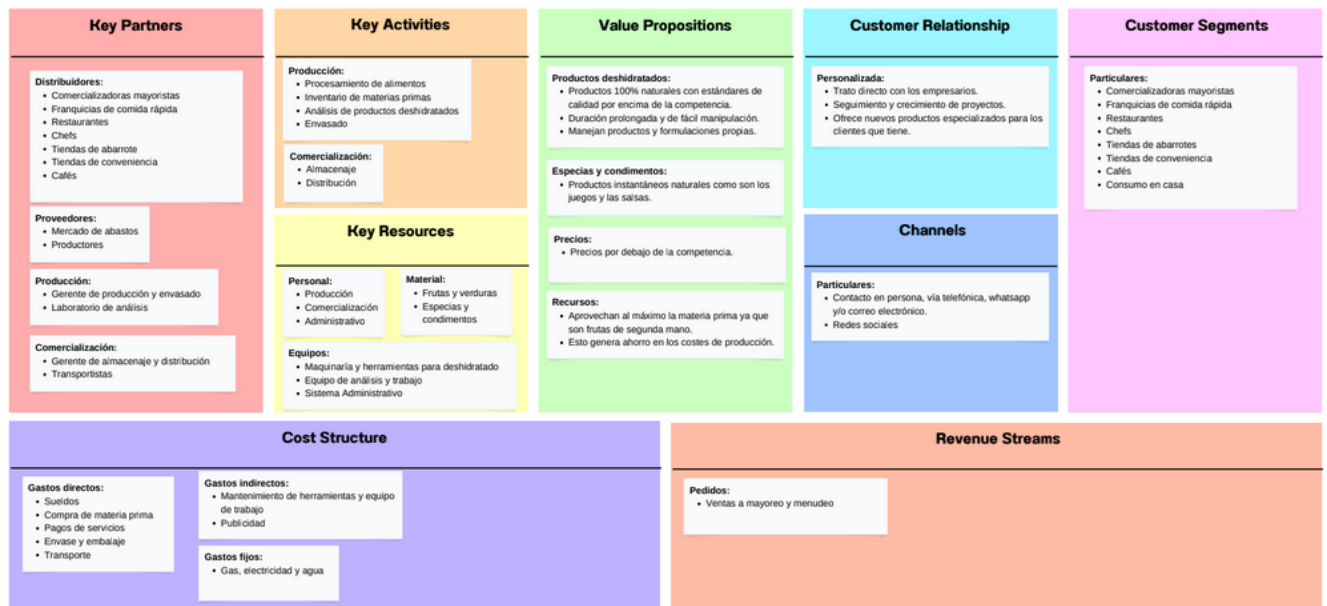
Fuente: Información extraída del RPAP Primavera 2023

Lean Canvas

Esta herramienta de visualización de modelos de negocios se utilizó para analizar la empresa ya instaurada. Es una herramienta muy útil para dar la valoración de la empresa la cual ya tiene una dinámica conocida en funcionamiento.

Imagen #2. Lean Canvas Actual

Business Model Canvas



Lean Canvas Planning

Fuente: Imagen extraída del RPAP Primavera 2023

1.3 Problemática u oportunidad detectada

LASA Alimentos está buscando la asesoría del PAP por diversos aspectos entre ellos están:

- Implementación de indicadores financieros y reportes de ventas.
- Estrategias de comercialización.
- Estrategias de comunicación digital (B2B) en redes sociales (LINKEDIN, WA).
- Elaboración de videos para estrategias de comunicación digital.
- Diseño de página web (elaborada en una plantilla de WordPress).

Muchos de los puntos anteriores fueron diagnosticados en el trabajo del equipo PAP anterior, pero no se llegó a una implementación de los mismos, solo se llegó a la parte de diagnóstico, durante este periodo se busca implementar una táctica a través de

productos entregables para cada uno de los puntos mencionados para que el producto entregado pueda pasar de la fase de implementación a generar un beneficio dentro de la empresa.

La finalidad que tiene la empresaria de LASA Alimentos con este proyecto es poder crear estrategias de comercialización y comunicación efectivas para posicionar su marca dentro de su mercado meta, adquiriendo nuevos clientes y acaparando una mayor participación en el mercado.

1.4 Objetivo general

Desarrollar la estrategia comercial y de comunicación de la empresa LASA alimentos orientada al mercado B2B durante el periodo de verano 2023, con la finalidad de posicionar a la empresa como un referente a nivel nacional, en la venta de materias primas deshidratadas y de productos instantáneos naturales para consumo humano.

1.5 Objetivos específicos

- Investigar la demanda a nivel nacional de materias primas deshidratadas y de productos instantáneos naturales para consumo humano.
- Desarrollar la estrategia comercial para llegar al mercado B2B seleccionado por la empresa.
- Proponer mejoras a la estrategia de comunicación.
- Implementar la estrategia de comunicación.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

Fase 1: Recopilación de información

Técnica de investigación en fuentes secundarias (bases de datos especializadas) que ayudará a cubrir el objetivo 1.

Procedimientos:

- Se realizó un análisis de la empresa, observando los productos y servicios que ofrece.
- Se realizó un documento donde se exploró los top 10 alimentos más demandados en las diferentes clasificaciones de los principales alimentos deshidratados.
- Se hizo una comparativa de los productos que oferta LASA Alimentos en comparación a los productos deshidratados más demandados por el mercado.

Fase 2: Desarrollo de la propuesta de mejora

En esta fase se desarrollaron los objetivos 2 y 3 que están relacionados a la estrategia de comercialización y comunicación que se le propuso a la empresa.

Procedimientos:

- Se llevó a cabo una comparativa de lo que se realizó en el periodo PAP anterior con lo que la empresaria requería en este nuevo periodo.
- Como parte de la estrategia comercial propuesta viene implícito la creación de indicadores financieros, así como la construcción de información financiera (estado de resultados) y la elaboración de reportes de ventas en beneficio a la toma de decisiones internas de la empresa.

Fase 3: Implementación

Dentro de esta fase se llevó a cabo lo más robusto del proyecto que fue realizar toda la parte de implementación.

Procedimientos:

- Se generó una cuenta de WhatsApp Business y de LinkedIn
- Se creó un calendario de contenidos

- Se realizaron ajustes dentro del catálogo elaborado en el periodo anterior.
- Se creó contenido para LinkedIn.
- Se ofrecieron servicios de community manager para gestionar la publicación de contenido en redes sociales.
- Se creó una página web.
- Se crearon productos de diseño, una infografía y un flyer.

Herramientas: Ilustrador, Wordpress, Excel, Canvas, Drive, Photoshop y Adobe.

Recursos: Humanos, materiales, económicos, tecnológicos y tiempos.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

GANTT.

El diagrama de Gantt es una herramienta visual que tiene como objetivo mostrar de manera gráfica la planificación y distribución del tiempo para diferentes tareas o actividades a lo largo de un periodo determinado. Esta representación se organiza de manera cronológica, permitiendo visualizar el orden en el que se deben realizar las tareas.

Imagen #3. Cronograma. Gráfica de Gantt

fotográfico para creación de contenido para redes sociales e insumos para generar contenido audiovisual. (La universidad proporcionó la licencia para el uso de plataformas de edición como fue illustrator y photoshop)

Económicos: Licencias para generar contenido audiovisual y pago del dominio del sitio web. (La universidad proporcionó la licencia para el uso de plataformas de edición como fue illustrator y photoshop, la empresaria compró el dominio del sitio web para poder trabajar en él)

Tecnológicos: Herramientas digitales (computadora, internet, videollamadas), páginas web, información digital confiable, cámara y software de edición.

Tiempos: Calendario de actividades (gráfica de Gantt).

Gráfica de Gantt

Fechas previstas

Reuniones del equipo, asesorías con el profesor, reunión con el empresario.

2.3 Productos y entregables

- Reporte final con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.
- Presentación con los puntos más relevantes.
- Desarrollo de indicadores financieros e información contable.
- Emisión de recomendaciones financieras para el negocio.
- Desarrollo e implementación de estrategias de comunicación digital (B2B) en redes sociales (LINKEDIN, WA, Instagram, Facebook) : calendario de contenidos, publicación en redes sociales y creación del WhatsApp Business.
- Elaboración de un acervo fotográfico para la estrategia de comunicación digital.
- Diseño de página web (elaborada en una plantilla de WordPress).
- Productos de diseño: infográfico y flyer.

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Los alimentos deshidratados son productos que han sido sometidos a un proceso de deshidratación para eliminar gran parte de su contenido de agua, lo que contribuye a su conservación a largo plazo. Este proceso ayuda a reducir la actividad de agua en los alimentos, lo que a su vez inhibe el crecimiento de microorganismos y evita la descomposición, manteniendo las propiedades de los alimentos. Los alimentos deshidratados presentan varios beneficios, como una mayor vida útil, menor peso y volumen para el transporte y almacenamiento, y una retención de nutrientes en comparación con otros métodos de procesamiento.

Además, la deshidratación puede aumentar la concentración de ciertos nutrientes, como vitaminas y minerales, y mejorar la estabilidad de los alimentos frente a condiciones ambientales adversas. LASA alimentos ofrece un servicio de empresa a empresa. Se comunicarán los beneficios de los alimentos deshidratados y es importante establecer una conexión emocional con los clientes. Se realizará una página web, una cuenta en LinkedIn y en WhatsApp business para tener una mejor comunicación con los clientes y futuros clientes, esto es esencial para establecer una presencia en línea sólida. La página web será atractiva, informativa y fácil de navegar, con información sobre la empresa, los productos y cómo contactarlos. El perfil de LinkedIn puede utilizarse para establecer conexiones comerciales, compartir contenido relevante y promover la marca. También se darán recomendaciones financieras, reporte de ventas y entre otras cosas. ⁶⁷⁸

Vocabulario de la industria

Deshidratación de alimentos: La deshidratación de alimentos es un proceso en el cual se elimina la mayor parte del agua contenida en ellos, con el fin de prolongar su

vida útil y conservar sus nutrientes. Mediante el uso de calor y circulación de aire, se reduce la humedad de los alimentos, lo que inhibe el crecimiento de microorganismos y evita la descomposición. El resultado final es un alimento ligero, compacto y de larga duración que puede ser almacenado y consumido en momentos posteriores.²

Alteraciones en las frutas: La composición y el bajo pH de las frutas las hace muy sensibles a muchas alteraciones originadas por hongos, bacterias, virus y parásitos, sobre todo si la humedad, la temperatura y el tiempo no son los adecuados.¹⁰

Alimentación saludable: Es aquella que proporciona los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener el buen funcionamiento del organismo, conservar o restablecer la salud, minimizar el riesgo de enfermedades, garantizar la reproducción, gestación, lactancia, desarrollo y crecimiento adecuado.¹¹

Frutos secos: Son aquellos que carecen de jugo. Se trata de frutos con una cáscara muy dura que presentan un porcentaje de agua inferior al 50%. El contenido energético de los frutos secos es muy elevado. Se caracterizan por contar con un elevado nivel de proteínas y grasas, y en muchos casos también de vitaminas del grupo B.¹²

Leyes de salubridad: Es una rama del derecho en construcción. Se relaciona con el derecho humano a la salud de la persona humana. Debe encuadrarse en la plataforma ética y jurídica establecida por el derecho internacional de los derechos humanos.¹³

Maquinarias Industriales: Se definen como las máquinas y equipos utilizados por un fabricante en una planta de manufactura. Otro concepto de la maquinaria es cualquier dispositivo mecánico, eléctrico o electrónico diseñado y utilizado para realizar alguna función y producir un determinado producto.¹⁴

Procesos industriales: Es todo aquel que convierte una materia prima en un bien o producto final. Generalmente el bien es producido en masa y se destina al consumo para un gran público objetivo.¹⁵

Vocabulario técnico

Distribución a empresas: La distribución a empresas se refiere al proceso de entrega y suministro de productos o servicios a otras empresas en el ámbito comercial. Implica la gestión eficiente de la cadena de suministro, desde la producción hasta la entrega final, asegurando que los productos lleguen a los clientes empresariales de manera oportuna y en las cantidades requeridas.¹⁶

B2B: El modelo B2B, también conocido como "business-to-business" o negocio a negocio, se refiere a un tipo de relación comercial en la cual las transacciones se realizan entre dos empresas. En este modelo, una empresa vende productos, servicios o soluciones a otra empresa, en lugar de vender directamente al consumidor final. El enfoque principal del modelo B2B es atender las necesidades y requerimientos específicos de las empresas, estableciendo acuerdos comerciales y relaciones a largo plazo.¹⁷

Benchmarking: Es un análisis estratégico profundo de las mejores prácticas llevadas a cabo por empresas del mismo segmento que el tuyo. Benchmarking viene de la palabra de origen inglés "benchmark", que significa "referencia", y es una herramienta de gestión esencial para el perfeccionamiento de procesos, productos y servicios.¹⁸

Gráfica de gantt: Un diagrama de Gantt es una herramienta útil para planificar proyectos. Al proporcionar una vista general de las tareas programadas, todas las partes implicadas sabrán qué tareas tienen que completarse y en qué fecha.¹⁹

FODA: Es un análisis estratégico que permite a una empresa identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.²⁰

PESTEL: El acrónimo PESTEL se refiere a los factores que se analizan: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Por lo tanto, el análisis

PESTEL es un estudio de mercado únicamente de factores externos que afectan a una empresa.²¹

Materias de las carreras cursadas por los alumnos del proyecto, que proporcionan sustento teórico y metodológico:

Diseño:

- Mercadotecnia creativa: Se enfoca en buscar y aplicar estrategias innovadoras y creativas para promover y posicionar productos, servicios o marcas en el mercado. Esta asignatura combina los principios fundamentales del marketing con el poder de la creatividad y la originalidad para desarrollar estrategias únicas y efectivas.
- Producción de imágenes: Capacidad para tomar fotos acertadas de los productos para que el usuario pueda tener una mejor apreciación hacia este.
- Dibujo vectorial: Conocimiento de Adobe illustrator, para ser capaz de editar documentos, logotipos, catálogos, papelería corporativa de la empresa.
- Edición de imágenes: Ser capaz de lograr ajustar luces, sombras, corregir errores en las fotografías, cambiar ángulos, todo mediante Adobe Photoshop.

Publicidad

- Observatorio de comunicación publicitaria: En esta materia enseñan a investigar y observar cualquier tipo de información mediante el internet para así poder tener la información necesaria para cualquier investigación.
- Diseño y publicidad: En esta materia enseñan a tener un conocimiento básico sobre los distintos programas que existen para poder diseñar, como también cómo llevar a cabo una campaña publicitaria en distintas áreas.

- Teoría de las redes sociales: En esta materia se hace una introducción sobre la importancia de las redes sociales en la actualidad y la historia desde cómo comenzaron a ser parte de nuestra vida diaria.
- Comunicación interna y organizacional: Esta materia trata de identificar dónde surge la problemática que existe en una empresa y el poder crear diferentes estrategias para resolverla.
- Comunicación institucional: Se relaciona con identificar los valores de una empresa, comunicar su branding mediante campañas de publicidad y relaciones públicas para mejorar un cierto posicionamiento en el mercado.
- Estrategias de comunicación en redes sociales: Esta materia te enseña a cómo ejecutar una estrategia de comunicación en redes sociales para cualquier marca o proyecto que necesites llevar.
- Laboratorio de creatividad y persuasión: Esta materia pone a prueba tu creatividad y te enseña a crear desde cero un proyecto para diferentes marcas empezando desde cero y usando todo tipo de materiales necesarios para ejecutarlo.

Finanzas

- Costos para la toma de decisiones: Se enfoca en el análisis e interpretación de los costos asociados a la producción, distribución y venta de productos o servicios, con el fin de tomar decisiones empresariales informadas y estratégicas.
- Gestión empresarial: Aplicación de los principios y conceptos fundamentales para administrar y dirigir de manera efectiva una empresa u organización.
- Finanzas corporativas: Se centra en el estudio y la aplicación de los principios y herramientas financieras utilizadas en el ámbito empresarial para tomar decisiones financieras estratégicas.
- Análisis financiero: Estudio y la interpretación de la información financiera de una empresa con el objetivo de evaluar su desempeño económico y tomar decisiones informadas.

- Taller de herramientas financieras: Obtener conocimientos prácticos y las habilidades necesarias para utilizar herramientas financieras en el análisis y la toma de decisiones empresariales

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

En esta sección del RPAP, se presentará el trabajo de campo y las actividades realizadas conforme al plan de trabajo establecido. Se describen cada una conforme a lo planeado y se muestran evidencias de lo realizado. Se incluyen gráficos, diagramas, fotografías y los recursos necesarios para dar cuenta del trabajo realizado.

El trabajo realizado durante este periodo se divide en 3 fases. La primera consistió en la recopilación de información tanto en fuentes primarias como en secundarias para la comprensión del contexto empresarial y así crear el plan de trabajo con las actividades a realizar para la empresa. La segunda fase consistió en la realización de un diagnóstico de la situación de la empresa y en la recabación de todos los insumos necesarios para implementar aquellas estrategias que se pensaron en la fase previa. En la tercera y última fase, fué la que contiene la mayor cantidad de actividades y por ende la más enriquecedora, porque se llevó a cabo la implementación de la estrategia de comunicación y comercialización para LASA alimentos.

Cada fase se trabajó a través de subproyectos donde cada una de las integrantes del equipo PAP se responsabilizó de 2. Los subproyectos estuvieron dispersos en todas las fases, focalizándose más en la fase 3. Estos proyectos fueron relacionados al tema financiero de la empresa, la creación del WhatsApp Business, el desarrollo de la página web, creación de redes sociales así como contenido para ellas, creación de infografías para la participación de LASA en foros empresariales y la oferta de servicios de community manager.

FASE 1

Contextualización del trabajo previo a este periodo así como del giro de la empresa

Dentro de esta primera actividad el equipo PAP se dedicó a leer el RPAP del periodo anterior así como investigar el giro del negocio en fuentes secundarias, como parte de la investigación también se tuvieron sesiones introductorias con la empresaria de LASA Alimentos para que expresara lo que la empresa necesitaba en términos de la consultoría que ofrece el PAP; en dichas sesiones se abordaron temas como el catálogo de productos que vende LASA, el mercado al que está dirigido qué es el B2C, así como el proceso de producción de los alimentos deshidratados.

