

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

Apuesta: Economía solidaria y trabajo digno.

Programa de desarrollo de estrategias comerciales nacionales e internacionales.

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

3J01 CEDECOM Micro y pequeñas empresas.

“Desarrollo de plan de mercadotecnia e identidad corporativa para empresa de asesoría Au pair, ubicada en área metropolitana de Guadalajara”

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Mercadotecnia Antonella Di Vito Leafñez

Lic. en Mercadotecnia Laura López Espinoza

Lic. en Administración de Empresas Francisco Javier Torres Neri

Lic. en Diseño Romina Symonds Mexia

Profesora PAP: Mtra. Sofía Guadalupe Lepe Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, mayo de 2023

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Desarrollo	16
3. Resultados del trabajo profesional	21
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	111
5. Conclusiones	120
6. Bibliografía	122
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	123

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 objetivo del proyecto fué determinar la viabilidad comercial y el perfil del mercado potencial para asesorías sobre el programa de Aupair en Latinoamérica, además de desarrollar la estrategia comercial y de lanzamiento a lo largo del periodo de primavera de 2023. Se brindaron herramientas para una comunicación efectiva con el usuario así como también se crearon las redes sociales y una página web para formalizar la empresa.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

A continuación se presentarán antecedentes del proyecto de la empresa escenario del presente proyecto de PAP, el cual es una organización enfocada en proporcionar asesorías para el programa Au Pair. En esta sección, también se muestra el análisis de la industria al que pertenece el negocio.

Michelle Paillaud Hernández es una asesora especializada en el programa Aupair que se enfoca en facilitarle apoyo e información a las jóvenes que estén interesadas en irse al extranjero como niñeras, recomendación de escuelas de idiomas y los requisitos necesarios para llenar la solicitud correspondiente.

Es un servicio de asesoría, para que las personas que quieran vivir la experiencia de niñeras en el extranjero, elijan y vayan 100% seguras a su destino, teniendo una buena experiencia en el intercambio cultural.

Sus áreas de asesoría engloban escuelas de idiomas, revisión de solicitudes e información en general sobre el programa de Aupair. Su servicio lo conforman las siguientes partes:

- Contacto mediante los medios de comunicación.
- Programación de una cita con la persona interesada.
- Creación de perfil.
- Revisión y seguimiento de solicitud.

Michelle Paillaud Hernández administra toda la operación de asesoría, ofreciendo una amplia gama de servicios de calidad con base en su experiencia propia como participante de dicho programa.

Su experiencia y profesionalismo en este giro, le permite colaborar con personas interesadas en inscribirse en dicho programa así como darle seguimiento a los casos específicos de las personas interesadas.

En seguida se investigó la industria del programa y asesoramiento Aupair. Se analizó Au Pair World que es un programa que se posiciona como la plataforma mundial más famosa para jóvenes que buscan vivir una experiencia cultural fuera de su país. Según la página oficial del programa esta empresa tiene “más de 20 años de presencia en el mercado, más de 1 millón de usuarios satisfechos, familias de 78 países y Au Pair de 190 nacionalidades”.

Estadísticas arrojan que las “Au Pairs” de Reino Unido y Estados Unidos son las más buscadas por las familias de otros países al igual que las de Francia, Alemania o Italia.

Como destino, la mayoría de los jóvenes buscan irse a España pero todo se decide en el momento de los trámites y requisitos para el visado.

Las Au Pairs más interesadas en seguir este programa son de Colombia, Estados Unidos y Canadá.

Después se analizó agencias que se dedican a la asesoría para Au Pair y se encontró con que cuentan mayormente con el servicio de entrenamiento Au Pair en Estados Unidos: California o Nueva York y más. Se da seguimiento desde México al igual que ya estando en el extranjero, además se asesora con la documentación.

Estas agencias Au Pair en México ayudan a alcanzar las metas de los jóvenes interesados en vivir un año en el extranjero en países como Estados Unidos o Suiza y en Guadalajara hay alrededor de 9-10 agencias de asesorías Au Pair, que ayudan con los trámites para que se facilite el proceso del intercambio.

Análisis PESTEL:

El análisis PESTEL es un estudio de mercado únicamente de factores externos que afectan a una empresa. Por lo tanto, se refiere a los factores que se analizan: Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Tabla 1 Análisis pestel

Político	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de gobierno de cada país(Amenaza) • Políticas de cada país para 	<i>OIM MIGRACION. (2021). Protección de datos. ONU MIGRACION. Recuperado 22 de enero de 2023, de</i>
-----------------	--	--

	<p>sacar visa(Amenaza)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Políticas para salvaguardar la integridad de las personas extranjeras.(Oportunidad) 	<p>https://www.iom.int/es/proteccion-de-datos</p> <p>United Nations. (s. f.). <i>Migración Naciones Unidas</i>. ONU. Recuperado 24 de enero de 2023, de https://www.un.org/es/global-issues/migration</p>
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • El salario mínimo es más elevado en los países desarrollados. (Oportunidad) • Las familias anfitrionas cumplen con las prestaciones de ley. (Oportunidad) 	<p><i>Sánchez, Á. (2021, 1 junio). Países con el mejor equilibrio entre la vida personal y laboral en 2021. NotiPress. Recuperado 23 de enero de 2023, de https://notipress.mx/vida/paises-con-el-mejor-equilibrio-entre-la-vida-personal-y-laboral-en-2021-7544</i></p>
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la población mundial. (Oportunidad) • Existe la tendencia en ciertos sectores de la población de ya no quiere tener hijos. (Amenaza) • Barreras culturales entre latinoamericanos y europeos. (Amenaza) 	<p><i>La población mundial sigue en aumento, aunque sea cada vez más vieja. (2019, 17 junio). Noticias ONU. Recuperado 21 de enero de 2023, de https://news.un.org/es/story/2019/06/1457891</i></p> <p><i>Statista. (2021, 29 septiembre). Países con la tasa global de fertilidad más baja en 2021.</i></p>

		Recuperado 22 de enero de 2023, de https://es.statista.com/estadisticas/657147/ranking-de-paises-con-las-tasas-de-fertilidad-mas-bajas/
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad de acceso a herramientas tecnológicas innovadoras, con fin de localización. (Oportunidad) • Asesorías y contacto de manera virtual. (Oportunidad) 	
Ecológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Debido al rubro, no genera impacto en el medio ambiente y no deteriora este mismo. (N/A) 	N/A
Legales	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de datos tanto de las familias como de las y los jóvenes.(Oportunidad) • El impuesto en México es bajo a comparación de los países con mayor mercado de aupair(Francia,Alemania, Holanda, Austria,Bélgica) (Amenaza) • Pago de impuestos, En México la tasa del IVA es de 16% (Oportunidad). 	<p><i>GOBIERNO DE MÉXICO. (1978). LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO. DIPUTADOS. Recuperado 21 de enero de 2023, de https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LIVA.pdf</i></p> <p><i>OIM MIGRACION. (2021). Protección de datos. ONU MIGRACION. Recuperado 22 de enero de 2023, de <a 842="" 863="" 918="" 936"="" data-label="Page-Footer" href="https://www.iom.int/es/proteccion-</i></p> </td> </tr> </table> </div> <div data-bbox=">6</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Como empresa se debe de dar de alta ante hacienda para ser contribuyente. (Amenaza) 	<p><u>de-datos</u></p> <p>GOBIERNO DE MÉXICO. (s. f.). <i>Lo que debes saber cómo emprendedor para realizar la inscripción en el RFC.</i> SAT. Recuperado 24 de enero de 2023, de https://www.sat.gob.mx/consulta/09789/lo-que-debes-saber-como-emprendedor-</p>
--	---	---

Fuente: Elaboración propia del equipo.

1.2 Diagnóstico inicial

A continuación se presenta el FODA simple, una herramienta de diagnóstico que apoya al analizar el contexto de la empresa de manera interna y externa, en el que se incluyen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la misma.

Tabla 2 Foda simple

Fortalezas (Internas)	Debilidades (Internas)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia de la empresaria Michelle siendo Aupair. 2. Conocimiento del manejo de papeleo para trámites de la VISA. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con un lugar para asesorías presenciales. 2. No tiene antigüedad que la pueda respaldar frente a la competencia. 3. No cuenta con equipo. 4. No cuenta con capital.

	<p>5. No cuenta con el servicio de visado.</p> <p>6. No se tiene un branding definido, por lo tanto tampoco está registrada la marca</p> <p>7. No hay claridad aún en el modelo de negocios</p> <p>8. La empresa no está constituida formalmente.</p> <p>9. Actualmente no tiene estrategia comercial.</p> <p>10. No cuenta con el certificado IAPA.</p> <p>11. No se tiene una estructura tecnológica.</p>
Oportunidades (externas)	Amenazas (externas)
<p>1. Un gran mercado alrededor del mundo con distintas opciones de familias.</p> <p>2. Existencia de un mercado potencial de jóvenes que quieren vivir una experiencia de ser aupair.</p> <p>3. Existencia de políticas para salvaguardar la integridad de las personas extranjeras.</p> <p>4. El salario mínimo es más elevado en los países desarrollados.</p> <p>5. Las familias anfitrionas cumplen</p>	<p>1. Las políticas de gobierno de cada país son muy distintas.</p> <p>2. Políticas de cada país para sacar visa.</p> <p>3. Existe la tendencia en ciertos sectores de la población de ya no quiere tener hijos.</p> <p>4. Barreras culturales entre latinoamericanos y europeos.</p> <p>5. Como empresa se debe de dar de alta ante hacienda para ser</p>

<p>con las prestaciones de ley.</p> <p>6. Crecimiento de la población mundial.</p> <p>7. Facilidad de acceso a herramientas tecnológicas innovadoras, con fin de localización.</p> <p>8. Existe la posibilidad de dar asesorías y contacto de manera virtual.</p> <p>9. Protección de datos tanto de las familias como de las y los jóvenes.</p> <p>10. Existe la oportunidad de certificarse de IAPA. (International Au Pair Association.)</p>	<p>contribuyente.</p> <p>6. Existe una competencia directa ya establecida en el municipio de Zapopan.</p>
---	---

Fuente: Elaboración propia del equipo.

Foda estratégico:

El foda estratégico es con base a la información recolectada en el foda simple, realizando recomendaciones a la empresaria tomando en cuenta los objetivos, entregables, resultados de las entrevistas, análisis de la industria, benchmarking, para aprovechar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Tabla 3: Foda estratégico:

	Fortalezas	Debilidades
	<p>1. Experiencia de la empresaria Michelle siendo Aupair.</p> <p>2. Conocimiento del manejo de papeleo para</p>	<p>1. No cuenta con un lugar para asesorías presenciales.</p> <p>2. No tiene antigüedad que la pueda</p>

	trámites de la VISA.	respaldar frente a la competencia. 3. No cuenta con equipo. 4. No cuenta con capital. 5. No cuenta con el servicio de visado. 6. No se tiene un branding definido, por lo tanto tampoco está registrada la marca 7. No hay claridad aún en el modelo de negocios 8. La empresa no está constituida formalmente. 9. Actualmente no tiene estrategia comercial. 10. No cuenta con el certificado IAPA. 11. No se tiene una infraestructura tecnológica.
Oportunidades 1. Un gran mercado alrededor del mundo con distintas opciones de	FO • Establecer de manera formal un negocio para estas	DO • Ver la oportunidad de hacer todo virtual ya que existe facilidad de

<p>familias.</p> <p>2. Existencia de políticas para salvaguardar la integridad de las personas extranjeras.</p> <p>3. El salario mínimo es más elevado en los países desarrollados.</p> <p>4. Las familias anfitrionas cumplen con las prestaciones de ley.</p> <p>5. Crecimiento de la población mundial.</p> <p>6. Facilidad de acceso a herramientas tecnológicas innovadoras, con fin de localización.</p> <p>7. Existe la posibilidad de dar asesorías y contacto de manera virtual.</p> <p>8. Protección de datos tanto de las familias como de las y los jóvenes.</p> <p>9. Existencia de un mercado potencial de</p>	<p>personas que se quieren ir de Au Pair. (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Proporcionar seguimiento cuando las niñas ya están en el extranjero. (2) ● Establecer una plataforma donde pueden tener acceso a los servicios de la empresaria Michelle virtualmente (6) 	<p>acceso a herramientas tecnológicas(1)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definir el mercado potencial y la ubicación de la empresa (9) ● Definir el modelo de negocios. (7) ● Realizar una estrategia de comunicación para el lanzamiento del negocio. ● Definir e implementar una estrategia de Marketing Digital.(11) ● Se sugiere tratar de entrar y certificarse con el tiempo en IAPA para dar mayor seguridad, las personas que ya se han asesorado con Michelle den su testimonio para mayor credibilidad (10) ● Registrar la marca (6)
--	--	---

<p>jóvenes que quieren vivir una experiencia de ser aupair.</p> <p>10. Existe la oportunidad de certificarse de IAPA.</p>		
<p>Amenazas</p> <p>1. Las políticas de gobierno de cada país son muy distintas.</p> <p>2. Políticas de cada país para sacar visa.</p> <p>3. Existe la tendencia en ciertos sectores de la población de ya no quiere tener hijos.</p> <p>4. Barreras culturales entre latinoamericanos y europeos.</p> <p>5. Como empresa se debe de dar de alta ante hacienda para ser contribuyente.</p> <p>6. Existe una competencia directa ya establecida en el municipio de Zapopan.</p>	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar conocimiento sobre las políticas de los países destino de las niñas. (1) • Innovar mis servicios para que los clientes no se vayan con la competencia (1) • Si ya ha apoyado a más niñas en el pasado, empezar a recolectar testimonios para diferenciarse de la competencia (2) 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliar sus servicios (incluir visado) (5) • Tener alianzas con personas que pueden ayudar con el visado (5) • Incluir testimonios en redes sociales y página web (2) • Realizar la identidad corporativa de la empresa (6)

Fuente: Elaboración propia del equipo

1.3 Problemática u oportunidad detectada

Se identificó que el emprendimiento no cuenta con lo básico para comenzar a operar, por lo que se busca ayuda principalmente para ver rentabilidad, abrir redes sociales, hacer logo junto con manual de identidad corporativa, naming y branding y registro de marca, hacer el sitio web y la fijación de precios.

1.4 Objetivo general

Determinar la viabilidad comercial y el perfil del mercado potencial para asesorías sobre el programa de Aupair en Latinoamérica, además de desarrollar la estrategia comercial y de lanzamiento a lo largo del periodo de primavera de 2023.

1.5 Objetivos específicos

Investigar sobre la industria y el giro de la empresa

- Determinar el perfil del mercado potencial (Edad, NSE, Lugar Geográfico) e identificar sus necesidades e intereses.
- Identificar la competencia directa e indirecta de esta empresa, en la zona de influencia predeterminada y los servicios que ofrecen.
- Determinar la viabilidad comercial de la idea de negocio.
- Desarrollar un plan estratégico de comunicación y comercialización para el lanzamiento del proyecto.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

A continuación se encontrará el desarrollo del presente proyecto. Donde se verá el procedimiento de trabajo, las herramientas y recursos utilizados.

2.1 Metodología

Es la descripción de cómo se va a desarrollar el proyecto; se requiere mencionar los procedimientos de trabajo, sus herramientas y recursos. Metodologías empleadas y los fundamentos de las mismas.

Se mencionó las metodologías empleadas y los fundamentos de las mismas con base a los objetivos específicos.

Fase 1: Recopilación de información

Analizar la industria, análisis de la competencia mediante benchmarking, recopilar información sobre qué países se puede viajar, realizar un análisis PESTEL para conocer las oportunidades y amenazas del sector y técnica de investigación de mercados cualitativa para definir los clientes potenciales basada en entrevistas a profundidad.

Fase 2: Diagnóstico

- Búsqueda de información para la realización del FODA y FODA estratégico y crear modelo de negocio (lean canvas).
- Determinar la viabilidad comercial del proyecto.

Fase 3: Propuesta de mejora

- Realización de branding, manual de identidad corporativa, propuesta para la técnica de investigación de mercados cualitativa basada en focus groups, estrategia comercial, estrategia de lanzamiento para dar a conocer el servicio de asesoría y las 4P's de mercadotecnia.
- Elaborar la planeación estratégica de la empresa.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

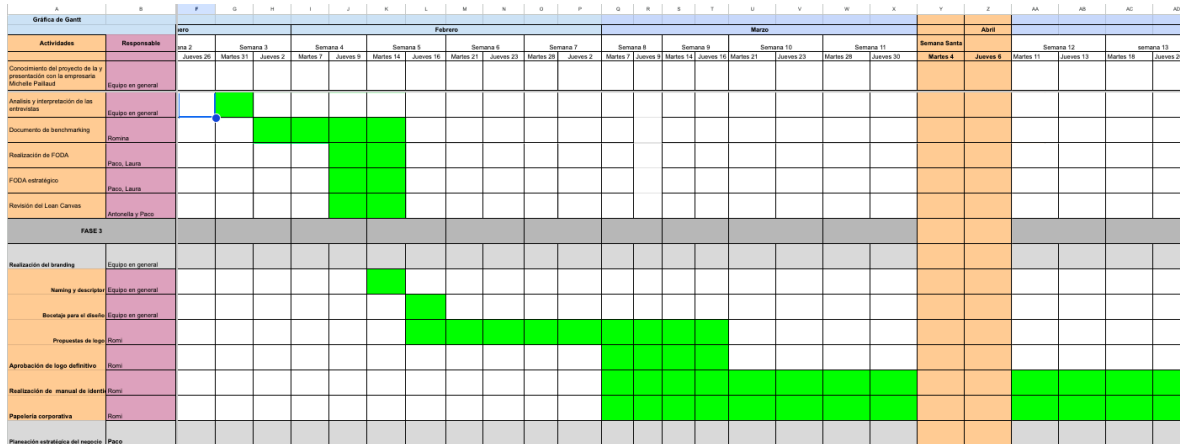
Con el propósito de ordenar en el tiempo las acciones que se realizaron tomando en cuenta las etapas planeadas para el logro de los objetivos y/o productos que se obtuvieron con el desarrollo del proyecto, en seguida se verán todas las actividades realizadas.

GANTT.

El diagrama de Gantt es una herramienta gráfica cuyo objetivo es exponer el tiempo de dedicación previsto para diferentes tareas o actividades a lo largo de un

tiempo total determinado. Estas tareas se muestran en orden cronológico para ser realizadas en orden.

