

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

**Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

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



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

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

**“Proyecto de mercadotecnia y comercialización de Mil Semillas”**

**PRESENTAN**

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Administración de Empresas Miguel Angel Muñoz Barba

Lic. en Diseño Integral Daniela Fernández Chavolla

Lic. en Mercadotecnia Jose Mario Garcia Ortiz

Lic. en Mercadotecnia Carlos Alberto Briseño Rosas

Profesor PAP: Mtra. Abril Gómez Rodríguez

Tlaquepaque, Jalisco, mayo del 2022

# REPORTE PAP

## ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	1
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Desarrollo	5
3. Resultados del trabajo profesional	9
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	27
5. Conclusiones	37
6. Bibliografía	37

# 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

En el siguiente documento se muestra el proceso de 16 semanas del programa CEDECOM nacional, dentro del cual con ayuda de un grupo de facilitadores que nos brinda ITESO; el equipo integrado por estudiantes de distintas carreras como son la de mercadotecnia, administración de empresas y diseño, donde todos en conjunto desarrollamos una serie de propuestas para la empresa llamada Mil semillas, la cual es una empresa mexicana dedicada a la venta de salsas tipo macha.

Se realizó un análisis profundo para diagnosticar la situación de la empresa e identificar las áreas a mejorar en sus distintas secciones según las necesidades identificadas. Dichas propuestas se desarrollaron utilizando diferentes herramientas de trabajo, entre ellas el análisis de la competencia, su posicionamiento, la investigación de mercado, el focus group para validación de la marca, análisis de estados financieros, rediseño de imagen, proceso de comercialización y procesos de diseño para crear la identidad de la marca. Como resultado, con ayuda de asesores y usuarios potenciales, se logró concluir con

propuestas que generan soluciones a las necesidades identificadas de la empresaria y del negocio; desde un nuevo desarrollo de frasco, logotipo, manual de identidad, reestructura en redes sociales, análisis de gastos, validación y posicionamiento de marca y estrategia de comercialización, todo ello en sintonía con lo que el cliente busca y lo que el empresario desea transmitir de manera que consiga ser una empresa factible y exitosa.

## 1. Introducción

### 1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La empresa nació en el 2019 como una manera de ganar dinero, nunca se pensó que se podría hacer un negocio de esto.

Ivana Verduzco Villaseñor comenzó a vender estas salsas en Los Mochis a las amigas de su mamá, una de ellas dueña de un negocio de lácteos gourmets pidió que, si podía venderlas en su establecimiento, ante ello su novio José Antonio vio la oportunidad de hacerlas negocio y vender en otras tiendas a consignación.

La salsa fue un éxito a tal modo que los establecimientos eran quienes la pedían llegando a 20 puntos de venta, incluyendo restaurantes que la utilizan en sus platillos.

Actualmente se encuentra en proceso de expansión en Guadalajara.

En agosto del 2020 Mil Semillas ganó una beca por parte de la COPARMEX Los Mochis para su escuela de negocios, bajo la categoría de mejor emprendimiento.

En febrero del 2021 se registra la marca ante el IMPI.

En agosto del 2021 Mil semillas fue uno de los 3 finalistas en el Reto InnOlympics Business Challenge, impartido por el ITESO.

En septiembre del 2021 Mil semillas ganó una convocatoria por parte de la Secretaría de Economía para participar en el pabellón de México en la Expo Dubai 2021.

Sus propuestas de valor son 3:

- 1- Su sabor peculiar, que es un poco picoso con un toque dulce.

- 2- En Los Mochis se maneja un sistema de rellenado, donde los clientes van a un punto y se les rellena su bote actual, fomentado el reutilizado de materia.
- 3- Su concepto de alimentación consciente, compra local, consumo responsable.

Identidad corporativa:

Misión: Entregar a nuestros clientes una alternativa saludable y llena de sabor.

Visión: Deleitar a los paladares mexicanos con esta mezcla de sabores ideal para todo tipo de comida y en un futuro llegar a los mercados internacionales.

Valores: Ser siempre francos y honestos en cualquier tema, ser competentes en nuestro trabajo y compromiso a cumplir en tiempo y forma lo acordado.

Estructura organizacional:

El puesto de directora general de la empresa es ocupado por Ivana Verduzco Villaseñor, quien es la encargada principalmente de todas las funciones de la compañía.

## 1.2 Problemática u oportunidad detectada

El principal problema detectado en la empresa es que debido a cambios en la vida de la empresaria Ivana Verduzco la empresa tuvo que mudar su sede a Guadalajara, lo que convierte a la salsa en una completa desconocida para el mercado de esta ciudad. La oportunidad detectada es que en las salsas tipo macha no hay top mind y la salsa mil semillas tiene potencial para serlo. También esto afecto a que la empresa Mil Semillas no tenga formalizada de manera correcta su estructura lo que complica las operaciones de esta.

## 1.3 Objetivo general

El objetivo es ayudar a la empresaria Ivana Verduzco a formalizar la estructura de la empresa Mil semillas. Esto cambiando la imagen para adecuarla al mercado y también identificar y resaltar los diferenciadores del producto.

#### 1.4 Objetivos específicos

1. Diagnóstico del producto o servicio (En donde se encuentra la empresa, por medio de la mezcla de mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción)
2. Conocimiento de su mercado meta (Si no lo conoce o tiene dudas le ayudamos a identificarlo)
3. Análisis de la competencia
4. Análisis del sector y análisis de las capacidades de la empresa (FODA)
5. Validación o rediseño de marca (opción trabajo con Neuromarketing)
6. Diseño de empaque y embalaje (opción trabajo con Neuromarketing)
7. Diseño de etiquetas (opción trabajo con Neuromarketing)
8. Estrategia de precios (opción trabajo con Neuromarketing)
9. Estrategias de comercialización
10. Estrategias de promoción y publicidad (opción trabajo con Neuromarketing)
11. Estrategias de comunicación digital

## 2. Planeación y seguimiento del proyecto.

#### 2.1 Metodología:

1. Diagnóstico del producto o servicio (En donde se encuentra la empresa, por medio de la mezcla de mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción)
  - A) Recopilar información de fuentes primarias.
  - B) Realizar un benchmarking.
2. Conocimiento de su mercado meta
  - A) Recopilar información de fuentes primarias.
  - B) Realizar el buyer persona.
  - C) Preparar focus group.
3. Análisis de la competencia
  - A) Recopilar información de fuentes primarias.
  - B) Realizar un benchmarking.
4. Análisis del sector y análisis de las capacidades de la empresa

- A) Realizar de herramienta FODA.
  - B) Realizar de herramienta CAANVAS.
5. Validación o rediseño de marca (opción trabajo con Neuromarketing)
- A) Realizar Focus groups.
  - B) Utilizar la herramienta eye tracking.
6. Diseño de empaque y embalaje (opción trabajo con Neuromarketing)
- A) Realizar moodboards para ver la línea del diseño que la empresaria buscaba en el rediseño.
  - B) Presentar propuestas a la empresaria.
  - C) Presentar en el focus group las opciones para hacer votaciones.
  - D) Presentar la propuesta final conforme las observaciones de los clientes y la empresaria.
7. Diseño de etiquetas (opción trabajo con Neuromarketing)
- A) Realizar moodboards para ver la línea de diseño que la empresaria buscaba en el rediseño.
  - B) Se presentaron 3 propuestas a la empresaria.
  - C) Preparar un brand book.
  - D) En el focus group se presentaron las opciones para hacer votaciones.
  - E) Presentar la propuesta final conforme las observaciones de los clientes y la empresaria.
8. Estrategia de precios
- A) Recopilar información de fuentes primarias.
  - B) Realizar focus group.
  - C) Analizar precios de la competencia.
  - D) Establecer la estrategia de precios.
  - E) Analizar los estados financieros de la empresa.
9. Estrategias de comercialización
- A) Recopilar información de fuentes primarias.
  - B) Realizar un plan de lanzamiento.
10. Estrategias de promoción y publicidad





## 2.3 Productos y entregables

1. Documento con el benchmarking.
2. Documento con el buyer persona.
3. Documento con los resultados del focus group.
4. Moodboards.
5. Documento del análisis FODA.
6. Documento con la herramienta CAANVAS.
7. Brandbook.
8. Calendario de acción.
9. Estado de resultados de la empresa.
10. Balance general de la empresa.
11. Redes sociales.