Elaboración de la propuesta del proyecto

En este punto se definió cuál debería ser el objetivo en el que tendría que enfocarse el equipo PAP del periodo de verano y se llegó a la conclusión que se debería implementar todo lo investigado en el periodo PAP anterior que estaba relacionado a la estrategia de comercialización y comunicación de la empresa, además al estudiar las necesidades de la empresaria se llegó a la idea de proponer actividades adicionales que atacaran estas necesidades, tales como el proyecto de finanzas.

La propuesta del proyecto se puede encontrar en el anexo 01 y en el capítulo 2 de este documento.

El desglose del trabajo se puede observar en la Gráfica de Gantt.

Investigación de la demanda de productos en fuentes secundarias

La investigación que se realizó se encuentra previamente en este reporte, en el apartado de “Contexto de la industria”. En esta investigación se puede valorar un pequeño análisis de la demanda de alimentos deshidratados en México, junto a los 10 alimentos con más demanda en hierbas y especias, verduras y frutas. En el caso de LASA esta información es relevante ya que muchos de los productos de esta lista ya se comercializan y los demás están próximos a producirse.

Esta investigación se puede encontrar en el [anexo 03](#).

FASE 2

Finanzas

Revisión de la información financiera de la empresa

La información con la que contaba la empresa previo a este periodo era un flujo de efectivo para analizar el retorno de la inversión en el negocio, en este archivo se pueden ver indicadores financieros como la TIR, el monto de la inversión, el periodo de retorno, el flujo de la proyección e los ingresos netos y la tasa de rendimiento propuesta a los inversionistas.

Imagen #4. Flujo de efectivo LASA Alimentos

Lasa Alimentos		Crecimiento Mensual (10 %)												Crecimiento anual (1 %)																					
Precio al público / kg	Proyección de ventas en \$ /		2023												2024																				
550	kg		60	125	158.4	114	126	139	152	168	184	2023				223	245	270	297	327	359	395													
INGRESOS	INVERSIÓN INICIAL		MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE													
Ventas		\$	30,000.00	\$	62,500.00	\$	79,200.00	\$	57,233.33	\$	62,956.67	\$	89,252.33	\$	76,177.57	\$	83,795.32	\$	92,174.86	\$	101,392.34	\$	111,531.58	\$	122,684.73	\$	134,953.21	\$	148,448.53	\$	163,293.38	\$	179,622.72	\$	197,584.99
Consultoría		\$	3,000.00																																
Utilidad (20 %)		\$	26,400.00	\$	50,000.00	\$	63,360.00	\$	45,786.67	\$	50,365.33	\$	55,401.87	\$	76,177.57	\$	83,795.32	\$	92,174.86	\$	101,392.34	\$	111,531.58	\$	122,684.73	\$	134,953.21	\$	148,448.53	\$	163,293.38	\$	179,622.72	\$	197,584.99
GASTOS																																			
Mano de obra		\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00	\$	30,000.00
Servicios (Agua, Luz, ...)		\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00	\$	2,000.00
Flotas/Combustible		\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00	\$	6,500.00
Mantenimiento General		\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00
Seguro Social		\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00
Utilidad		\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00	\$	6,000.00
Insumos		\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00	\$	3,000.00
Total		\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00	\$	77,500.00

Fuente: Información proporcionada por la empresa.

Además de estos datos la empresa contaba con un desglose de sus gastos administrativos y de ventas, así como la documentación de la estructura de costos de cada algunas de sus notas de ventas, solo que estos últimos datos se basaban en cálculos manuales.

Imagen #5. Desglose de la inversión inicial de LASA Alimentos

Inversión Herramientas	Costo	Inversión Adecuaciones	Costo	Inversión Obra Civil	Costo
Secador 1 Ac. Inox	\$ 60,000.00	Eléctrica	\$ 200,000.00	Construcción	\$ 5,000,000.00
Ensobretadora	\$ 42,504.29	Cuartos exteriores	\$ 80,000.00		
Tarja azul	\$ 45,000.00	Extractor	\$ 40,000.00		
Utensilios	\$ 5,000.00		\$ 320,000.00		
Termobalanza	\$ 45,198.63				
Procesadora	\$ 17,570.00				
Licuada Ninja	\$ 4,500.19				
Secador 2 Poli	\$ 10,000.00				
Tarja proceso	\$ 11,000.00				
Bacula	\$ 4,800.00				
	\$ 245,573.11				

Conceptos	Costo
Herramientas/Equipos	\$ 245,573.11
Adecuaciones	\$ 320,000.00
Obra Civil	\$ 5,000,000.00
Total	\$ 5,565,573.11

Fuente: Información proporcionada por la empresa.

Imagen #6. Ejemplo de la estructura de costos de LASA

March	
15	
Lunes / Monday	
Natalicio de Benito Juárez (Feriado)	
8	→ Gastos producción Canela
9	- Troceado = 1.5 Jornal = 600
10	- Molinenda = 2.5 Jornal = 800
11	- Empacado = 1 Jornal = 400
	- Etiquetado = 1 Jornal = 400
	\$2,200.00
12	Insumos
13	- Bolsas 802 (100g) = \$156.00
14	- Etiquetas = \$204.00
	- código de barras(?) = \$580.00
	940
15	42 Etiquetas 100g = 12.4 kg (fortante)
16	60 Etiquetas 180g = 14.6 kg
17	102
18	1 bolsa - 0.10 kg
	x - 12.4 kg
19	x = 124
20	\$2,200.00
	Insumos \$ 940
	\$3,140
	\$6,660.00
	\$3,520

Fuente: Información proporcionada por la empresa.

En el caso de las ventas, la empresa tiene un registro desde agosto de 2022 cuando la comercialización continuaba bajo la empresa DAMA Alimentos, los registros de ventas para LASA alimentos comienzan a partir de marzo. Por esta razón es que los registros no presentan uniformidad en los datos y los números de las notas de ventas no son consecutivos.

Imagen #7. Nota de venta 12 LASA Alimentos

LASA ALIMENTOS

NOTA DE VENTA

Atención: CHEF DEMO*
PRESENTE

Atendiendo a su amable solicitud, le hacemos llegar la nota de venta correspondiente a los siguientes productos:



NOT-012
Fecha 11/may/2023

ITEM	Descripción	Precio	Cantidad	Importe
1	10 kg salsa ROJA ranchera al 80 % de pureza en presentación de sobre de 30 g en papel de poliproleno sin etiquetado	\$ 11.00	333	\$3,666.67
2	10 kg salsa VERDE taquera al 80 % de pureza en presentación de sobre de 30 g en papel de poliproleno sin etiquetado	\$ 11.00	333	\$3,666.67
3	10 kg salsa HABANERA al 80 % de pureza en presentación de sobre de 30 g en papel de poliproleno sin etiquetado	\$ 11.00	333	\$3,666.67
Anticipo 50 %				\$0.00
Subtotal				\$11,000.01
IVA				\$0.00
* Total				\$11,000.01

* Todos los precios y cantidades son por kilogramo y en pesos Mexicanos.

Fuente: Información proporcionada por la empresa.

Con esta información se llegó a la conclusión de enfocarse en el punto de vista operativo de los indicadores financieros, además de empezar un registro electrónico en una base de datos con las notas de venta para homologar los datos y que la información pueda tener trazabilidad.

Imagen #8. Base de datos de la notas de ventas

Información histórica: Separación DAMA Alimentos															
# Nota	Fecha	Mes	Año	Cliente	Partida	Descripción	*Lote	Precio	Costo Unitario	Cantidad	Subtotal / Importe	IVA	Total	Costos: Utilidad deseada del 40%	Utilidad
10	06/03/23	3	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Chile 100% guajillo malla 10 primera	050523-01	\$ 195.00		24.50	\$ 4,777.50	\$ -	\$ 4,777.50	\$ 2,867	\$1,911
11	06/03/23	3	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Chile 100% guajillo malla 10 primera	050523-01	\$ 195.00		10.00	\$ 1,950.00	\$ -	\$ 1,950.00	\$ 1,170	\$ 780
63	11/03/23	3	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Maquila molinda, empacado y etiquetado canela Alalba de acuerdo a la coti		\$11,900.00		1.00	\$11,900.00	\$ -	\$11,900.00	\$ 7,140	\$4,760
61	13/03/23	3	2023	CHEESE PIZZA	1	Ajo deshidratado granulado	313MK-AG-02	\$ 120.00		50.00	\$ 6,000.00	\$ -	\$ 6,000.00	\$ 3,600	\$2,400
1	20/03/23	3	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Naranja confitada en rebanadas	N4070323-05	\$ 350.00	\$ 330.02	5.00	\$ 1,750.00	\$ -	\$ 1,750.00	\$ 1,650	\$ 100
1	20/03/23	3	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	2	Toronzón confitado en rebanadas	T040323-05	\$ 350.00	\$ 330.02	5.00	\$ 1,750.00	\$ -	\$ 1,750.00	\$ 1,650	\$ 100
2	06/04/23	4	2023	CHEESE PIZZA	1	Chile quebrado en porción de 1g en papel de polipropileno	030423-02	\$ 0.50		33,000.00	\$ 16,500.00	\$ -	\$ 16,500.00	\$ 9,900	\$6,600
3	11/04/23	4	2023	CHEESE PIZZA	1	Chile quebrado en porción de 1g en papel de polipropileno	030423-02	\$ 0.50		19,000.00	\$ 9,500.00	\$ -	\$ 9,500.00	\$ 5,700	\$3,800
4	19/04/23	4	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Piña deshidratada al 12% de humedad en rodaja	190423-01	\$ 750.00	\$ 600.00	1.50	\$ 1,125.00	\$ -	\$ 1,125.00	\$ 900	\$ 225
6	24/04/23	4	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Ajo 100% pureza malla 20	220423-02	\$ 105.00	\$ 88.42	35.00	\$ 3,675.00	\$ -	\$ 3,675.00	\$ 3,095	\$ 580
7	26/04/23	4	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Maquila formulación, envasado y etiquetado marca Alaba jugo verde pureza c		\$ 110.00		100.00	\$ 11,000.00	\$ -	\$ 11,000.00	\$ 6,600	\$4,400
7	26/04/23	4	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	2	Embolado jugo verde pureza al 50% dosis 1 kg		\$ 100.00		100.00	\$ 10,000.00	\$ -	\$ 10,000.00	\$ 6,000	\$4,000
8	28/04/23	4	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Chile troceado para pizza 100% pureza	030423-02	\$ 130.00		10.00	\$ 1,300.00	\$ -	\$ 1,300.00	\$ 780	\$ 520
9	04/05/23	5	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Piña deshidratada al 12% de humedad en rodaja	190423-01	\$ 750.00	\$ 600.00	2.43	\$ 1,819.50	\$ -	\$ 1,819.50	\$ 1,456	\$ 364
12	11/05/23	5	2023	CHEF DEMO	1	10 kg salsa ROJA ranchera al 80% de pureza en presentación de sobre de 30		\$ 11.00		333.33	\$ 3,666.67	\$ -	\$ 3,666.67	\$ 2,200	\$1,467
12	11/05/23	5	2023	CHEF DEMO	2	10 kg salsa VERDE taquera al 80% de pureza en presentación de sobre de 30		\$ 11.00		333.33	\$ 3,666.67	\$ -	\$ 3,666.67	\$ 2,200	\$1,467
12	11/05/23	5	2023	CHEF DEMO	3	10 kg salsa HABANERA al 80% de pureza en presentación de sobre de 30g en		\$ 11.00		333.33	\$ 3,666.67	\$ -	\$ 3,666.67	\$ 2,200	\$1,467
13	18/05/23	5	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Molinda y empaque de 30 kg de canela con etiqueta Alalba	080523-01	\$ 222.00	\$ 177.17	30.00	\$ 6,660.00	\$ -	\$ 6,660.00	\$ 5,315	\$1,345
14	29/05/23	5	2023	CHEESE PIZZA	1	Ajo deshidratado granulado	250523-00	\$ 120.00		50.00	\$ 6,000.00	\$ -	\$ 6,000.00	\$ 3,600	\$2,400
15	07/06/23	6	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Naranja granulada	070423-00	\$ 75.00		9.00	\$ 675.00	\$ -	\$ 675.00	\$ 405	\$ 270
16	14/06/23	6	2023	DESDE QUE DIOS AMANECE	1	Naranja confitada en rebanadas		\$ 350.00		1.70	\$ 595.00	\$ -	\$ 595.00	\$ 357.00	\$ 238

Fuente: Elaboración propia.

Realización del estado de resultados, indicadores financieros y reportes de ventas

Estado de resultados

Con la información financiera existente y la generada a través de la base de datos el primer paso de esta actividad consistió en elaborar un estado de resultados desde marzo hasta la actualidad, siendo este el periodo de ventas bajo la empresa de LASA alimentos y no bajo DAMA.

Imagen #9. Estado de resultados LASA alimentos

LASA Alimentos
Estado de Resultados
A partir del 06/03/2023

Ventas Totales	\$	107,977
(+) Otros Ingresos	\$	-
(=) Total Ingresos	\$	107,977
(-) Costo de Ventas	\$	68,784
(=) Utilidad Bruta	\$	39,193
(-) Gastos de Operación	\$	90,000
Gastos de Venta	\$	64,000
Gastos de Administración	\$	26,000
(=) Utilidad de Operación	-\$	50,807
(-) Gastos Financieros	\$	-
(+) Ingresos Financieros	\$	-
(=) Utilidad antes de impuestos	-\$	50,807
Impuestos	\$	-
(=) Utilidad Neta	-\$	50,807

Gastos de venta		Gastos de administración	
Mantenimientos Gene	\$ 4,000.00	Fletes/Gasolina	\$ 6,500.00
SAT	\$ 6,000.00		
Seguro Social	\$ 6,000.00		

Gastos mensuales	\$ 16,000.00	\$ 6,500.00
Gastos de marzo, abr	\$ 64,000.00	\$ 26,000.00

Fuente: Elaboración propia.

Los espacios que se muestran vacíos por el momento no hay información que pueda ser utilizada, se exponen como recomendación para que la empresa diversifique sus ingresos y pueda reconocerlos en cuánto lo haga, además actualmente la empresa tiene beneficios fiscales y no paga ISR.

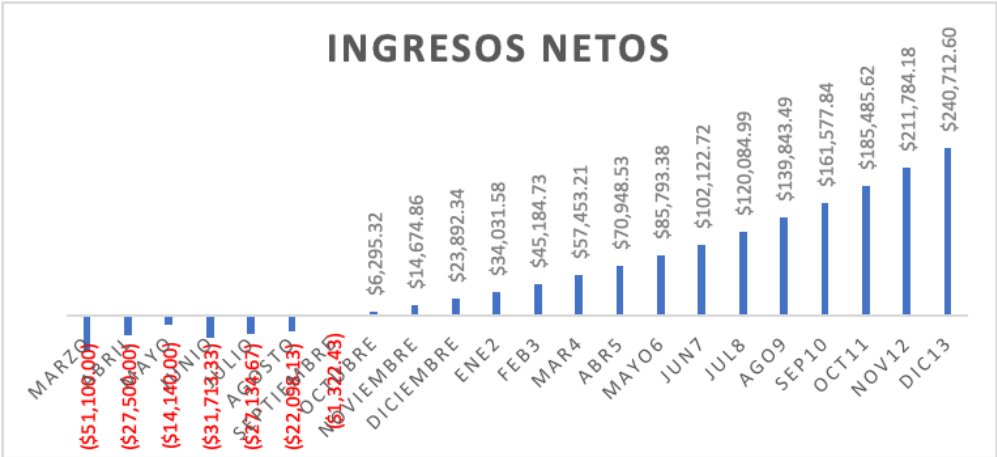
Como se puede observar la empresa por el momento presenta pérdidas, lo cuál es normal por el momento en el que se encuentra en el ciclo de vida de la empresa, ya que al estar en una etapa inicial se requieren inversiones fuertes y los gastos de operación son mayores a la utilidades brutas que genera la empresa. Lo ideal es que en un corto plazo este volumen de ventas pueda ser el suficiente para cubrir los gastos operativos y los pagos del capital social, acortando el periodo de retorno de inversión.

Flujo de efectivo

Tomando en cuenta el flujo de efectivo elaborado previamente por la empresaria para contemplar el tiempo en el que retornaría su inversión esto es normal. Ella invirtió en este negocio junto con sus socios 5.6 mdp aproximadamente por lo que se tiene que contemplar el retorno de la inversión, así como el interés que generarán los accionistas por invertir su dinero en este proyecto. Sin contemplar efectos inflacionarios y la tasa de interés la inversión tardaría en retornar aproximadamente

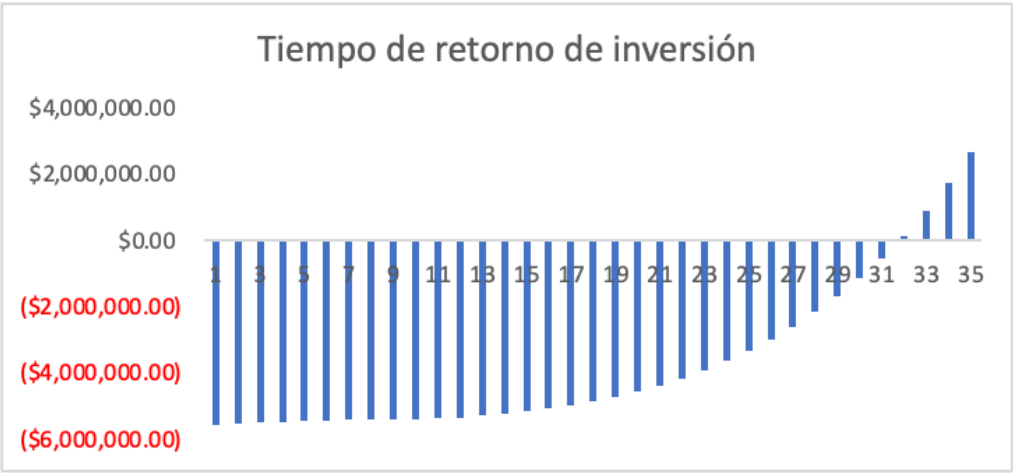
32 meses, contemplando la tasa de rendimiento tardaría 48 meses y contemplando el efecto inflacionario tardaría aproximadamente 6 meses más.

Imagen #10. Ingresos netos LASA



Fuente: Información proporcionada por la empresa.

Imagen #11. Retorno de inversión de LASA



Fuente: Información proporcionada por la empresa.