Imagen 1 Gráfica de Gantt



Fuente: Elaboración propia del equipo

Recursos humanos: Para la realización de este proyecto, el equipo del PAP está conformado por integrantes de mercadotecnia, administración de empresas y Diseño.

Recursos materiales: Computadora, Dispositivos móviles, acceso a internet, número de celular.

Recursos económicos: Presupuesto para comprar dominio, presupuesto para pautas en redes.

Recursos tecnológicos: Adobe illustrator, canva y google drive.

2.3 Productos y entregables

Posteriormente se encontrará el listado de la descripción de los productos que se entregarán en la realización de este proyecto.

- ✓ Reporte final con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.

- ✓ Presentación con los puntos más relevantes.
- ✓ Branding
- ✓ Asesoría para registro de marca.
- ✓ Estrategia de mercadotecnia y comunicación
- ✓ Sitio web
- ✓ Modelo de negocio
- ✓ Resultados de los estudios de mercado

3. Desarrollo

En este apartado se podrá ver los conceptos en que se fundamentan las acciones y decisiones tomadas para el desarrollo de este proyecto, que ayudan a comprender la problemática de la empresa Vive Aupair. Además el trabajo de campo, el desglose de todas las actividades realizadas conforme a nuestro diagrama de GANTT con sus respectivas evidencias.

3.1 Sustento teórico

Vocabulario de la industria

Aupair: Una Au Pair es una chica o un chico que vive en el extranjero con una familia anfitriona y que cuida de los niños a cambio de alojamiento y dinero de bolsillo.

¿Qué es un Au Pair? ¿Qué es una familia anfitriona? (n.d.).
<https://www.aupair.com/es/p-concepto.php>

Contrato Aupair: El contrato au pair es uno de los documentos más importantes de la estancia au pair. En él, se incluyen por escrito todos los acuerdos a los que llegan los au pairs y las familias sobre temas como las tareas, horas de trabajo,

paga y tiempo libre. De esta forma, ambas partes pueden protegerse y evitar malentendidos.

Glosario au pair: Información por palabras clave - AuPairWorld. (s. f.). AuPair World. Recuperado 8 de febrero de 2023, de <https://www.aupairworld.com/es/glosario>

Visa para poder ser Au pair: Un visado es una autorización condicionada que otorga un país, típicamente a un ciudadano extranjero, para entrar y permanecer temporalmente en dicho país. En cada país hay visados distintos y los documentos que tienes que presentar para ser au pair también varían.

Glosario au pair: Información por palabras clave - AuPairWorld. (s. f.). AuPair World. Recuperado 8 de febrero de 2023, de <https://www.aupairworld.com/es/glosario>

Carta de recomendación: Las referencias ofrecen información sobre el trabajo, las competencias sociales y la personalidad y habilidades de una persona. Los au pairs pueden subir referencias a su perfil de forma gratuita. Las familias necesitan ser Miembro Premium para mostrarlas en su perfil y para ver las de los Au pairs. Quien quiera tener una imagen real de su au pair o familia, debería pedirle siempre referencias.

Glosario au pair: Información por palabras clave - AuPairWorld. (s. f.). AuPair World. Recuperado 8 de febrero de 2023, de <https://www.aupairworld.com/es/glosario>

Certificado Au pair: Es un documento con el cual tanto los au pairs como las familias pueden justificar de forma escrita que la estancia au pair se ha realizado. También se especifica cuándo ha sido, durante cuánto tiempo y dónde. Aquí podrás descargar el documento.

Glosario au pair: Información por palabras clave - AuPairWorld. (s. f.). AuPair World. Recuperado 8 de febrero de 2023, de <https://www.aupairworld.com/es/glosario>

Rematching: Este proceso se da en los casos de Estados Unidos en los que una au pair y una familia deciden que no quieren seguir juntos (en el caso de Europa el cambio de familia puede ser inmediato sin pasar por el proceso de rematch)

First, A. P. (2020, March 5). *Cuándo y cómo hacer rematch*. Au Pair First. <https://aupairfirst.com/rematch/>

World wide job: Es un intercambio cultural que permite estudiar y trabajar al mismo tiempo durante 12 meses en casa de una familia anfitriona. El componente laboral está enfocado al cuidado de los niños y el componente académico está enfocado al mejoramiento de una segunda lengua.

Programa Au Pair – World Wide Job | Intercambios Culturales | Programa Au Pair. (n.d.). <https://www.worldwjob.com/programa-aupair/>

Vocabulario técnico

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.

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/>

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.

Waelput, B. (2022, September 7). *¿Qué es y para qué sirve un diagrama de Gantt?* España. <https://www.teamleader.es/blog/diagrama-de-gantt>

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

Raeburn, A. (2021, July 1). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos) [2021] • Asana. *Asana*. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

Análisis de la industria:

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.

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/>

Materias de las carreras estudiadas que aportan al desarrollo de este proyecto.

De la carrera de diseño las siguientes materias aportan al desarrollo de este proyecto:

- **Semiótica para el diseño.** Es el estudio de los signos y símbolos y cómo se utilizan para transmitir significado.
- **Manejo de información.** Recopilar, organizar, analizar y utilizar información de manera efectiva y eficiente.
- **Edición de imágenes.** Modificar, retocar o mejorar una imagen utilizando software de edición de imágenes.
- **Diseño y dibujo vectorial.** Aprender a utilizar el software de Adobe Illustrator.
- **Bocetaje para el diseño.** Crear bocetos y dibujos a mano alzada para explorar ideas de diseño y desarrollar soluciones de diseño creativas.

De la carrera de mercadotecnia las siguientes materias aportan al desarrollo de este proyecto:

- **Investigación cualitativa:** Esta materia te da las herramientas para poder realizar las entrevistas a profundidad, transcripción e interpretación y focus group.
- **Estrategias de marca:** En esta materia te brinda el conocimiento sobre branding.
- **Análisis del mercado de consumidores:** En esta materia puedes conocer cómo analizar el mercado conforme a sus necesidades y nivel socioeconómico.
- **Dirección de mercadotecnia:** Esta materia te brinda las herramientas para identificar de forma más precisa el nivel socioeconómico de las personas y sus buyer personas para realizar estrategias más eficientes.
- **Mercadotecnia de contenidos:** En esta materia conoces porque los contenidos se vuelven viral y los tipos de contenidos que existen.

De la carrera de administración de empresas las siguientes materias aportan al desarrollo de este proyecto:

- **Administración estratégica:** Esta materia te brinda la manera correcta de realizar una de las herramientas implementadas en este proyecto, el FODA la cual identifica las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de una empresa.
- **Mercadotecnia Integral:** En esta materia se analizan las distintas maneras de realizar publicidad a algún artículo y/o servicio, sabe analizar qué redes sociales son las que brindaran mayores beneficios al momento de dar a conocer el servicio.
- **Consultoría organizacional:** Esta materia te guía a realizar una consultoría usando herramientas, en este caso vimos los objetivos basándonos en el modelo SMART el cual nos da puntos a tomar en cuenta al momento de definir los objetivos.
- **Gestión empresarial:** En esta materia se analizan conceptos y herramientas para medir el rendimiento de la empresa, como por ejemplo la diferencia entre eficiencia y eficacia.

- **Marco legal de los negocios:** En esta materia se ven los elementos básicos en el aspecto legal en las empresas, cómo se llevan a cabo las demandas, los despidos, etc.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

El trabajo de campo implica el desglose de las actividades realizadas de acuerdo con el plan de trabajo establecido. En este proceso, se describe cada actividad según lo planificado y se presentan evidencias de lo realizado. Se recomienda que se incluyan gráficos, diagramas, fotografías y otros recursos necesarios para dar cuenta del trabajo realizado de manera detallada y comprensible.

Conocimiento del proyecto y presentación con la empresaria Michelle Paillaud

En este primer instante se dió a conocer en qué consiste el proyecto, la experiencia con la que cuenta la empresaria y cada uno de los integrantes del equipo se presentó con sus respectivas carreras.

Conocimiento de la propuesta realizada de la empresaria

La empresaria Michelle dio a conocer que servicios le gustaría brindar, documentos que había realizado ella anteriormente y los requisitos.

Elaboración de propuesta de proyecto

Se realizó un documento con la propuesta del proyecto donde se explicó los antecedentes de la empresa, objetivo del proyecto, objetivos específicos, metodología, tiempos y calendario, revisión de avances y productos entregables.

PROPUESTA DE TRABAJO, PRIMAVERA 2023

Proyecto para: Michelle Paillaud Hernández

1. Antecedentes

Michelle Paillaud Hernández es una asesora especializada en el programa Aupair que se enfoca en facilitarle apoyo e información sobre irse al extranjero como

niñera, recomendación de escuelas de idiomas y los requisitos necesarios para llenar tu solicitud.

Podemos decir que es un servicio de asesoría, para que las personas que quieran vivir la experiencia de niñeras en el extranjero, elijan y vayan 100% seguras a su destino, teniendo una buena experiencia en el intercambio cultural.

Sus áreas de asesoría engloban escuelas de idioma, revisión de solicitudes e información en general sobre irse de aupair. Su servicio lo conforman las siguientes partes:

- Contacto mediante los medios de comunicación.
- Programación de una cita con la persona interesada.
- Creación de perfil.
- Revisión y seguimiento de solicitud.

Michelle Paillaud Hernández administra toda la operación de asesoría, ofreciendo una amplia gama de servicios de calidad con base en su experiencia.

La idea surgió porque la empresaria Michelle Paillaud Hernandez tuvo una experiencia de 4 años con Aupair y se percató de la falta de información que tenían las niñas sobre el programa e igualmente la falta de apoyo que tenía las mismas al participar en él.

Su experiencia y profesionalismo en este giro, les permiten colaborar con personas interesadas en inscribirse en dicho programa así como darle seguimiento a los casos específicos de las niñas.

2. Objetivo del proyecto

Determinar la viabilidad comercial y el perfil del mercado potencial para asesorías sobre el programa de Aupair en Latinoamérica, además de desarrollar la estrategia comercial y de lanzamiento a lo largo del periodo de primavera de 2023.

3. Objetivos Específicos

- Investigar sobre la industria y el giro de la empresa

- Determinar el perfil del mercado potencial (Edad, NSE, Lugar Geográfico) e identificar sus necesidades e intereses.
- Identificar la competencia directa e indirecta de esta empresa, en la zona de influencia predeterminada y los servicios que ofrecen.
- Determinar la viabilidad comercial de la idea de negocio.
- Desarrollar un plan estratégico de comunicación y comercialización para el lanzamiento del proyecto.

4. Metodología

Fase 1: Recopilación de información

Analizar la industria, análisis de la competencia mediante benchmarking, recopilar información sobre qué países se puede viajar, realizar un análisis PESTEL para conocer las oportunidades y amenazas del sector y técnica de investigación de mercados cualitativa para definir los clientes potenciales basada en entrevistas a profundidad.

Fase 2: Diagnóstico

- Búsqueda de información para la realización del FODA y FODA estratégico y crear modelo de negocio (lean canvas).
- Determinar la viabilidad comercial del proyecto.

Fase 3: Propuesta de mejora

- Realización de branding, manual de identidad corporativa, propuesta para la técnica de investigación de mercados cualitativa basada en focus groups, estrategia comercial, estrategia de lanzamiento para dar a conocer el servicio de asesoría y las 4P's de mercadotecnia.
- Elaborar la planeación estratégica de la empresa.

5. Tiempos y calendario

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1i-8Z-bpqqetCV0S2qTjcZHHglpLMx-GO8HSj6vTSA6nM/edit?usp=sharing>

6. Revisión de avances

En caso de así requerirse, se pueden tener juntas de seguimiento y/o retroalimentación. De la misma manera, el cliente puede solicitar el estatus del proyecto en cualquier momento.

7. Productos entregables

- ✓ Reporte final con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.
- ✓ Presentación con los puntos más relevantes.
- ✓ Branding.
- ✓ Asesoría para registro de marca.
- ✓ Estrategia de mercadotecnia y comunicación.
- ✓ Estrategia de fijación de precios.
- ✓ Sitio web.
- ✓ Modelo de negocio.
- ✓ Resultados de los estudios de mercado.

Análisis de la industria y PESTEL

En este apartado se analizó empresas posicionadas que se dedican a la asesoría aupair y el análisis PESTEL donde se estudió factores externos que afectan a la empresa. El desarrollo completo de esta actividad se presenta en el capítulo 1 del presente documento.

Investigación de clientes de fuentes secundarias

Se recolectó información sobre agencias oficiales dentro de México que se encargan de ayudar a las personas interesadas en el programa a irse de una manera segura y lo que ellos consideran una aupair. El desarrollo completo de esta actividad se presenta en el capítulo 1 del presente documento.

Guía de tópicos de entrevistas y planeación de la investigación

Se decidió aplicar el instrumento de entrevistas a profundidad para conocer sobre el perfil, hábitos y preferencias del mercado potencial de este servicio de consultoría para la aplicación en el programa de intercambio para niñeras AUPAIR. Las preguntas planteadas se realizaron al mercado meta donde los mismos resultados fueron grabados y transcritos en un excel. Se realizaron un total de 12 entrevistas a los 2 segmentos de mercado.

GUÍA DE TÓPICOS PARA ENTREVISTA, PRIMAVERA 2023

Objetivo: Conocer el cliente potencial de los servicios de asesoría para inscribirse al programa de Au Pair e identificar sus necesidades e intereses

Primer segmento: Mujeres entre las edades de 18 a 28 años con NSE A/B, C+, ubicados en Guadalajara, Jalisco en la ZMG con interés de vivir en el exterior y aprender nuevos idiomas y que nunca han participado en el programa Au Pair pero les llama la atención.

*Entrevista para personas que están interesados en irse de Au pair **por primera vez**

Introducción: Hola nos gustaría hacerte una entrevista para un programa de asesorías Au Pair, no hay respuestas correctas ni incorrectas únicamente nos gustaría conocer tu opinión. Para efectos de esta investigación esta entrevista será grabada para lo que te pedimos tu consentimiento. ¿Tienes alguna duda?

Gracias por tu tiempo damos inicio con la entrevista.

Datos generales

Nombre:

Edad:

Colonia donde reside:

Ocupación:

Preguntas sobre asesoría Aupair

1. ¿Conoces el programa Au Pair? ¿Qué has escuchado del programa? (Si la respuesta es no, explicar) Au Pair es un programa de apoyo para aquellas personas que desean vivir en otro país mientras cuidan niños viviendo con una familia anfitriona.
2. ¿Te interesaría participar en el programa de Au Pair?
3. ¿A qué país te interesaría irte? Y especificar por qué
4. ¿Qué dificultades crees que se presentan al irse?
5. ¿Cuál crees que es la principal razón por la cual una persona decide no irse de Au Pair?
6. ¿Cuál sería tu mayor miedo al irte de Au Pair?
7. ¿Has escuchado de las malas experiencias que han tenido siendo Au Pair?
8. ¿Consideras útil tener un servicio de asesoría para inscribirte al programa de Au Pair?
9. ¿Te interesaría tener asesorías de apoyo sobre cómo irte de Au Pair? Si la respuesta es sí, en qué te gustaría que te asesoraran? Si la respuesta es no, ¿por qué?
10. ¿Te gustaría tener asesorías sobre cómo crear un perfil atractivo? (modificar mensaje, texto, fotos, hacer video, prepararlos para la entrevista etc.)
11. ¿Te gustaría tener asesorías que te ayuden a conectar con profesores de idiomas para que les den clases y/o ayuden con la entrevista de visado?
12. ¿Prefieres que la asesoría sea en forma presencial o virtual?
13. ¿Estarías dispuesta a pagar por las asesorías mencionadas anteriormente? Si la respuesta es no, ¿Por qué y qué servicio de asesoría sería interesante para ti?
14. ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por las asesorías?
15. ¿Cuál sería la mejor forma de dar a conocer este servicio de asesorías?
16. ¿Algo más que desees agregar sobre el tema?

*Agradecimientos

Segundo segmento: Mujeres entre las edades de 18 a 28 años con NSE A/B, C+, ubicados en Guadalajara, Jalisco en la ZMG con interés de vivir en el exterior y aprender nuevos idiomas y que ya han participado en el programa Au Pair.

Introducción: Hola nos gustaría hacerte una entrevista para un programa de asesorías Au Pair, no hay respuestas correctas ni incorrectas únicamente nos gustaría conocer tu opinión. Para efectos de esta investigación esta entrevista será grabada para lo que te pedimos tu consentimiento. ¿Tienes alguna duda?

Gracias por tu tiempo damos inicio con la entrevista.

*Entrevista para personas que ya se han ido de Au pair y les interesa irse otra vez

Datos generales

Nombre:

Edad:

Colonia donde reside:

Ocupación:

Preguntas sobre asesoría Aupair

1. ¿Ya te has ido de Au Pair en el pasado?
2. ¿Cómo te enteraste del programa?
3. ¿Cómo fue tu experiencia?
4. ¿Se te presentó algún inconveniente al irte de Au Pair?
5. ¿Tuviste dificultades con tu aplicación? Si la respuesta fue sí, ¿Cuáles?
6. ¿Cuál crees que es la principal dificultad que se presenta siendo Au Pair?

7. ¿Tuviste problemas con tu familia? Si la respuesta fue sí, ¿Te cambiaste de familia?
8. ¿Te interesaría irte de Au Pair de nuevo?
9. ¿A qué país te interesaría irte? ¿Por qué?
10. ¿Te hubiera gustado tener asesoría previa sobre el proceso de aplicación del programa Au Pair?
11. ¿Consideras útil tener un servicio de asesoría para inscribirte al programa de Au Pair?
12. ¿Estarías dispuesta a pagar por las asesorías mencionadas anteriormente? Si la respuesta fue sí o no especifica por qué .
13. ¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por las asesorías?
14. ¿Conoces a alguna persona o empresa que proporcione este tipo de asesoría para aplicar al programa de Au Pair? Si la respuesta es sí, ¿cuál?
15. ¿Cuál sería la mejor forma de dar a conocer este servicio de asesorías?
16. ¿Algo más que desees agregar sobre el tema?

*Agradecimientos

Aplicación de las entrevistas

Se aplicaron 4 entrevistas en total al primer segmento, mujeres entre las edades de 18 a 28 años con NSE A/B, C+, ubicadas en Guadalajara, Jalisco en la ZMG con interés de vivir en el exterior y aprender nuevos idiomas y que nunca han participado en el programa Au Pair pero les llama la atención.

Se aplicaron 8 entrevistas en total a el segundo segmento que son mujeres entre las edades de 18 a 28 años con NSE A/B, C+, ubicados en Guadalajara, Jalisco en la ZMG con interés de vivir en el exterior y aprender nuevos idiomas y que ya han participado en el programa Au Pair.

