INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

CENTRO INTERDISCIPLINARIOS PARA LA FORMACIÓN Y VINCULACIÓN SOCIAL

APUESTA SUSTENTABILIDAD Y TECNOLOGÍA

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA PARA EL BUEN VIVIR

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

1N02 Proyectos Estratégicos para Artesanos en Tequila

"Plan estratégico para la expansión de canales de venta y optimización de áreas administrativas de Llamas Honey Bees"

PRESENTAN:

Estudiantes y programas educativos:

Ilian María Águila Camarena / Administración de Empresas y Emprendimiento

Mariana Elizabeth Vázquez Ojeda / Recursos Humanos y Talento Organizacional

María José García García / Ingeniería Industrial

Ana Isabel Vergara Lázaro / Ingeniería Industrial

Pablo Cristo Navarro / Comunicación y Artes Audiovisuales

Isabella Gómez Rosales / Diseño de Indumentaria y moda

Francisco José Flores Acosta/ Diseño

Carlos Rafael Cortes Cisneros / Finanzas

Daniel Vargas Ocampo /Arquitectura

Asesoras:

Profesora PAP: Silvia Rebeca Acevez Muñoz

Profesora PAP: Kenia Real Palacios

Tlaquepaque, Jalisco, 11 de julio del 2024

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

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

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

Índice

REPORTE PAP 4
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional 4
Resumen 5
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional 9
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto (marco teórico) 10
APICULTURA 10
ECONOMÍA FAMILIAR 17
EMPRESAS FAMILIARES 21
IDENTIDAD Y DESARROLLO TEXTIL 23
PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL 33
TURISMO ALTERNATIVO 39
TERRITORIO Y DESARROLLO SUSTENTABLE 46
1.2 Diagnóstico del contexto 59
1.3 Identificación de la(s) problemática(s) 71
1.4. Planeación de alternativa(s) 79
1.5. Desarrollo de las propuestas de mejora 80
1.6 Valoración de productos, resultados e impactos 86
1.7. Bibliografía y otros recursos 101
1.8 Entregables 107
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia 108
3.1 Sensibilización ante las realidades 108
3.2 Aportaciones específicas 113
3.3 Aprendizajes logrados 119

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

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

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

El Reporte PAP consta de tres componentes:

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

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

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

Resumen

En seguimiento al trabajo del PAP de primavera 2024, se actualiza el resumen correspondiente al ciclo de verano 2024. Este documento detalla el Proyecto de Aplicación Profesional realizado en colaboración con la fundación Beckmann y pequeños productores en El Salvador, municipio de Tequila.

El proyecto se centra en fortalecer a Llamas Honey, una empresa familiar enfocada en la apicultura y productos derivados de la miel. Esto se trabajó mediante la implementación de diversas estrategias administrativas y creativas que impulsan la gestión ordenada del inventario, producción y venta. La empresa ha adoptado una identidad centrada en lo artesanal, con esto se generó un rediseño del catálogo/revista del semestre pasado que busca que se presente su identidad a través de sus diversos productos.

Se retoman objetivos previos, como la consolidación de puntos de venta en la Zona Metropolitana de Guadalajara y la mejora del catálogo de productos creado anteriormente. Además, se dará seguimiento al ERP “Odoo” para la gestión del inventario. Asimismo, se continuarán desarrollando estrategias de crecimiento en redes sociales con el fin de incrementar las ventas y mejorar la transmisión de la identidad de marca de Llamas Honey.

Además, se propone una nueva herramienta para mantener un registro actualizado de ingresos y egresos, facilitando así la gestión financiera. Además, se usará una aplicación para gestionar los diversos clientes de la empresa, lo que permitirá visualizar de manera más eficiente sus gastos, ingresos y ventas, identificando claramente a los clientes más importantes. Estas iniciativas promoverán una comprensión más profunda del panorama administrativo y respaldarán la toma de decisiones estratégicas basadas en información precisa.

Todo lo anterior acompañado de un repositorio que incluirá cursos, videos y podcasts, facilitando el aprendizaje en diversas disciplinas. Este recurso apoyará el desarrollo de los dos actores principales de la empresa, Herasmo y Marily, especialmente en las áreas de mercadotecnia y administración.

Este enfoque se basa en el análisis de la situación actual de Llamas Honey y se alinea con los objetivos planteados tanto en periodos anteriores como en este. Este análisis y construcción conjunta se desarrolló a partir de la recuperación de los conocimientos y trayectorias de los propietarios de Llamas Honey y de los estudiantes del proyecto.

Problema detectado y metas:

La problemática detectada es la falta de una estructura para la presencia digital y un storytelling efectivo sobre el producto artesanal, cruciales para aumentar visibilidad, atraer clientes mediante una conexión emocional y concientizar sobre el cuidado de las abejas y el entorno. Además de estrategias para mejorar la gestión administrativa y optimización de procesos de producción.

Por lo anterior, en este periodo se generan los siguientes objetivos específicos y sus respectivas metas, que servirán de guía para realizar un proceso colaborativo con los productores.

1. **Incrementar la presencia y el reconocimiento de la marca en redes sociales clave**
    - 1.1. Conseguir un influencer que haga menciones de la marca Llamas Honey.
    - 1.2. Construir el storytelling del producto para dar a conocer el producto, su proceso de producción y la historia de Marily y Herasmo.
    - 1.3. Desarrollar una estrategia de contenido para redes sociales.
2. **Ampliar los canales de distribución para la venta de los productos**
    - 2.1. Realizar una búsqueda de bazares, delicatessen y mercados en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).
    - 2.2. Planear la opción de venta de los productos en plataformas de comercio en línea como Amazon o Mercado Libre.
3. **Desarrollar un plan estratégico de crecimiento; enfocado principalmente en las áreas de finanzas, ventas y mercadotecnia**

3.1. Investigar aplicaciones de finanzas personales, para facilitar la administración de ingresos y egresos y la gestión de la cartera de clientes.