Punto de equilibrio

Se puede observar en la imagen una tabla donde se desglosa el punto de equilibrio de cada uno de los productos que ha vendido LASA desde agosto del 2022. En la última columna se encuentra el resultado de cada uno de los productos expresado en %, dicho porcentaje representa cuánto de las unidades vendidas está cubierto por el punto de equilibrio. Por ejemplo, en la primera fila con el producto de “Chile mortajado para Pizza” se vendieron 90 unidades, en el caso de este producto su punto de equilibrio es de 46 unidades, por lo que dentro del total de las 90 unidades vendidas el 51% representa el punto de equilibrio del producto, por lo que el 49% de lo vendido ya representa una ganancia bruta para la empresa.

Con esta información se puede observar que todos los productos venden más de su punto de equilibrio por lo que son rentables. El menos rentable de la lista de productos sería el “Ajo 100% pureza malla 20”, en el cual, de todas sus unidades vendidas su punto de equilibrio representa el 79%, dejando un pequeño margen de unidades vendidas que generan utilidad.

Imagen #12. Punto de equilibrio de los productos de LASA alimentos

Lista de Productos	Unidad de medida	Ventas totales por tipo de producto	Precio promedio por tipo de producto	Unidades Vendidas	Costos Totales	Costos Fijos	Costos Variables	Punto de Equilibrio por Producto (En Unidades)	Punto de Equilibrio por Producto (En Pesos)	% Del Punto de Equilibrio
Chile mortajado para pizza	kg	\$ 17,550.00	\$ 195.00	90.00	\$ 10,530.00	\$ 7,371.00	\$ 3,159.00	46.10	\$ 8,989.02	51%
Naranja confitada en rebanadas	kg	\$ 6,541.50	\$ 350.00	18.69	\$ 4,525.00	\$ 3,167.50	\$ 1,357.50	11.42	\$ 3,996.95	61%
Taranja confitada en rebanadas	kg	\$ 5,585.30	\$ 306.25	16.96	\$ 3,951.28	\$ 2,765.90	\$ 1,185.38	11.70	\$ 3,583.92	69%
Limón confitado en rebanadas	kg	\$ 1,050.00	\$ 350.00	3.00	\$ 630.00	\$ 441.00	\$ 189.00	1.54	\$ 537.80	51%
Ajo deshidratado granulado	kg	\$ 18,000.00	\$ 120.00	150.00	\$ 10,800.00	\$ 7,560.00	\$ 3,240.00	76.83	\$ 9,219.51	51%
Tomatillo deshidratado en polvo	kg	\$ 440.00	\$ 220.00	2.00	\$ 264.00	\$ 184.80	\$ 79.20	1.02	\$ 225.37	51%
Ajo granulado	kg	\$ 5,995.00	\$ 85.00	65.50	\$ 3,597.00	\$ 2,517.90	\$ 1,079.10	36.74	\$ 3,123.25	56%
Salsa tapatia (roja)	kg	\$ 700.00	\$ 350.00	2.00	\$ 420.00	\$ 294.00	\$ 126.00	1.02	\$ 358.54	51%
Salsa regia (verde)	kg	\$ 251.00	\$ 251.00	1.00	\$ 150.60	\$ 105.42	\$ 45.18	0.51	\$ 128.56	51%
Sobres de jugo verde premium con dise	kg	\$ 10,500.00	\$ 14.00	750.00	\$ 6,300.00	\$ 4,410.00	\$ 1,890.00	384.15	\$ 5,378.05	51%
Jugo verde premium a granel	pz	\$ 900.00	\$ 300.00	3.00	\$ 540.00	\$ 378.00	\$ 162.00	1.54	\$ 460.98	51%
Ajo en polvo en bote de 0.49 kg con e	kg	\$ 1,799.20	\$ 69.20	26.00	\$ 1,079.52	\$ 755.66	\$ 323.86	13.32	\$ 921.54	51%
Chile quebrado para pizza en sobres d	kg	\$ 10,000.00	\$ 0.50	20,000.00	\$ 6,000.00	\$ 4,200.00	\$ 1,800.00	10,243.90	\$ 5,121.95	51%
Chile 100% guajillo malla 10 primera	kg	\$ 6,727.50	\$ 195.00	34.50	\$ 4,036.50	\$ 2,825.55	\$ 1,210.95	17.67	\$ 3,445.79	51%
Maquila molienda, empacado y etiquet	kg	\$ 11,900.00	\$ 11,900.00	1.00	\$ 7,140.00	\$ 4,998.00	\$ 2,142.00	0.51	\$ 6,095.12	51%
Chile quebrado en porción de 1g en pa	kg	\$ 26,000.00	\$ 0.50	52,000.00	\$ 15,600.00	\$ 10,920.00	\$ 4,680.00	26,634.15	\$ 13,317.07	51%
Piña deshidratada al 12% de humedad	kg	\$ 2,944.50	\$ 750.00	3.93	\$ 2,355.60	\$ 1,648.92	\$ 706.68	2.89	\$ 2,169.63	74%
Ajo 100% pureza malla 20	kg	\$ 3,675.00	\$ 105.00	35.00	\$ 3,094.70	\$ 2,166.29	\$ 928.41	27.61	\$ 2,898.55	79%
Maquila formulación, envasado y etiqu	kg	\$ 11,000.00	\$ 110.00	100.00	\$ 6,600.00	\$ 4,620.00	\$ 1,980.00	51.22	\$ 5,634.15	51%
Embalsado jugo verde pureza al 50% c	pz	\$ 10,000.00	\$ 100.00	100.00	\$ 6,000.00	\$ 4,200.00	\$ 1,800.00	51.22	\$ 5,121.95	51%
Chile troceado para pizza 100% purez	kg	\$ 1,300.00	\$ 130.00	10.00	\$ 780.00	\$ 546.00	\$ 234.00	5.12	\$ 665.85	51%
10 kg salsa ROJA ranchera al 80% de	kg	\$ 3,666.67	\$ 11.00	333.33	\$ 2,200.00	\$ 1,540.00	\$ 660.00	170.73	\$ 1,878.05	51%
10 kg salsa VERDE taquera al 80% de	kg	\$ 3,666.67	\$ 11.00	333.33	\$ 2,200.00	\$ 1,540.00	\$ 660.00	170.73	\$ 1,878.05	51%
10 kg salsa HABANERA al 80% de pur	kg	\$ 3,666.67	\$ 11.00	333.33	\$ 2,200.00	\$ 1,540.00	\$ 660.00	170.73	\$ 1,878.05	51%
Molienda y empacado de 30 kg de car	kg	\$ 6,660.00	\$ 222.00	30.00	\$ 5,315.10	\$ 3,720.57	\$ 1,594.53	22.03	\$ 4,891.75	73%

Ventas Totales \$ 170,519.00

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores financieros

Imagen #13. Indicadores de eficiencias operativas de LASA

Eficiencias operativas		Marzo	Abril	Mayo	Junio
Rotación de inventarios	Costo de ventas / Inventarios	10.48	19.11	9.84	0.44
Días de rotación de inventarios	Días del periodo / rotación inventarios	35	19	37	826
Rotación de cuentas por cobrar	Ventas / Cuentas por cobrar	6.03	17.7	8.49	0.42
Periodo promedio de cobro	Días del periodo / Rotación de cxc	61	21	43	862
Rotación promedio de pago	Costo de ventas / Cuentas por pagar	3.62	6.59	3.39	0.15
Días promedio de pago	Días del periodo / Rotación de cxc	101	55	108	2395
Ciclo operativo	Días cxc + Días inventario	95	40	80	1689
Ciclo financiero	Ciclo operativo - Días cxc	-6	-16	-27	-706
Rentabilidad					
ROE	Utilidad neta/ Capital contable	8.67%	17.36%	7.34%	0.44%

Fuente: Elaboración propia.

*Nota: El mes de junio no tiene la suficiente información de ventas para poder ser considerado dentro de este análisis, por lo que sólo se contemplarán los meses de marzo a mayo.

Para el análisis de los indicadores financieros de la empresa se tomó muy poca información pero que es la suficiente para poder establecer ciertas políticas en pro del entorno financiero en cuanto a la producción de la empresa.

Para la rotación de inventarios lo óptimo es buscar aumentar la rotación y que por ende disminuyan los días de inventario, ya que el tiempo en inventarios es costoso, a medida que se tarda la empresa en vender ese producto terminado se generan mayores costos que no se contemplan en el punto de equilibrio del producto. Contemplando el giro del negocio y que la producción se basa en el secado de los alimentos se debe contemplar el factor estacional, por lo que en tiempo de lluvias normal sería que esta rotación fuera menor por el volumen de inventarios.

Utilizando el ejemplo de marzo, aquí se obtuvo una rotación de 10.48, es decir que en un escenario de 1 año se vendería 10 veces el valor del inventario, esto en días serían 35, es decir que cada 35 días se vendería el inventario completo y se necesitaría producir nueva mercancía. Como se analizaba en los reportes de ventas, abril es el mes

con mejores resultados en 2023, por lo que aquí se puede ver que la rotación de inventarios se vio beneficiada, aumentando a 19.11 y disminuyendo los días de inventario a 19.

Esta misma lógica se utiliza para la rotación de cuentas por cobrar, a medida de que la rotación es mayor significa que se tiene más dinero invertido en el financiamiento de los clientes, en este caso lo más óptimo sería que fuera mayor esta cantidad y menor los días promedio de cuentas por cobrar, ya que esto denota la rapidez que tiene la empresa para convertir en efectivo lo que le deben sus clientes, a medida de que esta rotación es menor quiere decir que la empresa es lenta para cobrarle a sus clientes y esto podría ocasionar un problema de liquidez.

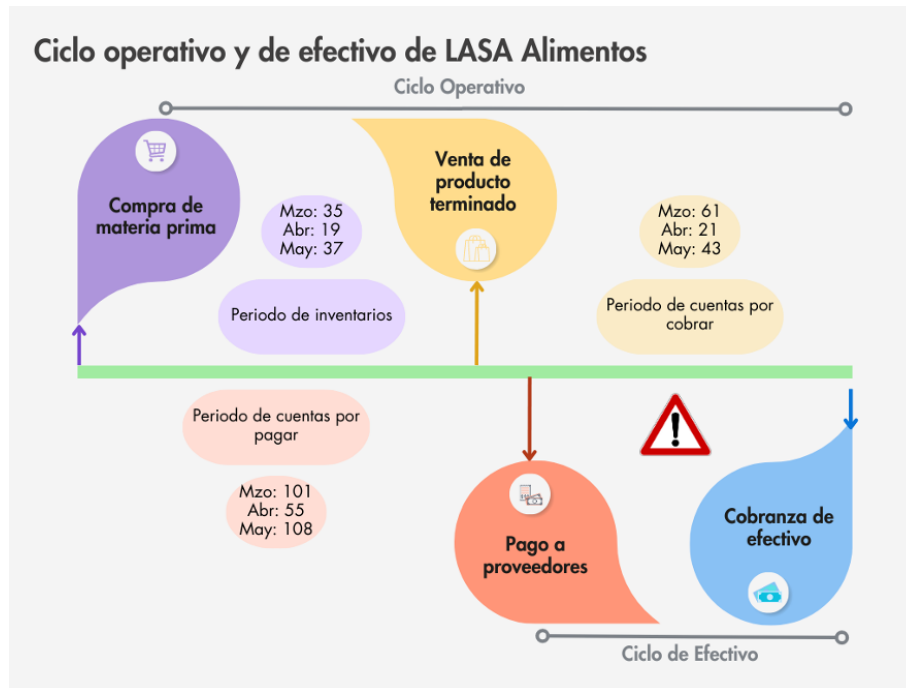
Para el caso de la rotación de cuentas por pagar (proveedores) la lógica es inversa, lo que se espera de esta rotación es que sea menor para que así el periodo de pago sea mayor. Cuando se tiene una buena negociación con los proveedores se espera que como mínimo ofrezcan un plazo mayor de pago que el que la empresa les otorga a sus clientes, esto para poder tener liquidez y eficientar el efectivo para financiar el capital de trabajo de la empresa.

El capital de trabajo es todo aquello en lo que la empresa debe invertir en el corto plazo para que el negocio funcione, como la compra de materias primas, pagos de salarios, cubrir gastos fijos etc.

Como se puede observar en el indicador del ciclo de efectivo de la empresa, está en negativo, por lo que se tiene un problema de liquidez y de una posible insuficiencia para cubrir el capital de trabajo.

En el caso del indicador de rentabilidad que es el ROE, podemos ver que, hasta la parte de la utilidad bruta, sin contemplar gastos administrativos y de ventas de la empresa es rentable. Contemplando estos gastos la empresa no es rentable también por el factor de la inversión inicial que se tiene que pagar.

Imagen #14. Ciclo operativo y de efectivo de LASA Alimentos



Fuente: Elaboración propia.

Reportes de ventas

Con toda la información recabada de las notas de ventas, es decir, contemplando las que fueron hechas antes de la separación de DAMA Alimentos, se realizaron reportes con cortes anuales y vistas mensuales que le permiten a la empresa reconocer cuál es el comportamiento de sus ventas mes a mes y así poder reaccionar oportunamente ante alguna anomalía.

Las ventas mensuales no se comportan de manera uniforme por lo que es difícil determinar una tendencia. Los meses con mejores resultados en ingresos son noviembre y abril, en noviembre los resultados eran bajo la empresa de DAMA alimentos, posteriormente en abril ya se había completado la separación para trabajar bajo el nombre de LASA alimentos.

A comparación de 2022, en 2023 las ventas subieron significativamente, eso se puede identificar rápidamente en el número de tickets vendidos hasta lo que va de este año y las ventas promedio de cada periodo.

Imagen #15. Reportes de ventas LASA 2022-2023



Fuente: Elaboración propia.

Inventarios

Determinar el costo de los inventarios es crucial para la empresa en términos de liquidez y de operación, y más para un negocio cuya producción depende de un factor estacional como lo es el clima. En estos casos para tiempos de lluvia, es necesario desglosar los costos de la producción, así como asumir la depreciación del producto al estar en almacén, esto porque, aunque no sea un producto que caduque rápidamente si pierde propiedades alimenticias.

Como se mencionaba en las recomendaciones del indicador de la rotación de inventarios lo óptimo sería que los días de inventario no superaran al 40% de los días de financiamiento de los proveedores, pero en caso de las épocas de lluvias por el giro del negocio este porcentaje podría aumentar a un 50% o 60%.

Bajo este concepto, se trabajó de la mano con la empresaria para crear una plantilla para calcular los costos de la producción pensada para cubrir los inventarios. En esta estructura de costos los datos son muy similares a cuando se calculan los costos sobre

Imagen #16. Desglose del valor del inventario de LASA

Fuente: Elaboración propia.

Como se mencionaba anteriormente, en este proyecto con enfoque financiero se trabajó en la organización y digitalización de la estructura de costos, contemplando el cálculo de los costos por nota de venta, por producción y por lote de inventarios.

Imagen #17. Plantilla para la determinación de los costos por nota de venta

Producción Canela				
Fecha	05/05/23			
Referencia				
Nota de venta				
Descripción				
Maquila de 50 kg				
Costos				
Conceptos	C/U	Cantidad	Total	Subtotales
Insumos				\$ 940.00
Bolsas	\$ 1.56	100	\$ 156.00	
Etiquetas			\$ 204.00	
Código de barras	\$ 290.00	2	\$ 580.00	
Jornal				\$ 2,200.00
Troceado		1.5	\$ 600.00	
Molienda		2	\$ 800.00	
Empacado		1	\$ 400.00	
Etiquetado		1	\$ 400.00	
				\$ 3,140.00
Precio unitario				
50				\$ 62.80
Notas:				
Se vendió esta nota en	\$ 6,660.00			
Utilidad	\$ 3,520.00			

Fuente: Elaboración propia.

Imagen #18. Plantilla para la determinación de los costos por producción e inventarios

TOMATE ROJO en stock				
Fecha ingreso almacén	26/06/23			
Fecha de empaque	26/06/23			
Lote	Cantidad	Unidad		
TO-23177	14.7	kg		
Conversión				
kg Frescos	kg Secos	Producciones		
371.6	14.7	6		
Costos				
Conceptos	C/U	Cantidad	Total	Subtotales
Insumos				\$ 3,598.24
Luz	\$ 13.17	8	\$ 105.33	
Agua	\$ 21.57	6	\$ 129.40	
Materia Prima	\$ 9.00	371.6	\$ 3,344.40	
Maquinaria	\$ 0.68	6	\$ 4.11	
Otros gastos	\$ 30.00	0.5	\$ 15.00	
Jornal / Mano de Obra				\$ 5,700.00
Corte	\$ 100	0.25	\$ 25.00	
Lavado	\$ 100	0.25	\$ 25.00	
Secado	\$ 600	1.5	\$ 900.00	
Molienda	\$ -	0	\$ -	
Costo total de la producción				\$ 9,298.24
Costo unitario				\$ 632.53
Notas:				
Mano de obra	\$ 400.00	Jornal	\$ 50.00	día
Luz	\$ 395.00	Mes	\$ 13.17	día
Agua	\$ 647.00	Mes	\$ 21.57	día
Jabón	\$ 40.00	L	\$ 10.00	250 ml
Desinfectante	\$ 80.00	L	\$ 20.00	250 ml
Procesadora	\$ 0.68	Hora		

Fuente: Elaboración propia.

Estado de resultados y flujo de efectivo

- Buscar nuevas fuentes de ingreso en lo que se posiciona la empresa para obtener mayor utilidad. Esto puede ser a través de asesorías en materia de alimentos deshidratados o en un futuro cercano cuando se tenga mayor liquidez y efectivo con ingresos financieros derivados de inversiones temporales.
- Optimizar costos para recortar el tiempo de retorno de la inversión. Esto se puede hacer con negociaciones con proveedores, compra de materia prima bajo descuento y creando un volumen mediano de inventarios para tiempo donde la producción se complica.

Punto de equilibrio

- Todas las ventas sobrepasan el punto de equilibrio de cada producto denotando que la estructura de costos es correcta y sana para la empresa, se recomienda analizar el mismo punto de equilibrio sobre producciones más grandes y pequeñas del mismo producto para así analizar el cambio en los costos fijos y variables ya así ver si se podría mejorar este punto de equilibrio o si afectaría cuando se requiera un mayor volumen de ventas.
- Optimizar los costos fijos ya que representan el 70% de los costos totales y al tener mayor ponderación podrían afectar a producciones más grandes de un mismo producto. Se recomienda que el porcentaje sea de un 60% de costos fijos y un 40% de costos variables.
 - Conseguir descuentos con proveedores.
 - Reducir costos innecesarios.