1	PREGUNTAS	Persona 2	Persona 3
10	¿Cómo te enteraste del programa?	Por medio de amigas e internet	Por sus amigas e investigación propia en internet
11	¿Cómo fue tu experiencia?	Mala, no fue lo que ella esperaba, la familia que le tocó la trató muy mal y la agencia no la apoyó.	Buena, no tuvo ningún tipo de inconveniente
12	¿Se te presentó algún inconveniente al irte de Au Pair?	La familia le cambiaba la fecha de llegada y no eran claros con ella.	Ninguno
13	¿Tuviste dificultades con tu aplicación? Si la respuesta fue sí, ¿Cuáles?	No	No
14	¿Cuál crees que es la principal dificultad que se presenta siendo Au Pair?	Aprender a convivir con personas que son tan diferentes a ti y aprender a sobrellevar los problemas.	La visa
15	¿Tuviste problemas con tu familia? Si la respuesta fue sí, ¿Te cambiaste de familia?	Si tuvo problemas con su familia y hasta llegaron a amenazarla pero no se cambió de familia porque no sintió apoyo por parte de la agencia.	No, cuidó a dos niños en Italia muy lindo, nunca tuvo ninguna pelea o inconveniente con la familia pero no tanto tiempo
16	¿Te interesaría irte de Au Pair de nuevo?	Si se presenta la oportunidad sí.	Si pero no tanto tiempo
17	¿A qué país te interesaría irte? ¿Por qué?	Canadá porque es un país muy bonito	Por Asia, tiene muchas ganas de conocer
18	¿Te hubiera gustado tener asesoría previa sobre el proceso de aplicación del programa Au Pair?	Si y hubiera sido muy útil para que me dijeran la verdad.	Si, no está demás
19	¿Consideras útil tener un servicio de asesoría para inscribirte al programa de Au Pair?	Si	Si podría ser
20	¿Estarías dispuesta a pagar por las asesorías mencionadas anteriormente? Si la respuesta fue sí o no especifica por qué.	Si porque hace falta una persona que realmente te asesore.	Si, depende de lo que te ofrezcan
21	¿Cuánto estarías dispuesta a pagar por las asesorías?	\$1000 pesos mexicanos dependiendo de las asesorías y tiempo de duración.	300 a 500 pesos mexicanos
22	¿Conoces a alguna persona o empresa que proporcione este tipo de asesoría para aplicar al programa de Au Pair? Si la respuesta es sí, ¿Cuál?	No	No

1	PREGUNTAS	Persona 1	Persona 2	Persona 3	Persona 4	Conclusiones	Recomendaciones
2		Laura	Anto	Romi	Paco	Conclusiones	
3	Datos generales						
4	Nombre:	Romina Diego	Valeria Cuevas	María Symonds	Monica Oseguera		
5	Edad:		19	18	26	26	Rango de edad 18-26 años
6	Colonia donde reside:	Parques del Bosque	Solares	los mochis	Palomar	Jalisco y Sinaloa	
7	Ocupación:	Estudiante	Estudiante	pedagogía	Psicopedagogía	Estudiante y pedagogas	
8	Preguntas sobre asesoría Au Pair						
9	¿Conoces el programa Au Pair? ¿Qué has escuchado del programa? (Si la respuesta es no, explicar) Au Pair es un programa de apoyo para aquellas personas que desean vivir en otro país mientras cuidan niños viviendo con una familia anfitriona.	Si, que es un programa donde viajas a otro país para cuidar los niños de otra familia.	Si, es para las personas que quieren ir a vivir a otro país y viven con una familia y cuidan a sus niños	si, programa que te vas de niñera a diferentes países	Si, es un programa para cuidar niños en otro país	Todas saben que es un programa donde vives en el extranjero mientras vives con una familia.	Que el precio sea por todas las asesorías
10	¿Te interesaría participar en el programa de Au Pair?	Si	Si, de hecho ya estoy investigando	si	Si	Todas mencionan que si están interesadas.	Dar seguimiento a las niñas en el extranjero.
11	¿A qué país te interesaría irte? Y especificar por qué	Londres porque es una ciudad llena de buen ambiente.	Florencia, me gusta mucho Italia y tengo amigas allá	canada, le interesa el país	Austria, ya que hablan Alemania y pagan bien	Londres, Florencia Canada y Austria	Ofrecer la opción de que las asesorías sean virtual y presencial
12	¿Qué dificultades crees que se presentan al irse?	Que te toque una familia que no te agrade.	La visa o encontrar buena familia	porque les da miedo la responsabilidad que implica	Dejar a tu familia y el choque cultural	Las entrevistadas mencionan que las dificultades que se presentan son que tienes que dejar tu familia y que no sabes si te va a tocar buena familia en el extranjero.	Promocionar las asesorías en preparatorias y universidades aparte de las redes sociales
13	¿Cuál crees que es la principal razón por la cual una persona decide no irse de Au Pair?	Por el miedo de que te toque una mala familia.	Que le toque mala familia	que fuera una cosa diferente a lo que ella espera	El miedo a una situación con muchos retos	Las entrevistadas mencionan que la mayor razón por la cual no se van de Au pair es que le toque mala familia y choque cultural.	
14	¿Cuál sería tu mayor miedo al irte de Au Pair?	Que no me paguen lo suficiente.	Que la familia la trate mal y traga un ambiente toxico	que me toque una familia mala	Que no se consiga el match con la familia	Mencionan que su mayor miedo al irse de Au Pair es que no les paguen lo suficiente, que haya un ambiente tóxico, que no haga match con una familia, y que la familia que le toque sea mala.	

El formato de las entrevistas completas se encuentran en el apartado de anexos.

Análisis e interpretación de las entrevistas

Con los resultados de las entrevistas a profundidad del primer y segundo segmento se realizaron conclusiones y recomendaciones para tomar en cuenta en el desarrollo de la empresa.

Gracias a dichas entrevistas se anotaron los principales insights del mercado potencial.

Necesidades de nuestro mercado

- Búsqueda de seguimiento y responsabilidad por parte del asesor.
- Asesoría previa sobre el proceso de aplicación
- Apoyo y consejos a la hora de hacer su expediente o "currículum" para que una familia las elija.

Se recomienda que dentro de un rango de tiempo no muy largo, se realicen entrevistas a personas que ya hayan tenido estas asesorías con VIVE AUPAIR para que se tenga retroalimentación y oportunidades de mejora continua.

Análisis de la competencia mediante benchmarking

El excel de benchmarking consistió en evaluar y analizar los procesos, productos, servicios y/o demás aspectos de otras compañías o áreas para compararlos y tomarlos como punto de referencia para las futuras estrategias generadas. Se tomó en cuenta la competencia directa que son empresas que se dedican a la asesoría o programa au pair e indirecta que son empresas que se dedican a la asesoría en general. El enlace al documento completo se encuentra en el apartado de anexos.

Tabla 4 :Competidores analizados

Competencia	
Directa	Indirecto
Au Pair Global	Araceli Perez (VISA)

Vete de Au Pair	Dani Shulz (estrategia digital)
Au Pair in America	Carlos Muñoz (mentoría sobre cómo emprender)






Fuente: Elaboración propia

Tabla 5 :Factores a evaluar

Factores a evaluar		
Competencia	MKT Digital	Diseño
Nombre de la empresa	Nombre de la empresa	Nombre de la empresa
Competencia directa o indirecta	Competencia directa o indirecta	Competencia directa o indirecta
Logo	Logo	Logo
Servicio que proporciona	Cuenta con página web	Estrategias de comunicación
Donde se ubican	Link de la pagina web	Colores de la marca
Servicios complementarios	Secciones que maneja en la página web	Tipografía
Servicio similares	Es un sitio amigable para el consumidor	
Precio	Testimonios de los clientes	
Presencia	Forma de contacto con los clientes	
¿Cómo se dan a conocer?	Cuentan con redes sociales	
Promociones especiales	Cuales redes utilizan	
Alianzas o certificaciones	Cuantos seguidores tienen	
	Actualizan de manera regular	
	Tipo de contenido que manejan	
	Comentarios de clientes	

Fuente: Elaboración propia del equipo

Tabla 6 :Competencia

Diseño		Estrategias de comunicación				
Nombre de la empresa	Competencia directa o indirecta	Logo	Estrategias de comunicación		Colores de marca	Tipografía
Empresa analizada						
Empresa de asesoría Michelle Pallaud Hernández	-	Por definir	Asesoría para mujeres que quieren irse de Au Pair		Por definir	Por definir
Competencia nacional						
Au Pair Global	Directa		Asesoría para Ite de Au Pair a Estados Unidos, Francia, Alemania, Austria y China		Morado y blanco. el color morado representa independencia y el color blanco representa sofisticación y eficiencia	N/A
Vete de au pair	Directa		Brindan apoyo personalizado en cada etapa del proceso de tu programa Au Pair: asesoría de documentación, crear tu perfil, asesoría sobre visado, te ayudan a encontrar familia y consejos sobre entrevistas.		Azul, rojo y blanco. El color rojo representa la ambición y la juventud y el color azul confianza, seguridad y calidad	Kellion Regular/Automobile contest regular
Carlos Muñoz	Indirecta	 Carlos Máster Muñoz	Asesorías/cursos sobre como emprender y escribir		Negro y blanco. representan la sobriedad, elegancia y la intensidad	Arial
Araceli Perez	Indirecta	no	Agenda cita de visa		N/A	N/A
Competencia Internacional						
Au Pair in America	Directa		Asesorías y programa Au Pair		Azul y rojo. El color rojo representa la ambición y la juventud y el color azul confianza, seguridad y calidad	tipografía con serif, tipo times new roman, mas curvada
Dani Shulz	Indirecta		Cursos ed estrategia digital para crecer tus redes		Negro. Elegancia, profesionalismo, seriedad	Ablation Black/Scotch Display Semi Bold

En la presente pestaña se menciona y se evalúa a la competencia así como sus ventajas y desventajas.

Fuente: elaboración propia del equipo

Tabla 7 :Análisis comparativo de las 4p's

Características a destacar	
Competidor	Empresa de Michelle
Servicio	
Mucha asesoría, testimonios de personas y acompañamiento durante el proceso	Cuenta con su experiencia y testimonio
Precio	
Las asesorías son sin costo.	Precio por definir

Plaza	
Difusión por distintas redes sociales y página web	Creacion de pagina web y redes sociales en proceso de iniciación
Promoción (como se dan a conocer)	
Videos y testimonios de las personas que han participado en el programa que han tenido algun tipo de asesoria con ellas	Testimonio de las personas que se asesoró, tips a tomar en cuenta al momento de irte, como crear tu perfil, tutoriales youtube y tik tok, presencia en redes sociales

Fuente: Elaboración propia del equipo

Con los resultados obtenidos del análisis anterior, se realizó una comparación entre las competencias y la empresa VIVE AUPAIR

(Elaboración propia)

Tabla 8 :Estrategias de la competencia y sugerencias

Estrategias de la competencia (lo que llame la atención)
Realizan muchos videos y post sobre las personas que se han ido, testimonios del programa y de la asesoría en sí.
Sugerencias
Se sugiere tratar de entrar y certificarse con el tiempo en IAPA para dar mayor seguridad, las personas que ya se han asesorado con Michelle den su testimonio para mayor credibilidad

Fuente: Elaboración propia del equipo

Con la tabla anterior se pudo conseguir la estrategia de la competencia para hacerle sugerencias a la empresaria Michelle.

Realización de FODA

Se realizó un foda simple donde se analizó el contexto de la empresa de manera interna y externa para poder tener una visión más amplia. El desarrollo completo de esta actividad se presenta en el capítulo 1 del presente documento.

FODA estratégico

Se realizó un foda estratégico con base a la información recolectada en el foda simple tomando en cuenta varios aspectos de la empresa para poder aprovechar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El desarrollo completo de esta actividad se presenta en el capítulo 1 del presente documento.

Revisión del Lean Canvas

En este documento se revisó el lean canvas con el que ya contaba la empresaria Michelle y se le hizo modificaciones con las nuevas estrategias que planteamos para su empresa.

Tabla 9 :Lean Canvas

LIENZO LEAN (LEAN CANVAS)				
Problema	Solución	Propuesta de Valor	Ventaja Competitiva	Segmento de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> ● Encontrar familia. ● Que una agencia de respaldo al mo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asesorías personalizadas ● Paquete con actividades de entretenimiento ● Paquete de consejos que 	Vivir la experiencia de la mano de una persona capacitada y experimentada en el sector que brinda seguridad y confianza y asesoramiento en todo el	<ul style="list-style-type: none"> ● Experiencia vivida con el tema, la empresaria conoce de primera mano 	<ul style="list-style-type: none"> ● Jóvenes latinoamericanos de 18 a 27 años, quizá uno antes del límite de cada país que salen de prepa o buscan rematch.

<p>men to de reali zar la expe riencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Des cono cimi ento de cóm o entr eten er a los niño s. 	<p>pueda usar la Au Pair en distintas situacion es al estar con su familia de destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aclaraci ón de dudas mediant e el proceso de estar viviendo su experien cia de Au Pair. 	<p>proceso de aplicaci3n.</p> <p>Enunciado de alto valor</p> <p>¡La mejor familia para la mejor experiencia de vida!</p>	<p>el programa de Au Pair.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Red de contactos que facilita el funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes que ya estén en la experiencia , pero quieren extender o entretener a los niños. <p>Cientes tempranos Personas no capacitadas suelen ser rechazadas por las familias o son cancelados de último momento</p>
<p>Soluciones existentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • PRO CES O CO MPL ETO VIS A. • En algunas ocasiones el vuelo. 	<p>Métricas Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas • Impresiones • Leads • Conversiones o cpc • Número de personas atendidas • Número de 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Whatsapp • Google ads • Instituciones niñas • expertos 	

	familias con Au Pairs <ul style="list-style-type: none"> • ROI del mkt digital 			
Estructura de Costos <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma de pago • Canvas, para crear contenido • Google drive almacena información en la nube • Página web (Dominio y servicio de hosting) 		Fuentes de Ingreso <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría • Servicio y/o paquetes de actividades. 		

Fuente: Elaboración propia del equipo

Naming y descriptor

En este punto se realizó el primer paso para iniciar el branding que fue las ideas de naming y descriptor, con base a la revisión de que no estuviera registrado en la clase 35 del IMPI que incluye publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina. Para llegar a la decisión final se realizó una votación de todos los integrantes del equipo, las maestras asesoras del proyecto Sofía y Luz, así como la empresaria Michelle.

Imagen 2:Tabla de naming

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	PROPUESTAS DEL NAMING							
2	CATEGORIA # 35	Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales						
3		PACO	ROMY	ANTO	LAU	MICH	SOFY	GANADORES
4	NOMBRE							
5	Au pair Time							
6	Soy Au pair							
7	Vive Au pair	x	x	x	X	X	X	6
8	Michexchange			x				1
9	Life de Aupair							
10	Safe Aupair	x			X		X	3
11	Preparare	x	x		X	X	X	5
12	Trust Advisor							
13	Paillaud Global		x					1
14	Aupair Culture			x		X		2
15	IMAE Aupair Travel/Xperience							
16								
17								
18	DESCRIPCIÓN (SLOGAN)							
19	En quien confiar							
20	viajando con seguridad							
21	Intercambios seguros							
22	disfrutar y vivir experiencias							
23	Estar en paz contigo y tu familia siendo tu mismo							
24	disfruta tu tiempo en el extranjero							
25	Aupair experience							
26	Tu asesor de confianza							
27	Asesorías especializadas							
28	Preparandote para tu experiencia							

Fuente: Elaboración propia del equipo

Bocetaje para el diseño

Al tener las ideas de naming y descriptor cada integrante del equipo realizó bocetos para el diseño de logotipo para poder mostrárselo a la maestra Luz, asesora de diseño y la empresaria para poder ver que ideas serían las definitivas para la realización de las propuestas en ilustrador.

Imagen 3-10: Bocetos



Safe Aupair

Safe Aupair ✨

en quien confiar

Safe ♡ Aupair

Safe Aupair

en quien confiar



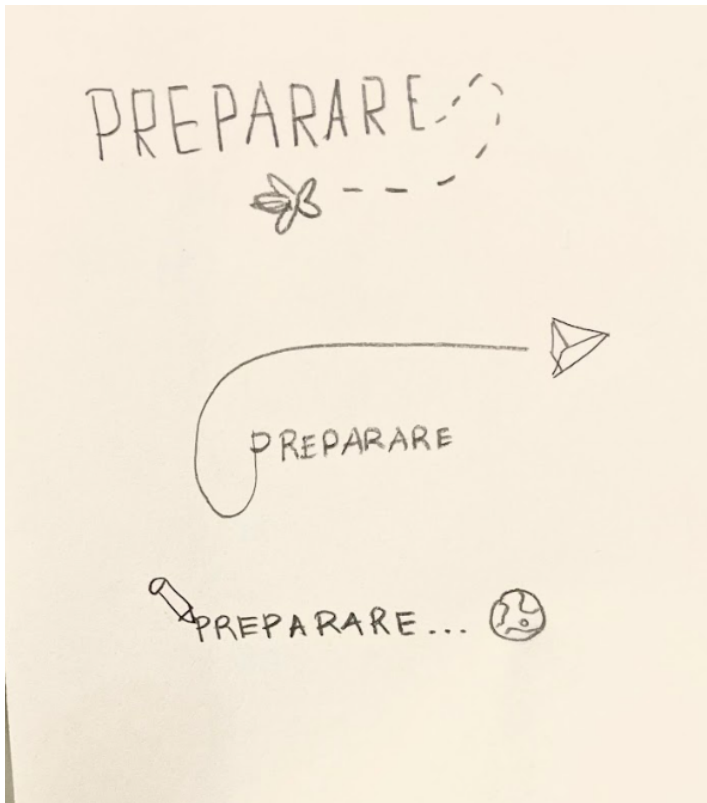
Safe Aupair



Safe Aupair



Safe Aupair









Fuente: Elaboración propia del equipo

Propuestas de logo

En esta sesión se le presentaron las propuestas de logotipo ya digitalizadas en el programa de diseño llamado illustrator, realizadas por la diseñadora del equipo para que la empresaria Michelle pudiera hacer modificaciones y sugerencias.

Imagen 11: Propuestas Logotipo



Fuente: Elaboración propia del equipo

Aprobación de logo definitivo

Después de varios cambios se le presentó el logotipo definitivo a la empresaria y lo aprobó para poder usar el logotipo el manual de identidad, aplicaciones y papelería corporativa.