3.2. Contar con un repositorio de cursos, videos y podcasts que facilite el aprendizaje en diversas disciplinas, contribuyendo así al desarrollo principalmente de las áreas de mercadotecnia y administración.

4. **Reforzar el sistema Odoo, en un medio eficiente de control de inventario**

4.1. Consolidar la gestión del inventario en la plataforma Odoo.

4.2. Proporcionar opciones de dispositivos móviles que le permita a Marily y Herasmo realizar la administración de Llamas mediante Odoo, así como las demás actividades de su día a día.

5. **Actualizar y mejorar la calidad visual del catálogo de productos**

5.1. Rediseñar el catálogo de productos, manteniéndolo actualizado y de una forma visualmente atractiva.

6. **Proponer una base arquitectónica**

6.1. Realizar los planos de bodega y/o de instalaciones en Llamas Honey, para la optimización de futuros trabajos.

Para alcanzar los objetivos establecidos, se generaron equipos flexibles multidisciplinarios para conjuntar habilidades y conocimientos que abonen al desarrollo de las estrategias más pertinentes para la consolidación de estos.

El análisis presentado se desarrolló durante el periodo Verano 2024 apoyado del trabajo realizado en periodos anteriores, y se consolidó con la inclusión de estrategias metodológicas que permitieron un tratamiento cuidadoso de la información y las alternativas propuestas. Se introdujeron actividades de investigación, análisis, diseño y contacto directo con posibles clientes y proveedores de la ZMG; y un método constante de validación por parte de los diversos actores del proyecto. Tanto las actividades, como el método de validación permitieron concretar las aportaciones construidas desde la colectividad.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

El Programa de Aprendizaje y Contribución Social (PAP) representa una experiencia educativa integral que congrega a estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de organizaciones en un esfuerzo colaborativo. Esta iniciativa se caracteriza por la construcción colectiva de conocimientos para abordar problemáticas específicas en un contexto determinado, enmarcado en un período temporal delimitado. Así, la experiencia PAP se erige como un proceso fundamentado en la lógica de proyecto, donde se fusiona la adquisición de aprendizajes con un enfoque participativo y recíproco entre todos los involucrados.

Este programa no solo proporciona una plataforma para el desarrollo de habilidades académicas, sino que también fomenta un sentido de responsabilidad social y comunitaria. La interacción dinámica entre estudiantes, profesores y actores sociales propicia un intercambio valioso de perspectivas y conocimientos, enriqueciendo así la comprensión de los desafíos y las oportunidades inherentes a un entorno específico.

La metodología del PAP, al seguir una lógica de proyecto, implica la definición clara de objetivos, la planificación estratégica y la ejecución eficiente de acciones concretas para abordar las problemáticas identificadas. Este enfoque proactivo y estructurado no solo favorece el logro de resultados tangibles, sino que también potencia el desarrollo de habilidades de resolución de problemas, trabajo en equipo y liderazgo entre los participantes.

El estilo de trabajo participativo y recíproco, esencial en la experiencia PAP, promueve una sinergia valiosa entre los diversos actores involucrados. La colaboración activa entre estudiantes, profesores y miembros de la comunidad o de organizaciones, brinda oportunidades para el intercambio de conocimientos, la comprensión profunda de las realidades locales y la co-creación de soluciones innovadoras.

En síntesis, el PAP no solo representa una iniciativa educativa, sino un compromiso dinámico y colaborativo con la sociedad. La combinación de aprendizaje activo, contribución social y enfoque participativo no solo enriquece la formación académica de los estudiantes, sino que

también nutre el tejido social al abordar problemáticas concretas y propiciar un impacto positivo en la comunidad.

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto (marco teórico)

Introducción

Debido a la diversidad de escenarios que aborda el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP 1N02), desde otoño 2020, se comenzó con trabajos de investigación de diversas líneas que posibilitaron la formación de varios marcos de referencia que enmarcan un contexto más amplio y completo a cada escenario. Estos marcos han permitido al estudiantado, entender la complejidad de los factores que actúan en el territorio con el que se colabora.

Este apartado está dedicado a entablar una referencia respaldada de rubros a considerar para el diseño y desarrollo de objetivos a alcanzar o encaminar en el presente periodo Verano 2024.

APICULTURA

El contenido de este punto fue recopilado del RPAP pasados, los cuales incluían a los siguientes participantes:

Ximena Valverde Cárdenas (otoño 2020)
Daniel Ochoa Barragán (otoño 2020)
María Regina Velázquez Arriola (otoño 2020)
Arely del Carmen Vargas Mercado (primavera 2021)
Vanesa Castillo (primavera 2021)
Ximena Valverde Cárdenas (primavera 2021)
Yesenia Ruelas Rangel (verano 2023)
Sofia Peregrina Tostado (otoño 2023)
Naomi Nakakawa (primavera 2024)
César Cortes (primavera 2024)

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

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

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

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



En el apiario donde se encuentran las colmenas (donde viven las abejas), existen 3 tipos distintos de jerarquía. (Agri Nova, s.f.).

1. Reina: Poner los huevos. Sólo copula una vez en su vida con varios zánganos, el esperma puede durar casi 4 años (por eso su abdomen es prolongado).
2. Obreras: Obtención de miel, néctar, polen, jalea real, cera. Sus ovarios están atrofiados por lo que no pueden reproducirse.
3. Zánganos: Fecundar a la reina, una vez realizado el objetivo, mueren.

Duración en el desarrollo de la cría:

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

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

Tiempo de vida y tareas de las obreras:

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

Día 3-5, *Alimentan las larvas viejas.*

Día 6-11, *Alimentan las larvas jóvenes.*

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

Día 18-21, *Guardia en la piquea.*

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

Día 35-45, *Muerte.*

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

El colapso de las colmenas se debe a situaciones que ha realizado el humano como son los **plaguicidas** (es la mayor amenaza) y **monocultivos** (en este caso el agave, lo que no permite la correcta alimentación para el desarrollo de los aminoácidos necesarios de las abejas).