Indicadores financieros

- Se necesita aumentar el financiamiento por parte de los proveedores para mejorar el ciclo de efectivo de la empresa y prevenir un problema de liquidez en un futuro cercano.
- Mejorar las políticas comerciales de crédito a clientes, evaluar los mejores candidatos y no darles un plazo mayor al 60% del plazo que otorgan los proveedores.
- Que los días de inventario no superen el 40% del plazo otorgado por los proveedores.
- Mejorar el margen de utilidad para que sea más rentable el negocio, para ello se necesitan aumentan las ventas, disminuir los costos o ambos.

Reportes de ventas

- Elegir una estrategia de posicionamiento, si será por costos o por diferenciación. Para esto es necesario estudiar las características de los consumidores promedio de LASA para así tener crear una estrategia eficaz.
 - En el caso de una estrategia orientada a costos se deberá optar por ofrecer precios competitivos mejorando los de la competencia. Aquí el volumen compensará la disminución del margen de utilidad por lo que se deberá crear una estrategia de mayoreo donde a medida de mayor producción se le ofrezca un mejor precio al cliente, así como buscar nuevos clientes para mantener un gran volumen de ventas.
 - En el caso de una estrategia de diferenciación primero se deberá trabajar en establecer la propuesta de valor de la marca entendiendo cuáles son los atributos que percibe el consumidor que generan valor para DAMA, al entender dichos atributos se deberá analizar que es lo que la diferencia de la competencia y enfocarse en aquellos que sean diferentes. Para esta estrategia es fundamental transmitir al consumidor todos estos atributos para que esté dispuesto a pagar un precio justo, no

necesariamente barato, por ellos. Así no se castigaría el margen de utilidad y no sería necesario un gran volumen de ventas.

- Generar información histórica documentada de al menos 3 años completos para poder generar pronósticos de ventas confiables, estos se pueden realizar desde una herramienta simple como Excel o en una más compleja como R Studio.
- En cuánto la frecuencia de ventas sea mayor generar análisis del reporte de ventas con visualizaciones semanales para así poder reaccionar oportunamente ante un comportamiento atípico en los clientes.

Inventarios

- Tener prácticas de manufactura de primeras entradas y salidas para evitar depreciaciones en el producto.
- Producciones programadas para rotar el inventario.

Costos y depreciación

- Identificar los costos fijos y variables y clasificarlos.
- Prorratar los costos fijos a través de ponderaciones y no de forma equitativa.
- Realizar el mismo proceso de determinación de costos en distintas producciones del mismo producto con distintos volúmenes para determinar una política de precios con enfoque mayorista y minorista.

FASE 3

WhatsApp Business

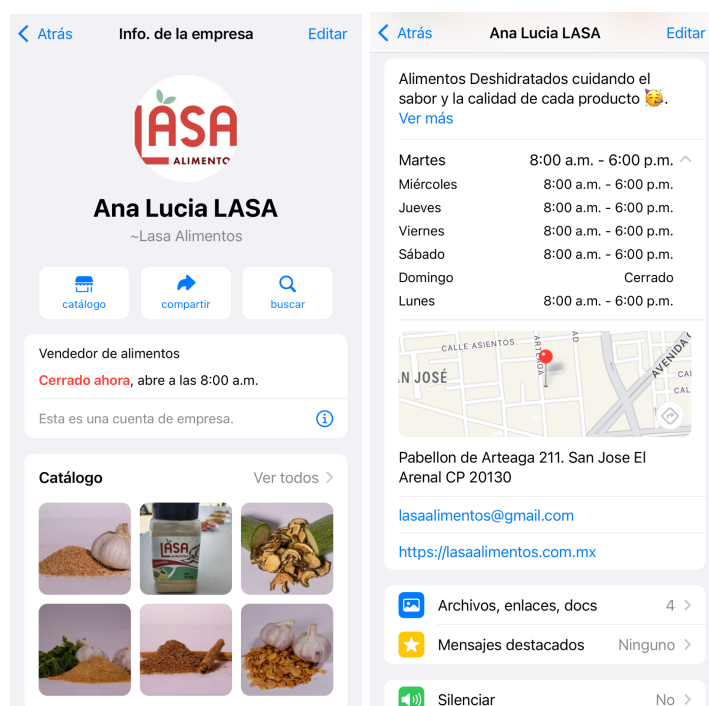
Realización de la estrategia comercial para la empresa a través de Whatsapp Business

Como parte de la estrategia de comercialización se decidió que la mejor herramienta para poder vincularlo en el ecosistema de redes sociales y el sitio web sería WhatsApp Business, también considerando el hecho de que el mercado al que va dirigido LASA Alimentos es B2B.

Para implementar esta estrategia fue necesario aperturar una cuenta en WhatsApp Business y configurarla para que mostrara toda la información de la empresa en términos de comunicación como es el horario de atención, el catálogo de producto, mensajes preestablecidos de bienvenida y cuando se envíe un mensaje fuera de la hora o día de atención.

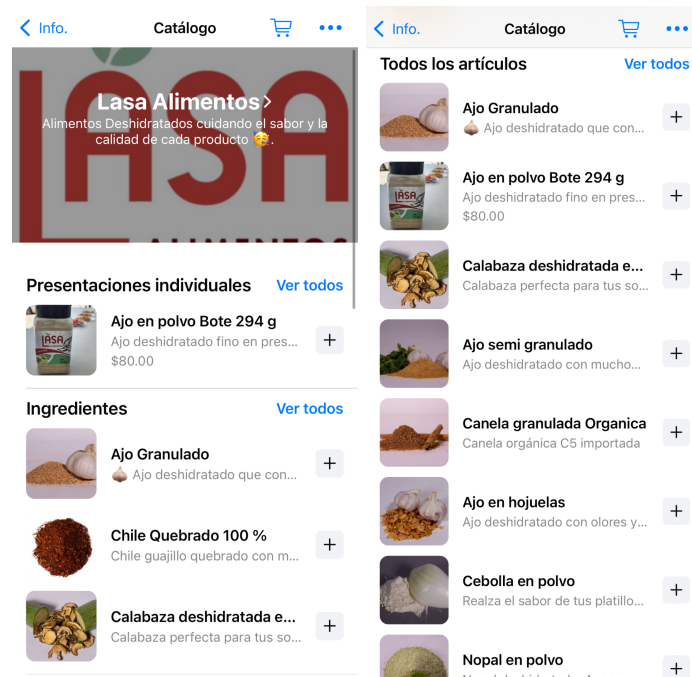
Además se le brindó a la empresa una asesoría por parte del equipo PAP en conjunto a la Mtra. Pilar Cintra para que la estrategia de WhatsApp tuviera un enfoque “Call to Action” para el cliente.

Imagen #19. Información de LASA en WhatsApp Business



Fuente: WhatsApp Business de LASA Alimentos.

Imagen #20. Catálogo de productos de LASA en WhatsApp Business



Fuente: WhatsApp Business de LASA Alimentos.

Estrategia de redes sociales

Realización del calendario de contenidos

Se realizó un calendario de contenidos para redes sociales, con la finalidad de planificar y organizar de manera estratégica la creación y publicación de contenido en diferentes plataformas y canales de comunicación. Gracias al calendario de contenidos se pudo definir y programar con anticipación los temas, formatos y fechas de publicación de contenido.

Previo al calendario de contenidos se revisaron los pilares de comunicación de la estrategia de marketing digital desarrollada por el equipo PAP anterior, además del análisis del buyer persona.

Los objetivos de marketing digital son:

- Dar a conocer la marca Lasa Alimentos, así como los beneficios y calidad de los productos por medio de la apertura de sus perfiles en las redes sociales
- Enfocar las publicaciones del Target definido por Lasa Alimentos
- Realizar un calendario de contenidos para un mes

Buyer persona

Hombres y mujeres de 24 a 60 años con un nivel socioeconómico C y C + que estén ubicados en la zona metropolitana de Guadalajara y que estén vinculados a empresas de la industria alimentaria (compra venta y elaboración de alimentos). Puestos: dirección general, gerente de compras, administración.

Imagen #21. Calendario de contenidos

CALENDARIO DE CONTENIDO DE REDES SOCIALES										
Semana	Día	Hora	Objetivo	Red Social	Estado	Copy	Hashtags	Tipo de formato	Tipo de contenido	
51 (Mes)	lunes 12 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	Descubre el sabor y la frescura de nuestros alimentos deshidratados! 🥬🍅 Conoce cómo nuestros productos pueden transformar tus recetas en verdaderas obras maestras. #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
	martes 13 junio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	Descubre la frescura que dura: nuestros alimentos deshidratados tienen una vida útil extendida sin comprometer su sabor y calidad. ¡Siempre listo para disfrutar! 🍌🍌 #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
	miércoles 14 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	¿Sabías que nuestros alimentos deshidratados conservan hasta un 90% de sus sabores? 🍌🍌 Celebremos deshidratados en todos los sentidos. #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
	jueves 15 junio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	¡Juntos en la cocina con nuestros alimentos deshidratados! 🍌🍌 Descubre nuevas recetas y crea platos gourmet con ingredientes de calidad superior. ¡No te quedes atrás! #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
52	lunes 19 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	Descubre el secreto de los chefs: nuestros alimentos deshidratados. 🍌🍌 Potencia el sabor de tus preparaciones con ingredientes de calidad premium. ¡Procesa de verdad los alimentos! #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
	martes 20 junio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	¡Dile adiós a los alimentos favoritos en cualquier momento! Nuestros productos deshidratados te permiten tener una despensa abastecida con opciones deliciosas que duran meses. 🍌🍌 #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
	viernes 23 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	¿Quieres reducir el desperdicio de alimentos en tu cocina? 🍌🍌 Con nuestros productos deshidratados, aprovechas al máximo los ingredientes y contribuyes al cuidado del medio ambiente. ¡Respetar es priorizar! #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		
	domingo 25 junio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	Optimiza tu rutina de bienestar con nuestros alimentos deshidratados de calidad premium. 🍌🍌 Descubre cómo nuestros productos pueden mejorar la eficiencia y la rentabilidad de tu negocio. #LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	#LasaAlimentos #AlimentosSustentables #Innovación #Deshidratados #Respecto	Imagen		

S3	jueves 26 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	¿Necesitas ingredientes duraderos y versátiles para tus productos? 🌱 Nuestros alimentos deshidratados son la solución perfecta para la industria alimentaria. ¡Presencia tus recetas con nuestro sabor y calidad! #asa #asalimentos #alimentos #alimentos saludables #deshidratados #respetos #respeto #naturales #imagen		
	viernes 27 junio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	¿Necesitas abastecer tu negocio con ingredientes de calidad? Descubre nuestra línea de alimentos deshidratados al mayor precio. Calidad, frescura y precios competitivos, todo en un solo lugar! ¡Cámbiate a Lasa!	#nuevo, #alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto	
	jueves 26 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	¿Somos tu aliado en la industria alimentaria? 🍌! Descubre cómo nuestros alimentos deshidratados pueden mejorar los procesos de producción y ofrecer productos de alta calidad a tus clientes.	#ASAAlimentos #Alimentos #Alimentos saludables #Deshidratados #Respetos #Respeto #naturales #imagen	
	domingo 2 julio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	¿Buscas ingredientes saludables y de larga duración para tus productos? 🍌 Nuestros alimentos deshidratados cumplen con los estándares más altos de calidad y son perfectos para la elaboración de alimentos y bebidas saludables. ¡Cámbiate a Lasa!	#ASAAlimentos #Alimentos #Alimentos saludables #Deshidratados #Respetos #Respeto #naturales #imagen	

S4	jueves 26 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	¡Innova en tus productos con nuestros alimentos deshidratados! 🍌 Descubre nuevas oportunidades de mercado y sorprende a tus clientes con sabores únicos y opciones innovadoras.	#ASAAlimentos #Alimentos #Alimentos saludables #Deshidratados #Respetos #Respeto #naturales #imagen	
	viernes 27 junio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	¿Gana en conveniencia y calidad! Nuestros alimentos deshidratados al mayor precio son fáciles de almacenar, transportar y utilizar en grandes cantidades. Simplifica tu proceso de abastecimiento y sorprende a tus clientes. ¡Qué quédate!	#nuevo, #alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos #Alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
	jueves 26 junio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	Programado	Asegura la frescura y la calidad de tus productos con nuestros alimentos deshidratados. 🍌 No más preocupaciones por la vida útil de tus ingredientes. ¡Ofrece productos de alta calidad en todo momento! ¡Cámbiate a Lasa!	#ASAAlimentos #Alimentos #Alimentos saludables #Deshidratados #Respetos #Respeto #naturales #imagen	
	domingo 2 julio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	Programado	Aumenta la rentabilidad de tu negocio con nuestros alimentos deshidratados. 🍌 Descubre cómo nuestras soluciones pueden ayudarte a reducir costos y mejorar tus márgenes de beneficio.	#ASAAlimentos #Alimentos #Alimentos saludables #Deshidratados #Respetos #Respeto #naturales #imagen	

S5	jueves 12 julio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	no Programado	Nuestras opciones de alimentos deshidratados al por mayor se destacan por su facilidad de almacenamiento, transporte y uso en grandes cantidades.	#alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
	viernes 13 julio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	no Programado	En Lasa te garantizamos el delicioso sabor y la alta calidad en cada alimento deshidratado que producimos.	#nuevo, #alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos #Alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
	jueves 12 julio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	no Programado	Nos comprometemos a brindar soluciones confiables y deliciosas que conserven la frescura, los nutrientes y el sabor de los alimentos.	#alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
	domingo 16 julio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	no Programado	Ofrecemos ingredientes funcionales con el servicio que te mereces, cuidando cada detalle en todos nuestros procesos, para conservar el sabor en tus productos.	#nuevo, #alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	

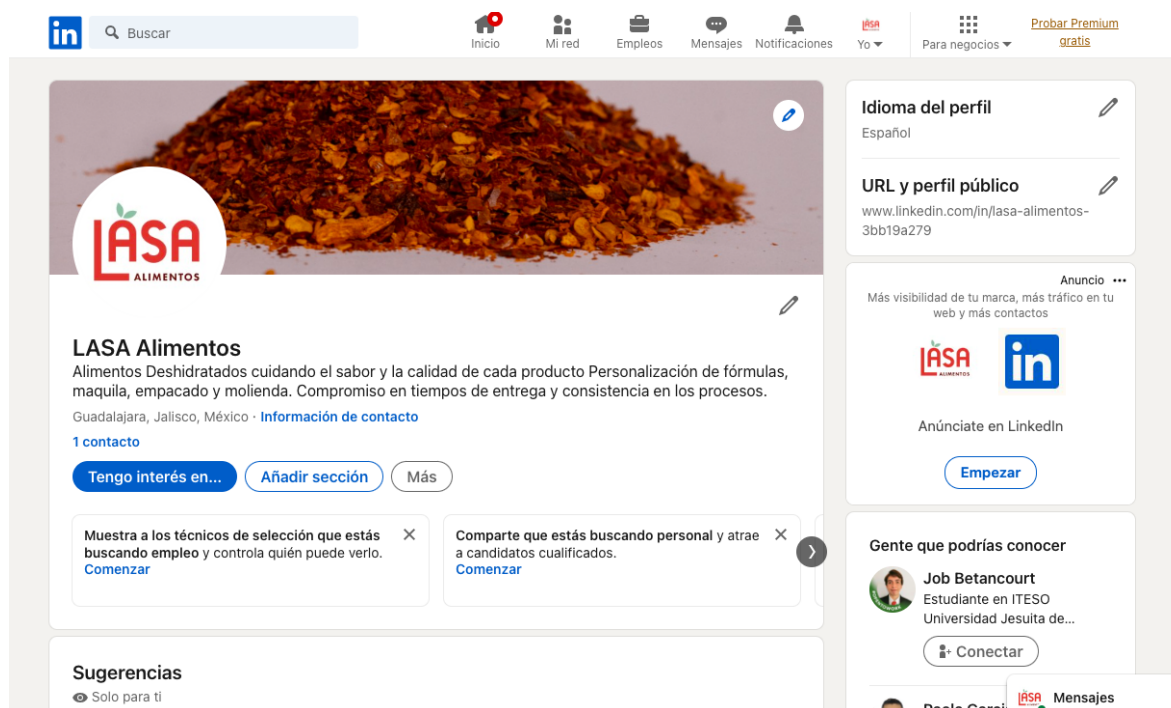
	jueves 17 julio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	no Programado	En Lasa somos expertos en deshidratación y formulación personalizada. Además de la larga duración de nuestros productos.	#alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
	viernes 18 julio	12:00 pm	Engagement	Instagram/Facebook	no Programado	Expertos en la deshidratación de frutas, verduras y hierbas. Te ayudamos a transformar tus recetas con nuestros productos.	#nuevo, #alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
	jueves 17 julio	12:00 pm	Engagement	LinkedIn	no Programado	Lasa es una empresa comprometida y responsable. Nos enfocamos en la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente.	#alimentos, #vidasaludable, #natural, #respeto #naturales #deshidratados #ASAAlimentos, #alimentos saludables #frutas #deshidratadas #respeto #respeto #naturales #imagen	
								

Fuente: Elaboración propia..

Creación de perfiles en LinkedIn, Instagram y Facebook

Se crearon perfiles a LASA en distintas redes sociales con el fin de establecer una presencia en éstas y permitir a la empresa aumentar su visibilidad y construir una marca sólida en línea. Además de promover los productos y servicios, compartir contenido relevante y atraer a usuarios interesados en LASA.

Imagen #22. Perfil de LinkedIn



Fuente: LinkedIn.

Imagen #23. Perfil de Instagram



Fuente: Instagram.

Imagen #24. Perfil de Facebook



Fuente: Facebook.

Realización de publicaciones del contenido en redes sociales

Se realizaron publicaciones para los contenidos en redes con el fin de A través de post de contenido relevante y de calidad, la empresa pueda demostrar su conocimiento y experiencia en su industria, también, dar a conocer la marca y los productos de LASA.

Imagen #25. Publicaciones para redes



Ingredientes saludables y de larga duración



Fresa deshidratada
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

Ingredientes saludables y de larga duración



Canela molida
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

Alimentos deshidratados para reducir desperdicios



Betabel en polvo
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

Potencia el sabor de tus preparaciones...