## 3. Desarrollo

### 3.1 Sustento teórico

- ¿Qué es benchmarking?

Como recuperamos en el sitio de Salesforce Latinoamérica “el benchmarking (en español, punto de referencia) consiste en un estudio profundizado sobre tus competidores para entender las estrategias y mejores prácticas utilizadas por ellos. Siendo así, este análisis permite que tu empresa reproduzca o adapte algunas de las acciones para atraer al público y reconquistarlo.”<sup>1</sup>

- ¿Qué es un buyer persona?

“Un buyer persona es una representación semi-ficticia de tus clientes ideales. Te ayuda a definir quién es esta audiencia a la que quieres atraer y

---

<sup>1</sup> Salesforce Latinoamérica. (2021). Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo?. 21 de Abril del 2022, de Salesforce blog Sitio web: <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html>

convertir y, sobre todo, te ayuda a humanizar y entender con mayor profundidad a un público objetivo.”<sup>2</sup>

- ¿Qué es una fuente primaria?

Según la universidad de Puerto Rico las fuentes primarias “son objetos, imágenes o documentos creados en un momento histórico que proporciona una mirada personal a un evento o periodo de tiempo. Generalmente, las fuentes primarias no proporcionan explícita o detalladamente su propósito. Por este particular son una llave maestra en la investigación.”<sup>3</sup>

- Focus Group

“El focus group o grupo focal es una técnica de investigación cualitativa que permite recolectar insights sobre las relaciones sociales entre las personas. A diferencia de las entrevistas en profundidad que son individuales, el focus group captura más que la suma de las partes. Dicho de otra manera, no podríamos comparar 10 entrevistas uno a uno con un focus group con 10 participantes. El propósito del focus group no es ahorrar tiempo, ni esfuerzo en la investigación, sino abrir nuevos espacios donde la riqueza de los insights viene de los intercambios que surgen en la conversación.”<sup>4</sup>

- Moodboard

“Un moodboard es básicamente una recopilación de diferentes elementos visuales. Una colección personal de ideas y conceptos. Gracias a ellos, construimos un tablero a modo de collage, buscando encontrar nuestro

---

<sup>2</sup> Sordo, A. (2021). Qué es un buyer persona y cómo crearlo (+ plantillas gratis). 21 de abril del 2022, de Hubspot Sitio web: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>

<sup>3</sup> University of Puerto Rico, Río Piedras, Sistema de Bibliotecas. (2021). Fuentes Primarias: Fuentes Primarias. 21 de abril del 2022, de University of Puerto Rico, Río Piedras Sitio web: <https://uprrp.libguides.com/fuentesprimarias/fuentesprimarias>

<sup>4</sup> Gereá, C. (2021). Focus group: qué es y cómo realizarlo. 21 de abril del 2022, de Freed Sitio web: <https://freed.tools/blogs/ux-cx/focus-group>

propio look & feel. Este tablero nos ayudará a definir el estilo visual que tendrá posteriormente nuestro proyecto.”<sup>5</sup>

- FODA

“El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales.”<sup>6</sup>

- Canvas

“Es una herramienta de gestión estratégica que te permite conocer los aspectos clave de tu negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de tu organización para que logres reconocer las deficiencias y analices el rendimiento.”<sup>7</sup>

- Brandbook

“Un brandbook es una guía que define los elementos visuales, verbales y la promesa de valor que construye la identidad de una marca para divulgar y favorecer su reconocimiento en el mercado.”<sup>8</sup>

- Calendario de acción o de proyecto

Según la institución recursos en project management define el calendario de un proyecto como : “Documento que muestra ordenadamente las

---

<sup>5</sup> Llasera, J. (2021). Moodboard: qué es y cómo crear uno para tu marca. 22 de abril del 2022, de Imborrable Sitio web: <https://imborrable.com/blog/moodboard/>

<sup>6</sup> Raeburn, A. (2021). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos). 22 de abril del 2022, de Asana Sitio web: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

<sup>7</sup> Clavijo, C. (2022). Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza?. 22 de abril del 2022, de Hubspot Sitio web: <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>

<sup>8</sup> Fantino, J. (2022). ¿Cómo diseñar un brandbook y mejorar tu estrategia visual al estilo de Paul Rand?. 22 de abril del 2022, de Crehana Sitio web: <https://www.crehana.com/es/blog/disenio-grafico/brandbook/>

diferentes tareas e hitos que forman el proyecto, las relaciones de precedencia y antecendencia entre ellas, su duración, y el inicio y fin del proyecto. (Aunque a la hora de hacer el control y seguimiento podemos incluir otras informaciones.)”<sup>9</sup>

- Estado de resultado:

“Los estados financieros son una herramienta de gestión que te ayudará a tener una mejor visión de la situación financiera de la empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados obtenidos, las entradas y salidas de efectivo que se han presentado, la rentabilidad generada, entre otros aspectos de gran relevancia para la operación y administración de la organización.”<sup>10</sup>

- Balance general

“El balance general, también conocido como balance de situación, balance contable o estado de situación patrimonial, es un estado financiero que refleja en un momento determinado la información económica y financiera de una empresa, separadas en tres masas patrimoniales: activo, pasivo y patrimonio neto.”<sup>11</sup>

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

#### 1. Realizar el benchmarking:

Para realizar el benchmarking el equipo tuvo que realizar bastante trabajo de campo, ya que la investigación se dividió en diferentes colonias de la ZMG las cuales fueron: Bugambillas, La Rioja, El manantial, Colomos Patria, Providencia y Puerta de Hierro. También se visitaron diferentes tipos

---

<sup>9</sup> Recursos en project management. (2021). Qué es el calendario de un proyecto. 22 de abril del 2022, de Recursos en project management Sitio web:

<https://www.recursosenprojectmanagement.com/definicion-de-cronograma/>

<sup>10</sup> Castro, J. (2021). ¿Qué es el estado de resultados y cuáles son sus objetivos?. 22 de abril del 2022, de Corponet Sitio web: <https://blog.corponet.com/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>

<sup>11</sup> Sevilla, A. (2014). Balance general. 22 de abril del 2022, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/balance-de-situacion.html>

de tiendas como supermercados, carnicerías, abarrotes y tiendas delicatessen. En estos puntos de ventas se hizo la búsqueda de la competencia de la salsa mil semillas, donde vimos los diferentes envases de la salsa, gramajes, ingredientes y los precios.

Enlace al documento del benchmarking:  
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sevWMkeYVcMJTHqqf36e5AKGNsBBJE3V/edit?usp=sharing&oid=112707092475938204622&rtpof=true&sd=true>

## 2. Diseñar el buyer persona.

El buyer persona se realizó en primera instancia a partir de los targets señalados por la empresaria en la primera reunión que sostuvo el equipo con ella. La empresaria destacó tres mercados meta los cuales consideraba eran los indicados en ese momento para su producto.

Después de esa primera reunión el primer entregable solicitado por el profesor en turno fue el desarrollo a fondo de los perfiles específicos de cada uno de los segmentos de mercado que la empresaria había señalado. El equipo de mercadotecnia procedió a realizar un buyer persona con características específicas con cada uno de los targets los cuales incluyen elementos clave para la mejor comprensión y entendimiento de los mismos tales como:

- Personalidad
- Canales de comunicación y redes sociales que utilizan
- Dificultades y frustraciones
- Metas personales y laborales
- Motivadores y una pequeña biografía con el objetivo de brindar contexto y facilitar el entendimiento de su accionar y comportamiento.
- Una foto como ejemplo con rasgos generales y característicos del sujeto en cuestión.