Términos en la apicultura:

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

Enjambre, el conjunto de abejas que parte de una colonia para irse a otro lugar.
Colmena, es el soporte donde viven las abejas (en este caso preparada por el hombre).
Núcleo, denominación genérica a mini colmenas que son transportadas por el apicultor.
Operculado, es cerrar las celdillas de donde están las abejas.
Desoperculado, es abrir las celdas.
Realera, es la celda que tiene la reina.

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

La miel es antioxidante, por su diversidad de compuestos nitrogenados, polifenoles, carotenoides, flavonoides y vitamina C. Además de que es un producto sin fecha de caducidad por su alto contenido en azúcar y bajo contenido de humedad (Gutiérrez, M, 2008).

Enseñanzas de apicultor (Herasmo Llamas) en Primavera 2024

Durante una visita de campo en febrero, el grupo del PAP de Primavera 2024 tuvo la oportunidad de acercarse al fascinante mundo de las abejas en Llamas Honey. Se compartió información valiosa sobre la apicultura, y gracias a estas enseñanzas y a la investigación realizada, se pudo concretar y unir la siguiente información:

Las colmenas son comunidades de abejas dirigidas por una sola reina. Esta es la encargada de la crianza de nuevas abejas, poniendo alrededor de 3000 huevos al día. Las abejas tienen un periodo de vida de aproximadamente 45 días, mientras que la reina puede vivir entre 1 y 3 años. Cuando la reina muere, es necesario reemplazarla rápidamente, ya que sin una guía, las abejas obreras también morirán. La introducción de una nueva reina debe hacerse de manera cuidadosa; es necesario permitir que las abejas obreras se acerquen a la nueva reina para aceptarla. De lo contrario, podrían matarla por desconocimiento o desconfianza. Los zánganos tienen el papel de copular con la reina para que esta pueda poner los huevos. Una vez cumplida su función, los zánganos mueren.

Entre comunidades de abejas, es imposible que una abeja entre en otra colmena. Si esto ocurre, las abejas de la colmena atacarán y matarán a la intrusa para proteger su comunidad.

Apicultura Sostenible:
Maximiliano González Godínez (otoño 2023)
Alan Flores Enríquez (otoño 2023)
Rodrigo Beas Castellanos (otoño 2023)

La apicultura sostenible busca mantener y preservar la salud de las colonias de abejas y sus hábitats, y promueve la producción de miel y otros productos apícolas. Este enfoque considera la interconexión entre las abejas, el medio ambiente y los apicultores, para garantizar beneficios a largo plazo sin comprometer los recursos naturales ni poner en peligro la biodiversidad.

Algunos principios clave de la apicultura sostenible incluyen:

1. **Conservación del hábitat:** Promover entornos que brinden recursos naturales y diversidad de plantas florales para las abejas. Esto implica cuidar la flora local y evitar el uso excesivo de pesticidas.
2. **Bienestar de las abejas:** Adoptar prácticas que prioricen la salud y el bienestar de las abejas, como evitar el uso excesivo de químicos, proporcionar suficiente espacio en las colmenas y asegurar una buena alimentación.
3. **Uso responsable de recursos:** Gestionar de manera responsable los recursos utilizados en la apicultura, como la energía, el agua y los materiales de las colmenas, para reducir la huella ambiental.
4. **Educación y participación comunitaria:** Fomentar la educación sobre la importancia de las abejas y la apicultura sostenible, involucrando a las comunidades locales y promoviendo prácticas respetuosas con el medio ambiente.
5. **Diversificación de productos:** Explorar y promover la diversificación de productos apícolas más allá de la miel, como cera, polen y propóleo, para mejorar la sostenibilidad económica de la apicultura.

La apicultura sostenible es esencial para garantizar la supervivencia de las abejas y otros polinizadores, así como para mantener la producción de alimentos y la biodiversidad en el planeta. También contribuye a la conservación de los ecosistemas y a la mitigación del cambio climático, ya que las abejas son cruciales en la polinización de plantas, incluyendo muchas fundamentales para producir alimentos.

En cuanto a las prácticas de la empresa Llamas Honey, fundada por Herasmo Llamas con ayuda de Marily Sáldate, presentan de manera responsable y consciente productos de calidad derivados de la miel, como resultado del amor y pasión inconmensurables que tienen hacia las abejas.

Más de 800 colmenas que pasan una temporada del año en una finca en El Salvador y otra temporada en el rancho familiar en Zacatecas. Esto se debe a que la floración en El Salvador no es constante durante todo el año.

La recolección de miel se lleva a cabo en la finca de El Salvador, en donde se extrae la miel de los bastidores mediante una máquina desoperculadora y posterior a ello, una máquina centrífuga. Después, la miel extraída cae por gravedad a las tolvas de acero inoxidable donde se envasan y etiquetan para comercializar. Cabe mencionar que en la misma finca se fabrican y reparan los cajones de madera para las abejas. Ahí mismo las envasan en contenedores tanto de plástico como de vidrio, de 600 ml a 1 litro.

Dicho lo anterior, se puede ver como Marily y Herasmo, cuentan con capacidades y herramientas con las que se pueden trabajar y crear alternativas para Llamas Honey. Además de contar con internet y las habilidades para su uso, en orden de poder expandirse en redes compartiendo su conocimiento y crear una cartera de clientes sólida. También cuentan con gran creatividad para innovar nuevos productos y ampliar su empresa.
Tomando lo anterior, podemos concluir que la apicultura sostenible se centra en equilibrar las necesidades de las abejas, los apicultores y el entorno, asegurando la continuidad de la actividad apícola de manera ética y respetuosa con el medio ambiente.

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

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas son una guía importante para las empresas que buscan un impacto positivo en el mundo y contribuir al desarrollo sostenible. En el caso de Llamas Honey, una empresa ubicada en El Salvador, que se dedica a la producción y comercialización de productos a base de miel, como tarros de miel de abeja, bálsamos de miel, jabones y velas; los ODS números 15 y 13 son particularmente relevantes.