Cebolla en polvo
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

LASA
ALIMENTOS

Proceso de secado
(imagen ilustrativa)



Descubre el secreto de los chefs
Calidad de ingredientes y procesos...

Canela en polvo
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS



Frescura y calidad premium

Conserva el máximo sabor de los alimentos...



Chile deshidratado
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

Delicias saludables



Fresa deshidratada
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

Alimentos fáciles de almacenar



Mezcla deshidratada
(imagen ilustrativa)

LASA
ALIMENTOS

LASA
ALIMENTOS

Sabores únicos



Tomate deshidratado
(imagen ilustrativa)



Fuente: Elaboración propia.

Métricas de contenido

Se realizaron las métricas de contenido con el fin de medir y evaluar el rendimiento de las estrategias de contenido implementadas en redes. Estas métricas proporcionan datos cuantitativos y cualitativos que permiten analizar el impacto de contenido en relación con los objetivos de marketing.

Los objetivos establecidos principalmente fueron tres:

La creación de perfiles de LinkedIn, Facebook e Instagram para hacer presencia en el mercado.

La creación de un calendario de contenido en donde se establecieran la frecuencia, objetivo, y público de estas publicaciones.

Y por último enfocarnos en un Target definido, que es el mercado meta de esta empresa.

Todos los objetivos fueron logrados, además de materiales de diseño extras para una mejor difusión en las diferentes áreas, en este caso a empresarios

Imagen #26. Métricas LinkedIn

Análisis de la publicación

LASA Alimentos ha publicado esto · 1 día



¡Gana en conveniencia y calidad! Nuestros alimentos deshidratados al mayoreo son fáciles de almacenar, transportar y utilizar en grandes cantidades. Simplifica tu proceso de abaste...

... mostrar más

Descubrimiento

2 Impresiones

Interacciones

Reacciones	0 →
Comentarios	0 →
Veces compartido	0 →

Información detallada de las visualizaciones



No hay suficientes impresiones únicas

Te mostraremos la información detallada de las impresiones cuando alcances al menos 25 impresiones.

Publicaciones con mejor rendimiento

En función de las impresiones en los últimos 7 días

LASA Alimentos ha publicado esto · 2 días  ¡Innova en tus productos con nuestros alimentos deshidratados! Descubre nuevas oportunidades de mercado y sorprende a tus clientes con sabores únicos y opciones innovadoras. Pr... ... mostrar más	▲ 9 Impresiones
LASA Alimentos ha publicado esto · 1 día  ¡Gana en conveniencia y calidad! Nuestros alimentos deshidratados al mayoreo son fáciles de almacenar, transportar y utilizar en grandes cantidades. Simplifica tu proceso de abastecimiento y... ... mostrar más	▲ 6 Impresiones
LASA Alimentos ha publicado esto · 6 días  ¡Somos tu aliado en la industria alimentaria! Descubre cómo nuestros alimentos deshidratados pueden mejorar tus procesos de producción y ofrecer productos de alta calidad a tus cli... ... mostrar más	▲ 4 Impresiones

Mostrar más →

Fuente: LinkedIn.

Imagen #27. Métricas Instagram

Tu resumen de la semana pasada



Dedica un momento a revisar la actividad y las estadísticas del 25 de jun - 1 de jul.

Tu actividad

Publicaste 2 contenidos la semana pasada.

 **2** Publicaciones de Instagram

 **0** Historias de Instagram

Tus objetivos

Define tus objetivos comerciales, realiza un seguimiento del progreso y consulta consejos que te ayudarán a completarlos.

[Empezar](#)

Tus resultados

Conoce el alcance de Instagram en la última semana.

Total de la última semana

2



 Alcance de Instagram 

Crecimiento de tu público

Comparte contenido hoy mismo para interactuar con tu comunidad.

Total de la última semana

0

 Nuevos seguidores de Instagram



[Ver todas las estadísticas](#)

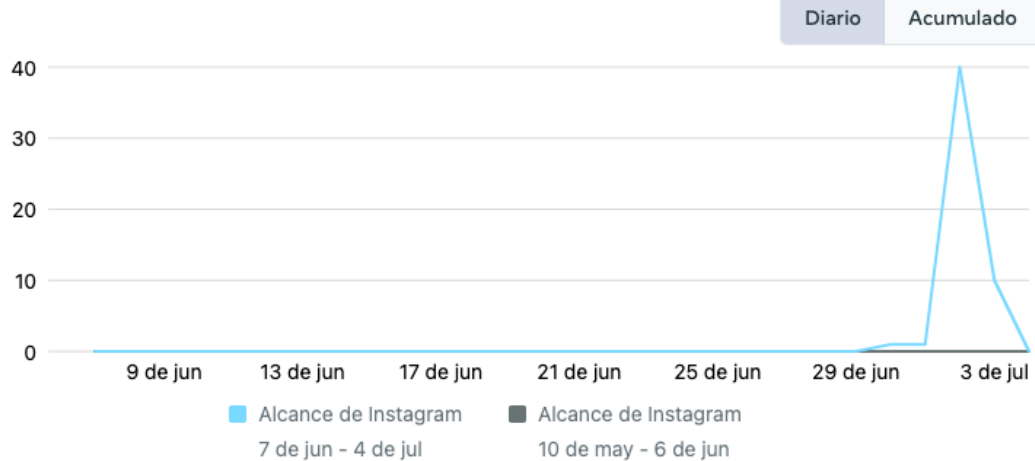
Alcance

Compara el alcance de este período con el anterior.

 Consulta más información sobre el rendimiento de tu contenido

Alcance de Instagram

52  100%



Cómo ampliar tu alcance

Publica con frecuencia y regularidad

 Publicaciones realizadas 

6  100%

 Historias publicadas 

0 0%

Crear publicación



Mejora la interacción con tu contenido

 Mediana de Me gusta, comentarios y veces que se compartieron las publicaciones 

2

 Mediana de respuestas y contenido compartido de las historias 

--

Estas estadísticas se basan en tus historias y publicaciones más recientes.

[Ver consejos para mejorar el contenido](#)

Llega a más personas con un anuncio

 Alcance pagado de Instagram 

--

Crear anuncio

Seguidores de Instagram ⓘ

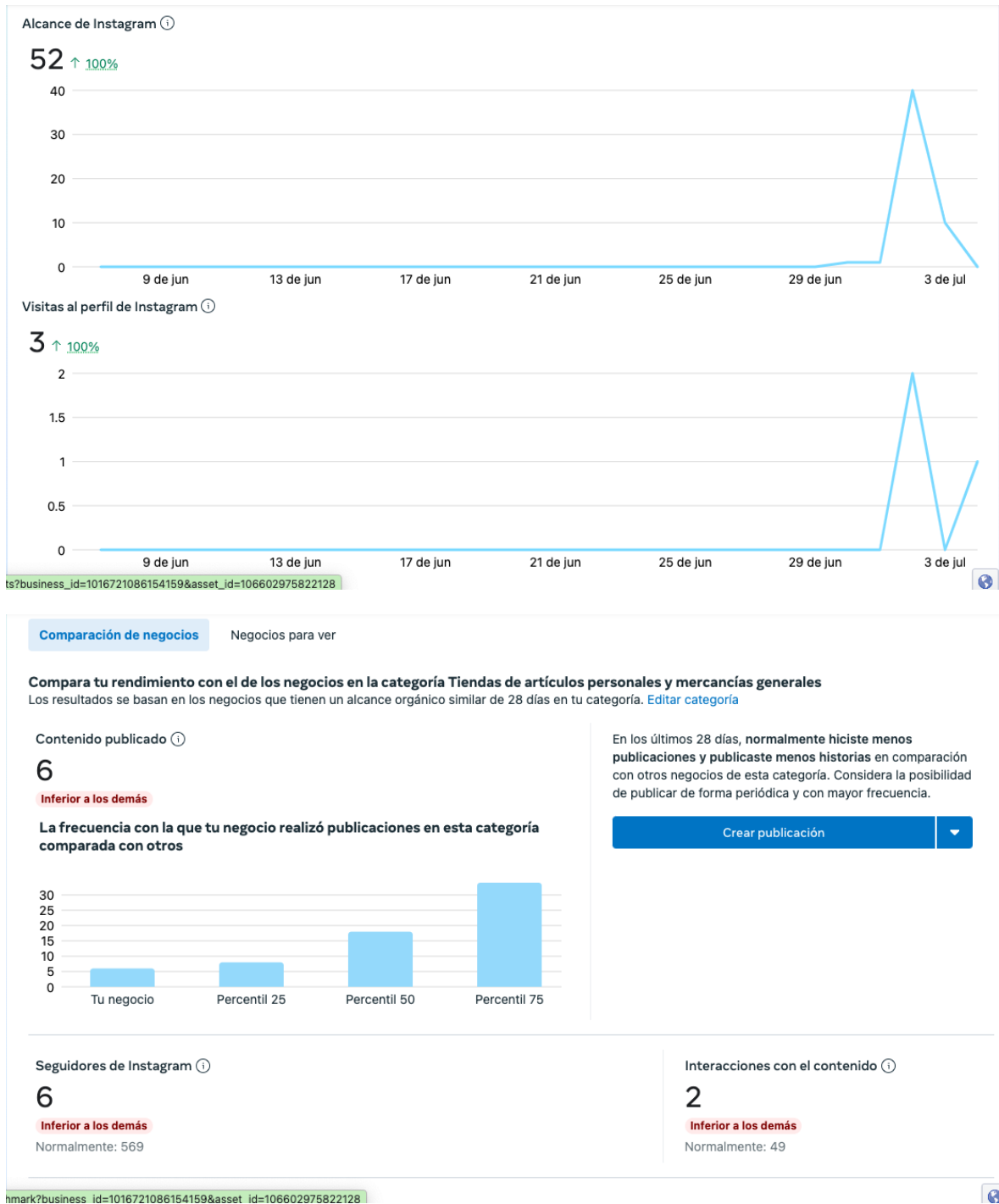
6

Edad y sexo



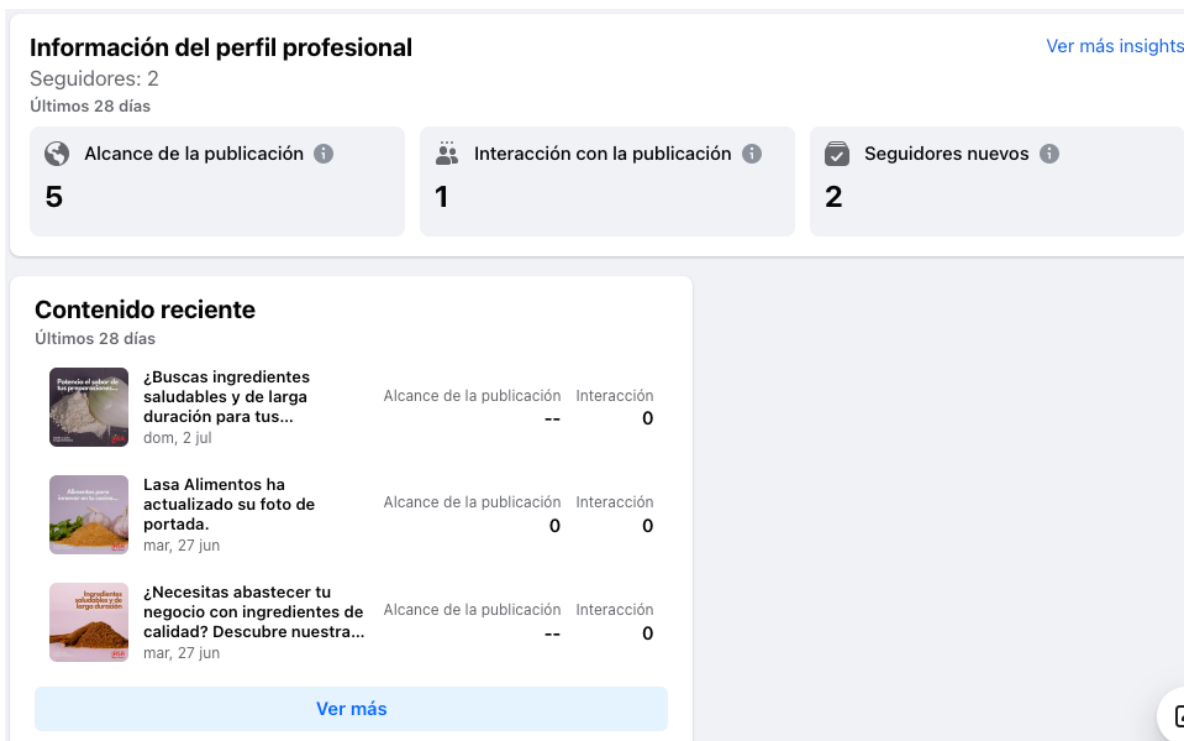
Debes tener 100 seguidores para ver estos datos demográficos

Para proteger la privacidad de las personas a las que les gusta tu página, esta debe tener al menos 100 seguidores en Instagram para que puedas ver estas estadísticas.



Fuente: Instagram.

Imagen #28. Métricas Facebook



Información general del perfil

[Crea una publicación](#)

Últimos 28 días

Descubrimiento

	Alcance de las publicaciones	5
	Interacción con las publicaciones	1
	Nuevos seguidores del perfil	2

Acciones

	Reacciones	0
	Comentarios	0
	Contenido compartido	0
	Visualizaciones de fotos	0
	Clics en el enlace	0

Otros

	Ocultar todas las publicaciones	0
---	---------------------------------	---

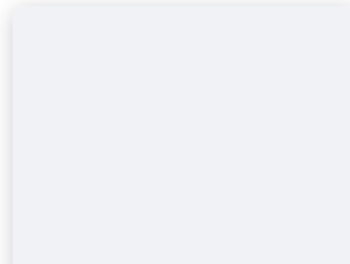
Contenido

Contenido más reciente



Contenido

[Ver contenido](#)



Anuncios

[Ver anuncios](#)

Audiencia



Podrás ver más información sobre tu audiencia cuando tengas al menos 100 seguidores.

Fuente: Facebook.

Propuestas de cambios en la estrategia

Se realizaron propuestas de cambios de estrategias con la finalidad de, después de identificar áreas de mejora, identificar oportunidades de crecimiento o diferenciación, cuando la empresa se adentre más en el mercado, se puedan desarrollar estrategias que permita a la empresa destacarse de la competencia.

Conforme vaya creciendo la empresa y el número de seguidores y clientes mediante redes sociales, se recomienda comenzar a invertir en pautas dirigidas hacia el público meta de LASA, para así poder tener un alcance más grande y por lo tanto más clientes. También se recomienda seguir con el mismo patrón de publicaciones, tener un

minimo de 2 publicaciones por red a la semana, publicandola a las 12 pm, para no perder el mismo aire de familia y patrón de la empresa.

Desarrollo del sitio web

Realización del sitio web en wordpress para la empresa.

El objetivo principal es establecer una presencia en internet y generar visibilidad online para LASA Alimentos en un plazo de aproximadamente un mes. Esto se logrará mediante la creación de una página web que permita mostrar los productos, promover la marca y atraer más oportunidades de ventas. La ausencia de una página web ha limitado la visibilidad, el alcance y la capacidad competitiva de LASA Alimentos en línea, así como su capacidad para brindar información a los clientes y potenciales clientes. La empresa se enfoca en el mercado B2B, y el crecimiento de la participación de mercado y la adquisición de nuevos clientes comerciales serán impulsores clave del éxito y la rentabilidad.

Mapa del sitio

Un mapa del sitio es una representación visual de la estructura y organización de un sitio web. Es esencial en la planificación y desarrollo, permitiendo una navegación efectiva. Junto con la empresaria, se ha trabajado para determinar qué información será incluida en el sitio y cómo se distribuirá en diferentes secciones, asegurando una experiencia de usuario efectiva y una navegación clara.

Imagen #29. Realizada en canva



Fuente: Elaboración propia.

Recopilación de información para el sitio web

Se reunió y seleccionó toda la información y recursos relevantes para el desarrollo del sitio web. Obtuvimos el contenido y los elementos necesarios para poder enriquecer el sitio. Una recopilación efectiva garantiza que el contenido sea completo y de calidad, lo cual es fundamental para ofrecer una experiencia satisfactoria al usuario.

Problemática del empresario:

Ya que la falta de página web para LASA Alimentos limitaba su visibilidad, alcance, capacidad de mostrar productos, competitividad en línea y capacidad

para brindar información al cliente o futuros clientes. Es importante tener una presencia en línea para aprovechar al máximo el potencial del negocio y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en el entorno digital.

Objetivo general:

Tener presencia en internet, generar visibilidad online.

Objetivo específico:

Generar más oportunidades de ventas, promover la visibilidad de la marca. El objetivo tiene un plazo de tiempo definido de 6 meses aproximadamente, lo que permite evaluar el progreso y ajustar las estrategias en consecuencia. Nos parece el tiempo necesario para así poder evaluar con claridad los resultados.

Público Objetivo:

La empresa LASA Alimentos está enfocada en el mercado B2B, ya que el crecimiento de la participación de mercado y la adquisición de nuevos clientes comerciales impulsarán el éxito y la rentabilidad del negocio. El objetivo tiene un plazo de tiempo definido de 6 meses , lo que permitirá evaluar el progreso y realizar ajustes en las estrategias si es necesario.

Home

1. Nosotros

1.1 ¿Quiénes somos?:

LASA Alimentos es una empresa con responsabilidad civil y ambiental, que se enfoca en la distribución de productos deshidratados con marca propia de la empresa dirigidos a diferentes empresas. Sus instalaciones laborales tienen ubicación en Zacatecas, Aguascalientes y Guadalajara. Cuentan con diversas áreas laborales las cuales están conformadas por las siguientes partes: Equipos para procesamiento y envasado de los alimentos, almacenaje y

distribución, inventario de materias primas, así como de productos naturales y un equipo de análisis y trabajo.

LASA Alimentos administra toda la operación de producción, ofreciendo una gama de variedad de productos. Manejando productos y formulaciones propias como secreto industrial.