<p>Godínez</p> <p>Edad: 35-45años Sexo: Indistinto Situación sentimental: <a href="#">Solter@</a></p>		<p>Motivaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dinero</li> <li>- Mantener su puesto</li> <li>- Familia y amigos.</li> <li>- Obtener respeto.</li> <li>- Ser reconocido y recomendado como el mejor en su trabajo.</li> </ul>	<p>Biografía:</p> <p>"X" es una persona de 35 a 45 años con un NSE C o C+ la cuál trabaja en un corporativo u oficina 40 horas a la semana aproximadamente, dispone de 5 para comer (1 hora al día) por lo que normalmente prepara su comida un día antes o puede pedir comida para que se la lleven recién hecha a la oficina. Esta soltero y se concentra en poder subir de puesto dentro de esta u otra empresa.</p>
<p>Canal de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Correo electrónico</li> <li>- <a href="#">Whatsapp</a></li> <li>- Teléfono</li> </ul>	<p>Redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- Instagram</li> <li>- <a href="#">Youtube</a></li> </ul>		
<p>Personalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informal con sus compañeros de oficina y fuera de ella.</li> <li>- Coloquial en su forma de hablar</li> <li>- Le gusta salir después del trabajo</li> </ul>	<p>Dificultades/frustraciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No es tan organizado.</li> <li>- Aunque tiene un sueldo fijo siente que el dinero no le alcanza.</li> </ul>		
<p>Metas personales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Viajar</li> <li>- Tener un carro</li> <li>- Ser completamente independiente</li> <li>- Sentirse feliz y pleno</li> </ul>	<p>Metas laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conseguir un mejor puesto</li> <li>- Conseguir un aumento.</li> <li>- En un futuro cambiar de trabajo.</li> </ul>		

Imagen 1: Buyer persona del perfil "godín".


<p>Deportistas</p> <p>Edad: 25 a 35 años Sexo: Indistinto Situación sentimental: <a href="#">Solter@</a> o con <a href="#">novi@</a></p>		<p>Motivaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ellos mismos</li> <li>- Compañeros o parejas</li> <li>- Sentir bienestar</li> <li>- Ser respetado en su círculo social (redes sociales)</li> <li>- Ser admirados</li> </ul>	<p>Biografía:</p> <p>"X" es una persona de 25 a 35 años con un NSE A/B, C+ o C la cuál se preocupa mucho por su salud y aspecto físico. Se ejercitan de 4 a 6 veces por semana y cuidan mucho su alimentación por lo que evitan ciertos alimentos o elementos dentro de la cocina que no les aporten nada saludable a sus dietas, le gusta cocinar y experimentar tomando en cuenta los elementos anteriores. Tiene una pareja la cuál le motiva a seguir su vida "fitness" ya que comparten gustos y estilos de vida.</p>
<p>Canal de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="#">Whatsapp</a></li> <li>- Teléfono</li> </ul>	<p>Redes sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- Instagram</li> <li>- <a href="#">TikTok</a></li> </ul>		
<p>Personalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informal</li> <li>- Aliviado o buena onda</li> <li>- Intenso cuando se trata de su salud</li> <li>- No le gusta tanto salir de fiesta</li> </ul>	<p>Dificultades/frustraciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sentir poco o nulo progreso en ellos mismos</li> <li>- Romper o faltar al gimnasio</li> </ul>		
<p>Metas personales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Avanzar en el <a href="#">gym</a></li> <li>- Obtener su cuerpo deseado</li> <li>- Sentirse bien física y mentalmente</li> </ul>	<p>Metas laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener lo suficiente para pagar comida, suplementos.</li> <li>- Progresar en este de manera paralela con su vida personal.</li> </ul>		

Imagen 2: Buyer persona del perfil "deportista".


Mamás que cocinan Edad: años Sexo: Situación sentimental: Trabajo:		Motivaciones: - Su familia (esposo e hijos) - La salud - Amor	Biografía: “X” es una mujer casada de 35 a 50 años con un NSE A/B o C+. Tiene 2 o 3 hijos a los cuales les dedica toda su atención por lo que las comidas están enfocados a los niños (sin chile) pero no sin sabor y enfocándose en que estas no dejen de ser saludables para ayudar al desarrollo de sus hijos.
Canal de comunicación - <a href="#">Whatsapp</a> - Teléfono	Redes sociales - Facebook - Instagram		
Personalidad - Mandona - Correctiva - Estricta - Amorosa con sus hijos	Dificultades/frustraciones - Sentir que falla como madre - No poder darle lo mejor a sus hijos		
Metas personales - Atender bien a sus hijos - Verlos crecer - Sentirse plena en su aspecto personal y familiar	Metas laborales - No trabaja		

Imagen 3: Buyer persona del perfil “Mamá que cocina”.

Esto permitió al equipo identificar de mejor manera que personas entraban en cada uno de los perfiles y cuáles no de cara a los focus groups que se realizarán durante el semestre.

### 3. Realizar focus group.

En conjunto con el profesor en turno se descartó uno de los perfiles previamente realizados por lo que se decidió hacer únicamente dos focus groups, uno para cada uno de los perfiles restantes.

El primer focus group se realizó el 17 de febrero para el perfil identificado como “jóvenes que trabajan y hacen ejercicio” y el 16 de marzo se llevó a cabo para el perfil conocido como “mamás que trabajan y tienen hijos”.

De ambos focus groups se obtuvo información muy diferente y contrastante una de la otra por lo que se realizó una sábana de resultados dónde en primera instancia se separan y clasifican los datos de acuerdo al focus group dónde se obtuvieron, después se clasifican de acuerdo al tema que abarcaban las preguntas y por último se realizaron conclusiones generales y específicas las cuales fueron comparadas posteriormente las unas con las otras para llegar a las conclusiones finales de los dos focus en general,

brindando así un panorama mucho más amplio que facilitara la toma de decisiones de la empresaria.

La conclusión de la empresaria fue que se iba a enfocar de manera principal en el público de “mamás que trabajan y tienen hijos” y dejando como público secundario a los jóvenes que trabajan y hacen ejercicio”.



Imagen 4: Evidencia de primer focus group.



Imagen 5: Evidencia del segundo focus group.

#### 4. Diseñar los moodboards.

El moodboard fue realizado en su totalidad y presentado por la diseñadora del equipo “Daniela Fernández” la cuál realizó su propuesta inicial basándose en los resultados de “diseño de envase”, “diseño de etiqueta” y “logotipo de la marca” obtenidos de los focus groups. La primera propuesta se realizó con el rediseño del logo y venía en una combinación de colores amarillo con azul en un bote redondo.



Imagen 6: Primer moodboard elaborado para mil semillas.

Este se presentó en el segundo focus group y gracias a los resultados se presentó una segunda y última propuesta donde se cambiaba el tamaño y forma del envase haciéndolo más pequeño y de forma cuadrada además de cambiar la paleta de color del logo a tinto (#7F1819) y blanco (#FDE3C2), incluyendo ejemplos visuales de cómo se verían todos los diseños en la práctica, es decir, las distintas etiquetas en sus correspondientes botes de cristal para así dar claridad de la forma final del producto, siendo está aprobada de inmediato.



Imagen 7: Moodboard del nuevo envase para mil semillas.

## 5. Documento FODA

El equipo detecto las oportunidades que ofrece el mercado y también las amenazas de las cual la empresa Mil Semillas está rodeada y esto resulta de suma importancia para las planeaciones de un futuro. Además, conocer las debilidades e identificar las fortalezas logran reforzar la identidad de la empresa y las capacidades que tiene.

Variables Internas	Variables externas
<b>DEBILIDADES</b> -Poca capacidad de producción. -Falta de estados financieros. -Una sola presentación. -No se puede refrigerar. -Marca con poca presencia en redes sociales. -Poca o nula presencia en el mercado.	<b>OPORTUNIDADES</b> -Mercado de salsas en aumento. - El precio medio unitario minorista actual sube un 6% en 2021 -Por la pandemia se utilizan más las salsas para cocinar en casa. -No existe top in mind en esta categoría. -Debido a la era digital es mas fácil la promoción del producto. -La mayoría de competidores tienen página web con recetas.
<b>FORTALEZAS</b> - Buen sabor. -Producto con mas semillas que los del mercado. -Sabor casero pero practico. -Es un producto gourmet. -Producto relacionado con el cuidado de la salud. -Percepción de producto premium.	<b>AMENAZAS:</b> -Mucha competencia en el mercado. - Poca participación en los estantes de los supermercados de las salsas macha. -No tiene una fuerte presencia en el mercado. -No toda la gente acostumbra a comer este tipo de salsa. -Empresas con mucha capacidad de producción en el mercado.