El ODS número 15 "Busca proteger y restablecer los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, y detener la pérdida de biodiversidad." (objetivos del desarrollo sostenible, ONU) se centra en la vida de ecosistemas terrestres y la conservación de la biodiversidad. Llamas Honey puede desempeñar un papel importante en este ámbito ya que la miel de abeja es un producto natural que depende en gran medida de la salud de los ecosistemas y la biodiversidad. La empresa puede contribuir a la conservación de los ecosistemas locales al promover prácticas agrícolas sostenibles que respeten los hábitats naturales de las abejas y otras especies. Esto puede incluir la promoción de la agricultura orgánica, la plantación de flores silvestres para alimentar a las abejas y la reducción del uso de pesticidas dañinos. Al hacerlo, Llamas Honey puede ayudar a preservar la biodiversidad y los ecosistemas locales, alineándose con el ODS número 15.

El ODS número 13 se refiere a "Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos" (objetivos del desarrollo sostenible, ONU). La producción de miel está directamente relacionada con el clima y el entorno en el que las abejas recolectan néctar. El cambio climático representa una amenaza para la disponibilidad y la calidad de la miel, ya que puede afectar la floración de las plantas y la salud de las colonias de abejas. Llamas Honey puede contribuir a la mitigación del cambio climático reduciendo su huella de carbono, por ejemplo, optimizando la logística y la gestión de residuos, y promoviendo la

sostenibilidad en sus operaciones. Además, la empresa podría educar a sus clientes sobre la importancia de reducir su propia huella de carbono y adoptar prácticas sostenibles en sus vidas diarias.

Llamas Honey, se relaciona directamente con el ODS número 15 al contribuir a la conservación de los ecosistemas locales y la biodiversidad a través de prácticas sostenibles en la apicultura y la promoción de la agricultura sostenible. Además, puede relacionarse con el ODS número 13 al tomar medidas para reducir su impacto en el cambio climático y promover la concienciación ambiental entre sus clientes. Al abordar estos dos ODS, la empresa puede demostrar su compromiso con el desarrollo sostenible y el bienestar, tanto de la sociedad como del planeta.

ECONOMÍA FAMILIAR

César Chávez (primavera 2022)
Nicole Castro Díaz de Sandi (primavera 2022)
Ricardo Comparán (primavera 2022)
Daniel Caro (primavera 2022)
Ana Sofía Arroyo (verano 2023)
Naomi Nakakawa (primavera 2024)
César Cortes (primavera 2024)
Carlos Cortes (verano 2024)

Un emprendimiento familiar nace cuando un sistema-familia y un sistema-negocio se unen para conformar una empresa familiar. En ese momento se genera una sociedad distinta de una empresa cualquiera, pues en ella están involucrados dos ámbitos en los que suelen moverse las personas: la familia y los negocios (Majmud, 2013).

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

Características generales:

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

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

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

La familia es el origen del negocio.

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

- Programar las compras del mes.
- Calcular los gastos de transporte y los diferentes servicios que utiliza la familia.
- Controlar los servicios bancarios y sus pagos.
- Calcular los gastos de la educación de los hijos.
- Tender a la conservación de los alimentos.

- Organizar la limpieza del hogar.
- Contratar seguros de vida o servicios funerarios.
- Reforzar economía e identidad.

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

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

Como se mencionó antes, no existe un manual sobre cómo hacer que las empresas familiares sigan expandiéndose o avanzado porque cada una es diferente y cuenta con necesidades diferentes, pero sí es claro que la empresa necesita seguir evolucionando y descubriendo su camino.

A la mayoría de las empresas familiares no les podemos exigir que su alza sea de un día para otro, pero sí existen medios para impulsarse dentro de sus núcleos regionales y comunidades. Consolidarse ahí es el primer gran paso para posicionarse hasta cierto punto y tomarlo como buen punto de partida.

Conclusiones

Dado el material proporcionado, se puede afirmar que se han incluido de manera formal y concisa los conceptos fundamentales relacionados con las empresas familiares y su importancia a nivel global, de la cual Llamas Honey es un ejemplo representativo. El estudio de este tipo de empresas es de gran relevancia, ya que proporciona información que permite analizar, cuestionar y desarrollar estrategias basadas en modelos, sistemas y generaciones de

núcleos familiares que han tenido un éxito notable, así como las áreas de oportunidad que han tenido que superar para garantizar su permanencia en el mercado.

En resumen, las empresas familiares desempeñan un papel vital en las comunidades en las que operan y en las naciones en general, ya que asumen la responsabilidad de áreas económicas desafiantes y contribuyen al fortalecimiento y la expansión constante de las economías nacionales.

Llamas Honey ya cumple con varias características de una empresa familiar en desarrollo, como su versatilidad al arriesgarse en nuevas oportunidades de negocio, la confianza entre sus miembros que mejora el desempeño, el reconocimiento de que la unidad familiar y empresarial son distintas, pero trabajan en conjunto, y el hecho de que solo los miembros de la familia forman parte de la empresa.

En cuanto a las investigaciones previas relacionadas con el marco de referencia del proyecto, son relevantes para la investigación actual y el proyecto, ya que abordan temas que son fundamentales en todas las áreas y sectores que se abarcan. Comprender qué es una economía familiar es esencial para comprender cómo funciona y se desarrolla la empresa en sí. Además, la existencia y la importancia de la apicultura, así como el concepto de "Apiturismo", que relaciona el turismo con el interés en las abejas, son temas de interés en el contexto de Llamas Honey y su ubicación en Tequila.

EMPRESAS FAMILIARES

Ana Sofía Arroyo (primavera 2023)
María Lilián Cueva (primavera 2023)
Kenia Real Palacios (primavera 2023)
Andrea Bañuelos Espinoza (primavera 2023)
Lía Hernández (primavera 2023)
Alicia Jazmín Real Estrada (verano 2023)
Yesenia Ruelas Rangel (verano 2023)
Sofia Peregrina Tostado (otoño 2023)
Naomi Nakakawa (primavera 2024)

Cesar Cortes (primavera 2024)
Carlos Cortes (verano 2024)

A partir de la información proporcionada previamente sobre la economía familiar, hemos adquirido un entendimiento más completo sobre su significado, características, tipos y riesgos. Ahora es crucial incorporar el concepto de empresas familiares para comprender la relevancia de estas empresas en México en la actualidad.