1.2 Historia

El origen de Asa Alimentos nace al momento en que su fundadora realizaba sus prácticas universitarias en Canadá, donde adquirió aún más conocimiento sobre la deshidratación de alimentos. La creación de Lasa Alimentos se fundamenta en la necesidad de ofrecer opciones alimenticias que promuevan la salud. Desde sus inicios, se ha mantenido un firme compromiso con el uso de energías renovables y se ha tenido en cuenta el acceso a alimentos de mayor calidad. Este enfoque refleja una preocupación por un mundo mejor en términos de nutrición y sostenibilidad.

1.3 Tecnología:

En LASA alimentos se usan dos tipos de tecnología para el secado de los alimentos. El primero es el policarbonato que permite aumentar la velocidad de transferencia de calor desde el sol hacia el producto, sin comprometer las propiedades de los alimentos. El segundo es secador de acero inoxidable de grado alimenticio se basa en la radiación solar y permite el secado natural de los alimentos. Estas dos tecnologías se han seleccionado debido a su capacidad para mantener las propiedades de los alimentos.

1.4 Misión, visión y valores:

Misión: La misión de Lasa Alimentos es producir ingredientes funcionales con el mejor servicio que se merece el cliente y sus proveedores, con la mayor atención a detalle a cada cosa con pasión a sus procesos.

Visión: Lasa Alimentos tiene la consigna en fabricar ingredientes funcionales que logren una sinergia con tu vida y tu alimentación diaria, además que sea un importante proveedor para generar un impacto social y ambiental, donde creer en el valor de las personas es el pilar de Lasa Alimentos.

Valores: Los valores por los cuales trabajará Lasa Alimentos son: integridad, honestidad, amor por el crecimiento humano, respeto, tolerancia, trascendencia, discernimiento, libertad de pensamiento.

1.5 Equipo:

Mtra. Ana Lucía Contreras González / Dirección General

2. Servicios

3.1 Asesoría en aplicación de ingredientes (Como usar los ingredientes (dosis, frecuencia) ya sea para preparación de otros alimentos o como producto terminado)

3.2 Deshidratado (Deshidratado solar, energía renovable... Se corta y se acondiciona el producto de acuerdo a su destino final)

3.3 Molienda (Molienda a base de piedras para mantener las propiedades, el tamaño de partícula va dependiendo de su destino final del producto)

3.4 Envasado (Envase, empaque y embalaje) (de acuerdo a las necesidades del proyecto)

3.5 Formulación personalizada de acuerdo a los requerimientos del cliente (Desarrollo de fórmulas mediante ingredientes secos, con base en Normas mexicanas e internacionales)

3.6 Etiquetado (elaboración de tablas nutrimentales, desglose de ingredientes)

3. Catálogo y descripción

2.1 Fruta:

· Fresas en Rodajas

- Chile en polvo
- naranja
- toronja

2.2 Verdura:

- Ajo en polvo
- Ajo troceado
- Ajo en hojuelas
- Nopal en polvo
- Apio en polvo
- Tomate en polvo
- Tomate en rodajas
- Tomatillo en polvo
- Tomatillo en rodajas
- Chile serrano en polvo
- Chile serrano entero
- Cebolla entera
- Cebolla en polvo

2.3 Hierbas y especias:

- Chile quebrado 1
- Chile quebrado 2
- Perejil en polvo
- Canela granulada organica

2.4 Otros:

- Jugo verde
- Salsa verde
- Salsa roja
- Salsa habanera

Descripción:

AJO:

Es recién cosechado de la zona del estado de Zacatecas deshidratado, pelado diente por diente y molido mediante un molino de piedras, la molienda es exclusivamente puro ajo, sin hojas, para concentrar aún más sus atributos sensoriales.

Presentación de venta: Se puede vender en sacos y botes de diferentes volúmenes

Ajo en polvo en bote condimentero (malla 50)

Bote de 294 g de ajo en polvo deshidratado fino. El producto viene envasado con un sello de seguridad y una tapa condimentera para mayor comodidad en su uso. El precio de venta es de \$80.00.

Ajo granulado (malla 30) o semi granulado (malla 40)

Ha sido tratado cuidadosamente para complementar tus empanizados o mezclas en los platillos finales, las notas sensoriales son muy fuertes

Ajo en hojuelas

Contiene un sabor y aroma altamente concentrados. Su textura es muy agradable y su rendimiento en la cocina es excelente.

Ajo troceado (malla 20):

Sugerencia de uso: toppings de platillos formales, ensaladas, aguachiles, entre otros...

Chile en polvo (malla 30)

El chile en polvo deshidratado es una mezcla de chiles guajillo y árbol 100 % pureza que se obtiene a partir de chiles frescos del estado de Zacatecas que han sido secados y molidos mediante un molino de piedras. Este producto es ampliamente utilizado en la cocina para dar sabor y un toque picante a una gran variedad de platillos. Se pueden realizar mezclas personalizadas de chile en polvo. Presentación de entrega: sacos y botes de diferentes volúmenes.

Chile Quebrado

El chile quebrado es chile guajillo 100 % recién cosechado del estado de Zacatecas que ha sido cuidadosamente quebrado mediante un molino especial. Se trata de un producto de alta calidad, ideal para la preparación o complemento de diversos platillos. Se encuentra disponible tanto en presentación a granel como en botes condimenteros de diferentes volúmenes.

Calabaza deshidratada en trozo

La calabaza deshidratada en trozos es un producto ideal para la preparación de sopas y la complementación de platillos. Su sabor y textura son de alta calidad y garantizan una experiencia culinaria satisfactoria. Este producto está disponible en diferentes presentaciones, ya sea a granel, en sacos o en botes. Si está interesado, por favor pregunte por las opciones de presentación disponibles.

Naranja y Toronja confitadas

La Naranja y toronja son rebanadas, se acondicionan con azúcar y se deshidratan al sol, manteniendo los sabores y textura por un largo tiempo, las aplicaciones sugeridas son en decoración para bebidas, pasteles, postres en general y no olvidar para decoración para el hogar como para jabones de tocador o simplemente mantener los olores cítricos dentro de una habitación.

Canela Orgánica C5

Nuestra canela orgánica C5 importada en presentación vaina, granulada o fina es ideal para su uso en diversas preparaciones dulces. El rendimiento de su uso es

1:10, tiene notas y características muy peculiares sobre todo si se usa adecuadamente. Las notas sensoriales tienden a disminuir solo un poco con respecto al tiempo. Todo el proceso de producción y envasado se realiza siguiendo los estándares de calidad orgánica.

Cebolla deshidratada

Nuestra cebolla deshidratada es procesada pieza por pieza, recién cosechada en el estado de Aguascalientes, es un ingrediente que realza el sabor de tus platillos. Este producto ha sido cuidadosamente deshidratado para preservar su calidad y sabor, ofrecemos ambas presentaciones tanto en trozo como en polvo fino (malla 60). Ofrecemos esta cebolla en polvo en diferentes presentaciones a granel, ya sea en sacos o en botes de distintos volúmenes. Estamos seguros de que su elección no le defraudará.

Nopal en polvo

El nopal en polvo deshidratado, es un producto recién cosechado en los límites Aguascalientes-Zacatecas, es una opción saludable y nutritiva para tus jugos verdes y otros platillos. Además de ser refrescante, el nopal te hará sentir pleno gracias a su alta concentración de fibra y nutrientes. Este producto está disponible en diferentes presentaciones, ya sea a granel, en bolsas de diferentes porciones o en botes. Aprovecha los beneficios del nopal en tu dieta.

Perejil en polvo

Perejil en polvo deshidratado, un ingrediente ideal para agregar a tus jugos verdes mañaneros. Este producto ha sido deshidratado cuidadosamente para preservar su sabor y aroma como si estuvieras utilizando perejil fresco. Lo ofrecemos en diferentes presentaciones, ya sea en granel, en sacos o en botes, para que puedas elegir la opción que mejor se adapte a tus necesidades. Disfruta del sabor y los beneficios del perejil en tus preparaciones.

Fresas en rodajas

Las fresas en rodajas deshidratadas son fresas frescas cosechadas del municipio de Pabellón de Arteaga, Aguascalientes que han sido cortadas en rodajas y luego sometidas a un proceso de deshidratación para reducir el agua. Este proceso permite que las fresas se conserven por más tiempo y que se puedan disfrutar en cualquier época del año. Las fresas deshidratadas son una buena fuente de fibra, vitaminas y antioxidantes. Son muy versátiles y pueden ser utilizadas en una variedad de preparaciones, desde ensaladas hasta postres. Su sabor dulce y concentrado es perfecto para añadir un toque de sabor a tus comidas.

Apio en polvo

El apio en polvo deshidratado es una forma de apio que ha sido sometido a un proceso de deshidratación para su conservación y uso en la cocina. El proceso de deshidratación implica la reducción del agua del apio fresco, lo que permite que se conserve durante períodos más prolongados. Es una forma conveniente para agregar sabor y nutrición a los platos. Además de su sabor distintivo, el apio en polvo también proporciona una serie de beneficios para la salud, lo que lo convierte en una excelente opción para aquellos que buscan mejorar su dieta sin sacrificar el sabor.

Tomate en polvo

El tomate en polvo ha sido sometido a un proceso de deshidratación para su conservación y uso en la cocina. Es un ingrediente versátil en la cocina, utilizado para agregar sabor y color a una gran variedad de platos, como salsas, sopas, adobos, guisos, mezclas de especias, como el condimento para aves de corral y el adobo para carnes. En resumen, el tomate en polvo deshidratado es una excelente opción para aquellos que buscan mejorar su dieta sin sacrificar el sabor.

Tomate en rodajas

El tomate ha sido sometido a un proceso de deshidratación pieza por pieza para su conservación y uso en la cocina. Tiene un sabor intenso y una textura crujiente, lo que lo convierte en un excelente ingrediente para agregar a ensaladas, pastas, pizzas y otros platos.

Tomatillo en polvo

El tomatillo deshidratado es una versión en polvo o rebanado del tomatillo fresco de los límites de Aguascalientes-Zacatecas. Se utiliza como condimento en varios platos aumentando la acidez y viscosidad al producto final. Además, es una alternativa saludable y sabrosa para sazonar alimentos.

Chile serrano en polvo

El chile serrano en polvo o en trozo deshidratado es una versión del chile serrano fresco, que se utiliza para agregar picor y sabor a diversos platillos. Se puede utilizar en una variedad de platos, como salsas, guisos y adobos.

Fórmulas personalizadas a clientes especiales como tú.

Desde Que Dios Amanece: Jugo verde

El jugo verde deshidratado es un polvo obtenido a partir de la deshidratación de vegetales como el apio, piña, perejil y apio. Este producto contiene notas sensoriales muy peculiares, cuando está en solución con agua o jugo de naranja sientes los trozos, algo muy deseado por los usuarios finales. Tanto el sabor como la consistencia son como si los acabaras de moler en la licuadora. Se puede utilizar como suplemento alimenticio o como ingrediente en bebidas y licuados para aportar nutrientes adicionales a la dieta. La presentación es en bote de 140 g, donde te rinde hasta dos semanas. Punto de venta: Sucursales de la tienda Desde Que Dios Amanece, Aguascalientes. <http://desdequediosamanece.com/>

CHEF DEMO(R): Salsa mango-habanero

La salsa mango-habanero deshidratada es una salsa muy picante hecha a partir de ingredientes deshidratados al sol como el mango, ajo, cebolla, sal CHEF DEMO(r). Se utiliza principalmente como complemento de platillos. El toque ahumado personalizado brinda atributos muy peculiares y deliciosos que te van a enamorar desde el primer bocado. Presentación de 30 g que te rinde una taza, solo disuélvelo con agua tibia y listo ya tienes tu salsa martajada mango-habanero. Punto de venta en línea o haz tu pedido vía WA +52 1 33 1603 5556: <https://chefdemo.com.mx/producto/alimentos/salsas/salsas-deshidratadas-express-kit-6-pzs/>

CHEF DEMO(R): Salsa roja ranchera

La salsa roja deshidratada es una salsa picante medio hecha a partir de ingredientes deshidratados al sol como el tomate, ajo, cebolla, sal CHEF DEMO(R). Se utiliza principalmente como complemento de platillos. El toque ahumado personalizado brinda atributos muy peculiares y deliciosos que te van a enamorar desde el primer bocado. Presentación de 30 g que te rinde una taza, solo disuélvelo con agua tibia y listo ya tienes tu salsa martajada roja ranchera. Punto de venta en línea o haz tu pedido vía WA +52 1 33 1603 5556: <https://chefdemo.com.mx/producto/alimentos/salsas/salsas-deshidratadas-express-kit-6-pzs/>

CHEF DEMO(R): Salsa verde taquera

La salsa verde taquera deshidratada es una salsa picante medio hecha a partir de ingredientes deshidratados al sol como el tomatillo, perejil, ajo, cebolla, sal CHEF DEMO(R), no se agrega ningún aditivo debido al atributo de cada ingrediente. Se utiliza principalmente como complemento de platillos. El toque ahumado personalizado brinda atributos muy peculiares y deliciosos que te van a enamorar desde el primer bocado. Presentación de 30 g que te rinde una taza, solo

disuélvelo con agua tibia y listo ya tienes tu salsa martajada verde taquera. Punto de venta en línea o haz tu pedido vía WA +52 1 33 1603 5556: <https://chefdemo.com.mx/producto/alimentos/salsas/salsas-deshidratadas-express-kit-6-pzs/>

4. Contacto

3.1 *Whatsapp*: 33 1850 6251

3.2 *Correo*: Lasaalimentos@gmail.com; contacto@lasaalimentos.com

3.2 *Dirección*: Pabellón de Arteaga #211, San José El Arenal, Aguascalientes, Aguascalientes CP 20130

3.3 *Redes sociales*:

Facebook: Lasa Alimentos

Instagram: @LasaAlimentos

LinkedIn: Lasa Alimentos

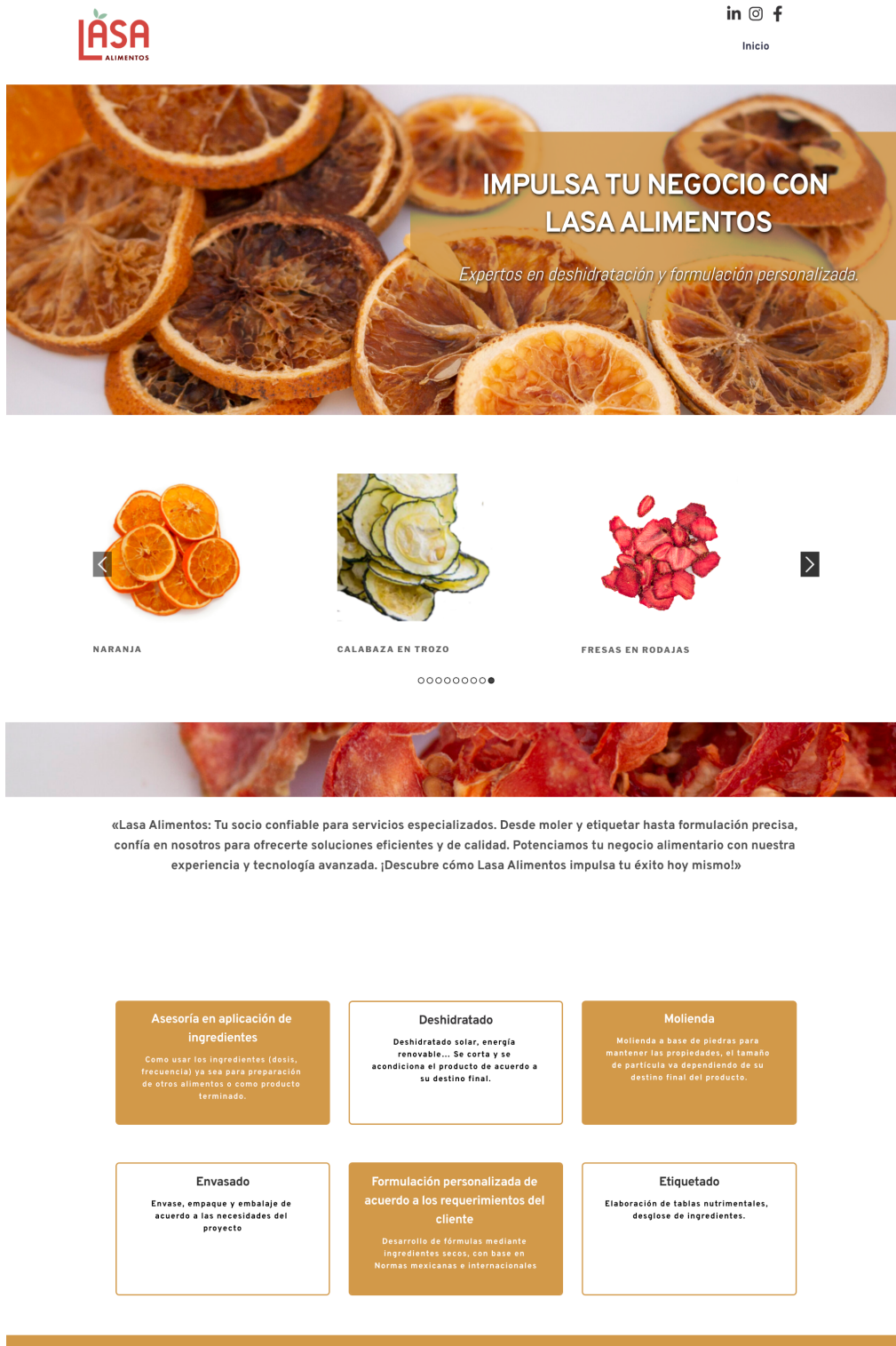
Página Web: lasaalimentos.com.mx

Fuente: Elaboración propia/ Información proporcionada por la empresa.

Diseño del sitio web

La realización de un sitio web involucra la planificación, diseño, desarrollo, contenido y lanzamiento del sitio. Se definió el propósito y los objetivos y creamos un diseño atractivo, desarrollamos la funcionalidad y se integró el contenido relevante. Trabajamos junto al profesor Jair y tomamos las sugerencias que nos dieron el equipo, la maestra Sofía Lepe y la empresaria Ana.

Imagen #30. Wordpress para la realización de la página web



LASA alimentos es una empresa líder en la industria de alimentos deshidratados. Nos especializamos en ofrecer servicios garantizados, desde la selección de materia prima hasta la formulación personalizada para satisfacer las necesidades específicas de cada proyecto. Nos comprometemos en brindar soluciones confiables y deliciosas que conserven la frescura, nutrientes y sabor de cada ingrediente. Nos enorgullece ofrecer alimentos deshidratados de alta calidad que satisfacen las necesidades de nuestros clientes. Explora nuestra página web y descubre cómo podemos ayudarte a lograr tus objetivos de producción de alimentos deshidratados con eficiencia y calidad.