Imagen 12: Logotipo



Fuente: Elaboración propia del equipo

Realización de manual de identidad corporativa y aplicaciones

El manual de identidad se creó con la finalidad de que la marca pueda gestionar su imagen corporativa de la manera correcta, para que la misma pueda promocionarse por todos sus medios con una identidad uniforme y coherente con respecto a lo que la marca quiere transmitir. Para Vive AuPair se creó este manual desde cero de manera que esta sirva de guía al momento de activar u operar con la marca.

Imagen 13-29: Manual de identidad corporativa



¿Qué es ViveAuPair?

Vive AuPair es una empresa dedicada a dar asesorías a niñas que quieren tener la experiencia de ser niñeras en diferentes países del mundo.

Gracias a este servicio podrán hacer su aplicación e intercambio un proceso mas fácil y llevadero.



Logotipo y slogan

El logotipo representa la unión y apoyo entre la asesora y la persona que se va a tener su asesoría para ir extranjero para vivir una experiencia inolvidable con su nueva familia.



El slogan, una frase comunicativa, breve, que describe en tres palabras lo que significa **Vive AuPair**, es preparando tu experiencia ya que esta asesoría es una preparación para tener la mejor experiencia posible.

PREPARANDO TU EXPERIENCIA



Isotipo

El isotipo se puede utilizar solo, aparte del logo, es una abstracción de éste, y se puede utilizar para publicidad.
El objetivo del isotipo es que el usuario reconozca la marca sin necesidad de ver el logotipo completo.



Paleta de color

El color morado representa esta unión y confianza que hay entre estas mujeres, la solidaridad y responsabilidad que toma la asesora ante cualquier situación o problema que se presente.

Se complementa la paleta con colores de tonalidades similares, que inspiran confianza y tranquilidad.



Color predominante

Pantone 8162C	C.69.45
#666297	M. 64.18
RGB 111, 95,144	Y.15.85
	K.1.81



#EF7888



#738DB6



#8C5182



#A6CAD3



Tipografía

La tipografía institucional de **Vive Aupair** ha sido especialmente seleccionada considerando la identidad gráfica y sus requerimientos de comunicación.

El nombre de esta tipografía es AVENIR una tipografía sencilla, moderna, flexible y fácil de leer y comprender.



Tipografía



Area de protección

Siempre debe de considerarse el espacio mínimo del logotipo. Este espacio protege al logo de los elementos que se acompañan, y permite que no pierda fuerza. Siempre se debe de respetar este espacio.

En este caso, se tomo la letra "e" del logotipo como referencia, para que sea un espacio delimitante de protección.



Variaciones

El logotipo debe de ser legible tanto en negativo como en positivo, se juegan con los colores complementarios para el fondo, siempre teniendo en cuenta que no se pierda el sentido de la marca.



Escalas de reducción

El logotipo tiene un mínimo de reducción para que no se pierda la legibilidad del mismo. Esta escala se debe de respetar para que al usuario no se le impida entender tanto los símbolos como las letras.



Usos incorrectos de logotipo

Los usos correctos del logotipo son de suma importancia para no perder el sentido y la comunicación sea lo más acertiva posible.



NI se deben de omitir letras



No adelgazar forma



No eliminar el isotipo por completo



No alargar forma



Usos incorrectos de logotipo



No cambiar colores



No ponerlo en otra inclinación



No poner distintos colores en el logo



No intercambiar posiciones





Vive AuPair
PREPARANDO TU EXPERIENCIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum in dolor velit. Suspendisse nec duis et sem bibendum velut et sed lac. Sed tristique dui consequat faucibus turpis. Nam mauris luctus, portitor non nec vitae, mauris eget las justo. Mauris vitae mattis purus. Nullam porttitor nunc a ante suscipit autismod. Donec sit amet massa nulla. Cras pellentesque lectus ex accumsan viverra. Dolor arcu pellentesque justo, a vestibula ex quam eu massa. Maecenas eleifend diam purus, a pharetra mauris convallis ac. Etiam dolor sem, fringilla et cursus eu, convallis vel felis.

Suspendisse laoreet commodo ante vitae ultrices. Nam semper pellentesque condimentum. Proin eci ligula, eleifend at arcu et imperdiet tempor nisi. Etiam dapibus elit quis tellus viverra, id vulpate nibh commodo. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Mauris laoreet dolor nibh, vel volutpat libero posuere et. Curabitur et libero nec.

Aliquam sollicitudin eleifend turpis, eu bibendum ipsum pulvinar et. Vestibulum vitae convallis odio, et porta mi. Nulla egestas libero nec, leo commodo feugiat eget ut massa. Integer euam velit, hendrerit in optima is, vulpateque sit felis. Nulla pharetra ipsum ac malesuada cursus. Mauris vestibulum laoreet accumsan. Donec a harpi non duis dapibus dictum non ac velit. Nam laoreet orci condimentum sem eleifend, vel volutate felis sodales. Nam accumsan purus ut amet forklis pharetra. Suspendisse et orci vehicula, portitor ante a, imperdiet et. Donec dignissim tempor libero, ac efficitur mi pretium a. Duis nunc sagittis tristique vitae tristique et, vestibulum sit amet elit. Maecenas mi purus, commodo a libero non, posuere vulpateque augue.

Donec eu massa vestibula, ornare duis ac, venenatis duis. Mucit amet ante quis, lorem dapibus ornare. Ut vel rhoncus nibh. Nulla ut metus vitae torcer convallis vestibulum. Viverra fermentum tristique velit. Aliquam erat volutpat. Phasellus sit amet viverra torcer. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec eu egestas urna, sed e fermentum dolor. Cras non tellus auctor ex efficitur tempus. Aenean in justo maximus, cursus nunc et, maximus augue. Ut ut frillas felis. Maecenas vulputate nibh et orci morbi, nec cursus velit diamconsect. Donec condimentum lectus a lobortis viverra. Etiam ornare augue vel nunc ullamcorper, sed fermentum enim dignissim. Aenean quis cursus rhoncus.

Suspendisse vulpateque neque vitae duis tristique porta vel eget tellus. Aliquam tempor nulla et augue auctor dignissim. Nullam fuggat lectus torcer, congue portitor metus laoreet vitae. Nulla non felis odio. Sed a placerat lacus, sed viverra risus. Maecenas pharetra convallis, vestibula. Cras accumsan sapien ex portitor elementum. Mauris maecenas blandie massa vel placerat. Integer vehicula ac felis sed dapibus.

33 25 38 34 39 info@viveaupair.com viveaupair.com

Aplicaciones





Fuente: Elaboración propia del equipo

Papelería corporativa

La papelería corporativa se creó con la finalidad de tener documentos formales de la empresa, en este caso la tarjeta de presentación y la hoja membretada. Gracias a esto, se pueden utilizar para escribir, entregar a los clientes y que la empresa se dé a conocer correctamente.

Imagen 30-31: Papelería corporativa





Fuente: Elaboración propia del equipo

Planeación estratégica del negocio

Se definió la dirección y el enfoque del negocio a largo plazo. Es un proceso que implica la identificación de objetivos y metas, el análisis del entorno, la evaluación de recursos y capacidades internas, y la definición de estrategias para lograr los objetivos y metas definidos.

Misión, visión, valores

Cada integrante del equipo propuso su idea, y en base a las distintas y muy buenas ideas se definió una misión, una visión y los valores en los que se basará la toma de decisiones.

Misión:

Ofrecer las herramientas y el acompañamiento más completo a las y los jóvenes que desean vivir una experiencia inolvidable en el programa AU PAIR, brindándoles educación para enfrentar los retos en el extranjero.

Visión:

Ser el despacho de preparación para el programa AU PAIR más reconocido a nivel mundial.

Valores:

Solidaridad, respeto, integridad, libertad, empatía, confianza, responsabilidad y amor.

Objetivos de la empresa

Se definió el objetivo general del proyecto más que nada se desarrolló la estrategia comercial, todo lo necesario para poder formalizar la empresa.

Objetivo general:

(A corto plazo)

- Establecer las bases para la apertura del nuevo negocio

(A largo plazo)

- Lograr que el despacho sea reconocido a nivel Latino.

Políticas por área

Se definieron las políticas con las cuales limitamos los alcances del servicio.

Objetivos por áreas funcionales a corto plazo y mediano plazo:

Administración:

- Definir la identidad corporativa de la empresa.
- Dar de alta a la empresa en el SAT.
- Formalizar la empresa en sus diferentes áreas.

Comercialización:

- Ganar clientes a través de las futuras redes sociales.

Servicio:

- Definir el modelo de negocios de la empresa.
- Definir el precio del servicio.

Finanzas:

- Hacer un balance de presupuesto.
- Tener establecidos los precios.

RH:

- Después del primer año empezar a conseguir personal para ampliar las personas aptas para brindar sesiones.

Políticas de servicios.

Las políticas de una empresa son el conjunto de normas internas que se diseñan para regular y delimitar las reglas de conducta dentro de una organización. Describen las responsabilidades de la empresa.

Formas de pago:

- El método de pago será en efectivo, paypal, stripe y transferencias.
- Para brindar el servicio se necesita un anticipo de 50%.

Garantía de servicio:

- El servicio NO asegura éxito para ser au pair.
- El servicio NO asegura que la familia sea buena.

Información:

- Confidencialidad en toda la información brindada de parte de familias y clientes.

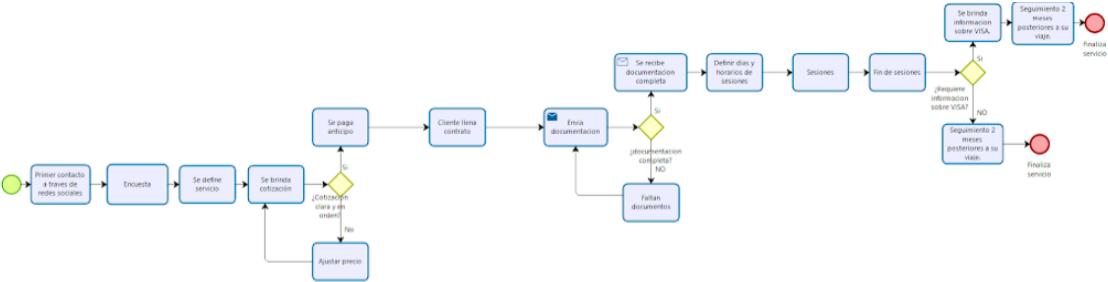
Políticas generales de servicio:

- Ninguna asesoría o servicio incluye VISA.
- El otorgamiento de la VISA es totalmente ajena a esta empresa.
- El trámite de visado sea aprobado o no, el servicio de consultoría para trámites de au pair tendrá su costo.
- Los estándares de calidad en el servicio será el mismo para todos los clientes/usuarios.
- Existe una penalización en caso de cancelar el servicio.(Política de cancelación)

Mapeo de procesos

Se realizó un diagrama de flujo en donde se explica todo el proceso del servicio y las distintas situaciones tomando en cuenta las decisiones del usuario/cliente. El acceso a este diagrama se encuentra en Anexos 1.

Imagen 32: Mapeo de procesos



Fuente: Elaboración propia del equipo

Redacción de carta compromiso

Se redactó una carta compromiso como tipo contrato, en la cual se informa todo lo que incluye el servicio y lo que no incluye con la cual el usuario o cliente estará enterado. El acceso directo a esta carta se encuentra en Anexos 2.

Imagen 33: Carta de compromisos

VIVE AU PAIR Es una empresa especializada en el programa Au Pair que se enfoca en facilitarle apoyo e información sobre irse al extranjero como niñera, recomendación de escuelas de idiomas y los requisitos necesarios para llenar tu solicitud. Podemos decir que es un servicio de asesoría, para que las personas que quieran vivir la experiencia de niñeras en el extranjero, elijan y vayan 100% seguras a su destino, teniendo una buena experiencia en el intercambio cultural.

El servicio incluye:

- Asesorías (Número de asesorías).
- Contacto con instituciones de idiomas.
- Servicio especializado.
- Confidencialidad de datos.
- Servicio de seguimiento posterior a sesiones. (Tiempo determinado)

Políticas de servicios.

Formas de pago:

- El método de pago será en efectivo, paypal, stripe y transferencias.
- Para brindar el servicio se necesita un anticipo de 50%.

Garantía de servicio:

- El servicio NO asegura éxito para ser au pair.
- El servicio NO asegura que la familia sea la adecuada.

Información:

- Confidencialidad en toda la información brindada de parte de familias y clientes.

Políticas generales de servicio:

- Ninguna asesoría o servicio incluye VISA.
- El otorgamiento de la VISA es totalmente ajena a esta empresa.
- El trámite de visado sea aprobado o no, el servicio de consultoría para trámites de au pair tendrá su costo.
- Los estándares de calidad en el servicio será el mismo para todos los clientes/usuarios.
- Existe una penalización en caso de cancelar el servicio. (Política de cancelación)

Fuente: Elaboración propia del equipo

Encuesta de ubicación

Se realizó una encuesta con una serie de preguntas con las cuales la empresaria Michelle se puede dar una idea del futuro cliente/usuario.

Imagen 34-41: Encuestas

TEST PARA INICIAR ASESORÍA CON VIVE AUPAIR

Antes de tener tu asesoría, te agradeceríamos si contestas este cuestionario de diagnóstico.

pacotfitos@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria



Datos personales

Nombre *

Tu respuesta _____

Edad *

Tu respuesta _____

Correo *

Tu respuesta _____

Teléfono *

Tu respuesta _____

Ciudad donde vives *

Tu respuesta _____

¿Qué nacionalidad tienes? *

Tu respuesta _____

¿Qué estudiaste o qué cursos has hecho? *

Tu respuesta _____

Hobbies e intereses

¿Cuáles son tus intereses? *

Tu respuesta _____

¿Cuáles son tus hobbies? *

Tu respuesta _____

¿Te gustan las mascotas? *

- Sí
- No

Si tu respuesta es sí, menciona cuales.

Tu respuesta _____

¿Estarías dispuesta a cuidar mascotas? *

- Sí
- No

¿Fumas? *

- Sí
- No

¿Vapeas? *

- Sí
- No

¿Bebes? *

- Sí
- No

¿En cuál de las siguientes opciones te consideras? *

- Vegano
- Vegetariano
- Sin preferencia

¿Cuáles son tus planes a futuro? *

Tu respuesta _____

Aplicación para ser AuPair

¿Ya empezaste tu trámite en el programa? *

- Sí
- No

¿Qué fases del proceso has realizado? (Elige todas las que apliquen) *

- No he iniciado el trámite
- Crear perfil
- Aplicación a familias
- Entrevistas con familia
- Entrevista con AuPair actuales
- Contrato
- VISA

¿Por cuál motivo quieres ser aupair? *

Tu respuesta _____

¿Qué nivel eres? *

- Principiante
- Intermedio
- Avanzado

¿Qué edades han tenido los niños que has cuidado o deseas cuidar? *

Tu respuesta _____

¿En qué países te gustaría ser Aupair? ¿Porqué? *

Tu respuesta _____

Cuestiones médicas

¿Tienes alergias? *

- Si
- No

¿Tienes alergias? *

- Si
- No

Si tu respuesta es sí, menciona cuales.

Tu respuesta _____

¿Te encuentras en medio de algún tratamiento?(médico, dental, hormonal etc) *

Tu respuesta _____

Muchas gracias por su tiempo.

Fuente: Elaboración propia del equipo

Asesoría para registro de marca

El equipo de consultoría del PAP, adecuó una presentación de Powerpoint mostrando paso a paso el cómo se debe de dar de alta en el IMPI. Se anexa la presentación completa en anexos.

Imagen 32-34: Registro de marca

Fuente: Elaboración propia del equipo

The image shows a presentation slide with a dark background and green accents. At the top left is the IMPI logo (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) with a stylized ribbon. The main title is "Manual para registro de marca ante el IMPI" and the subtitle is "Marca en Línea".

- Se recomienda registrar a VIVE AUPAIR en la clase 35, ya que dentro de ella están los siguientes conceptos:

Clase	35
Título	Servicios
Descripción	Publicidad, gestión, organización y administración de negocios comerciales; trabajos de oficina.
Nota explicativa	La clase 35 comprende principalmente los servicios que implican la gestión, la explotación, la organización y la administración comercial de una empresa comercial o industrial, así como los servicios de publicidad, marketing y promoción. A fines de clasificación, la venta de productos no se considera un servicio.
Comprende	Esta clase comprende en particular: - el agrupamiento, por cuenta de terceros, de una amplia gama de productos, excepto su transporte, para que los consumidores puedan verlos y adquirirlos con comodidad; estos servicios pueden ser prestados por comercios minoristas o mayoristas, distribuidores automatizados, catálogos de venta por correspondencia o medios de comunicación electrónicos, tales como sitios web o programas de televisión; - los servicios de publicidad, de marketing y de promoción, por ejemplo, la distribución de muestras, el desarrollo de conceptos publicitarios, la redacción y publicación de textos publicitarios; - la decoración de escaparates; - los servicios de relaciones públicas; - la producción de programas de televisión; - la organización de ferias comerciales y de exposiciones con fines comerciales o publicitarios; - la optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de ventas; - los servicios de asistencia comercial, por ejemplo, la selección de personal, la negociación de contratos de negocios para terceros, el análisis del precio de costo, los servicios de agencias de importación-exportación; - los servicios administrativos relativos a transacciones de registros y registros financieros, por ejemplo la teneduría de libros, la elaboración de estados de cuenta, los auditorios empresariales, los auditorios contables y financieros, la evaluación de negocios comerciales, la preparación y la presentación de declaraciones tributarias; - la gestión comercial de licencias de productos y servicios de terceros; - los servicios que comprenden el registro, la transcripción, la composición, la compilación o la sistematización de comunicaciones escritas y grabaciones, así como la compilación de datos matemáticos o estadísticos; - los trabajos de oficina, por ejemplo, los servicios de programación y de recordatorio de citas, la búsqueda de datos en archivos informáticos para terceros, los servicios de gestión informática de archivos, los servicios de centrales telefónicas.
No mencionada	Esta clase no comprende en particular: - los servicios financieros, nor acaudalados ni análisis financieros; la gestión

- Si se quisiera registrar el logotipo, se debe de hacer en formato GIF.
- En la sección "elementos sobre los cuales no se solicita protección" se recomienda poner "soluciones ecológicas", para tener protección en el logo nominativo en caso de que cambie de segmento o mercado.