Imagen 8: FODA de la empresa Mil Semillas

## 6. Herramienta CANVAS.

Para realizar la herramienta de CANVAS, el equipo necesito de la ayuda de la empresaria Ivana Verduzco para que nos ayudara a analizar cada uno de los puntos de los cuales se tocan en este modelo, los cuales serían: Socios claves, actividades claves, propuestas de valor, relación con el cliente, segmento del cliente, recursos claves, canales, estructura de costes y finalmente fuente de ingresos. Esta herramienta es muy buena al momento de estar iniciando un negocio, ya que nos ayuda a comprender la empresa Mil Semillas de una forma más directa y estructurada. Además con esta herramienta en un futuro facilita las adaptaciones que tenga que hacer la empresa cuando comience a crecer más.

<b>Socios claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiendas de conveniencia.</li> <li>- Supermercados.</li> <li>- Tiendas gourmet.</li> <li>- Tiendas de especialidad (carnicerías, pescaderías).</li> <li>- Tienda de abarrotes.</li> <li>- Restaurantes.</li> </ul>	<b>Actividades claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Elaboración del producto: Preparación de la salsa mil semillas.</li> <li>-Envasado: Poner la salsa en el envase, con su etiquetado y su sellado.</li> <li>-Distribución: Mover la salsa a los socios claves para su venta.</li> <li>-Promoción: Promocionar la salsa en distintos canales para su venta.</li> </ul>	<b>Propuesta de valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Salsa macha elaborada con aceite de oliva.</li> <li>-Elaborada con un porcentaje más alto de semillas que la competencia.</li> <li>-Producto gourmet.</li> <li>-Categoría premium.</li> </ul>	<b>Relación con el cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Persona fiel a la marca.</li> <li>-Que siga a la marca en sus redes sociales.</li> <li>-Compra repetitiva del producto.</li> <li>-Que la recomiende con sus conocidos.</li> </ul>	<b>Segmento de clientes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mamás de cualquier edad que cocinen para su familia.</li> <li>Trabajadores generalmente de oficina de una edad de 35 a 45 años.</li> <li>Personas preocupadas por su alimentación y su físico.</li> </ul>
	<b>Recursos claves</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Aceite de oliva.</li> <li>-Chile de árbol.</li> <li>-Variedad de semillas.</li> <li>-Frasco.</li> <li>-Etiqueta.</li> <li>-Financieros.</li> <li>-Automóvil.</li> <li>-Cocina de elaboración del producto.</li> <li>-Instrumentos para la elaboración.</li> <li>-Luz</li> </ul>		<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Venta por redes sociales.</li> <li>-B2C (empresa a consumidor)</li> <li>- B2B (empresa a empresa)</li> </ul>	

Imagen 9: Modelo CANVAS de la empresa Mil Semillas.

<b>Estructura de coste</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Aceite de oliva.</li> <li>-Chile de árbol.</li> <li>-Variedad de semillas.</li> <li>-Frasco.</li> <li>-Etiqueta.</li> <li>- Equipo de transporte.</li> <li>- Gasolina.</li> <li>- Luz</li> <li>- internet</li> <li>- Gastos financieros</li> </ul>	<b>Fuentes de Ingreso</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La venta de salsas.</li> </ul>
---	--

Imagen 10: Continuación del Modelo CANVAS de la empresa Mil Semillas.

En la imagen 9 y 10 podemos ver el modelo llenado en su totalidad, con partes explicadas completamente para que cualquier lector ajeno al tema pueda entenderlo sin problema alguno. En ciertos puntos de la herramienta podemos ver que tiene poca información, esto a causa de que la empresa en estos momentos en un emprendimiento de una persona y por lo mismo no cuenta con gran variedad de fuentes de ingreso, por ejemplo.

Enlace al documento de CANVAS:

[https://docs.google.com/document/d/1MTPdJniR7m3fc\\_0xHgIyqWHRerrp73H0/edit?usp=sharing&oid=112707092475938204622&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/document/d/1MTPdJniR7m3fc_0xHgIyqWHRerrp73H0/edit?usp=sharing&oid=112707092475938204622&rtpof=true&sd=true)

## 7. Brandbook

Una vez que los moodboards fueron entregados y aprobados por la empresaria en conjunto entre los equipos de diseño y marketing se realizó el brandbook de la marca el cual tiene la finalidad de unificar y clarificar todos los aspectos y características importantes de la marca para que cualquier colaborador de la marca pueda entender que es y cómo se maneja mil semillas de una manera más eficiente.

Dentro del brandbook se desarrollan los siguientes puntos:

- Logotipo de la marca y variaciones de este.
- Tipografías.
- Colores de la marca.
- Usos y aplicaciones.
- Estrategias de marca.
- Voz de marca.
- Posicionamiento.
- Arquitectura de marca.
- Características fundamentales.
- Ejes de comunicación.

Cada uno realizado de acuerdo con el trabajo y características descubiertas a lo largo del semestre entre el equipo de trabajo y la empresaria.

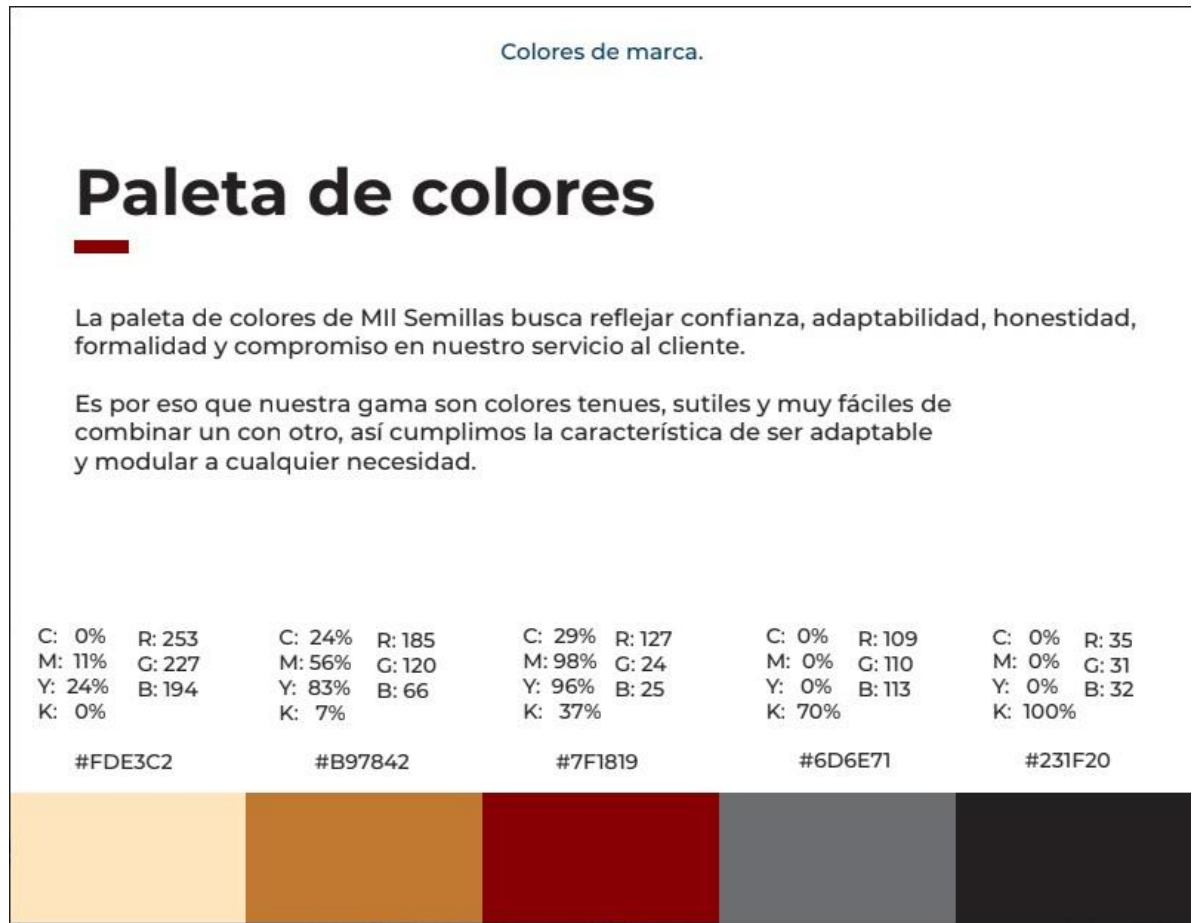


Imagen 11: Sección de paleta de colores tomada del brandbook de mil semillas.