¿Quiénes somos?

LASA Alimentos es una empresa con responsabilidad civil y ambiental, que se enfoca en la fabricación y distribución de productos deshidratados con marca propia de la empresa dirigidos a diferentes empresas. Sus instalaciones laborales tienen ubicación en Zacatecas, Aguascalientes y Guadalajara. Cuentan con diversas áreas laborales las cuales están conformadas por las siguientes partes: Equipos para procesamiento y envasado de los alimentos, almacenaje y distribución, inventario de materias primas, así como de productos naturales y un equipo de análisis y trabajo.

Historia

El origen de Asa Alimentos nace al momento en que su fundadora realizaba sus prácticas universitarias en Canadá, donde adquirió aún más conocimiento sobre la deshidratación de alimentos. La creación de Lasa Alimentos se fundamenta en la necesidad de ofrecer opciones alimenticias que promuevan la salud. Desde sus inicios, se ha mantenido un firme compromiso con el uso de energías renovables y se ha tenido en cuenta el acceso a alimentos de mayor calidad. Este enfoque refleja una preocupación por un mundo mejor en términos de nutrición y sostenibilidad.

Tecnología

En LASA alimentos se usan dos tipos de tecnología para el secado de los alimentos. El primero es el policarbonato que permite aumentar la velocidad de transferencia de calor desde el sol hacia el producto, sin comprometer las propiedades de los alimentos. El segundo es secador de acero inoxidable de grado alimenticio se basa en la radiación solar y permite el secado natural de los alimentos. Estas dos tecnologías se han seleccionado debido a su capacidad para mantener las propiedades de los alimentos.

Misión

La misión de Lasa Alimentos es producir ingredientes funcionales con el mejor servicio que se merece el cliente y sus proveedores, con la mayor atención a detalle a cada cosa con pasión a sus procesos.

Visión

Lasa Alimentos tiene la consigna en fabricar ingredientes funcionales que logren una sinergia con tu vida y tu alimentación diaria, además que sea un importante proveedor para generar un impacto social y ambiental, donde creer en el valor de las personas es el pilar de Lasa Alimentos.

Valores

Los valores por los cuales trabajará Lasa Alimentos son: integridad, honestidad, amor por el crecimiento humano, respeto, tolerancia, trascendencia, discernimiento, libertad de pensamiento.



 Pabellón de Arteaga #211, San José El Arenal
Aguascalientes, Aguascalientes CP 20130 México.



contacto@lasaalimentos.com.mx



+52(33) 1850-6251

Todos los derechos reservados Lasa Alimento 2023



Fuente: Elaboración propia

Emisión de recomendaciones para el posicionamiento del sitio web

Implementación de Google Ads:

Es importante definir objetivos claros antes de comenzar con Google Ads. Es necesario definir los objetivos publicitarios, como aumentar las ventas, generar más tráfico al sitio web o promocionar una oferta específica. Establecer metas claras le ayudará a diseñar campañas efectivas.

Se recomienda realizar una investigación de palabras clave relevantes para los productos deshidratados. Puede utilizar herramientas como Google Keyword Planner para identificar palabras clave con un buen volumen de búsqueda y baja competencia. Estas palabras clave deben utilizarse en los anuncios y grupos de anuncios.

Es importante definir el público objetivo y segmentar las campañas en función de sus características demográficas, ubicación geográfica e intereses. Esto permitirá mostrar los anuncios a las personas adecuadas en el momento adecuado, aumentando la efectividad de las campañas.

Es necesario diseñar anuncios persuasivos y atractivos que destacan los beneficios de los alimentos deshidratados.

Se debe realizar un seguimiento regular de las campañas y utilizar los datos recopilados para optimizar su rendimiento. Se pueden ajustar las palabras clave, los presupuestos y las ubicaciones de anuncios según los resultados obtenidos. También se pueden realizar pruebas A/B para identificar qué anuncios y estrategias funcionan mejor.

Es importante recordar monitorear y analizar constantemente los resultados de las campañas de Google Ads y realizar ajustes según sea necesario para maximizar su eficacia y obtener un buen retorno de inversión.

Implementar estas recomendaciones ayudará a mejorar el posicionamiento del sitio web y aprovechar el potencial de Google Ads para promocionar Lasa Alimentos.

Fotografías del sitio

Toma y edición de fotografías para el sitio web

Se realizó una sesión fotográfica de algunos de los productos más populares, cuidando las luces, sombras, fondo, etc. con el objetivo de tener algunas fotografías diferentes para redes sociales y que los clientes tengan una idea más amplia de lo que es LASA.

Imagen #31. Acervo fotográfico para la página web.









Fuente: Elaboración propia

Productos de diseño

Creación de una infografía y flyer para la empresa

La creación de una infografía y un flyer para la empresa implicó en definir los objetivos, recopilar la información relevante, diseñar la estructura y los gráficos, organizar el contenido, revisar y ajustar, y finalmente exportar y compartir los diseños. Se procuró que el diseño sea atractivo, claro y coherente con la identidad de la empresa, utilizando elementos visuales efectivos y contenido relevante para transmitir el mensaje de manera impactante.

Imagen #32. Flyer/infográfico



Fuente: Elaboración propia.

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

- Aprendizajes profesionales (personal)

[Reflexión sobre las competencias desarrolladas de la propia profesión. Beneficios académicos profesionales obtenidos por parte del alumno al desarrollar el Proyecto de Aplicación Profesional. Experiencia multidisciplinaria o interdisciplinaria, si la hubo.

Para la elaboración de este apartado, se emplearon las siguientes preguntas a manera de guía:

- o ¿Cuáles fueron las competencias desarrolladas, tanto las genéricas como las propias de la profesión?
- o ¿Cuáles fueron las competencias desarrolladas desde distintas disciplinas?
- o ¿Cuáles fueron mis aprendizajes más importantes sobre el contexto sociopolítico y económico y la problemática del campo profesional?
- o ¿Cuáles fueron mis saberes puestos a prueba?
- o ¿Qué aprendí para mi proyecto de vida profesional?].

Lorena Suárez

En este proyecto tuve la oportunidad de poner en práctica mis conocimientos en torno a las finanzas corporativas, así como en temas que he aprendido en materias de tronco común a lo largo de la carrera, como gestión empresarial, mercadotecnia integral, modelos de negocio, innovación y emprendimiento, etc.

Fue enriquecedor poder trabajar bajo este escenario ya que pude desarrollar habilidades duras y blandas. En cuanto habilidades duras pude consolidar el crear modelos financieros y contables que puedan ser escalables y trazables, desarrollo de redes sociales empresariales y programación en excel a través de macros. En términos de habilidades blandas considero que desarrolle la escucha activa, trabajo en equipo, gestión del tiempo, creatividad, solución de problemas, innovación y adaptabilidad.

Este escenario me sensibilizó ante una de las realidades más importantes en la economía mexicana, que son más Mipymes, en ellas reside una gran parte de la fuerza laboral del país y una de las fuentes más importante de circulación económica. Gracias a estos factores me di cuenta de la importancia de que las Mipymes se desenvuelven en situaciones óptimas tanto en condiciones de trabajo como en un mercado donde la demanda dignifique el valor de la fuerza productiva de nuestro país.

Tanto por cuestiones internas como externas del proyecto considero que como equipo enfrentamos distintos retos que complementaron nuestro aprendizaje, un ejemplo que en lo personal fue mi mayor reto fue plasmar la teoría en un escenario real, adaptando todo lo que he aprendido en la carrera donde el reto no es recordar las fórmulas y procedimiento sino encontrar una manera ingeniosa de que la teoría funcione de manera práctica, algo que es bastante difícil en caso como las Mipymes donde la realidad puede cambiar de un día a otro y no hay constantes.

Aranza Pérez

He desarrollado muchas habilidades durante este proyecto. Aprendí a planificar y organizar mi trabajo de manera efectiva, comunicarme con claridad, resolver problemas y tomar decisiones importantes. También aprendí a utilizar diferentes herramientas y técnicas a la hora de crear un sitio web. Crear el sitio web y la infografía de LASA Alimentos me permitió mostrar mi creatividad y habilidades visuales al presentar los productos de una manera atractiva. Me encantó aprender sobre diseño gráfico y cómo hacer que el contenido sea interesante y detallado. Tuve una muy buena experiencia trabajando en equipo y me encantó poder colaborar con el profesor Jair, quien es un gran desarrollador web. Aprendí cómo diferentes personas con diferentes habilidades pueden unirse para crear una presencia en línea exitosa. Gracias a este proyecto también aprendí mucho sobre la industria de alimentos deshidratados. Descubrí cómo funcionan y conservan las propiedades de los alimentos. También me di cuenta de la importancia de tener un impacto social y ambiental positivo en cualquier industria, no solo en la industria de la moda. La

creación del sitio web y la infografía pusieron a prueba mis habilidades en diseño gráfico, atención al detalle y escritura persuasiva. Me esforcé en transmitir la identidad de LASA Alimentos y captar la atención de nuestro público objetivo. Este proyecto me enseñó valiosas lecciones que me serán útiles en mi futuro profesional. Ahora entiendo la importancia de tener una presencia en línea fuerte y atractiva. También he desarrollado habilidades transferibles como la gestión de proyectos y el trabajo en equipo que me beneficiará en el resto de mi carrera y en mi campo profesional.

Sofía Ramos

Durante mi participación en el PAP de la marca Lasa Alimentos, he tenido la oportunidad de desarrollar diversas competencias, tanto genéricas como específicas de mi profesión. Estos aprendizajes me han permitido crecer profesionalmente y ampliar mi visión sobre el campo laboral en el que me desenvuelvo.

En cuanto a las competencias genéricas, he fortalecido mis habilidades de comunicación y trabajo en equipo. La colaboración con el equipo de Lasa Alimentos, así como la coordinación con otros profesionales involucrados en el proyecto (como el profesor Jair), me ha enseñado la importancia de la comunicación efectiva, la escucha activa y la capacidad de adaptarme a diferentes dinámicas de grupo. Además, he desarrollado habilidades de organización y gestión del tiempo para cumplir con los objetivos y plazos establecidos.

En términos de competencias propias de mi profesión en publicidad, he puesto en práctica mi capacidad para crear contenido digital persuasivo y atractivo. A través de la creación de publicaciones para redes sociales, fotografías y el diseño de la página web, he desarrollado habilidades en el manejo de herramientas digitales, la edición de imágenes y la redacción de textos persuasivos. También he aprendido a adaptar el tono y el estilo de comunicación según el público objetivo y los valores de la marca.

Romina Symonds

Este proyecto me dio la oportunidad de desarrollar competencias en el área de diseño, pero además en el área de la publicidad, la parte de las métricas y el público meta al que va dirigido el proyecto, las estrategias de mercadotecnia para tener un mayor alcance, son distintas actividades que complementas con mi área de diseño aprender durante el desarrollo del proyecto.

Mis aprendizajes más grandes en la parte social, económica, y publicitaria fue no tener tanta idea de cómo funciona financieramente una empresa, sé que no fue fácil lograr tener toda la parte de finanzas en orden, ya que la parte contable puede ser tediosa y un poco enredosa. Considero que las pruebas más grandes fue lograr tener redes sociales que transmitieran los valores y la misión de la empresa, pero al mismo tiempo dando oportunidad de crecer y poder llegar a más personas.

- Aprendizajes sociales

[Reflexión y análisis del impacto social de la aplicación profesional colaborativa. Contribución para la sociedad.

Para la elaboración de este apartado, se emplearon las siguientes preguntas a manera de guía:

- o ¿En qué forma pude desplegar una iniciativa de transformación de la realidad, con creatividad, innovación, espíritu emprendedor y orientado a la calidad de la vida social?
- o ¿Cuánto soy ahora capaz de preparar un proyecto, de dirigirlo con base en objetivos, de tomar decisiones, hacer el seguimiento y evaluar su puesta en práctica de manera eficaz, con impacto social?
- o ¿Qué prácticas sociales y en qué ámbitos de la sociedad pude innovar?
- o ¿Qué impactos pude evidenciar, y cuáles no, de la aplicación profesional realizada? (Aporta las evidencias o los indicadores de cumplimiento).
- o ¿Cuáles de esos impactos eran probables y/o esperados desde el planteamiento inicial del proyecto y por qué?

- o ¿A qué grupos sociales benefició el proyecto?
- o ¿Mis servicios profesionales qué bienes produjeron de carácter público?
- o ¿Mis servicios profesionales ayudaron a grupos que no disponen de recursos para generar bienes sociales?
- o ¿Mis servicios profesionales contribuyeron para mejorar la economía del país?
- o ¿Los saberes aplicados que hicieron posible la aportación social, son transferibles a otras situaciones y por qué?
- o ¿Cómo se puede dar seguimiento a la aportación social de este proyecto para que se conserve y amplíe a lo largo del tiempo su beneficio social?
- o ¿Qué visión del mundo social tengo ahora? ¿Cambiaron mis supuestos sobre la realidad?].

Lorena Suárez

Con este proyecto me di cuenta de que el potencial no es necesario para sobresalir en este mundo donde cada vez se exige más y donde el mundo es cada vez más competitivo. También me di cuenta que son muchos los factores que enfrenta una Mipyme para sobrevivir, por lo que la competitividad pudiera parecer lejana, pero una vez que una Mipyme logra estabilizarse y crear una estrategia que le permita crecer dentro del mercado a través de documentación, generación de información histórica, adaptación ante el cambio en la industria, la adopción de recursos tecnológicos, la formalización y la innovación esto se traduce en un impacto positivo no solo para la Mipyme sino para la sociedad mexicana ya que se generan nuevos empleos, aumenta el PIB, se propicia el comercio justo y se potencializa el capital humano en México.

Desde el punto de vista financiero estudiar el caso de una Mipyme hizo que me diera cuenta del impacto de mi carrera en la sociedad, ya que en nuestra cultura se reconoce una gran necesidad de información financiera que no solo afecta a las personas, también a las empresas. Se puede observar un gran problema en los servicios financieros principalmente el costo que tiene adquirirlos, esto es porque muchas veces están estructurados para lucrar a quiénes menos recursos tienen y beneficiar a los grandes corporativos y los que tienen mayor riqueza, acrecentando la brecha

económica en la sociedad. Ahora entiendo que las finanzas deben ser para todos y si se enfocarán más en beneficiar a las pequeñas y medianas empresas sería una buena estrategia en pro de la erradicación de las brechas económicas, redistribuyendo la riqueza de una manera más equitativa.

Aranza Pérez

A través del diseño, pude ayudar a mejorar la presencia en línea de LASA Alimentos. Utilicé mi creatividad e innovación para hacer que sus productos se vieran atractivos y transmitir sus valores y beneficios de manera clara. Durante el proceso de crear el sitio web, aprendí a planificar y dirigir un proyecto, estableciendo metas claras y tomando decisiones basadas en lo que necesitaban los clientes y los usuarios. Nos aseguramos de que la página cumpliera con altos estándares de calidad y tuviera un impacto positivo en la presencia en línea de la empresa.

Utilicé estrategias de diseño y contenido para resaltar sus beneficios saludables, sostenibles y convenientes, llegando a un público b2b y fomentando hábitos alimentarios más saludables ya que los productos deshidratados de LASA alimentos si mantienen sus nutrientes. Los resultados evidentes de mi trabajo incluyen un aumento en la visibilidad y reconocimiento de la empresa, y una mayor comprensión de los productos deshidratados y servicios que se ofrecen. Algunos indicadores de éxito pueden ser el aumento en las ventas, el feedback positivo de los usuarios y clientes. Me alegra saber que a través del sitio web, pude proporcionar información y acceso a alimentos deshidratados saludables y sostenibles, lo que beneficia al público en general.

Sofía Ramos

A lo largo del desarrollo del proyecto, he tenido la oportunidad de pensar en una manera creativa, innovadora y emprendedora, enfocada en mejorar la calidad de vida social. Al colaborar con la marca Lasa Alimentos, pude aplicar mis conocimientos de publicidad para apoyar en la creación de contenido digital, fotografía y el lanzamiento

de su página web, todo ello con el objetivo de posicionar la marca y sus productos deshidratados de alta calidad en el mercado.

En términos de transformación de la realidad, pude utilizar mi creatividad para desarrollar estrategias de marketing y comunicación que captarán la atención del público y transmitieran los valores y la calidad de los productos de Lasa Alimentos. La innovación fue clave para diferenciarnos en un mercado cada vez más competitivo y lograr impactar de manera positiva en la percepción de la marca.

En cuanto a las prácticas sociales en las que pude innovar, destacó la creación de contenido digital para redes sociales dentro de un calendario de contenidos, utilizando enfoques visuales atractivos y mensajes persuasivos para llegar a un público amplio. También participé en la elaboración de fotografías de los productos, resaltando su calidad y presentación.

Romina Symonds

Considero que este PAP nos ayudó mucho en la parte de la iniciativa, ya que si cada quien no se hacía responsable de su parte del trabajo, algo podía dejar de funcionar, considero que me ayudó mucho a ser capaz de prepararme y tomar decisiones acertadas para que mi equipo y yo pudiéramos tener avances todo el tiempo, para presentarles a la empresaria y a la Asesora, pude innovar en la parte de la publicidad, que es algo que no había tenido la oportunidad tan a fondo en mi carrera.

Se puede evidenciar el trabajo profesional que realizamos a lo largo del PAP, los contenidos para las redes sociales y la publicidad, tal vez no impactaron a tantas personas en este momento, pero abren el paso para que en un futuro los clientes tengan toda esta información que respalda a la empresa. Considero que los grupos que beneficia este proyecto son a los pequeños empresarios, a las personas que pueden obtener productos a un mejor precio para comenzar sus negocios. Considero que mis servicios profesionales ayudaron a personas con ganas de emprender, que no tienen los recursos económicos tan sobrados, y aún así pueden adquirir productos de excelente calidad por un precio justo

- Aprendizajes éticos

[Reflexión ética, tanto valoración personal y colectiva de la experiencia.

Para la elaboración de este apartado, se pueden emplear las siguientes preguntas a manera de guía:

- o ¿Cuáles fueron las principales decisiones que tomé, por qué razón las tomé, y qué consecuencias tuvieron?
- o ¿Adónde me lleva, a qué me lanza o invita la experiencia vivida?
- o ¿Cómo y para quién habré de ejercer mi profesión después de la experiencia del PAP?