Vive AuPair
PREPARANDO TU EXPERIENCIA

Elementos sobre los cuales no se solicita protección:

Si en tu caso no aplica, deja en blanco este campo.

Hecho en México, es un ejemplo de una frase sobre la cual no se puede solicitar el registro

Realizar la estrategia comercial

Estrategia comercial para el lanzamiento:

Se realizó plan integral diseñado para guiar a la empresa en la forma en que se relacione con su mercado objetivo con el objetivo de empezar sus operaciones.

Producto/ Portafolio de servicios que ofrecerá el negocio:

Búsqueda

- Mejorar el perfil de la aplicación de la persona
- Prepararla para la entrevista con las familias
- Asesorías con consejos prácticos para comenzar su experiencia
- Consejos de manera realista partiendo desde la experiencia de la empresaria

Idioma

- Proporcionar el vínculo con profesores de idiomas para pasar la parte del idioma en el visado y facilitar la comunicación con la familia y niños.

Visa

- Apoyo con sacar la visa del país destino

Actividades para niños

- Paquete de entretenimiento por edades y temporada de clima

Seguimiento durante la estancia de Au Pair

- Seguimiento y apoyo cuando ya estén en el extranjero
- Apoyo y recomendaciones para alargar estancia

Post Au Pair

- Asesoría para ser au pair otra vez, voluntaria, carrera técnica, estudiar, y/o trabajar en otro país

Plaza/Método de contacto

Las entrevistas serían de manera virtual para obtener tener más alcance.

Pueden ser por medio de las siguientes plataformas:

- Zoom
- Teams
- Google meet

Precio

Promoción/Promo Instrumentos

La promoción de la empresa será a través de medios sociales, contará la empresa con las siguientes redes sociales

- Instagram
- Facebook
- Tik tok
- Twitter
- YouTube

Igualmente contará con su página web en donde encontrarán toda la información posible y necesaria.

Igualmente la asesora Michelle puede acudir a distintas preparatorias y universidades a hablar sobre su experiencia y promocionar su proyecto ofreciendo la ayuda necesaria a todas las personas interesadas en inscribirse a este programa.

Brief de comunicación

El brief de comunicación es un documento que proporciona información detallada sobre un proyecto de comunicación, campaña publicitaria o estrategia de marketing.

SERVICIO: Asesorías para irse de Au pair

EJECUTIVOS SOLICITANTES:

FECHA EMISIÓN: Febrero 2023

MARCA: VIVE AUPAIR

Carácter de la Marca:

- Mujer joven
- Una hermana mayor
- Activa,
- Dinámica,
- Con experiencia en el extranjero
- Conoce otras culturas e idiomas

- Con experiencia de vivir con otra familia, hacerse cargo de niños, ser responsable
- Abierta,
- Extrovertida

Target:

DEMOGRÁFICO:

***Estado civil:** Solteras

***Edad:** Entre los 18 y los 25 años. Pocos elementos se salen de ese rango.

***Etapas en el ciclo de vida familiar:** Soltería

***Nivel escolar:** Entre preparatoria y universidad

***Ocupación:** Estudiantes

PSICOGRÁFICO:

***Clase social:** Clase media alta y media

***Pasatiempos:** Clase Media, Media Alta: Salir con amigos, ver series, leer, hacer ejercicio, salir con familia, aprender otro idioma, domingos familiares, viajar.

***Estilo de vida y personalidad:**

Clase media y media alta: Personas muy activas, éticas, con costumbres de familia, escuchan música en spotify premium, tienen acceso a plataformas de streaming, tienen acceso a tecnología, gusto por viajar dentro de México y al extranjero por placer, interesadas en hacerse un poco más independientes.

Objetivo de Comunicación: Lanzamiento de la marca para invitar al público meta a conocer los servicios de asesoría Au Pair para que tengan toda la información completa antes de irse a vivir al extranjero con los programas de Au Pair.

Posicionar la marca como una empresa que le interesa el bienestar de las niñas y que se sientan apoyadas para que se vayan de manera segura.

¿Único concepto a transmitir? La hermana mayor que te apoya, te ayuda brindándote consejos realistas y útiles para vivir la experiencia Au Pair.

¿Por qué? Para transmitir confianza, cercanía y calidez al usuario.

Descripción del servicio: Servicios de asesoría profesionales, con experiencia propia, vínculo con contactos que pueden apoyar en otras áreas, eficientes, con comunicación abierta y seguimiento cuando ya estén en el extranjero.

Asesorías con entrevista, revisión de aplicación, ayuda con la elección de familia, información sobre la documentación, ayuda con profesores de idioma y apoyo con actividades para entretener a los niños.

Entre otras características del servicio, se encontraría el seguimiento de casos.

Descripción de los beneficios del producto:

- Confiabilidad
- Dirección
- Experiencia
- Tranquilidad
- Prevención y seguridad
- Actividades para realizar con los niños a tu cargo.
- Recomendación de escuelas.

Soportes a la propuesta única a comunicar: Persona capacitada y con experiencia en el programa y en el proceso de trámite para irse al lugar destino

¿Qué queremos que la gente piense después de ver la comunicación?

Interés por conocer los servicios de la empresa y los paquetes que la misma ofrece.

Tono de la comunicación: Actual, dinámica y confiable.

¿Qué debemos hacer? Generar una campaña de marketing digital donde se dé a conocer la empresa y lo que ofrece, donde se pueda ver que los consejos y la experiencia de la dueña de la empresa es valiosa.

Información adicional:

Es importante considerar la diversidad de personalidad de los públicos target, más por ser un negocio internacional en donde personas de distintas culturas pueden estar interesadas.

El material que se use para dar a conocer los servicios de la empresa tiene que ser dinámico, sencillo y fácil de entender, con palabras y lenguaje entendible para personas de cualquier cultura.

Consideraciones importantes:

Todo lo que se utilice para promoción y difusión de los servicios que ofrece la empresa debe ser aprobado por la dueña de la empresa.

Método de contacto con clientes

Los métodos de contacto serán las redes sociales, correo electrónico y llamada telefónica.

Las redes sociales son una forma popular de conectarse con los clientes. Las empresas pueden utilizar plataformas como Facebook, Twitter e Instagram para interactuar con los clientes, responder preguntas y recibir comentarios.

La llamada telefónica es un método más directo y personal para comunicarse con los clientes. Es ideal para resolver problemas o para brindar un servicio al cliente más personalizado.

El correo electrónico es un método popular para comunicarse con los clientes. Es fácil de usar, rápido y eficiente. Además, permite enviar mensajes personalizados y permite mantener un registro de la comunicación.

Definir estrategia de precios

Implica una serie de consideraciones sobre cómo la empresa puede maximizar las ganancias a través de sus precios, al mismo tiempo que asegura que los precios sean atractivos para los clientes y que no perjudiquen la imagen de la marca.

Imagen 35-37: Estrategia de precios

Para la fijación de precios se realizó un listado de los gastos que tendrá Vive aupair tomando en cuenta cada cuanto se tienen que realizar estos gastos y si son constantes o de una sola inversión. Después se tomó en cuenta cuántas horas le invertirá la empresaria Michelle en dar las asesorías y las etapas que llevará la asesoría.

Cuentas que ofrece	presupuesto Actual	que incluye	servicios	como ofrecer	como ganar	captación clientes	como recibirlo	Cómo ofrecer	Régimen fiscal
	5	5,000.00	Crear perfil	Búsqueda inicial con estudio de perfil	Servicios individuales		Redes sociales	Redes sociales	por honorarios
			Mejorar perfil haciéndolo atractivo				Digital en videollamada	Site web	
			Mensaje de aplicación					Videollamada	
			Fotografía/video						
			Buscar resultados de los cambios	seguimiento	Paquete	tarjeta débito/crédito	Recomendación	Parte creativa por e-commerce	
			Avances con familias						
			Decisiones de familia						
			Post (flagada (2 o 3 meses)						
			actividades por clima dentro y fuera de casa	Dar tips para decidir familia	*Entrar	paypal	site web		
			actividades por edades	Entrenamiento virtual		stripe			
			Manualidades	Sugerencias para quedarse después del año brevemente					
			visa de idiomas						
			visa de estudio						
			voluntariado						
			trabajo profesional						
			Lista de preguntas para familia y visado	Entrenamiento entrevista					
			presentar distintas situaciones y ver que harían						
			Maestros de idiomas que enseñen lo básico o ayuden a entrevista con visa	Idioma					

Con lo mencionado anteriormente se definió los precios de los servicios que serán brindados mediante paquetes. Estos paquetes de servicios tienen un rango de precio entre 270-900 pesos.

que incluí servicios	ETAPAS	que incluí servicios	Horas/tiempo	DINERO
BROCHURE/FLYERS	1	BROCHURE/FLYERS	4 horas	
Crear perfiles búsqueda inicial con estudio de perfil		Crear perfiles búsqueda	0	600
Mejorar perfil haciéndolo atractivo		Mejorar perfil haciéndolo atractivo	2 horas 30 min	2
Mensaje de aplicación		Mensaje de aplicación	1 hora	2
Fotografía		Fotografía	1 hora	1
Revisar re seguimiento	1	Revisar re seguimiento	1 hora	600
Avances con familias		Avances con familias	1 hora	1
Decisión de familia		Decisión de familia		
Trámites de llegada		Trámites de llegada	3 horas	2
Post llegada (2 o 3 meses)		Post llegada (2 o 3 meses)	2 horas	2
Dar tips para decidir familia	2	Dar tips para decidir familia	1 hora	400
Entretención infantil	4	Entretención infantil	9 horas	900
actividades por clima dentro y fuera de casa		actividades por clima	2	270 15usd
actividades por edades		actividades por edades	2	
Manualidades		Manualidades	2	360 20usd
Papelería para administrar costos de viajes		Papelería para administrar costos de viajes	3 horas	270 15usd
Sugerencias para quedarse después del año brevemente	5	Sugerencias para quedarse después del año brevemente	5	0
visa de idiomas		visa de idiomas	1	
visa de estudio		visa de estudio	1	
voluntariado		voluntariado	2	
trabajo profesional		trabajo profesional	1	
Entrenamiento entrevista	2	Entrenamiento entrevista	3 horas	3
Lista de preguntas para familia y visado		Lista de preguntas para familia y visado	2	
presentar distintas situaciones y ver que harían		presentar distintas situaciones y ver que harían	1	
Idioma	3	Idioma	2 horas	0 10%-15% comisión
Maestros de idiomas que enseñen lo básico o ayuden a entrevista con visa		Maestros de idiomas que enseñen lo básico o ayuden a entrevista con visa		0 10% comisión
VIDEO PRESENTACIÓN O PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES (FLYERS, CV, POSTER)				26
				2500

MATERIAL	COSTO	UTILIDAD	INGRESOS
SITIO WEB	500-800MXN	anual CF	800
PAUTAS		mensual	
COMISIÓN PAGC	3-5%	160 CF	160
			asesorias
			profesores IDIOMA
			AUDIOVISUAL(folletos, video, fotos etc)
nube/herramientas de google		anual/mensual	
canva	1300mxn	anual CF	1300
crm/erp(odoo)	17usd	anual/mensual	400
registro de marcas	3000mxn	anual CF	3000
WHATSAPP BUSINESS	300mxn	anual CF	300
app para agenda	20usd	*anual CF	400
zoom	1978,99mxn	anual *CF	2000
emailing/GET RE	50usd	ANUAL CF	700
LUZ	300mxn	bimestre CF	300
INTERNET	610mxn	mensual CF	610

Fuente: Elaboración propia del equipo

Definir promoinstrumentos

Lo que se refiere a la utilización de herramientas o instrumentos de promoción para promover el lanzamiento de la empresa.

Tabla 10. Promo Instrumentos

Nombre del promo instrumento	Definición	Ventajas	Desventajas	Recomen dación de promo inst rumentos y la estrategia utilizada
PUBLICIDAD	Medio para transmitir información pagando dinero por medio de una plataforma digital o por algún medio de comunicación	Puede llegar a muchas personas Se puede segmentar Es muy versátil	La Inversión puede llegar a ser alta. Puede llegar a saturar	Pagar pauta en las plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook y Tik tok.
PROMOCIÓN DE VENTAS	Todas las actividades que se realizan para estimular las ventas en un corto plazo.	Estimula las ventas, impulsan productos y aumenta tu rotación.	Pueden no funcionar como se espera. Requiere presupuesto y Logística especial	Aplicar promociones de paquetes. Realizar dinámicas en sus redes sociales por ejemplo Giveaways
VENTA PERSONAL	Venta directa, de persona a persona.	Servicio más personalizado. Se puede explicar y dar más detalle.	No siempre las personas tienen el tiempo de recibir al representante de venta. Requiere seguimiento y capacitación	Hablar con escuelas, preparatorias, universidades para que Michelle pueda vender su empresa y aplicar conferencias

				as para las personas interesadas en estas instituciones.
RELACIONES PÚBLICAS	Actividades para mejorar la imagen de la empresa.	Puede mejorar las ventas y la percepción de la empresa.	Se debe de analizar muy bien la estrategia para no comunicar una idea o imagen errónea sobre la empresa.	Participar en eventos de emprendimiento. Alianzas estratégicas con otras empresas. (Ej escuelas de idioma, trámites de visa)
MKT Directo	La empresa se dirige directamente con el consumidor por distintos medios	Barato Facilita la compra venta	Puede llegar a aburrir o saturar al cliente. Requiere seguimiento	Crear una base de datos de personas interesadas con su número de celular o correo electrónico y comunicarse con ellos directamente.

Fuente: Elaboración propia del equipo

Ventas personales: manejo de objeciones y pitch de ventas

A continuación se presentará un pitch de ventas que consiste en el discurso que se utiliza para convencer a su cliente potencial de que compre determinado servicio. Se recomienda que este pitch se realice en preparatorias, universidades y conferencias para que Michelle pueda vender el servicio que brinda y/o también obtenga mayor conocimiento. El pitch realizado va para las mujeres interesadas en las instituciones mencionadas.

Pitch de ventas

¿Alguien sabe lo que significa Au Pair?

Au pair es un programa de intercambio cultural que brinda la posibilidad de irse a vivir al extranjero por cierto tiempo, aprender sobre una cultura diferente, conocer otro país y todo mientras vives con una familia anfitriona cuidando niños.

Contar años de experiencia

Como Au Pair tendrás una habitación, alimentación y un salario por tu trabajo al cuidado de los pequeños de la casa y un poco de ayuda en las tareas del hogar.

Podrán gozar de vivir en el extranjero de la manera más económica, serás parte de una familia local, mejoras tu habilidad de idiomas, conocerás gente de diversos países, te ayuda a ser independiente y crecer como persona y podrás mejorar tu currículum añadiendo experiencia internacional.

Pero no todo es perfecto y no siempre sale bien...

¿Han escuchado o conocen a alguien que ha tenido una mala experiencia de au pair?

¿Qué dirían si les digo que ya hay una empresa que te puede asesorar antes de irte de Au Pair?

Esta empresa te puede brindar

- Confiabilidad
- Dirección
- Experiencia
- Tranquilidad
- Prevención y seguridad
- Actividades para realizar con los niños a tu cargo.
- Recomendación de escuelas.

Todo lo que necesitas saber antes de irte de Au Pair y con seguimiento cuando estés en el extranjero.

Yo soy Michelle Paillaud Hernández, una asesora especializada en el programa Aupair que se enfoca en facilitarle apoyo e información sobre irse al extranjero como niñera, recomendado profesores de idiomas y los requisitos necesarios para llenar tu solicitud.

Mi empresa brinda un servicio de asesoría, para que las personas que quieran vivir la experiencia de niñeras en el extranjero, elijan y vayan 100% seguras a su destino, teniendo una buena experiencia en el intercambio cultural.

Yo les puedo dar atención especializada atendiendo a cada caso. A diferencia de la competencia, yo les daré consejos realistas con base en mi propia experiencia, ya que cuando yo era Au Pair me percate de la falta de información y apoyo que existía dentro del programa.

Yo te puedo apoyar y asesorar.

FIN.

De igual manera se presentaron objeciones que son los obstáculos, argumentos que un prospecto puede poner para no seguir una negociación o cancelar el servicio. Es importante contar con las respuestas preparadas para que te veas muy informada del tema, generes confianza y te permita conocer cuales son los motivos por el cual no contratan el servicio.

Manejo de objeciones:

-No puedo atender a las asesorías porque no vivo en Guadalajara

- Las asesorías pueden ser virtuales

-No necesito de una asesora para irme

- Es un programa donde se vive mucho riesgo y es mejor ir con un soporte de confianza que pueda guiarte a cómo manejar ciertas situaciones que se pueden llegar a presentar.

-Necesito aprender el idioma del lugar donde quiero ir y no lo sé

- La agencia te puede conseguir escuelas especializadas en el idioma

-Es muy complicado el proceso para participar en el programa

- La agencia te asesora en cada paso.

-No tengo mucha creatividad, puede que no sepa cómo entretener a los niños que cuide.

- La agencia te da una lista y guía de juegos y actividades para que puedas entretener a los niños.

Relaciones públicas:

Se realizó una tabla comparativa de todas las empresas e influencers con las cuales la empresaria puede colaborar y así poder hacer dinámicas y crear relaciones entre la empresa y la audiencia. El acceso a este documento se encuentra en Anexos 3.