## 8. Calendario de acción.

El calendario de acción para redes sociales fue realizado por el equipo de marketing con el objetivo de ayudar a la empresaria con el orden y la creación de contenidos para llenar las redes sociales de la empresa. Este se realizó para dos meses después de terminado el presente PAP, es decir mayo y junio.

Dentro del calendario de acción se incluyen las siguientes especificaciones para cada una de las publicaciones a subir en redes sociales:

- Día y hora específicos.

- Redes sociales y objetivo de la publicación.
- Copy creativo.
- Hashtags
- Tipo de formato y tipo de contenido.

CALENDARIO EDITORIAL MAYO							
Día	Hora	Red Social	Objetivo	Copy	Hashtags	Tipo de formato	Tipo de contenido
Lunes							
Martes	9:00 a. m.	Instagram	Engagement	No hagas filas en restaurantes y mejor consciente a mamá en casa, como se merece. Aquí te dejamos está receta para que te luzcas con la reina de la casa. No olvides subir tu resultado y etiquetarnos.	#MiSemillas #Artesanal #Food #SalsaPicante #Fyp #ForYou #DiaDeLasMadres	Vídeo	Vídeo Tutoriales
Miércoles							
Jueves	7:00 p. m.	Tik Tok	Branding	Estos son los beneficios que tiene el cacahuete en nuestra salsa mil semillas. Siente la diferencia de una buena salsa y una excelente.	#MiSemillas #Artesanal #Food #SalsaPicante #Fyp #ForYou	Vídeo	Reviews
Viernes							
Sábado	11:00 a. m.	Facebook	Branding	Una semilla crece y eventualmente florece si se hacen bien las cosas. Es por eso que te presentamos nuestra nueva imagen, esperamos les encante como a nosotros y podamos seguir creciendo juntos.	#MiSemillas #Artesanal #Food #SalsaPicante #Fyp #ForYou	Imagen	Check List
Domingo							
Lunes	10:00 a. m.	Instagram	Engagement	Una semilla crece y eventualmente florece si se hacen bien las cosas. Es por eso que te presentamos nuestra nueva imagen, esperamos les encante como a nosotros y podamos seguir creciendo juntos.	#MiSemillas #Artesanal #Food #SalsaPicante #Fyp #ForYou	Imagen	Reviews

Imagen 12: Parte del calendario del mes de mayo elaborado para las redes sociales de mil semillas.

## 9. Estado de resultados de la empresa.

Para la realización del análisis financiero tuvimos que pedir todos los datos que manejara la empresaria Ivana Verduzco, ya que actualmente no cuenta con ninguno de estos hechos. Para ello nos pasó sus gastos fijos, calculamos sus costos variables tomando en cuenta los datos que nos brindó.

Ingredientes	Valor por tanda (10 U)	X Unidad
Cacahuete \$8.25	8.25	0.825
Ajonjolí negro \$11.20	11.2	1.12
Ajonjolí blanco \$10.40	10.4	1.04
Semilla de girasol \$8.00	8	0.8
Semilla de calabaza \$24	24	2.4
Almendra \$ 23	23	2.3
Miel \$13.75	13.75	1.375
Ajo \$8.60	8.6	0.86
Aceite de canola	5.2	5.2
Chile de árbol \$4.80	4.8	0.48
Frascos con tapa	11.9	1.19
Sello termoencogible \$3.4		3.4
Total M.P.		20.99

Imagen 13: Costo de ingredientes de la salsa Mil Semillas.

Como podemos ver en la imagen, los costos que nos pasó la empresaria eran por cada tanda la cual consta de 10 unidades, ya hicimos la conversión para que fuera por unidad y la salsa actualmente con el aceite de canola cuesta \$20.99 por unidad a comparación de con el aceite de oliva costaba \$34 por unidad.

También calculamos cuanto le cuesta hacer cada salsa Mil Semillas, a mitad del proceso la empresaria gracias al focus group decidió cambiar el aceite de oliva por el aceite de canola lo cual redujo drásticamente el precio de la salsa lo cual da más margen de ganancia.

ACTUAL		
Ventas actuales	300 piezas	
PROCEDIMIENTO COSTOS DIRECTOS		
Mil Semillas		
ESTADO DE RESULTADOS		
DEL 1o. DE FEBRERO AL 28 DE FEBRERO DE 2022		
		2022
	IMPORTE	IMPORTE
VENTAS		25,500.00
OTROS INGRESOS		
TOTAL INGRESOS		25,500.00
COSTO DE VENTAS		7,647.00
UTILIDAD BRUTA		17,853.00
GASTOS OPERACIÓN		
GASTOS VENTA		
GASTOS ADMON		
OTROS GASTOS		0.00
UTILIDAD OPERACIÓN		17,853.00
RESULTADO INTEG. FINANC		
PRODUCTOS FINANC.	0.00	
GASTOS FINANCIEROS		
UTILIDAD FINANCIERA		17,853.00
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS.		17,853.00
ISR POR PAGAR	0.30	5,355.90
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>12,497.10</b>

Imagen 14: Estado de resultado actual de mil semillas.

Aquí está el estado de resultados del mes de febrero, que fue el mes que nos pasó su información de ventas. Le pusimos una tasa de impuesto tentativa ya que actualmente no está dada de alta, pero dependiendo del régimen fiscal que ella elija, puede cambiar en el documento la tasa y le sirve perfectamente.

Realizamos una tabla con su punto de equilibrio, para que la empresaria tenga en cuenta este dato que es muy importante en cualquier empresa.

PE	COSTO FIJO/P-COSTO VARIABLE
Estado de resultados:	
Ventas totales	\$2,667.36
Costos variables totales	\$1,317.36
Margen de Contribución Total	\$1,350.00
Costos Fijos	1350
Utilidad/(Pérdida)	\$0.00
Impuestos	
Utilidad/(Pérdida) Neta	

Imagen 15: Punto de equilibrio de la empresa Mil Semillas.

También realizamos una tabla para su utilidad deseada, ya que la empresaria Ivana Verduzco nos comentaba que su meta era llegar a los \$25,000 libras. Por lo que realizamos la siguiente tabla:

Utilidad deseada	\$25,000.00
	CF+UD/P-CV
Estado de resultados:	
Ventas totales	\$52,062.99
Costos variables totales	\$25,712.99
Margen de Contribución Total	\$26,350.00
Costos Fijos	1350
Utilidad/(Pérdida)	\$25,000.00
Impuestos	
Utilidad/(Pérdida) Neta	

Imagen 16: Utilidad deseada antes de impuestos.

Con esta tabla la empresaria en el momento que lo decida puede modificar su utilidad deseada y ya están hechas las fórmulas para que pueda ver

cuanto necesita vender para llegar a esa utilidad, claro tiene que modificar también cuanto aumentan sus costos variables, mano de obra etc.

Por último, también realizamos una tabla donde se puede ver su utilidad deseada pero después de impuestos, como comentábamos antes actualmente la empresa no está dada de alta y pusimos una tasa de impuestos genérica. Pero al momento que la empresaria Ivana desee dar de alta su empresa en el régimen deseado, solamente tiene que cambiar la tasa de impuestos que respecta a su régimen.

Utilidad deseada	\$25,000.00
	$CF+(UD/(1-.30))/P-CV$
Estado de resultados:	
Ventas totales	\$73,232.55
Costos variables totales	\$36,168.26
Margen de Contribución Total	\$37,064.29
Costos Fijos	1350
Utilidad/(Pérdida)	\$35,714.29
Impuestos	\$10,714.29
Utilidad/(Pérdida) Neta	\$25,000.00

Imagen 17: Utilidad deseada después de impuestos.