Primero, es fundamental entender que las empresas familiares son compañías creadas y gestionadas por una familia, y su objetivo estratégico es asegurar la continuidad de la empresa mediante las generaciones familiares. En México, más del 90% de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores tienen una clara influencia familiar en su estructura de propiedad. Estas empresas desempeñan un papel significativo en la economía del país, generando el 72% de los empleos y contribuyendo al 52% del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, es importante destacar que alrededor del 70% de los nuevos negocios no logran superar su tercer año de existencia. Además, estudios en los Estados Unidos indican que menos del 30% de las empresas familiares logran una transición exitosa a la segunda generación, y solo el 12% llega a la tercera generación (según KPMG, 2013). Según datos de la Small Business Administration, el 53% de las empresas nuevas nacidas en 2005 habían desaparecido en 2010, cinco años después de su creación.

Por lo tanto, para que una empresa familiar funcione de manera efectiva, es esencial que los miembros involucrados definan claramente aspectos como puestos, roles, ingresos y tareas desde el principio, ya que la falta de definición en estos aspectos puede representar un riesgo que conduce al fracaso de estas empresas.

Herencia y Legado:

En la mayoría de las empresas familiares, la herencia incluye los principios, propósitos y valores que forman la identidad de la empresa. Esto lleva a la mayoría de estas empresas a esforzarse por preservar el legado familiar, casi como una obligación moral, transmitiendo lo logrado por generaciones anteriores y siguiendo los principios de la familia. Para lograr esto, se establece una gobernanza familiar, que comprende estructuras, procesos y acuerdos

diseñados para facilitar la toma de decisiones, la gestión de conflictos y la preservación del legado familiar a lo largo de las generaciones. Además, involucrar a las próximas generaciones desde etapas tempranas se vuelve esencial para transmitir valores, tradiciones y protocolos que sustentan el negocio.

Valores y Cultura:

Las empresas familiares a menudo reflejan los valores y la cultura de la familia propietaria. Estos valores influyen en la toma de decisiones y en la dirección del negocio, creando un ambiente de trabajo más cercano y una mayor lealtad entre los empleados. Es fundamental que la nueva generación comprenda y aprecie estos valores y su importancia para la familia empresaria, lo que permite adaptarlos al contexto actual mediante el diálogo y la evolución constante.

Flexibilidad:

La flexibilidad se refiere a la capacidad de las empresas familiares para adaptarse a cambios y situaciones diversas. Esto implica repensar la estrategia corporativa, centrándose en las fortalezas empresariales y revisando las prioridades. Las empresas familiares tienen la ventaja de ser más ágiles en la toma de decisiones en comparación con las grandes corporaciones debido a su estructura de gestión más plana y su menor burocracia.

Compromiso y Motivación:

Los miembros de la familia propietaria suelen demostrar un alto grado de compromiso y motivación hacia el éxito de la empresa. Su participación directa y responsabilidad como propietarios impulsa su dedicación y esfuerzo para alcanzar los objetivos.

En conclusión, la gestión efectiva es esencial para resolver las tensiones inherentes a las empresas familiares. La organización y la administración sólida son claves para garantizar la continuidad y el éxito de estas empresas en México. No obstante, es crucial no perder de vista los valores con los que se fundó el negocio, ya que estos son la base que guía las decisiones y acciones. La participación de las generaciones futuras y la adaptación constante son esenciales para mantener vivo el legado de las empresas familiares.

IDENTIDAD Y DESARROLLO TEXTIL

Isabella Gómez Rosales (verano 2024)

1. Introducción del tema

1.1 Presentación general del tema a investigar.

La identidad y el desarrollo textil mexicano son elementos intrínsecamente ligados a la historia y cultura de México. Desde tiempos prehispánicos, los textiles han desempeñado un papel crucial en la vida de las comunidades indígenas, no sólo como bienes utilitarios sino también como medios de expresión artística y cultural. Los tejidos y bordados, caracterizados por sus colores vibrantes y complejos diseños, reflejan una rica herencia que se ha transmitido de generación en generación.

En la actualidad, el desarrollo textil mexicano enfrenta el desafío de mantener viva esta tradición. Este proceso implica la preservación de técnicas ancestrales. La industria textil mexicana, compuesta por pequeños talleres artesanales, se encuentra en una encrucijada donde la identidad cultural y el desarrollo económico deben encontrar un equilibrio. Estos talleres, profundamente inspirados en las tradiciones y la naturaleza, trabajan arduamente para crear piezas únicas que reflejan la riqueza cultural del país, mientras adoptan prácticas contemporáneas para mejorar su competitividad y sostenibilidad en el mercado internacional.

Este estudio se propone explorar cómo la identidad cultural influye en el desarrollo textil en México y cómo, a su vez, el sector textil contribuye a la construcción y reforzamiento de la identidad nacional. Además, se analizarán las estrategias que se están implementando para fomentar la sostenibilidad y competitividad de los textiles mexicanos en el mercado internacional, sin sacrificar los valores culturales y la artesanía tradicional.

1.2 Contextualización y justificación de la importancia del tema.

El estudio del desarrollo textil mexicano es crucial en el contexto actual debido a varios factores. Primero, la globalización y la modernización presentan un desafío significativo para la conservación de las técnicas tradicionales. La presión del mercado global exige innovaciones y adaptaciones que a menudo ponen en riesgo la continuidad de las prácticas artesanales ancestrales. En este sentido, es esencial encontrar un equilibrio que permita la

integración de nuevas tecnologías y métodos sin sacrificar la esencia cultural y artística de los textiles mexicanos.