Tabla 11. Directorio de relaciones públicas

Tipo de organización (empresa, institución, personas, influencers)	Nombre	Logo	Explicación breve	Beneficios	Contacto (redes, telefono o correo)	Ubicación
AGENCIA DE MARKETING/INFLUENCERS	GAMOL		Es una empresa que puede buscarle los mejores influencers en México que se adapten a tu negocio	Los influencers pueden ser de gran beneficio porque pueden llegar a todo el mercado meta de la empresa de Michal	(55) 5262 9393	Ciudad de Mexico
Instituto de Ciencias	CIENCIAS		Instituto del Ciencias es una escuela de hombres y mujeres, esta tiene secundaria y preparatoria.	Se puede llegar a un acuerdo con la escuela para hacer una presentación y que todos los alumnos de preparatoria, principalmente los de último año asistan para	33 3636 4334	Guadalajara
Consulado General de los Estados Unidos	EMBAJADA USA		Embajada de Estados Unidos, lugar donde los Americanos van a realizar sus tramites necesarios	Embajada de Estados Unidos, dar folletos y tarjetas de presentación para que las personas que vayan hacer un tramite conozcan sobre el programa y sepan que es Internacional	33 8526 1444	Ciudad de Mexico, Consulado Guadalajara
Asesorías de idiomas	Academia Europea		Una escuela de idiomas	Tener alianza con una escuela de idiomas que ofrece descuentos cuando vayan niñas por parte de Mich	55 3024 4444	Guadalajara
Asesorías de idiomas	IMAC Inglés total		Una escuela de de idiomas	Tener alianza con una escuela de idiomas que ofrece descuentos cuando vayan niñas por parte de Mich	33 3364 7090	Guadalajara
Agencia de marketing digital	WebProm		Agencia de marketing digital donde le puede editar los videos	Contar el servicio de creación y edición de video para contenido	33 3459 0989	Guadalajara
Agencia de marketing digital	Vertice+		Agencia de marketing digital donde le puede editar los videos	Contar el servicio de creación y edición de video para contenido	33 3540 4500	Guadalajara
Consultor migratorio para Canadá	Victor Bolivar		Consultor migratorio para emigrar a Canadá	Alianza con el para que las niñas que adquieran el servicio de apoyo tengan contacto con alguien que les pueda informar sobre el trámite de la visa	https://time2immigrate.com/contacto/	Canadá
Eugenia Rodriguez (INFLUENCER)	Eugenia Rodriguez	No logo	Influencer reconocida ahora en México, es una persona que tiene alcance de muchas personas, más que nada cuenta con una audiencia joven.	Pagar publicidad en redes sociales dando a conocer los servicios de la empresa, lugares a donde se pueden ir y como participar.	INSTAGRAM: EUGENIARDZC	Monterrey
Valeria Aguima (INFLUENCER)	Valeria Aguima	No logo	Influencer con mucho estilo y alcance a audiencia joven	Promocione a la empresa en sus videos de tik tok, con viajes y todo lo que puedes conseguir si participas en el programa	Instagram y Tik tok: Valeaguima	CDMX
Carlota Madrigal (INFLUENCER)	Carlota Madrigal	No logo	Influencer con alto alcance en tik tok.	Videos en esta red social promoviendo los viajes y como puedes conseguirlo a traves de la empresa de Michelle	Tik tok: Carlotamadriral	CDMX
				Que asesore a la empresa de como guiar a las niñas que quieran		

Fuente: Elaboración propia del equipo

Promoción de ventas:

Se acordó realizar la dinámica de un Give Away.

Un giveaway es un concurso realizado por una marca con la finalidad de que los participantes realicen una acción determinada. En este caso sería para aumentar seguidores y obtener mayor alcance. Se recomendó a la empresaria Mich hacer un giveaway después de unos meses de haber abierto las redes sociales para que se vea qué tanto crecimiento orgánico genera en redes, además, de la realización de un giveaway con colaborador (alianza), ya que es de las mejores formas para obtener seguidores e informar de tus servicios.

Logística de participación:

Giveaway en colaboración con la influencer Eugenia Rodriguez, vinculada con vivir en el extranjero.

Te queremos regalar asesorías para irte de Au Pair con seguimiento en el extranjero totalmente gratuito de Vive Au Pair , además, un tratamiento gratuito en Kerlab (la empresa de Eugenia) antes de que te vayas a vivir al extranjero.

¿Cómo participar?

1. Deben seguir a Vive Au Pair y a Eugenia
2. Darle like a la publicación
3. Subir la publicación a la historia
4. Etiquetar a personas y las personas también tienen que seguir ambas cuentas para que puedas ganar (entre más comentarios, más oportunidades de ganar)
5. No puedes etiquetar cuentas fake ni a famosos

El giveaway se cerrará el día ___ de ___

La ganadora se publicará desde la cuenta de Vive Au Pair ese mismo día.

¡Suerte a todos los participantes!

#giveaway #aupairgiveaway #vivirenelextranjero #kerlab #eugenciardzgiveaway #viveaupair #asesorias

Marketing directo mkt de base de datos:

El marketing directo consiste en tener una comunicación directa con el público objetivo.

Se recomienda el uso de un CRM (customer relationship management), ya que almacena información de clientes actuales y potenciales (como nombre, dirección, número de teléfono, etc) e identifica sus actividades y puntos de contacto con la empresa. Esto incluye visitas de los clientes al sitio, llamadas telefónicas realizadas, intercambios por correo electrónico y varias otras interacciones.

El CRM ayuda a la empresa para que el negocio pueda avanzar a dejar los procesos obsoletos y esfuerzo manual para que tu negocio pueda avanzar. La plataforma organiza las cuentas y contactos de forma accesible, en tiempo real, acelerando y simplificando el proceso de ventas.

Tabla 12. CRM recomendados

<p>Zendesk Sell https://www.zendesk.com.mx/sell/?gclid=Cj0KCQjwtsCgBhDEARIsAE7RYh3oQK-65y6xjEsk3FW8N8ATTuGZBw0O2EkBoffkhdJ3-2p9WsL-0GkaAvaXEALw_wcB&matchtype=e&theme=&utm_campaign=SE_AW_LA_MX_ESL_N_Su_p_Brand_TM_Alpha_D_H&utm_content=406642281986&utm_medium=Search-Paid&utm_network=g&utm_source=google&utm_term=zendesk%20sell</p>	<p>Tipo de CRM: Plataforma de ventas digitales.</p> <p>Características del equipo para su manejo: Herramientas para email, marcación telefónica, administración de canalizaciones, pronósticos, informes y más.</p> <p>Información que proporciona o puede gestionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Te permite capturar fácilmente la información durante o después de las reuniones y llevar tus datos de ventas contigo a donde quieras que vaya. ● Automatizar la comunicación con el cliente <ul style="list-style-type: none"> ○ Correo electrónico ○ Mensajes ○ Llamadas ● Localizar a los clientes por zonas. ● Catalogar a los clientes dependiendo de su método de pago y tipo de moneda. ● Registrar las ventas. ● Capturar fácilmente la información durante o después
--	---

	<p>de las reuniones y llevar tus datos de ventas contigo a donde quieras que vaya.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Registrar citas, pedidos o recordatorios importantes para la venta o clientes. ● Realiza pronósticos de ventas e informes de las mismas. <p>Redes sociales que maneja: Instagram, facebook, página web, correo y linkedin</p> <p>Capacidad: número de usuarios y/o número de contactos: Costo por usuario.</p> <p>Costo: La app es 100% gratuita y en la versión web tienes una prueba gratuita de 14 días, transcurrido este tiempo tiene un precio de 25 \$/mes.</p> <p>Capacitación requerida: Cuenta con una interfaz altamente utilizable, es inteligente y amistoso.</p> <p>Ventajas y desventajas: Permite capturar fácilmente la información durante o después de las reuniones y llevar tus datos de ventas contigo a donde quieras que vaya. La versión web no es gratuita del todo.</p>
<p>Monday.com https://monday.com/lang/es/?alert=Sign-up+not+permitted+from+a+subdomain</p>	<p>Tipo de CRM: CRM corporativo</p> <p>Características del equipo para su manejo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Crea tu flujo de trabajo para empezar a trabajar sin capacitación ● Transforma tus datos para verlos cuando quieras y quien quiera. ● Interfaz fácil de usar <p>Información que proporciona o puede gestionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Seguimiento de correos y flujos automatizados ● 100% Personalizable ● Gestiona la información

	<p>Redes sociales que maneja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram, facebook, página web, correo y linkedin <p>Capacidad: número de usuarios y/o número de contactos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 200+ usuarios <p>Costo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Varía dependiendo de los usuarios y está en un rango de 130- 340 al mes a máximo 40 usuarios pero si son más necesitas contactar empresa para obtener el precio. <p>Capacitación requerida:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ninguna, es una interfaz personalizada que puedes usar sin capacitación. <p>Ventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empiece a usarla en minutos sin capacitación • Interfaz intuitiva y fácil de usar • CRM flexible para empresas • Seguimiento de correos y flujo automatizados • Personalizable <p>Desventajas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Todos deben saber cómo usar la plataforma
<p>HubSpot https://www.hubspot.es</p>	<p>Tipo de CRM: CRM operativo</p> <p>Características del equipo para su manejo: organiza la información de contactos, empresas y oportunidades de ventas, así como cada interacción a través de diferentes canales. Es la solución perfecta para acelerar el crecimiento de tu negocio y alcanzar sus objetivos.</p> <p>Información que proporciona o puede gestionar: registro de contactos, registro de actividades de ventas automatizadas, pipeline de ventas, envío, monitoreo y optimización de las plantillas de correo</p> <p>Redes sociales que maneja: sitio web, linkedin, instagram, email, twitter</p>

	<p>y FB</p> <p>Capacidad: número de usuarios y/o número de contactos: registra hasta 1 millón de inscripciones</p> <p>Costo: tiene 5 planes, gratuito, starter por 50 dls al mes, basic por 200 dls al mes, profesional por 800 dls al mes cobrado anualmente y enterprise por 2400 dls al mes cobrados anualmente</p> <p>Capacitación requerida: no</p> <p>Ventajas: facilidad de uso, hubs extras, automatización, segmentación, inteligencia sobre base de datos.</p> <p>Desventajas: tiene limitaciones, no tiene filtros, capacidad externa.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia del equipo

Estrategia de marketing digital

Foda de marketing digital

Como primera actividad para iniciar la propuesta de marketing digital, el equipo se basó en los resultados del benchmarking realizado en la fase 1 del proyecto. Posteriormente y con esta información, se desarrolló el FODA de marketing digital, una herramienta muy útil que es usada para conocer las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y las amenazas de la empresa que se le está brindando la asesoría frente a la competencia.

A continuación se presenta el contexto de la empresa en cuanto a la mercadotecnia digital, en el que se incluyen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la misma.

Tabla 13 Foda

Fortalezas (internas)	Debilidades (internas)
	<ul style="list-style-type: none"> ● No cuenta con redes sociales ● No cuenta con medios de comunicación

	<ul style="list-style-type: none"> ● Marca no es reconocida ● La marca no tiene antigüedad ni testimonios para aumentar la confiabilidad.
Oportunidades (externas)	Amenazas (externas)
<ul style="list-style-type: none"> ● Hay conocimiento de las asesorías para irte de au pair. ● Hashtags que ayudan a crecer (instagram y tiktok). #aupairlife #aupairmexico #aupairusa #aboutaupair #aupairtakeover ● Facilidad de crecimiento mediante pautas. ● Facilidad de crecimiento mediante el uso de trends virales en tik tok. ● Instagram permite pautar en historias y en posts. ● La competencia no tiene mucho crecimiento en redes sociales. ● La competencia no cuenta con buena interacción con sus seguidores en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La competencia directa en Zapopan cuenta con redes sociales. ● Barrera de idioma en redes si hay clientes que no hablan español. ● La competencia tiene varios testimonios en redes.

Fuente: elaboración propia del equipo

Objetivos de marketing digital

Algo fundamental para lograr el éxito y la efectividad de la estrategia. Permite medir el éxito, enfocar y alinear los esfuerzos del equipo, tomar decisiones informadas y mejorar la eficacia de la estrategia de marketing digital.

Objetivo general:

Generar y/o aumentar conocimiento sobre la marca y sus servicios mediante marketing digital para de esta manera posicionar la marca y adquirir clientes.

Objetivos específicos:

- Generar una imagen de marca
- Medir el alcance de las redes
- Generar un medio de comunicación con el segmento
- Generar confianza
- Generar ventas
- Conocer el segmento
- Ampliar el mercado meta

Buyer persona

Se realizó un Buyer Persona para poder ver como es el perfil de la audiencia a las cual se destinará el contenido de las redes sociales de VIVE AUPAIR. En este caso, la descripción se refiere a una cliente potencial de los servicios que proporciona la empresa Vive AuPair. Conocer sus gustos, hábitos, frecuencia de compra, redes sociales, etc. ayuda a crear una comunicación mejor dirigida. El acceso a este documento se encuentra en Anexos 4.

Imagen 38: Buyer persona

BUYER PERSONA



Youtube ★★★★★

Instagram ★★★★★

Facebook ★★★★★

Tik tok ★★★★★

NOMBRE	ALEXA MEDINA
EDUCACIÓN	PREPARATORIA
EDAD	18
OCUPACIÓN	ESTUDIANTE RECIENTE GRADUADA

MOTIVACIÓN	CONOCER NUEVOS LUGARES
FRUSTRACIONES	NO LOGRAR SUS SUEÑOS
PERSONALIDAD	AMABLE, AVENTURERA, SIEMPRE EN BUSCA DE MÁS, BUSCA SU REALIZACIÓN PERSONAL.
HÁBITOS DIGITALES	ALTO USO DE REDES SOCIALES. LE GUSTA ENSEÑAR LOS NUEVOS LUGARES Y CULTURAS QUE CONOCE.

INTERESES	VIAJAR, INDEPENDIZARSE, BUSCAR NUEVAS EXPERIENCIAS, INTERESES HACIA LOS NIÑOS PEQUEÑOS Y LOS IDIOMAS, EN BUSCA DE EXPERIENCIAS.
RETOS	NO PODER IR A VIVIR SOLA A UN LUGAR DEBIDO A LOS ALTOS COSTOS PARA PODER MANTENERSE.
FRASE	"YOU ONLY LIVE ONCE"
METAS	PODER VIAJAR EL MUNDO SIN NINGUNA PREOCUPACIÓN, CONOCER CULTURAS Y APRENDER IDIOMAS NUEVOS.

Fuente: Elaboración propia del equipo

Manual de gestión de redes sociales

Se creó un manual de gestión de redes sociales de manera que este pueda servir como herramienta para poder llevar un buen control y desempeño de las redes sociales. El acceso al manual se encuentra en Anexos 5 del presente documento.

Imagen 39-55: Manual de gestión de redes sociales



Manual de gestión de redes sociales

NOSOTROS

VIVE AUPAIR es una empresa que brinda asesoría para las personas que quieran participar en el programa donde viajan al extranjero para ayudar a una familia local al cuidado de sus niños.



PÚBLICO OBJETIVO

Se busca a personas adolescentes que estén interesados en vivir una experiencia multicultural, que quieran vivir en el extranjero y a la vez, puedan dedicarse al cuidado de niños y apoyo a familias.

REDES SOCIALES

Las redes sociales han venido a cambiar el mundo, dando paso a un alcance mucho más grande y grandes posibilidades de llegar directamente a tu mercado meta, es por eso que VIVE AU PAIR decide tener presencia en las siguientes redes sociales:



INSTAGRAM



FACEBOOK



TIK TOK



YOUTUBE



OBJETIVO

EL OBJETIVO ES QUE POR MEDIO DE ESTAS REDES SOCIALES PODAMOS TENER CONTACTO DIRECTO CON NUESTRO MERCADO META Y A LA VEZ QUE SE CONVIERTA EN NUESTRO PUNTO DE VENTA PARA EL SERVICIO QUE VIVE AU PAIR OFRECE.

RESPONSABLE

COMMUNITY MANAGER

Persona encargada de gestionar, construir, informar y moderar la comunidad de la marca dentro de todas las plataformas de redes sociales donde VIVE AUPAIR tendrá presencia. Se encargará de compartir el contenido necesario, de la promoción y publicación de contenido, atención al cliente, creación de estrategias de difusión y posicionamiento.



MEDIDAS GENERALES

- Correcto uso de ortografía
- Correcta construcción de enunciados
- Evitar temas controversiales
- Estar al día con las tendencias
- Citar correctamente los enunciados escritos por otras personas
- Uso de Hashtags
- Seguir las normas del manual de identidad
- Hacer una publicación cada día en las diferentes plataformas de redes sociales.
- Constante publicación de historias y reels.
- En las publicaciones siempre incentivar a la venta.
- Usar el Storytelling como una herramienta.
- Uso de métricas (META) para pauta pagada.
- Describir claramente los servicios de la empresa.



CARACTERÍSTICAS IMÁGENES

Es un sitio web y app móvil en donde los usuarios pueden compartir fotografías que más les guste e historias de lo que realizan día con día, hoy en día es una de las redes sociales mas usadas en todo el mundo.

FORMATO

- Imagen de perfil: 110 x 110 px
- Foto cuadrada: 1080 x 1080 px
- Foto horizontal: 1080 x 566 px
- Foto vertical: 1080 x 1350 px



CARACTERÍSTICAS IMÁGENES

Es un sitio web y app móvil en donde los usuarios pueden compartir fotografías que más les guste e historias de lo que realizan día con día, participar en foros de discusión y grupos del agrado del mercado.

FORMATO

Imagen de perfil: 180 x 180 px,
Portada: 820 x 312 px
Publicaciones cuadradas: 1200 x 1200 px
Publicaciones horizontales: 1200 x 630 px
Publicaciones con enlaces: 1200 x 627 px
Anuncios: 1600 x 628 px



CARACTERÍSTICAS IMÁGENES

Es un sitio web y app móvil en donde los usuarios pueden compartir videos, tutoriales, documentales de su agrado. Este sirve para la empresa ya que en esta plataforma se puede transmitir videos contando la experiencia de las niñas que ya tuvieron una experiencia con el programa.

FORMATO

Resolución: 1280 × 720

Formato video: 640 × 480



CARACTERÍSTICAS IMÁGENES

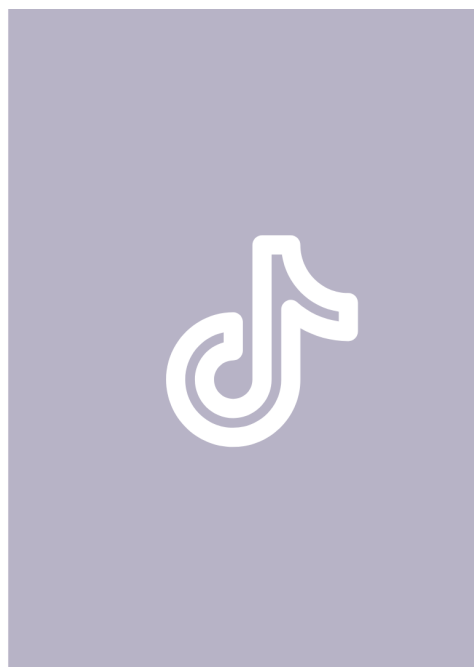
Es una app móvil en tendencia en donde los usuarios pueden compartir videos de 30 segs a 1 min sobre cualquier tema. Es hoy en día una de las plataformas mas usada por el mercado de todas las edades.

FORMATO

Medida video: 1280x720 px

Formato video: MP4

Duración de video: 30 segs a 1 minuto.