## 10. Balance general de la empresa.

Para el tema de finanzas también realizamos un balance general, sabemos que la empresa Mil Semillas apenas va empezando operaciones en Guadalajara y tiene muy pocos datos realmente para un balance general muy completo. Pero el balance refleja el estado de la situación financiera de un negocio en una fecha específica y se nos hizo importante incluirlo.

En el documento subido incluimos un ejemplo para que la empresaria Ivana Verduzco pudiera ver uno de una empresa con más datos que incluir en su balance general.

INVENTARIO			
	INVENTARIO	PRECIO	
SALSAS	36	\$85	\$3,060
FRASCOS Y TAPA	180	\$ 9.03	\$1,625.40
ETIQUETAS	800	\$ 1.65	\$1,320.00
SELLOS TERMO	1000	\$ 0.34	\$ 340.00
			\$6,345
Maquinaria y equipo			
ESTUFA	\$1,970		
OLLA	\$1,990		
ESPÁTULA	\$350		
MISERABLE	\$200		
SARTEN A Q	\$1,576		
COLADOR DE ACERO	\$1,200		
MESA DE MADERA	\$4,400		
CUCHILLO	\$500		
TABLA PARA PICAR	\$260		
BÁSCULA	\$160		
RECIPIENTE	\$230		
TOTAL	\$12,836		

Imagen 18: Información para el balance general de Mil Semillas.

Esta es la información que nos brindó la empresaria para realizar este balance general que a continuación tienen la liga para que puedan observarlo.

Enlace para balance general de ejemplo y el de la empresa Mil Semillas:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/11cYlt92KkhC2hIWGjMfcgZ4HvhsnaZd5/edit?usp=sharing&oid=112707092475938204622&rtpof=true&sd=true>

En su balance general se puede ver la suma del activo, suma del pasivo, suma del capital contable, la suma del pasivo con capital contable y su patrimonio.

## 11. Redes sociales.

Dentro del plan de mercadotecnia se le sugirió a la empresaria por parte del equipo de marketing los pilares de contenido para sus redes sociales,

además de la apertura de una cuenta de tik tok y una campaña de medios digitales para el relanzamiento de la marca con el nuevo logo y envase.

Esta misma nos comentó que por problemas con su exsocio, no contaba con las contraseñas para las cuentas ya existentes de Instagram y Facebook por lo que también se relanzaran todas las redes sociales.

Esto con el objetivo de que el contenido de plataformas más interactivas y dinámicas como Tik Tok e Instagram ayuden a las que son más pasivas y el principal canal del público principal como lo es Facebook.

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

- Aprendizajes profesionales (personal)

#### **Miguel Angel Muñoz Barba**

Como alumno nuevo de los Paps realmente desarrollé nuevas competencias y también puse a prueba las de mi propia carrera. Dentro de este proyecto me ayudó bastante a expandir mis conocimientos fuera de mi área de experiencia. Por ejemplo: con mi compañera de diseño aprendí bastante acerca de los diseños de los envases, como elegir colores de acuerdo con lo que queremos expresar a las personas y todo ligado al trabajo que desarrollamos durante meses. El focus group es algo nuevo para mí, ya que en mis materias de mercadotecnia nunca vimos muy a fondo esta herramienta y experimentarla es muy enriquecedora. Ya que en un futuro como alguien que quiere emprender su propio negocio descubrí que es bastante útil para poner a prueba las ideas que pueden parecer buenas en un principio, pero pueden ser aceptadas o bien rechazadas por tu público meta. Algo que se me puso mucho a prueba fue la parte de finanzas, como administrador llevo varias clases de finanzas y se me dan bastante bien, pero ya ponerlo a

prueba fuera de los ejercicios de clase y que fuera en una empresa real es diferente. En esta parte con la ayuda de la profesora auxiliar Claudia Cambero me quitó muchas dudas de mi desarrollo de mis propuestas de finanzas y al final quedó algo bastante profesional y sobre todo algo que ayudará bastante a la empresaria en su meta. También algo muy importante relacionado a lo de finanzas que acabo de comentar y ligándose con las problemáticas del campo profesional es que a veces te tocará hacer trabajos que no los tienes tan desarrollados como me pasó con el área de finanzas, pero al no haber un financiero tuve que sacar mis conocimientos, investigar acerca del tema y recobrar conocimientos de mis clases para poderlo aplicar al proyecto y siento que esa proactividad ayuda bastante en el ámbito profesional ya sea que seas colaborador en una empresa o quieras emprender tu propio negocio.

### **José Mario Garcia Ortiz**

Haber participado en este proyecto me dejó muchos aprendizajes en el sentido de cómo aplicar gran parte de los temas que aprendí durante toda mi carrera, principalmente en este proyecto nos enfocamos a todo lo que rodea el tema de estrategias y promoción digital, plan de medios, generarle a la empresaria una parrilla de contenidos para que sepa que, como y cuando publicar material en sus redes sociales, definimos y establecimos cual iba a ser el contenido de valor que se iba a compartir en redes sociales para que su interacción con su público sea mejor y les aporte información relevante.

Por otro lado como una primera etapa del proyecto también pusimos en práctica trabajo de campo en el cual pusimos en práctica aprendizajes relacionados con investigación de mercados, se realizó un benchmark en el cual visitamos distintos puntos de venta en los cuales se vende la categoría de salsa (Macha) de Mil Semillas para analizar cuales son las marcas que se repiten con mayor frecuencia, la participación que cada marca tiene en anaquel, precio, ingredientes con los cuales se elaboran las diferentes marcas de salsa, etc. Y también se tuvo que desarrollar un guión para hacer un focus group con las características de nuestro buyer persona para obtener información de manera cualitativa y que esto nos

ayude a entender de una mejor forma que es lo que espera el mercado del producto y así nosotros poder hacer una adaptación para que tenga mejor posicionamiento en el mercado.

### **Carlos Alberto Briseño Rosas**

Personalmente es la primera vez en la que tengo participación en un PAP y puedo decir que mi experiencia en lo profesional se dividió en dos momentos que fueron muy importantes ya que en la primera mitad del semestre me vi forzado a emplear todos los conocimientos obtenidos previamente durante la carrera sin ningún tipo de nuevo aprendizaje o al menos no uno significativo debido a que el profesor en turno realmente no brindaba nada a la mesa que a mi personalmente me ayudara en algo. Durante esta mitad se hicieron las investigaciones de campo, focus groups, creación e identificación de perfiles para la empresaria etc. Me gusto bastante poder practicar y validar todo mi conocimiento obtenido a lo largo de los últimos años.

En cambio, la segunda mitad me represento un reto ya que tuve que adaptarme no solamente al cambio de profesor sino a los requerimientos y solicitudes más estrictas provenientes de la maestra Abril, quien a diferencia del profesor anterior no solamente me sentí desafiado y motivado a tratar de hacer un buen trabajo sino que también le agradezco que facilitara no solamente conocimientos, sino también herramientas, consejos, ayuda y lo más importante, la disposición de escucharte. Además de que en este segundo periodo aprendí y bastante sobre como llevar una campaña de medios y marketing digital que es algo que hoy en día es indispensable para cualquier mercadólogo competente.

### **Daniela Fernandez Chavolla**

La participación en este proyecto contribuyó al desarrollo de muchas habilidades personales y profesionales. En un principio empecé el trabajo con los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera profesional, los cuales son los indispensables para emprender sobre un proyecto, sin embargo, al momento de entrar a la práctica en una empresa de la vida real, con un empresario real y un

equipo de trabajo real, cambia el mecanismo de trabajo y todo fluye de una manera mucho más natural, trayendo consigo un crecimiento y desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades. Puse a prueba la mayoría de mis conocimientos, desde los personales como la paciencia, la responsabilidad y la perseverancia, hasta mis conocimientos profesionales adquiridos a lo largo de mi carrera para desarrollar una identidad de marca con todo lo que engloba y necesita. Vivi la experiencia de poner en práctica todo, y no dejarlo solo en una fase de prototipo e idea, y fue así como puse en práctica el desarrollo de distintos obstáculos como lo son el adaptarse a un presupuesto y aun así conseguir el resultado deseado.