Además, la relevancia de este tema se acentúa cuando se considera el papel de las mujeres artesanas en este ámbito. Ellas no solo son las portadoras de las técnicas tradicionales, sino que también son agentes de cambio en sus comunidades. El desarrollo de la industria textil artesanal, en un marco de comercio justo, proporciona a estas mujeres oportunidades económicas, empoderamiento y reconocimiento social. Este enfoque no solo mejora sus condiciones de vida, sino que también fortalece el tejido social y cultural de las comunidades indígenas.

Carmen Rion: Defensora del Diseño Mexicano y del Comercio Justo

Carmen Rion (2020) es una destacada diseñadora mexicana conocida por su compromiso con la preservación y promoción del diseño textil tradicional de México. Desde los inicios de su carrera, Rion ha trabajado estrechamente con comunidades artesanales, reconociendo y valorando el conocimiento ancestral y la habilidad artística que estas mujeres aportan a la moda contemporánea .

Rion defiende el diseño mexicano mediante la integración de técnicas tradicionales en sus colecciones, creando piezas que no sólo son estéticamente hermosas sino que también cuentan historias de identidad y patrimonio cultural . Su enfoque se basa en una profunda apreciación por las artesanías indígenas, y busca resaltar la riqueza y diversidad de los textiles mexicanos en el ámbito global. Ella entiende que cada prenda es una obra de arte única, tejida con significados y símbolos que reflejan la cosmovisión de las comunidades que las crean.

Imagen 2. HILOS Y COLORES, CARMEN RION



2018 por Sandra Cepeda, colaboración Carmen Rión

La Moda Mexicana a Través de las Décadas con Citibanamex

La publicación de "El arte de la indumentaria y la moda en México. 1940-2015" bajo el sello de Fomento Cultural Citi Banamex refleja el compromiso de la institución con la preservación y la promoción del patrimonio cultural mexicano. Citi Banamex reconoce el valor intrínseco de la moda como una expresión artística y cultural que merece ser documentada y celebrada.

Imagen 3. Identidad de la Moda Mexicana



2016, in BLOG JK, DISEÑO, MARKETING, MODA, TRENDS

1.3 Objetivos específicos del estudio.

El presente estudio tiene como objetivo explorar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo textil en México, abordando múltiples dimensiones que van desde la evolución histórica y la simbología de los patrones textiles hasta el impacto económico del sector y los desafíos actuales para la preservación de técnicas tradicionales. A través de un análisis multidisciplinario, se busca no solo comprender el pasado y el presente del textil mexicano, sino también identificar estrategias que permitan su sostenibilidad y revitalización en el futuro.

Una parte crucial de este entendimiento implica educarnos y distinguir cuando hay temas de apropiación cultural. La apropiación cultural ocurre cuando elementos de una cultura son tomados por otra cultura, a menudo sin el debido reconocimiento o compensación a la comunidad de origen. En el caso del textil mexicano, esto puede manifestarse cuando diseños tradicionales son copiados y comercializados sin dar crédito a los artesanos y sin respetar el significado cultural detrás de los patrones y técnicas.

Para respetar todo el proceso artesanal, es importante promover la compra de textiles directamente de los artesanos o de cooperativas que trabajan con ellos. Esto no solo asegura que los creadores reciban una compensación justa por su trabajo, sino que también ayuda a preservar las técnicas y conocimientos tradicionales. Además, es fundamental educar al público sobre la importancia de los textiles tradicionales y fomentar un consumo consciente y respetuoso de estos productos.

2. Desarrollo del tema

2.1. Descripción detallada del tema

El diseño textil para una señora dedicada a la cocina tradicional en Tequila busca entrelazar la rica herencia cultural de Jalisco con la funcionalidad y estética del vestuario típico utilizado en la cocina. Este proyecto tiene como objetivo no solo resaltar la identidad mexicana, sino también crear piezas que sean prácticas para el entorno culinario. El vestuario tradicional de Jalisco, conocido por sus vibrantes colores, intrincados bordados y materiales duraderos, se convierte en la base para desarrollar textiles que sean tanto bellos como funcionales.

Además, este diseño textil busca crear una conexión emocional y visual con la herencia cultural de Tequila, permitiendo que cada prenda cuente una historia a través de sus patrones y materiales. La implementación de técnicas artesanales no solo añade autenticidad, sino que también apoya a los artesanos locales, promoviendo el desarrollo económico y la preservación de técnicas tradicionales. Cada pieza diseñada será un homenaje a la riqueza cultural de Jalisco, mostrando cómo la moda y la funcionalidad pueden coexistir armoniosamente en el entorno culinario.

2.2. Análisis crítico de los principales conceptos y teorías

Identidad mexicana en el diseño textil

La identidad en el diseño mexicano se encuentra en un constante proceso de redescubrimiento y adaptación. Según Alva (2016), "lo que pensamos que es triunfo de la identidad mexicana siempre se diluye en la identidad del mundo". Este fenómeno sugiere que, aunque las referencias tradicionales y el folklore son esenciales, es crucial evolucionar hacia una identidad de diseño propia que refleje la modernidad y las vivencias cotidianas de los mexicanos. En este sentido, el proyecto busca equilibrar la tradición con la innovación, utilizando técnicas artesanales mientras se crea una nueva narrativa visual para la cocina tradicional.

El concepto de identidad en el diseño también abarca la sostenibilidad y la ética en la moda. Incorporar materiales locales y técnicas de producción sostenibles no solo preserva la identidad cultural, sino que también responde a las necesidades contemporáneas de una moda más consciente y responsable. Este enfoque crítico no solo se trata de estética, sino de cómo el diseño textil puede influir positivamente en la comunidad y el medio ambiente, creando piezas que son tanto culturalmente significativas como ecológicamente responsables.