TIPO DE PUBLICACIONES

- Testimonios de personas con experiencia en el programa
- Consejos de la dueña de la empresa
- Países destino
- Beneficios del programa



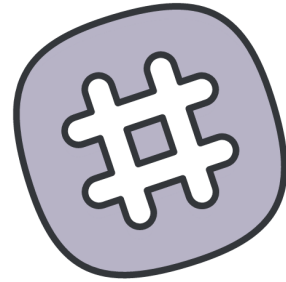
PAUTAS

- 2 PUBLICACIONES POR SEMANA
- 2 PAUTAS PAGADAS POR MES
- PUBLICACIONES ACOMPAÑADAS CON TEXTOS CORTOS, CLAROS Y DIRECTOS
- USO DE 13 HASHTAG EN TODAS LAS PUBLICACIONES.
- CITAR TODOS LOS ENUNCIADOS ESCRITOS POR OTRAS PERSONAS



HASHTAGS

- #Aupair #traveltheworld #ilovetravel
- #vivireneleextranjero #aupairtips #viveaupair
- #aupairfamily #travel #happymoments #aupairtravels
- #happy #livingabroad #momentosfelices



IDENTIDAD VISUAL



Vive AuPair

IDENTIDAD VISUAL CON DESCRIPTOR



Vive AuPair

PREPARANDO TU EXPERIENCIA

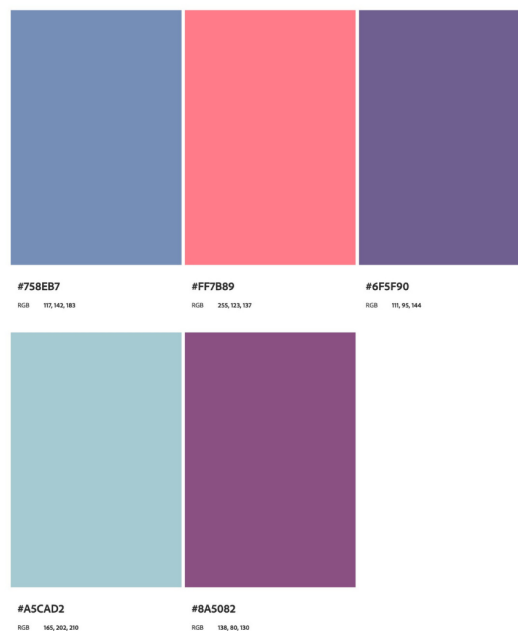
Tipografía

La tipografía institucional de **Vive Aupair** ha sido especialmente seleccionada considerando la identidad gráfica y sus requerimientos de comunicación.

El nombre de esta tipografía es **AVENIR** una tipografía sencilla, moderna, flexible y fácil de leer y comprender.



Colorimetría



Fuente: Elaboración propia del equipo

Investigación sobre qué red social le conviene más a la empresa

Se realizó una investigación sobre cuáles redes sociales eran más convenientes y beneficiosas para la empresa según el servicio que ofrecerá y el nicho de mercado al que se dirige.

Las redes sociales que pueden servir para la empresa y que están en tendencia son:

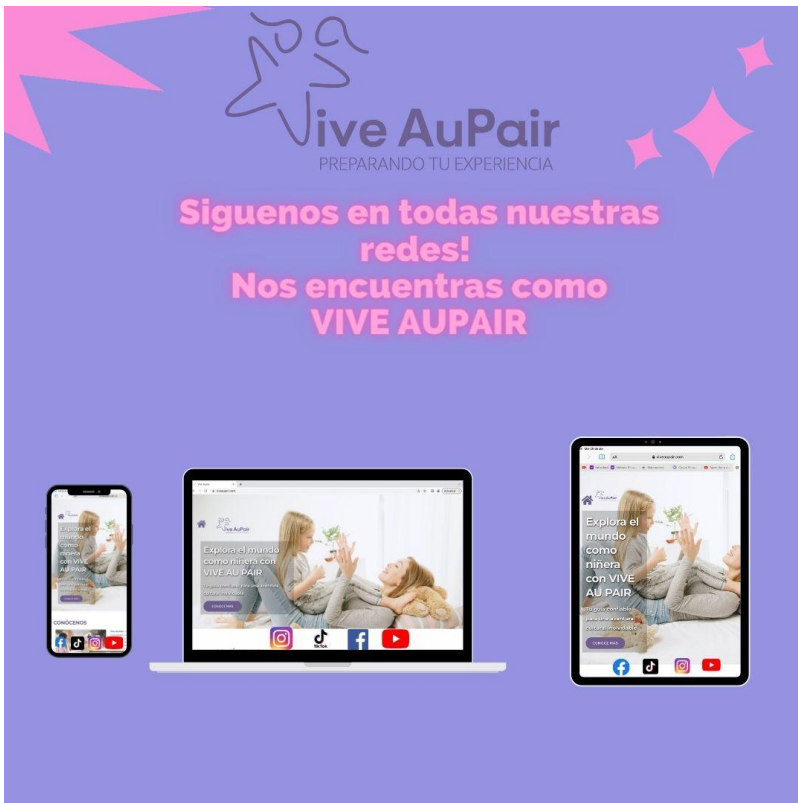
- Instagram: Muy frecuentado por el segmento de mercado potencial que tiene la empresa, puede llegar a tener un muy buen alcance.
- Tik tok: Es la plataforma en tendencia, igualmente con alto alcance y participación del mercado, plataforma donde se puede participar de forma dinámica.
- Twitter: Esta plataforma puede servir para dar información oficial y resolver dudas.
- YouTube: Para este giro en específico es de gran beneficio ya que puede dar a conocer su servicio y su experiencia por medio de videos que pueden llegar a su mercado meta.
- Facebook: Como complemento de Instagram es igual una plataforma donde puede participar en grupos de personas interesadas en este tipo de programas y que buscan ayuda y asesoría.

Creación de las páginas de medios digitales

Se crearon distintas redes sociales entre ellas facebook, instagram, tik tok y youtube, para poder difundir la información a los futuros clientes, sin embargo la principal intención de la creación de medios digitales es para abarcar mayor interacción entre el usuario y la empresa por un mayor número de medios de comunicación.

- **FACEBOOK:** <https://www.facebook.com/viveaupair>
- **INSTAGRAM:** <https://www.instagram.com/viveaupair/>

Imagen 56-63: Calendario de publicaciones







Tu mejor aventura,
comienza aquí...







Fuente: Elaboración propia del equipo

Creación del sitio web de la empresa.

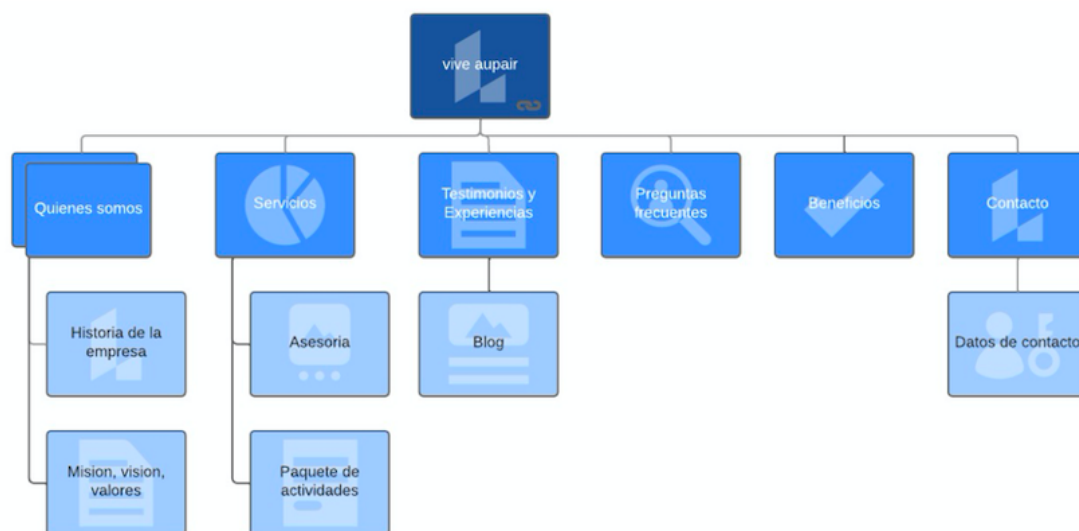
Compra del dominio y servicios de hosting

Para poder crear un sitio web se realizó la compra del dominio “Vive aupair” y servicios de hosting dentro de la plataforma de WordPress.

Mapa del sitio

Antes de realizar la página web se decidió hacer una estructura previa de cómo ésta debía de lucir y el contenido que llevaría para poder recolectar toda la información necesaria y poder tener como resultado una página atractiva y práctica.

Imagen 64: Mapa de sitio



Fuente: Elaboración propia del equipo

Igualmente se realizó un borrador del modelo de la página web, esto para definir su estructura, contenido y diseño de la página web.

Recopilación de información para el sitio

Para la creación de la página web se recopiló toda la información necesaria como los testimonios de las personas que previamente la persona ha apoyado en su proceso, servicios que la empresa ofrecerá al público después de su lanzamiento

en el mercado, países que no tienen restricción alguna para poder participar en el programa.

Desarrollo del sitio web

En conjunto con la empresaria y asesorados por el maestro especialista, se definieron cuestiones de la finalidad del sitio web, tales como ¿Qué es lo que deseas lograr con el sitio web? ¿Quieres promocionar tus servicios como AuPair? ¿Quieres proporcionar información sobre tu experiencia y habilidades?.

A partir de eso con los colores y la identidad de la marca se pudo ir completando, para que comunique toda la información necesaria y el usuario tenga la mejor experiencia de sitio web posible.

A continuación, se muestran las capturas de pantalla que muestran cómo quedó el sitio web.

Imagen 65-72: Contenidos del sitio web (borrador)



TU ASESORA DE CONFIANZA

PROGRAMA AU PAIR

CONOCE MÁS

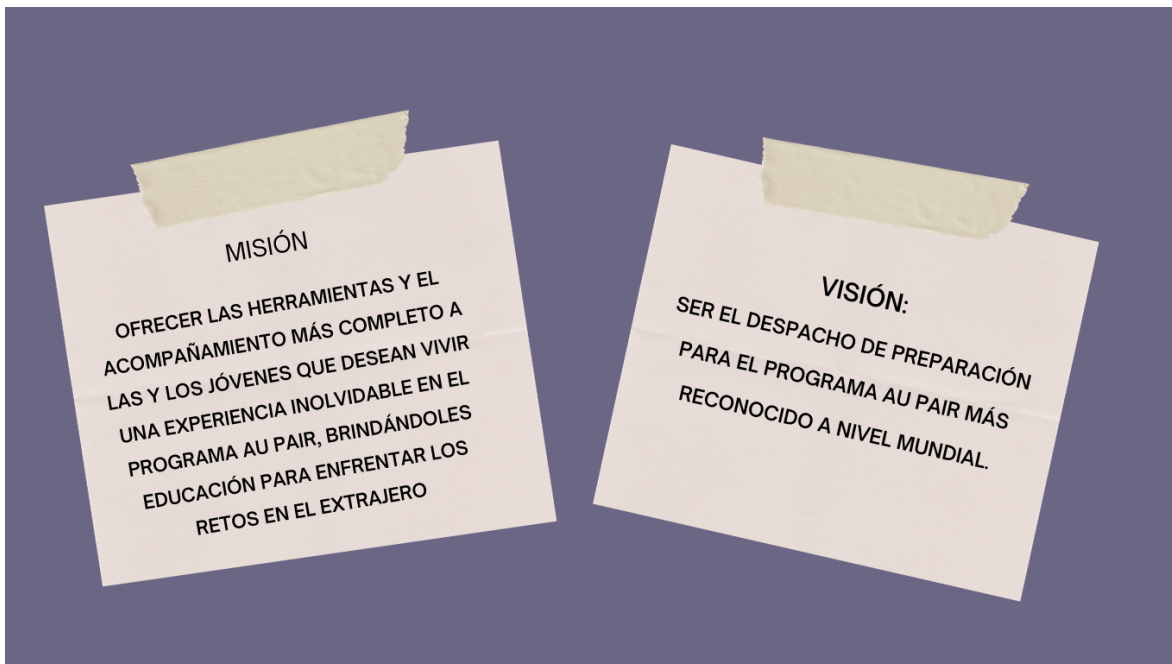


CONÓCENOS



VIVE AU PAIR Es una empresa especializada en el programa Au Pair que se enfoca en facilitarte apoyo e información sobre irse al extranjero como niñera, recomendación de escuelas de idiomas y los requisitos necesarios para llenar tu solicitud. Podemos decir que es un servicio de asesoría, para que las personas que quieran vivir la experiencia de niñeras en el extranjero, elijan y vayan 100% seguras a su destino, teniendo una buena experiencia en el intercambio cultural.

NUESTROS SERVICIOS



MISIÓN

OFRECER LAS HERRAMIENTAS Y EL ACOMPAÑAMIENTO MÁS COMPLETO A LAS Y LOS JÓVENES QUE DESEAN VIVIR UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE EN EL PROGRAMA AU PAIR, BRINDÁNDOLES EDUCACIÓN PARA ENFRENTAR LOS RETOS EN EL EXTRAJERO

VISIÓN:

SER EL DESPACHO DE PREPARACIÓN PARA EL PROGRAMA AU PAIR MÁS RECONOCIDO A NIVEL MUNDIAL.

Nuestros servicios



ASESORIA PERSONALIZADA

Asesoría de la mano de una persona con experiencia en el programa



CONTACTO CON AGENCIAS DE IDIOMAS Y VISADOS

Lista por países de agencias con las que te conviene apoyarte antes de irte



GUIA DE JUEGOS E IDEAS PARA CUIDAR A LOS NIÑOS

Una guía que te servirá para cuidar y entretener a los niños



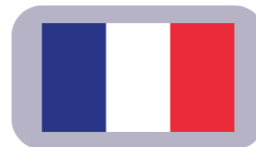
Testimonios



Michelle



PAISES PROGRAMA AUPAIR



Beneficios



EXPERIENCIA COMO AUPAIR

Sinceridad ante las cosas buenas y malas que pasan, y como resolver los problemas



CONEXIONES Y CONTACTOS DE GRAN UTILIDAD

Contactos para los respectivos maestros y asesores de idiomas, así como para tener un proceso sencillo de visado



LOS MEJORES SERVICIOS A MEJORES PRECIOS

Lo que realmente se necesita saber, por un precio justo





Cuanto cuestan las asesorías?

Comunicate con nosotros y te haremos saber que paquete se ajusta más a ti y con gusto te daremos precio

¿En que me pueden ayudar estas asesorías?

En llevar tu proceso de la mano de una persona con experiencia, que te ayudará a saber que debes de hacer en cada paso y en sentirte segura.

CONTACTANOS

● **EMAIL**
VIVEAUPAIR@GMAIL.COM

● **WHATSAPP**
3325383438

● **INSTAGRAM**
VIVEAUPAIR

● **GUADALAJARA JALISCO**



Fuente: Elaboración propia del equipo

TESTIMONIOS:

1-ROCIO – HAMBURGO, ALEMANIA . País de origen: Perú

“La verdad haber recibido tu ayuda fue muy importante en mi proceso porque me diste la tranquilidad que necesitaba. Estaba muy nerviosa con todo el proceso y cuando tuve que cambiar de familia pero me brindaste tu tiempo y eso significó mucho para mí. No voy a olvidar nunca todo el apoyo que me diste. Muchas gracias por ser tan linda persona!”

2.-NAYE ALCO CER -LANGON FRANCIA. País de origen: México

“Vive Aupair es una persona muy amable, me ayudaron a resolver la mayoría de mis dudas, además de quitarme cierta parte de miedo. Realmente fue muy detallista en contarme sobre cómo es la experiencia como Aupair”

Imagen 73-83: Sitio web



CONÓCENOS



Vive Au Pair es mucho más que una empresa especializada en el programa Au Pair. Somos una comunidad de personas apasionadas por ayudar a jóvenes con espíritu aventurero a cumplir su sueño de vivir una experiencia única en el extranjero. Nuestro enfoque es brindar apoyo personalizado y asesoría integral a nuestros usuarios, desde la elección del destino hasta la recomendación de escuelas de idiomas y la ayuda para completar su solicitud.

Nos comprometemos a ser un aliado en todo el proceso, proporcionando información clara y precisa sobre los requisitos necesarios para convertirse en **una niñera Au Pair** en el extranjero. Además, nuestra comunidad está formada por personas que han vivido esta experiencia, por lo que podemos brindar recomendaciones y consejos valiosos que solo aquellos que han pasado por lo mismo pueden ofrecer.

En **Vive Au Pair** creemos que vivir la experiencia de niñera Au Pair es una oportunidad única para crecer personal y profesionalmente, y por eso nos aseguramos de que nuestros usuarios estén 100% seguros al elegirnos como su asesor de confianza. Te invitamos a ser parte de nuestra comunidad y a vivir una experiencia inolvidable en el extranjero.

CONOCE NUESTROS SE



Actualizar

MISIÓN

OFRECER LAS HERRAMIENTAS Y EL ACOMPAÑAMIENTO MÁS COMPLETO A LAS Y LOS JÓVENES QUE DESEAN VIVIR UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE EN EL PROGRAMA AU PAIR, BRINDÁNDOLES EDUCACIÓN PARA ENFRENTAR LOS RETOS EN EL EXTRAJERO

VISIÓN:

SER EL DESPACHO DE PREPARACIÓN PARA EL PROGRAMA AU PAIR MÁS RECONOCIDO A NIVEL MUNDIAL.

NUESTROS SERVICIOS



Asesorías Personalizadas

El servicio de Asesorías Personalizadas de Vive Au Pair está diseñado para brindar apoyo y orientación integral a jóvenes interesados en participar en el programa Au Pair en el extranjero. Nuestro equipo de asesores altamente capacitados está disponible para ayudar a los usuarios desde la elección del destino hasta la recomendación de escuelas de idiomas y la ayuda para completar su solicitud.



Contacto con agencias de idiomas y visados

El servicio de Contacto con Agencias de Idiomas y Visados de Vive Au Pair es una parte fundamental de nuestra oferta de asesoría integral. Nos encargamos de poner en contacto a nuestros usuarios con agencias especializadas en la gestión de visados y en la elección de escuelas de idiomas en el extranjero, para que puedan obtener toda la información necesaria y tomar una decisión informada.