- Aprendizajes sociales

### **Miguel Angel Muñoz Barba**

Gracias a este proyecto ayudamos a una emprendedora como Ivana Verduzco a estructurar de mejor manera su empresa. Sabemos que en estos tiempos es difícil emprender y es algo que ha cambiado mi percepción del mundo, ya que antes había escuchado de tantas personas que emprenden y les va muy bien que hasta lo pintan sencillo, pero al realizar este proyecto pude ver que no es tan sencillo hacer un emprendimiento como se debe, con una estructura bien hecha, con una idea bien establecida etc. Los saberes aplicados a este proyecto son completamente transferibles a otra situación, ejemplo a un propio emprendimiento. Ya que en este proyecto con la empresa Mil Semillas pude ver cuál es la manera correcta de iniciar un emprendimiento, son varios pasos que muchas veces las personas se saltan con el simple motivo de que no los saben o bien lo ven como algo no necesario. También como sabemos las micro y pequeñas empresa son muy importantes para la economía de nuestro país, así que, al ayudar un proyecto como este, que es una microempresa que apenas está empezando puedo decir que es una forma de apoyar a la economía, ya que esta empresa con la ayuda que le hemos brindado va a seguir creciendo y va a aportar más al país.

### **José Mario Garcia Ortiz**

Por medio de este proyecto puede ayudar a una empresaria que es recién egresada y está en el proceso de emprendimiento con su microempresa de producción y venta de salsa macha, al ser una empresaria joven y sin expertis muchas veces no sabes que camino tomar, que puedes mejorar o en que estas fallando y por medio de este proyecto pudimos darle una especie de consultoría para lograr mejorar sus estrategias tanto financieras, como de mercadotecnia y diseño.

Considero que nuestra ayuda fue muy valiosa para ella ya que en esta etapa de emprendimiento muchas veces no cuentas con los recursos económicos suficientes para crear estos cambios dentro de tu empresa y al trabajar con ella pudimos ayudarle en aspectos que no tenía del todo claros u ordenados en su empresa.

### **Carlos Alberto Briseño Rosas**

Hablando del aspecto social dentro del proyecto considero que al menos en lo personal mi participación fue buena y más importante que me sentí bien al hacerlo ya que el ayudar a una ex alumna del ITESO y más aún siendo que es joven al igual que nosotros me daba un impulso extra al momento de trabajar y de ayudarla ya que genuinamente espero que nuestro trabajo le sirva y más importante aún espero que de verdad continúe desarrollando este proyecto ya que uno no sabe realmente si estará o no en esa o una posición similar en algún momento de la vida y de ser así espero poder contar con un equipo igual de capaz y sobre todo dispuesto a ayudar como este.

### **Daniela Fernandez Chavolla**

Mi participación social en este proyecto fue buena, ya que en este PAP trabajamos en conjunto a la empresaria y logramos aportar al proyecto todos como equipo, apoyando micro empresas mexicanas con la finalidad de impulsar los negocios locales y cada que cada vez haya menos productos extranjeros y

empecemos a consumir más productos locales no nomas con la finalidad de apoyar si no porque estamos empezando a crear productos de calidad que al mercado satisfacen y está convencido a consumir.

- Aprendizajes éticos

### **Miguel Angel Muñoz Barba**

Esta experiencia vivida en el pap y con esta empresa me lleva a ver que siempre se puede ayudar de distintas maneras, en esta ocasión a una empresaria que apenas va saliendo de la universidad y que su proyecto le va a ayudar a pagar su crédito estudiantil me hace sentir que valió completamente la pena ayudar a Ivana en su empresa, me gustaría en unos años ver el producto Mil Semillas en las estanterías de los supermercados y saber que estuve involucrado en un proyecto que le tiene tanta fe Ivana. Esta experiencia me lleva a vivir que además de ganar dinero con mi profesión, puedo escoger cosas que puedan ayudar ya sea a demás personas como colaboradores, a tus clientes en mejorar aspectos de su vida y claro que todo sea eco amigable porque estamos en tiempos críticos de poder salvar la naturaleza y el planeta tal como lo conocemos. También mi profesión la voy a ejercer de una manera completamente ética, creo que en el país en el que vivimos muchas personas son lo contrario y saldrán con el típico dicho de “él que no tranza no avanza” pero creo que nuestra generación puede ser esa que cambie ese paradigma y podamos todos salir delante de una manera en que no tengamos que afectar a un tercero.

### **José Mario García Ortiz**

La experiencia que me dejó este PAP fue la toma de decisiones y que herramientas iban a ser las correctas que usamos para ayudar a la marca a resolver los problemas que se nos plantearon en un inicio, tuvimos que ver que estrategias o de qué manera íbamos a recaudar toda la información necesaria para posteriormente poder sentarnos a dialogar con la empresaria y proponer

ideas y alternativas que ayuden a cumplir los objetivos establecidos a un inicio del PAP.

En lo personal disfruté esta experiencia ya que me ayudó a tener un acercamiento muy real en como aplicar los conocimientos de mi carrera a un ambiente 100% laboral, me gusto el buscar alternativas y soluciones para posicionar la marca.

### **Carlos Alberto Briseño Rosas**

Creo que el PAP mil semillas fue una experiencia desde el punto de vista ético bastante enriquecedora ya que todos los trabajos realizados era importante hacer las cosas bien y de la mejor manera posible ya que estas decisiones afectan directamente a un tercer individuo que al igual que todos busca salir adelante. Por lo que el ser empático y realmente comprometido en hacer de la mejor manera posible las tareas asignadas para cada uno de nosotros era de suma importancia. Me pareció que todas las acciones realizadas y decisiones tomadas fueron de la mejor manera y siempre enfocándonos en alguien más sin importar lo difícil o pesado que pudiera resultar.

### **Daniela Fernandez Chavolla**

En este PAP de mil semillas creo que trabajamos muy de la mano la empresaria y yo porque la comunicación siempre fue muy directa de lo que estaba buscando, así que conforme las decisiones se tomaron en conjunto de la empresaria como de mis compañeros que también estuvieron muy involucrados. en lo personal me gusto trabajar mucho en equipo, porque creo que todos aportamos mucho de diferentes manera a este proyecto y nos supimos complementar bien gracias a la buena convivencia y relación que se creó; de esta manera fue como yo aprendí más, para poder sobrellevar proyectos a largo plazo porque independientemente de lo que te dediques siempre te toca trabajar y tratar con muchas personas y deber aprender a relacionarte bien con los demás para poder sacar los futuros proyectos, así que mi experiencia en este sentido fue muy positiva.

- Aprendizajes en lo personal

### **Miguel Angel Muñoz Barba**

Este es mi primer pap y realmente fue una experiencia muy enriquecedora en varios aspectos. Primero me hizo conocerme a mí y ver en muchas cosas en las cuales soy bueno, pero también al mismo tiempo cosas en las cuales tengo que mejorar bastante. El trabajo en equipo siempre lo he visto como algo muy bueno ya que siempre es mejor contar con apoyo y diferentes formas de vista, pero siempre es complicado al inicio, ya porque realmente no conoces a las personas y puedes llegar a sentirte raro al trabajar con nuevas personas, pero esto es así en la vida diaria ya sea en la vida profesional o en la personal pero con esta experiencia logre a aprender a trabajar con compañeros de distintas carreras y cada quien con sus diferentes experiencias, conocimientos y pensamientos logramos darle vida a un proyecto. Al inicio fue difícil porque hubo poca motivación por parte de todos, pero después de cambio de aires nos ayudó bastante a ponernos al corriente y sacar este barco adelante. Lo que aprendí para mi proyecto de vida es que siempre puedes tener caídas y falta de motivación en hacer algo, pero al final si no haces nada nunca vas a lograr nada, así que siempre es mejor estar trabajando para sacar metas y proyectos adelante, aunque no sientas motivación al momento de lograrlo vas a decir que valió completamente la pena cada segundo que invertiste en eso, como yo con este proyecto, aprendí bastante y me llevo todo este conocimiento para mi vida diaria.