El vestuario tradicional jalisciense es una rica amalgama de influencias indígenas y europeas, caracterizada por sus bordados detallados, uso de colores vivos y materiales duraderos como la lana y el algodón. Cultura Sinaloa (2022) destaca que la vestimenta de Jalisco refleja elegancia y feminidad, y es admirada tanto a nivel nacional como internacional. Este análisis se enfoca en cómo estas características pueden ser integradas en el diseño textil para la cocina, asegurando que las piezas no solo sean estéticamente agradables sino también funcionales y cómodas para el trabajo culinario.

2.3. Revisión de literatura relevante

Identidad y Moda Mexicana

El blog de la Universidad Jannette Klein reflexiona sobre cómo la moda mexicana necesita ir más allá de las tendencias globales, analizando y asimilando estas influencias para crear una identidad de moda única que refleje la realidad mexicana. Esta visión es fundamental para el diseño textil en la cocina tradicional, ya que propone un enfoque donde la moda no solo sigue tendencias, sino que también establece nuevas, basadas en la cultura y necesidades

locales. Cultura Sinaloa (2022) proporciona una descripción detallada de cómo el vestuario tradicional de Jalisco ha evolucionado desde la época prehispánica hasta la contemporánea. Esta evolución muestra una adaptación constante a las circunstancias históricas y sociales, lo cual es relevante para el diseño textil en la cocina, ya que sugiere que las prendas pueden ser tradicionales, pero también modernas y adaptadas a nuevas funciones y contextos.

La colección XIMOR, creada por graduadas de la Universidad de Monterrey, es un excelente ejemplo de cómo los elementos tradicionales pueden ser reinterpretados en un contexto moderno. UDEM (2021) explica cómo estas diseñadoras combinaron técnicas artesanales con una visión contemporánea para crear piezas que no solo respetan la tradición, sino que también la reinventan. Este enfoque es inspirador para el proyecto en Tequila, ya que sugiere formas de incorporar elementos tradicionales en el diseño textil de una manera que sea relevante y atractiva para el público actual.

Por otra parte**,** el Semillero Creativo de Textiles en Tlahuitoltepec, como se menciona en Cultura Comunitaria (2024), resalta la importancia del bordado como una práctica que transmite identidad y herencia cultural. Los bordados en el vestuario tradicional de Jalisco no solo son decorativos, sino que también cuentan historias y reflejan la cosmovisión de sus creadores. Integrar estas técnicas en el diseño textil para la cocina no sólo añade valor estético, sino que también conecta las prendas con una rica tradición cultural.

Además, Alva (2016) subraya la necesidad de que el diseño mexicano se nutra de su propia historia y experiencias cotidianas para formar una identidad fuerte y reconocible a nivel global. La integración de elementos tradicionales con innovaciones modernas no sólo revitaliza las técnicas ancestrales, sino que también crea un diálogo entre el pasado y el presente. Esta visión es crucial para el proyecto en Tequila, ya que busca transformar la vestimenta de cocina en un símbolo de identidad cultural y orgullo regional, reconociendo la importancia del contexto local en la creación de moda relevante y significativa (Villa, 2023.

3. Impactos a nivel ambiental, social y/o económico

3.1 Evaluación de los efectos ambientales del tema estudiado

La falta de un sistema de moda propio en México puede resultar en una dependencia de prácticas poco sostenibles, como la producción rápida y el descarte frecuente de prendas, lo

que impacta negativamente en el medio ambiente. Al no contar con un sistema de moda desarrollado internamente, las empresas mexicanas pueden recurrir a prácticas de producción que no consideran criterios ambientales, como el uso excesivo de recursos naturales, la generación de residuos tóxicos y la emisión de gases de efecto invernadero. La influencia de la moda extranjera, especialmente de países con una producción masiva y rápida, puede fomentar un consumo desmedido en la sociedad mexicana. Esto conlleva a una mayor demanda de prendas, lo que a su vez aumenta la presión sobre los recursos naturales y contribuye al problema de la acumulación de desechos textiles. Por ende, la producción no sostenible de moda puede tener un impacto directo en los ecosistemas locales, a través de la contaminación del agua, la deforestación para obtener materias primas como el algodón, y la degradación del suelo debido a prácticas agrícolas intensivas.

3.2 Análisis de las implicaciones sociales

En el texto "El laberinto de la soledad" de Octavio Paz es la primera vez que menciona las complejidades de la identidad nacional argumentando que los mexicanos tienden a ocultar su verdadera identidad detrás de máscaras. Esta tendencia a no ser auténticos con nosotros mismos puede tener implicaciones sociales en términos de una falta de autoaceptación y una búsqueda constante de identidades ajenas, lo que puede afectar la autoestima y la cohesión social. En el contexto de la moda, la negación de la identidad propia puede manifestarse en la adopción de estilos y tendencias extranjeras en lugar de valorar y promover la riqueza de la cultura y la historia mexicana en el diseño y la vestimenta. Esta búsqueda constante de identidades ajenas en la moda puede llevar a una falta de autenticidad y originalidad en la expresión de la identidad mexicana a través de la vestimenta. Además, la negación de la identidad propia en la moda mexicana puede contribuir a la perpetuación de estereotipos y simplificaciones en la representación de la identidad nacional en el ámbito de la moda, lo que puede limitar la diversidad y la autenticidad de las expresiones culturales mexicanas en este campo.

En el ámbito de la moda, la abstracción y la hibridación cultural pueden influir en la forma en que se diseñan y se perciben las prendas y estilos mexicanos. Puede llevar a una representación distorsionada o simplificada de la identidad mexicana en la moda, así como a la adopción de elementos de otras culturas sin una verdadera comprensión o valoración de la

propia identidad cultural. La abstracción se refiere a la idea de que los mexicanos pueden no verse a sí mismos como una mezcla de diversas influencias culturales, sino más bien como una entidad abstracta o distorsionada de su identidad real, mientras que la hibridación cultural implica la mezcla y fusión de diferentes elementos culturales, lo cual puede ser un fenómeno complejo en el contexto de la identidad mexicana.