Guía de juegos e ideas para cuidar a los niños

Nuestro servicio de Guía de Juegos e Ideas para cuidar a los niños es un valor agregado que ofrecemos en Vive Au Pair para asegurarnos de que nuestros usuarios tengan todas las herramientas necesarias para ser excelentes niñeras Au Pair. Entendemos que cuidar a los niños puede ser un desafío y es por eso que nuestro equipo de expertos ha creado una guía completa de juegos y actividades para niños de diferentes edades, así como también consejos útiles para el cuidado de niños.

¿Estás pensando en ser Aupair pero no sabes por dónde empezar? ¡No te preocupes!

Soy Michelle, de México, y sé exactamente cómo te sientes. Yo también inicié mi aventura de Aupair hace 7 años y sé la importancia de tener apoyo incondicional durante el proceso.

Permíteme ayudarte a tener una experiencia inolvidable y a evitar errores comunes. Te guiaré paso a paso con mi vasta experiencia para que puedas cumplir tu sueño de conocer el mundo. Además, aprenderás a aplicar los conocimientos adquiridos para destacar en tu currículum.

¡Estoy aquí para ayudarte!

Contáctame ahora y comencemos a trabajar juntos hacia una aventura única e inolvidable como Aupair.

Michelle P.
Asesora Aupair

CONTÁCTANOS



TESTIMONIOS

"La verdad haber recibido tu ayuda fue muy importante en mi proceso porque me diste la tranquilidad que necesitaba. Estaba muy nerviosa con todo el proceso y cuando tuve que cambiar de familia pero me brindaste tu tiempo y eso significó mucho para mí. No olvidare nunca todo el apoyo que me diste. Muchas gracias por ser tan linda persona!"

ROCIO de Perú Lima - AUPAIR: HAMBURGO, ALEMANIA

"En Vive Aupair son muy amables, me ayudaron a resolver la mayoría de mis dudas, además de quitarme cierta parte de miedo. Realmente fue muy específica en contarme sobre cómo es la experiencia siendo Aupair."

NAYE ALCOCER de Monterrey Mx -AUPAIR: LANGON FRANCIA



Paises a los que se pudier ir de AuPair



BENEFICIOS



Experiencia como Aupair

Sinceridad ante las cosas buenas y malas que pasan, y como resolver los problemas



Conexiones y contactos de gran utilidad

Contactos para los respectivos maestros y asesores de idiomas, así como para tener un proceso sencillo de visado



Los mejores servicios a mejores precios

Lo que realmente se necesita saber, por un precio justo

VIVE AUPAIR

PREGUNTAS FRECUENTES

CONTÁCTANOS

¿Cuánto cuestan las asesorías?

Comunicate con nosotros y te haremos saber que paquete se ajusta más a ti y con gusto te daremos precio

¿En qué me pueden ayudar estas asesorías?

En llevar tu proceso de la mano de una persona con experiencia, que te ayudará a saber que debes de hacer en cada paso y en sentirte segura.

Agenda tu cita con nosotros

info@viveaupair.com
+52(33)2538-3439

Contáctanos

info@viveaupair.com
+52(33)2538-3439
Guadalajara Jalisco

Email

Name

Messages

Submit Message

90px



Inicio

Todos los derechos reservados VIVE AUPAIR 2023



Fuente: Elaboración propia del equipo

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

Reflexiones profundas que abarcan todas las áreas importantes del proyecto. Se escribe una comprensión clara de los aspectos éticos y sociales del proyecto y la capacidad de articular sus pensamientos de manera coherente y concisa.

- **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.

Laura López Espinoza

Durante la realización de este proyecto, las competencias desarrolladas fueron saber trabajar en equipo para que todos pudiéramos contribuir de alguna manera con diferentes ideas y saberes. Respetar las opiniones de mis compañeros, ser paciente y saber construir un buen proyecto con el apoyo y conocimiento de todos. Además, practiqué un poco más uno de los conocimientos que considero más valiosos en el ámbito profesional que es la construcción de una marca desde cero. Algo que a simple vista no parece tan difícil pero es demasiado extenso y complicado.

Aprendí para mi proyecto de vida personal el reto que implica querer emprender una idea innovadora que no tiene mucho reconocimiento en el mercado.

Antonella Di vito Leañez

En el proceso de realizar este proyecto aprendí lo que es trabajar en equipo, lo que es conocer y respetar distintos puntos de vista y ritmos de trabajar de las otras personas. En lo profesional considero que el haber creado y trabajado con una marca desde cero fue un reto para todos ya que era trabajar prácticamente a ciegas al principio, desde temas administrativos, creación de página web, cartas

compromisos, definir objetivos y estrategias de marketing.. Considero que como equipo logramos un buen trabajo y supimos complementar todos nuestros conocimientos teniendo como resultado un buen trabajo.

En lo personal reflexione sobre lo que es emprender y que muchas veces la idea que tienes en un principio se puede ir transformando al mercado.

Francisco Javier Torres Neri

Mientras realizaba este proyecto el cual la verdad al principio del semestre no tenía conocimiento de nada sobre el tema de aupair, siempre había querido estar en PAP en una empresa donde el negocio fuera iniciando, desde el punto de no tener nombre, lo que es definir el nombre, el servicio, el costo, toda esta información me ha hecho crecer en este aspecto y de darme cuenta que el crear una empresa no es sencillo, no es fácil y hay que afrontar muchos retos y así es la vida, de retos y hay que saberlos contraatacar y darle para adelante.

Romina Symonds Mexia

Las competencias desarrolladas durante la elaboración de este proyecto fueron la colaboración, el trabajo en equipo, escuchar propuestas nuevas y diferentes a las mías, así como todo lo que he visto en la carrera de diseño, crear un logotipo, hasta la elaboración del diseño de una marca. Considero que muchas cosas fueron puestas a prueba, la capacidad para comunicarme con mis compañeros, con mi profesor, y con la empresaria fue un reto, pero considero que se logró exitosamente.

Para mi vida profesional aprendí literalmente la elaboración de un proyecto, sin siquiera saber el objetivo y el rumbo, y crear toda la estructura empresarial de idea que tenía la empresaria.

- Aprendizajes sociales

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

Laura López Espinoza

El proyecto de este Pap consistió en crear la marca mexicana de asesorías para el programa Au Pair desde el naming hasta la fijación de precios/horas por los servicios brindados. Nosotros como estudiantes ayudamos al lanzamiento de la empresa, lo cual a la larga beneficia la economía del país, ya que esto ayuda a generar empleos, además de crear ingresos y oportunidades. Promover los negocios mexicanos es una de las mejores formas para seguir incrementando el desarrollo de nuestro país, estos negocios representan un medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

Antonella Di vito

Al ser una empresa mexicana ayudamos a que una persona pueda cumplir con su emprendimiento, esta misma cuando crezca puede ayudar a muchas familias mexicanas económicamente por medio del trabajo, igualmente a largo plazo la empresa pudiera tener mucho potencial promoviendo el programa Au Pair en México lo que beneficiaría a la economía del país. Puedo decir que realizar este proyecto te hace ver más allá, cuando apoyas o empiezas un emprendimiento es entender verdaderamente la razón por la cual se hacen las cosas, ver el impacto positivo que tendrás en el mundo más que una recompensa económica.

Francisco Javier Torres Neri

Es importante darnos cuenta que la idea de este proyecto es de una persona mexicana una mujer joven lo cual, lo cual hemos estado desde el nombre de la empresa, lo cual en lo personal es padre aportar ideas por ejemplo en mi caso la propuesta de VIVE AUPAIR fue mía y me da muchísimo gusto saber que ya aporte con algo que es FUNDAMENTAL en una empresa el cual es el nombre, estoy seguro que con el paso del tiempo será una empresa exitosa y brindará ayuda a las personas que lo necesiten cumpliendo el sueño de muchas personas.

Romina Symonds Mexia

Éste proyecto consistió en la creación de una marca desde cero para asesorías personalizadas en el proceso de irse de el AUPAIR, ahora me considero muy capaz de ser una impulsora de un proyecto creado desde su inicio así como dar seguimiento a este mismo proceso de elaboración de proyecto. Siendo honesta al principio del semestre no le veía mucho futuro a este proyecto, porque sabía que iba a ser muy difícil hacerlo, pero en un punto si lo considere imposible, por la dificultad de no tener nada establecido, pero este proyecto beneficia a muchas mujeres que les gustaría de niñera a otro país y no saben cómo, o por dónde empezar, este proyecto si ayuda a la economía mexicana, porque al ser una empresa 100% mexicana, impulsamos a jóvenes a crecer en sus negocios y en su economía.

- Aprendizajes éticos

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

Laura López Espinoza

La principal decisión que tuve que tomar fue, del área de mercadotecnia, con esto me refiero a que a la hora de desarrollar el área de mercadotecnia de la empresa se tuvo que pensar en tipos de promoción, estrategia de relaciones públicas, ventas personales, marketing digital y marketing directo. Todo basándonos en los objetivos propuestos para cada uno, por lo tanto es realmente un reto saber cómo comunicar y aprovechar la información a tu favor, para poder llegar a plasmar lo que se quiere obtener de la manera más óptima, sin llegar a obtener el resultado opuesto.

Después de la experiencia Pap me di cuenta de todas las cosas que he ido aprendiendo a lo largo del tiempo que llevo trabajando, ya que pude identificar de mejor forma cuáles son mis aptitudes y cuáles habilidades pueden seguir mejorando, ya que mi experiencia laboral se encuentra en un ámbito diferente a lo que estuve realizando a lo largo del Pap.

Antonella Di vito

En este ámbito reflexione sobre lo aprendido a lo largo de mi carrera, considero que muchas veces hay temas que se aprenden conforme la marcha y la práctica pero hay conceptos y estrategias que se te quedan grabadas en la mente y que resurgen al momento de necesitarlas. Creo que al estudiar esta carrera y de trabajar desde chica se me ha desarrollado más la parte estratégica la cual fue positiva en este proyecto ya que sabíamos exactamente qué era lo que podría funcionarle a la empresa. Definitivamente al estar a un paso de graduarse puedo decir que el futuro es incierto, el apoyar un negocio desde cero te abre la mente para saber a qué quieres dedicarte, puede ser aterrador pero si tienes prácticas profesionales puedes ir decidiendo qué es lo que más te gusta y lo que no, puedes ver tus áreas de oportunidad y en donde debes crecer más tus conocimientos.

Francisco Javier Torres Neri.

A lo largo de todo este proyecto he estado trabajando mientras he estudiado, para bien o para mal me han dado más trabajo que en semestres anteriores sin embargo he decidido enfocarme más en el estudio ya que es mi ultimo semestre y tengo que esforzarme para poder terminar, debido a esta decisión que tomé he sacado muy buenas calificaciones y me he comprometido en todas mis clases sin embargo he descuidado un poco mis responsabilidades en el trabajo sin embargo en cuanto salga de la universidad estoy seguro que haré lo posible por ponerme al corriente con todas mis actividades. Estoy seguro que todos estos conocimientos me servirán para poder seguir creciendo a futuro la empresa de mis padres.

Romina Symonds Mexia

Considero que las principales decisiones que yo tomé fueron las de mi área, que es el diseño, la creación de logotipo, de colores, de tipografía, imágenes tuvieron en consecuencia un logotipo de acuerdo a la marca, que representa todo esto que Michelle quería transmitir sobre su marca, esto me lleva a tener más confianza en mí, porque pude crear desde sólo una idea un logotipo, que es algo que nunca

había hecho yo sola, claro que lo hice bajo supervisión de expertos y eso me ayudó mucho y me dio más confianza, para ejercer mi profesión después de esta experiencia creo que me voy a basar en todos los conocimientos que adquirí en este PAP.

- Aprendizajes en lo personal

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

Laura López Espinoza

Este proyecto de Aplicación profesional me sirvió para reconocer que en muchas ocasiones se tienen que aprender ciertas cosas que uno no tiene contempladas aprender, uno tiene que estar abierto a cosas nuevas y salir de su zona de confort de vez en cuando, ya sea si es de forma opcional o que surgen situaciones en donde se ve obligado a hacerlas, uno no puede conocer si puede llegar a tener potencial en ciertas actividades, sino se da la oportunidad de experimentarlas. Tuve que aprender a trabajar y a ceder en ciertas decisiones, pues ya no son proyectos individuales, sino trabajos que involucran múltiples personas, así como en la vida real. Gracias a este proyecto he ampliado mi visión y conocimiento, y me gustaría trabajar más en mis áreas de mejora.

Antonella Di vito

De este PAP aprendí sobre la paciencia y la tolerancia, al estar más abierta a cualquier idea o proyecto que se me presente. Siempre he pensado que un buen marketing puede ayudar a cualquier empresa siempre y cuando ésta sea rentable y tenga un nicho de mercado. En el PAP aprendí a los pasos que se deben de seguir cuando se quiere empezar a emprender y no sabes por dónde y durante todo este proceso mi mente se abrió a muchas ideas o negocios que se que en un futuro puedo implementar y que en cuanto tenga la oportunidad gracias a este trabajo sabre por donde empezar.

Francisco Javier Torres Neri

En lo personal este Proyecto Aplicación me ha parecido muy interesante ya que gracias a este proyecto he aprendido a trabajar en equipo principalmente por que dividimos las actividades en base a nuestras carreras y note que fue muchísimo más eficiente ya que hicimos muy rápido el trabajo. Gracias a este PAP también nos da las herramientas para saber como se empieza a construir y a moldear una idea, para volverlo tangible y darte cuenta que las ideas que tengas en mente con esfuerzo y dedicación se pueden hacer realidad.

Romina Symonds Mexia

Yo sabía que el proyecto de aplicación profesional era un proyecto en el que podíamos ayudar a personas con microempresas a despegar o a comenzar en el mundo emprendedor, me ayudó a descubrir nuevas cosas, a saber que soy capaz de elaborar un proyecto de diseño completo, y con la ayuda de mis compañeros con la parte financiera, de mercadotecnia, y administrativa. Me ayudó también a conocer a personas como Michelle que no tenían una idea clara sobre su objetivo, pero tuvo la disposición y la confianza en nosotros para ayudarle a crear su empresa, también conocía personas que entrevisté y asesores que nos ayudaron durante todo el semestre. Aprendí gracias a este proyecto que para emprender necesitas ayuda, siempre tomar consejos de otras personas que sepan más que tú y aprender a escucharlos, a ceder cuando otros tienen la razón pero al mismo tiempo estar segura de mis decisiones y de mis capacidades, porque la confianza que tengo en mí me ayuda a mejorar siempre, en este caso mis diseños, para poder transmitir desde ellos lo que quiero comunicar al mundo.

5. Conclusiones y recomendaciones

Mercadotecnia

El principal hallazgo de esta área fue todas las maneras y oportunidades con las que cuenta Vive Aupair para promocionarse y la importancia que tiene tomar en cuenta la competencia directa. Además, con los resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad se encuentra la viabilidad de este proyecto, dado que las niñas que ya se han ido comentaban que si necesitaban de apoyo cuando se fueron de Aupair. En esta área se recomienda seguir los objetivos planteados en cada parte del área de mercadotecnia para poder obtener los resultados deseados. Con esto, la empresaria Michelle puede tener una visión más clara de qué cómo logrará y que le está sirviendo para lograr sus objetivos. Se recomienda obtener más testimonios lo antes posible para aumentar la confiabilidad en redes, de igual forma es indispensable tener una presencia constante en redes para crear una comunidad, tener más alcance y poder posicionarse.

Sitio web

En la realización del sitio web se encontraron muchos hallazgos, de ser este un verdadero reto consideramos que se obtuvieron buenos resultados. Dentro de esta página web se encuentra mucha información sobre la empresa que si esta se promociona de una manera correcta puede llegar a ser una herramienta muy útil para todo el mercado o personas interesadas en las asesorías que ofrece VIVE AU PAIR.

Se recomienda conseguir certificaciones y testimonios de personas, incluso videos o imágenes de aquellas AU PAIRS para colocarlas en la página y que la misma transmita más confianza.

Planeación estratégica

Fue fundamental el definir la estrategia que se empleara en VIVE AUPAIR. Desde el crear una carta compromiso donde el cliente firmará y sabrá los alcances y limitaciones del servicio, como hasta una encuesta de ubicación mas que nada para que en este caso la empresaria Michelle quien es la persona que dará las asesorías pueda darse una idea de el futuro cliente o usuario y trabajar más de manera personalizada dependiendo el cliente, También se definieron los costos de los servicios así como la política de cancelación y el porcentaje que se cobrará en caso de cancelación del cliente.

Diseño

Para este proyecto el diseño juega un papel muy importante, es la forma en la que se va a transmitir mundo la esencia del proyecto, gracias a logotipo, isotipo, eslogan, colores y tipografías las personas pueden ver el sentido de esta empresa, gracias al sitio web pueden saber cuál es el objetivo y los beneficios de la empresa, y gracias a todos estos elementos se puede comunicar al cliente qué es lo que se pretende y todos los beneficios que puedes adquirir sí le das la oportunidad a este servicio de VIVE AUPAIR.

Se recomienda que VIVE AUPAIR continúe con el patrón de colores, tipografía, formas, logotipo, elementos gráficos encontrados en el brandbook, de esta forma el diseño de la empresa será uniforme y el usuario podrá reconocer a VIVE AUPAIR por estas distinciones únicas de la marca.

6. Bibliografía

- Montañés, É. (2016, 4 enero). *España, el país que más «au pair» exporta de todo el mundo.* abc. https://www.abc.es/sociedad/abci-espana-pais-mas-pair-exporta-todo-mundo-201601040439_noticia.html?ref=https://www.abc.es/sociedad/abci-espana-pais-mas-pair-exporta-todo-mundo-201601040439_noticia.html
- *Países de origen - ¿De dónde vienen la mayoría de las Au Pairs?* (2019, 17 julio). <https://www.au-pair.com/es/ser-familia-anfitriona/paises-de-origen-de-aupairs/>
- Aupair.com - Europe. (s. f.). *AuPair.com | Encuentra una Au Pair hoy o viaja por el mundo.* <https://www.aupair.com/e>

7. Anexos (en caso de ser necesarios) Links

- [\(Carpeta de Audios de entrevistas\)](#)
- [Benchmarking](#)
- [Manual de redes sociales](#)
- [Diagrama de flujo de servicios](#)
- [Buyer persona](#)
- [Directorio de relaciones públicas](#)
- [FODA Mkt Digital](#)
- [FODA](#)
- [LEAN CANVAS](#)
- [Papelería](#)
- [Gráfica de Gantt](#)
- [Carta Compromiso Membretada](#)
- Manual identidad corporativa

- [Propuestas de naming](#)
- [Calendario redes sociales](#)
- [Publicaciones para redes sociales](#)
- [Tutorial de registro de marca](#)