### **José Mario Garcia Ortiz**

Por medio de este PAP pude enfrentarme a diversas situaciones que me dejaron aprendizajes no solo en el área laboral sino que también en el ámbito social y de trabajo en equipo. Particularmente en mi grupo de trabajo hubo una situación un poco desafortunada en el que tuvimos dificultades de entendimiento a la hora de trabajar con nuestro profesor y como grupo tuvimos que adaptarnos y aprender a trabajar con el or más que no nos gustara, hubiera diferencias y no nos sintamos cómodos, y como esta situación te vas a enfrentar a muchas similares en un

ámbito laboral y tienes que aprender a adaptarte y trabajar así. Y por otro lado el trabajar con una empresaria que tiene otras ideas y alomejor no sabe bien todo el proceso que se necesita para llegar a lo que ella quiere también es algo interesante ya que tienes que aprender a interpretar que es lo que busca para entregar los resultados que ella espera y que se quede con un buen sabor de boca del trabajo que realizaste.

### **Carlos Alberto Briseño Rosas**

En el aspecto personal mi experiencia dentro del PAP fue de menos a más a lo largo del semestre ya que desde el principio no me agrado nada la actitud ni la forma de trabajo del profesor asignado en primera instancia por lo que trabajar la primera mitad del semestre me resultó no solamente difícil sino molesto también. Sin embargo, esto no fue del todo malo ya que puedo decir que mis compañeros son personas a quienes realmente estimo y aprecio en el aspecto personal y profesional lo cuál creo que no hubiera pasado de no ser por la unión que formamos a partir de esta situación con el profesor.

Después de todo lo acontecido con el cambio de maestro y todo lo vivido, puedo decir que me voy de este primer PAP satisfecho conmigo mismo por haber aguantado y trabajado siempre de la mejor manera y también por las amistades que formé este semestre. Gracias a la maestra Lily y a la maestra Abril por toda la ayuda y sobre todo gracias a mis compañeros por ser personas tan chidas.

### **Daniela Fernandez Chavolla**

Este PAP me ayudó a conocer mi manera de trabajar a la hora de ser un caso más profesional, en cumplir con horarios de entrega, en saberse relacionar con el cliente, a usar diferentes metodologías para conocer tu mercado; realmente fue una experiencia muy enriquecedora donde aprendí mucho y sobre todo de mis compañeros, creo que hacer el proyecto de aplicación profesional termina siendo tan enriquecedor porque se conforma de varios profesionistas con diferentes

ramas de trabajo que hace que todos nos complementamos y aprendamos unos de otros; Durante el desarrollo del PAP, desarrolló bastantes competencias de diseño gráfico, ya que la base del trabajo que se realizó fue crear un nuevo concepto de la marca con el cual estuviera directamente relacionada el valor y la representación que buscaba el empresario y no estaba consiguiendo. Para conseguir el resultado que obtuvimos puse en práctica todos los conocimientos de creación de marca e identidad que había adquirido a lo largo de la carrera, sin embargo también fue necesario recibir asesoría de una profesional en el tema para tener la oportunidad de recibir otras percepciones y comentarios de alguien que maneja esto día con día. Al plantear las distintas alternativas para obtener el resultado buscado me encontré poniendo en práctica la comunicación al cien por ciento con la empresaria de manera que fui capaz de vencer el miedo a presentar mi trabajo con seguridad y justificación, firme en las propuestas que ofrecemos, siempre al pendiente de lo que el empresario buscaba.

## 5. Conclusiones y recomendaciones

El trabajo realizado a lo largo del semestre fue de gran utilidad para la empresa “mil semillas” y de grandes conocimientos para el equipo. Ya que además de realizar un cambio de imagen exitoso para la empresa, también validamos su mercado meta con diferentes estudios que fuimos haciendo en el periodo, se hicieron varios cambio de imagen hasta que encontramos el que fue de acuerdo con el target, también ordenar bastante el área de finanzas, ya que antes de empezar este proyecto el área de finanzas era nula y ahora tiene todo lo necesario para llevar unas finanzas sanas en su empresa. Por nuestra parte nos llevamos una montaña de conocimiento, porque en sí no solo fue lo anterior mencionado, fue como montar una empresa desde cero y nosotros como emprendedores y futuros empresarios siempre este tipo de experiencias son muy enriquecedoras. También con problemas que tuvimos que lidiar gran parte del proyecto ya que personas no valoraban el trabajo realizado por el equipo, pero esto nos enseñó que, si confías en tu trabajo y en tus aptitudes, nunca dudar de lo que estas

logrando. Además, es un trabajo que hicimos a conciencia y no se nos hacía justo varias acusaciones en nuestra contra.

Cabe recalcar que Ivana siempre fue una empresaria muy accesible y siempre que podía nos contestaba las dudas que teníamos lo que ayudo demasiado a que el rumbo del proyecto fuera el correcto. Pero esto es apenas el principio de un largo camino para la empresa “mil semillas” lo que nosotros realizamos a lo largo de este semestre fue un camino firme para que Ivana pueda seguir desarrollando la visión que tiene para su empresa. Pero por lo que nos ha comentado y las ambiciones que tiene con este proyecto falta bastante para lograr lo que ella quiere hacer con esta empresa y bueno a grandes rasgos nos parece como equipo que el proyecto “mil semillas” tiene mucho potencial debido a que es un gran producto con características únicas, además de encontrarse en un mercado el cual le ofrece altas posibilidades de un crecimiento exponencial en el corto a mediano plazo. Esperamos con todo el corazón que la empresaria Ivana decida continuar con este proyecto para verano y nosotros como equipo estaríamos encantados de continuar esta aventura que apenas comienza para Ivana y su empresa “mil semillas”.

Nuestras recomendaciones para la empresaria son:

- Continuar con el PAP en verano para que toda la planeación y trabajo estratégico que se realizó este semestre se ejecute de la mejor manera para comenzar a la brevedad con el relanzamiento de mil semillas.
- Seguir las líneas de contenido propuestas y el calendario de publicaciones ya que estas estrategias permitirán un posicionamiento más rápido en plataformas digitales.
- Tomar en cuenta los formatos de finanzas realizados por el equipo, ya que son básicos para una sana contabilidad en la empresa.
- Realizar bastante material fotográfico para las publicaciones en las redes sociales.
- Recomendamos utilizar cámara profesional y trípode para las fotografías.

- Realizar otro focus group del target, ya que el segundo que hicimos no tuvo una muestra significativa.

## Bibliografía

1. Salesforce Latinoamérica. (2021). Benchmarking: ¿Qué es y cómo aplicarlo?. 21 de Abril del 2022, de Salesforce blog Sitio web: <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/08/que-es-benchmarking-y-como-aplicarlo.html>
2. Sordo, A. (2021). Qué es un buyer persona y cómo crearlo (+ plantillas gratis). 21 de abril del 2022, de Hubspot Sitio web: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>
3. University of Puerto Rico, Río Piedras, Sistema de Bibliotecas. (2021). Fuentes Primarias: Fuentes Primarias. 21 de abril del 2022, de University of Puerto Rico, Río Piedras Sitio web: <https://uprrp.libguides.com/fuentesprimarias/fuentesprimarias>
4. Gereá, C. (2021). Focus group: qué es y cómo realizarlo. 21 de abril del 2022, de Freed Sitio web: <https://freed.tools/blogs/ux-cx/focus-group>
5. Llasera, J. (2021). Moodboard: qué es y cómo crear uno para tu marca. 22 de abril del 2022, de Imborrable Sitio web: <https://imborrable.com/blog/moodboard/>
6. Raeburn, A. (2021). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos). 22 de abril del 2022, de Asana Sitio web: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
7. Clavijo, C. (2022). Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza?. 22 de abril del 2022, de Hubspot Sitio web: <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
8. Fantino, J. (2022). ¿Cómo diseñar un brandbook y mejorar tu estrategia visual al estilo de Paul Rand?. 22 de abril del 2022, de Crehana Sitio web: <https://www.crehana.com/es/blog/disenio-grafico/brandbook/>

9. Recursos en project management. (2021). Qué es el calendario de un proyecto. 22 de abril del 2022, de Recursos en project management Sitio web:  
<https://www.rekursosenprojectmanagement.com/definicion-de-cronograma/>
10. Castro, J. (2021). ¿Qué es el estado de resultados y cuáles son sus objetivos?. 22 de abril del 2022, de Corponet Sitio web:  
<https://blog.corponet.com/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
11. Sevilla, A. (2014). Balance general. 22 de abril del 2022, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/balance-de-situacion.html>