Lorena Suárez

Las Mipymes representan la realidad económica nuestro país y del mundo, ya que de acuerdo con el INEGI representan el 99.8% de los establecimientos económicos en el país, en ellas es donde se produce más de la mitad del PIB y su relevancia se sintetiza en dos aspectos que son el papel que juegan en la generación de empleos y cómo contribuyen en movilizar y generar el flujo de dinero. El contexto en el que se desarrollan estas empresas es difícil ya que involucra muchas problemáticas de la realidad que viven y esto lo pude entender al conocer el caso de Sancar, algunos ejemplos de los problemas que están latentes dentro de este tipo de empresas son la falta de formalización, desde un aspecto interno como la documentación de procesos o construcción de información financiera, así como la alta competitividad que existe en el mercado permitiendo que la fuerza que tienen los clientes sobre la industria sea mayor. Existe una gran brecha de oportunidades para estas empresas perpetuada por una alta competitividad no solo de empresas de igual tamaño sino empresas más grandes con gran participación de mercado, además de que las Pymes carecen del desarrollo de un diferenciador que les permita navegar en este mar lleno de otros que comercializan lo mismo.

Esta experiencia me inspira a lograr un cambio aportando un granito de arena desde mi profesión, haciendo un entorno financiero más justo para todos, dónde la

información financiera deje de ser una ventaja y se convierta en una herramienta al acceso de cualquier empresa sin importar su tamaño. Con este enfoque considero que hay que ejercer nuestra profesión para conseguir un cambio en nuestra sociedad, empoderando a quiénes se ven menos favorecidos.

Aranza Pérez

Al crear el sitio web, el flyer y la infografía, tuve que tomar decisiones éticas importantes. Elegimos cuidadosamente las imágenes de los productos para asegurarnos de promover sus beneficios saludables y sostenibles de manera honesta y transparente. Esta experiencia me ha hecho comprender la importancia de la ética en mi carrera/ámbito profesional y cómo mis decisiones pueden afectar a los consumidores y a la imagen de la empresa. Me motiva a seguir promoviendo mensajes éticos y responsables en mi trabajo, tanto en el diseño como en la comunicación de productos y servicios. A partir de esta experiencia, estoy comprometida a ejercer mi carrera con una mayor responsabilidad ética. Estoy más consciente de la influencia que puedo tener en la percepción de una marca o producto, por lo que buscaré trabajar con empresas y proyectos que compartan mis valores éticos. Me esforzaré por diseñar de manera ética y promover mensajes positivos en mi futuro trabajo.

Sofía Ramos

Durante este PAP apoyamos a la marca Lasa Alimentos, me enfrenté a diversas decisiones éticas que fueron fundamentales para el éxito y el impacto del trabajo. Estas decisiones tuvieron en cuenta tanto los valores de la empresa como los principios éticos que me rigen.

Una de las decisiones principales fue la selección del contenido para las redes sociales y la página web de la marca. Me esforcé por transmitir información precisa y relevante sobre los productos de Lasa Alimentos, resaltando su calidad. Tomé estas decisiones porque consideré que era importante proporcionar a los consumidores información veraz y confiable, para que pudieran tomar decisiones informadas sobre su alimentación.

Otra decisión clave fue la selección de imágenes y fotografías para representar los productos de manera atractiva y apetitosa. Opté por utilizar fotografías de alta calidad que mostraran los alimentos deshidratados de forma natural y apetecible. Esta decisión se tomó con el objetivo de transmitir la calidad y el cuidado en la elaboración de los productos, generando confianza en los consumidores.

Las consecuencias de estas decisiones éticas fueron muy positivas. Las fotografías de alta calidad captaron la atención del público y despertaron el interés por los productos de Lasa Alimentos.

La experiencia vivida en este proyecto me lanza hacia una mayor conciencia de la importancia de la ética en mi profesión. Aprendí que, como profesional de la publicidad, tengo la responsabilidad de transmitir información precisa y veraz, evitando exageraciones o promesas falsas. También comprendí la relevancia de promover productos de calidad y respetar los valores de la marca que represento.

Romina Symonds

En el desarrollo y participación de este PAP, la toma de decisiones y la organización fueron puntos claves para el éxito del proyecto. Al momento de la repartición de tareas conforme a las carreras y áreas de expertise de cada persona del equipo, ser conscientes y responsables de lo que yo podía aportar al proyecto es una decisión importante y determinante.

El trabajar en este proyecto me ayudó a crecer profesional y personalmente, dedicarle tiempo a las cosas importantes para entregar todo en tiempo y forma, y ser disciplinada para obtener resultados de excelente calidad así como el de mis compañeras.

Habré de ejercer mi profesión principalmente para mí, para disfrutar lo que hago y hacerlo con gusto, de esta forma, obtener un trabajo de calidad, y así eventualmente poder tener mi empresa en lo que me gusta y disfruto.

- Aprendizajes en lo personal

[Reflexión de lo que la experiencia ha aportado en y para tu vida.

- o ¿El PAP qué me dio para conocerme a mí?
- o ¿El PAP qué me dio para conocer y reconocer a la sociedad y a los otros?
- o ¿Cómo me ayudó el PAP para aprender a convivir en la pluralidad y para la diversidad?
- o ¿Qué aprendí para mi proyecto de vida?].

Lorena Suárez

Considero que el aprendizaje comienza desde el trabajo en equipo, aprendí a escuchar, a atender problemáticas desde otros puntos de vista de distintas carreras, a estructurar un proyecto con personas que piensan y actúan diferente a mí y a explotar el potencial de cada integrante para poder sobresalir en cada entrega del proyecto.

Aprendí la gran importancia que tiene la planeación dentro de un proyecto ya que si es bien estructurada la ejecución tiene mayores posibilidades de éxito, dentro de este aspecto creo que uno de los mejores aprendizajes es saber cómo plasmar la teoría dentro de la práctica.

Creo que el verdadero aprendizaje nace a raíz de uno pero también lo propicia el entorno, por lo que para poder describir todo lo que he aprendido debo reconocer el excelente equipo que formamos mis compañeras, mi consultora y la empresa, ya que la disposición a trabajar, proponer y a realizar un verdadero cambio fue el motor para poder potencializar los conocimientos, aprendí demasiado de la empresa, de su manera de hacer las cosas, de una industria que es completamente ajena a mi experiencia profesional y sobre todo de la complejidad que es tener una empresa.

Esta experiencia incide directamente en mi plan de vida porque nunca había contemplado la rama de las asesorías financieras y me he dado cuenta en este proyecto y en mi PAP anterior que es algo que me apasiona y aporta a generar un bien en la sociedad.

Aranza Pérez

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) me brindó una pequeña muestra de lo que me espera una vez que termine mi carrera, y considero que es algo sumamente importante. Siempre me preguntaba qué sucede después de estudiar y cómo funciona todo. Gracias al PAP me siento más segura y sé que cuando entre a una empresa entraré con mayor seguridad. Además, adquirí nuevas habilidades, como crear una página web, lo cual me demostró que puedo lograr lo que me proponga. También aprendí que trabajar en equipo es lo mejor que podemos hacer, ya que juntos podemos tener mejores resultados. Me di cuenta de que, aunque no me enfoque completamente en la moda, siempre puedo utilizar las herramientas necesarias que mi carrera me ha enseñado y que no me cierre en buscar trabajos solamente enfocados en moda, ya que puedo aportar más de lo que pensé con lo que estoy estudiando.

Sofía Ramos

El Proyecto me ha brindado una valiosa oportunidad para conocerme a mí mismo en el contexto de mi profesión y cómo me relaciono con los demás. A través de este proyecto, pude descubrir y desarrollar mis habilidades y fortalezas en áreas como la creación de contenido digital y la fotografía. Me permitió explorar mis capacidades creativas y técnicas, así como entender mi capacidad para adaptarme a los desafíos como lo fue la página web y trabajar en equipo.

Al colaborar con una marca que se dedica a la elaboración de alimentos deshidratados de alta calidad, pude comprender las necesidades y preferencias de los consumidores, así como su creciente interés por una alimentación saludable y consciente.

El PAP también me ha ayudado a aprender a convivir en la pluralidad y para la diversidad. Al trabajar con una marca mexicana y al interactuar con una variedad de personas, tanto dentro del equipo de trabajo como con los maestros que nos apoyaron en el proceso, me enfrenté a diferentes perspectivas, opiniones y formas de pensar. Esta experiencia me enseñó a valorar la diversidad, a escuchar y respetar las diferentes voces y a encontrar puntos de encuentro para lograr objetivos comunes.

En cuanto a mi proyecto de vida, este proyecto me ha brindado valiosos aprendizajes. He comprendido la importancia de la ética en mi profesión y cómo mis decisiones y acciones pueden influir en la percepción de una marca y en la sociedad en general. Aprendí que el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y el compromiso con la calidad son fundamentales para alcanzar resultados exitosos.

En resumen, el Proyecto de aplicación profesional en apoyo a la marca Lasa Alimentos me ha proporcionado una valiosa oportunidad para conocerme a mí mismo, comprender y reconocer a la sociedad y a los demás, aprender a convivir en la pluralidad y para la diversidad, y obtener aprendizajes significativos para mi proyecto de vida. Esta experiencia ética me ha permitido crecer personal y profesionalmente, y me ha brindado una base sólida para enfrentar nuevos desafíos en el futuro.

Romina Symonds

El PAP me ayudó a desarrollar mis habilidades como diseñadora, a conocer mi potencial para tener trabajos de calidad en el área de diseño, si me gusta la parte gráfica del diseño y editorial.

El PAP me ayudó a ver que la sociedad es muy influenciable, si hay productos buenos y que valen la pena y teniendo una difusión correcta de éstos, es muy probable que adquieran este producto o servicio.

Además saber que hay de todo dentro de un mismo mercado, hay cosas que les gustan más a unas personas que a otras, hay que tener la inteligencia para saber diferenciar las necesidades para cubrirlas en todos los sentidos.

Por último, aprendí que hay que planificar y pedir ayuda y consejos de personas a mi alrededor para poder siempre tener los mejores resultados.

5. Conclusiones y recomendaciones

En este periodo de PAP se puede decir que se completaron al 100% todas las actividades previstas en la planeación anteriormente descrita, con productos

entregables adicionales que promueven el objetivo del proyecto. La empresa no se queda solamente con un número limitado de productos entregables, también se queda con un amplio trabajo de asesorías y tareas pendientes para continuar en pro de mejorar los aspectos que en un primer momento motivó a la empresa a buscar la asesoría del PAP.

Es importante resaltar que hubo acciones y propuestas que la empresa ya implementó, como lo son las plantillas de la estructura de costos, la configuración y uso del WhatsApp Business así como la gestión de las redes sociales empresariales que se crearon durante este periodo. Lo que se considera más importante es que además de que exista una mejora con las estrategias implementadas cada uno de los entregables y las asesorías sean puestas en práctica en un futuro cercano para poder mejorar en ciertos aspectos y que la empresa pueda moverse a un nuevo capítulo y se enfoque en nuevas áreas de mejora.

Este proyecto fue de gran utilidad para tener un escenario real en donde desarrollar y poner en práctica los saberes profesionales y personales obtenidos en la carrera, complementando la experiencia profesional y permitiendo a los estudiantes generar un criterio más informado para un proyecto de vida.

A continuación se muestran las recomendaciones para que la empresa siga mejorando y creciendo.

Finanzas

- Mejorar los indicadores financieros de rotación de inventarios, cuentas por cobrar y cuentas por pagar, pues esto tendrá un efecto importante en la rentabilidad del negocio, ya que actualmente se detectó que aún no es rentable debido a la inversión inicial y al poco tiempo de creación del negocio.
- Digitalizar las notas de venta, la estructura de costos y el desglose de los inventarios.
- Homologar la información y verificar la trazabilidad de los formatos implementados.

- Manejar controles internos para identificar fácilmente la información financiera desde que un producto entra a producción hasta que se vende.
- Actualizar los indicadores financieros y la base de datos con los datos que sigan surgiendo en el futuro para completar el análisis financiero de la empresa.
- Diversificar la generación de ingresos del negocio a través de asesorías en materia de la industria para disminuir el tiempo de retorno de la inversión y cubrir mejor los gastos operativos.

Diseño

- Utilizar el mismo formato de colores y tipo de letra para todo el entorno de la empresa, sobre todo para las publicaciones de redes sociales y el sitio web, esto se encuentra en el manual de identidad previamente trabajado.
- Actualizar el calendario de contenidos con publicaciones creativas pensando en el mercado meta de la empresa.
- Vincular en las futuras publicaciones el WhatsApp Business para crear cercanía con el consumidor.
- Revisar constantemente los métricos de las publicaciones en redes sociales.
- Crear productos de diseño que le otorgue información sobre la industria de alimentos deshidratados al consumidor.

Publicidad

- Propiciar estrategias de posicionamiento del sitio web en los buscadores.
- Publicitar la página web a través de google ads.
- Actualizar el contenido de la página web constantemente cuidando que se logré identificar fácilmente la identidad de la marca.
- Crear estrategias de crecimiento en redes sociales.
- Participación en foros empresariales para posicionar a la empresa.

6. Bibliografía

1. Vasco, E. D. (2021, 19 mayo). *¿Para qué sirve deshidratar los alimentos? Conoce todos los beneficios.* El Diario Vasco. <https://www.diariovasco.com/gastronomia/despensa/beneficios-deshidratar-frutas-20210514101303-nt.html#:~:text=As%C3%AD%2C%20la%20deshidrataci%C3%B3n%20permite%20a,por%20supuesto%2C%20requerir%20de%20conservantes>.
2. MarketDataMéxico. (s. f.). *MarketDataMéxico Deshidratación de frutas y verduras en México.* <https://www.marketdatamexico.com/es/article/Deshidratacion-frutas-verduras-Mexico>
3. *Informe de mercado de alimentos deshidratados | Tamaño, participación, crecimiento y tendencias (2023-28).* (s. f.). <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/dehydrated-food-market>
4. *De Información Agroalimentaria Y Pesquera, S. (s. f.). Crece la demanda mundial de frutos secos.* gob.mx. <https://www.gob.mx/siap/articulos/crece-la-demanda-mundial-de-frutos-secos-32007>
5. *Mercado Latinoamericano de Frutas Deshidratadas 2023-2028 | Tendencias, Tamaño, Crecimiento.* (s. f.). Expert Market Research. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-de-frutas-deshidratadas>
6. Kotler, P. et al. (1970) *Marketing management: An Asian perspective*, Northwestern Scholars. Available at: <https://www.scholars.northwestern.edu/en/publications/marketing-management-an-asian-perspective> (Accessed: 31 May 2023).
7. Fill, C. (no date) *Marketing communications: Interactivity, communities and content*, Google Books. Available at:

- https://books.google.com/books/about/Marketing_Communications.html?id=5sl0X4PU4moC (Accessed: 31 May 2023).
8. Person, Dave, P. and Chaffey, S. (2017a) *Digital Marketing Excellence: Planning, optimizing and integrating on*, Taylor & Francis. Available at: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315640341/digital-marketing-excellence-dave-chaffey-pr-smith> (Accessed: 31 May 2023).
 9. Frumen. (2017). ¿QUÉ ES LA DESHIDRATACIÓN DE LOS ALIMENTOS? Frumen - Fabricantes de pan rallado. <https://www.frumen.com/la-deshidratacion-de-alimentos/>
 10. Xavi. (2006). La producción de frutas y hortalizas | EROSKI Consumer. Consumer /. <https://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/la-produccion-de-frutas-y-hortalizas.html>
 11. ¿Qué es una alimentación saludable? (2023, 7 febrero). Ministerio de Salud y Protección Social. Recuperado 4 de enero de 2023, de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/HS/Paginas/que-es-alimentacion-saludable.aspx#:~:text=Generalizando%2C%20se%20puede%20decir%20que,%2C%20gestaci%C3%B3n%2C%20lactancia%2C%20desarrollo%20y>
 12. Ortiz, J. (2021). Frutos secos, una alternativa saludable para mantenernos con energía en casa. Compartir en familia. <https://compartirenfamilia.com/vida-sana/frutos-secos-una-alternativa-saludable-para-mantenernos-con-energia-en-casa.html#:~:text=Los%20frutos%20secos%2C%20por%20lo,frutos%20secos%20es%20muy%20elevado.>
 13. La Legislación Sanitaria | DELS. (s. f.). <https://salud.gob.ar/dels/entradas/la-legislacion-sanitaria>
 14. S. (2023, 12 enero). Qué es la Maquinaria Industrial, para que se usa y sus tipos. Soluciones Integrales para la Industria 4.0. <https://www.sicma21.com/maquinaria-industrial-que-es-y-tipos/>
 15. Marketing. (2021, 12 diciembre). ¿Qué es un Proceso Industrial? ▷ Características, tipos y ejemplos. EDS Robotics. <https://www.edsrobotics.com/blog/proceso-industrial-que-es/>

16. Nugent, M. A. L. M. (2019). *Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica*. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
17. De DocuSign, C. (2021, 4 junio). B2B: ¿Qué es el Business-to-Business y por qué debes considerar este modelo de negocio para tu PYME? DocuSign. <https://www.docusign.mx/blog/b2b#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20B2B%3Funa%20transacci%C3%B3n%20comercial%20entre%20empresas>.
18. Qué es benchmarking y qué ventajas aporta a las empresas. (2017, August 25). Rockcontent. Retrieved February 8, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-benchmarking/>
19. Waelput, B. (2022, September 7). ¿Qué es y para qué sirve un diagrama de Gantt? España. <https://www.teamleader.es/blog/diagrama-de-gantt>
20. Raeburn, A. (2021, July 1). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos) [2021] • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
21. Análisis PESTEL de una empresa: qué es y cómo hacerlo - ESERP. (2022, December 7). ESERP Business School. <https://es.eserp.com/articulos/que-es-analisis-pestel/>

7. Anexos

1. Propuesta de proyecto
2. Gráfica de Gantt
3. Investigación de la demanda de productos en fuentes secundarias
4. Propuestas de mejora en la estrategia comercial y de comunicación de LASA
5. Calendario de contenidos
6. Desarrollo del sitio web
7. Balance LASA 2023
8. Información financiera LASA
9. Interpretación y recomendaciones financieras
10. Acervo fotográfico