Finalmente, los estereotipos en la moda en relación con la identidad mexicana pueden influir en la forma en que se representan y se perciben las expresiones culturales del país en el diseño y la vestimenta, limitando la diversidad, la autenticidad y la valoración de la identidad nacional en el ámbito de la moda. En este contexto, los estereotipos sobre la cultura mexicana pueden manifestarse en la representación de elementos icónicos como sombreros, sarapes, bordados tradicionales o motivos indígenas de manera superficial y descontextualizada. Estas representaciones simplificadas pueden reducir la riqueza y la complejidad de la cultura mexicana a clichés o imágenes repetitivas, lo que puede llevar a una falta de apreciación cultural del país. La perpetuación de estos puede limitar las oportunidades para la innovación y la experimentación en el diseño, así como para la promoción de narrativas más inclusivas y representativas de la identidad nacional.

3.3 Consideración de los impactos económicos

El estancamiento económico en las industrias textiles mexicanas, tiene importantes implicaciones económicas para el país en el contexto de la moda. Este estancamiento se relaciona con la limitación de las oportunidades para desarrollar un sistema de moda propio y auténtico en México, lo que a su vez ha llevado a un aumento de las influencias externas, especialmente de países como Estados Unidos. Uno de los principales impactos económicos de este estancamiento es la dependencia de México de las importaciones de productos textiles y prendas de vestir, lo que puede afectar negativamente la balanza comercial del país en este sector. La falta de una industria textil sólida y competitiva a nivel nacional puede resultar en una mayor importación de productos extranjeros, lo que a su vez puede debilitar la economía local y limitar las oportunidades de crecimiento y desarrollo en el sector de la moda.

El impacto del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLCAN) en la creación de negocios de moda en México es un aspecto relevante en el contexto económico. El TLCAN ha tenido un impacto significativo en la producción y comercialización de moda en México,

influenciando la forma en que se desarrollan los negocios en este sector. Una de las consecuencias del TLCAN en la industria de la moda mexicana es la promoción de las industrias textiles a través de la producción masiva en los años noventa. Si bien esto pudo haber impulsado inicialmente la producción y exportación de prendas de vestir, también ha tenido efectos negativos, como la reducción de la calidad de las industrias nacionales en maquilas de tercer nivel, con poco espíritu competitivo en comparación con países como China y Bangladesh. Además, el TLCAN ha contribuido a la dependencia de México de las importaciones de productos textiles y prendas de vestir, lo que puede afectar la competitividad de la industria nacional y limitar las oportunidades de crecimiento y desarrollo en el sector de la moda. La competencia con otros países productores puede dificultar la consolidación de una industria de moda sólida y autónoma en México.

4. Relevancia ante nuestros proyectos

4.1. Conexión del tema con los proyectos actuales o futuros

Se busca integrar el aprendizaje de indumentaria mexicana de textiles, patronaje y confección. Este enfoque no solo preserva y promueve las técnicas tradicionales, sino que también las adapta a un contexto contemporáneo, facilitando la difusión y apreciación de la cultura local. Al trabajar con estas técnicas, se crea una plataforma para futuros proyectos que pueden explorar otras áreas de la indumentaria mexicana, expandiendo nuestro alcance y profundizando nuestro impacto cultural.

Una de las actividades que más se acerca con este tema es el que se trabajará con el equipo de Publicidad y Diseño de la cocina de Doña Evalia para diseñarle un uniforme a ella y su hija para el evento de Fiesta Mexicana 2024 en el Hotel Xcaret en Cancún donde se busca implementar técnicas de bordado de Jalisco junto con siluetas que aluden a algún traje típico jalisciense contemplando funcionalidad y necesidades que es la labor de cocina que estarán ejerciendo.

4.2. Aplicación práctica de los hallazgos

Como se mencionó anteriormente, las técnicas de bordado y confección tradicional pueden ser adaptadas y aplicadas en la creación de estos uniformes de cocina que además de su funcionalidad, también sean visualmente atractivos y culturalmente significativos. Esta

integración incluso podría ser presentada de manera efectiva en alguna exposición como en la Fundación Beckmann, permitiendo a Doña Evalia demostrar cómo sus vestimentas no solo fueron para su práctica culinaria, sino que también cuenta una historia rica en tradición y cultura (UDEM, 2024). Esta metodología puede ser replicada en otros contextos, beneficiando a más artesanos y cocineros tradicionales.

4.3. Beneficios esperados para nuestros proyectos

En primer lugar, se fortalece la identidad cultural y se promueve el orgullo regional, lo que es fundamental para cualquier iniciativa de desarrollo comunitario. Además, se fomenta el empleo y la capacitación de artesanos locales, contribuyendo al desarrollo económico sostenible (Escobar, 2015). Al presentar el proyecto a otras personas, no solo se destaca la belleza y funcionalidad de los textiles tradicionales, sino que también se crea una mayor apreciación y demanda por productos culturales auténticos. Esto, a su vez, puede abrir nuevas oportunidades de mercado y colaboración, fortaleciendo la viabilidad y el impacto del proyecto a largo plazo

5. Conclusiones

Se ha explorado la integración del diseño textil en la cocina tradicional de Tequila, destacando la importancia de preservar y promover la identidad cultural mexicana a través de la indumentaria. A lo largo del desarrollo del tema, se ha enfatizado la necesidad de balancear la tradición con la modernidad, utilizando técnicas artesanales y materiales locales para crear piezas funcionales y estéticamente agradables. Además, se ha realizado un análisis crítico de los conceptos de identidad y moda, así como una revisión de literatura relevante que sustenta la importancia de este enfoque.

Este estudio subraya la relevancia de conectar el diseño textil con la identidad cultural y su aplicación práctica en contextos específicos como la cocina tradicional. Al hacerlo, no solo se preservan técnicas tradicionales, sino que también se fomentan prácticas sostenibles y éticamente responsables en la moda (Cultura Comunitaria, 2024). La implementación de estos textiles en la cocina no solo realza la funcionalidad y estética de las prendas, sino que también fortalece el sentido de identidad y orgullo cultural entre los artesanos y las

comunidades locales. Este enfoque holístico demuestra cómo la moda puede ser un medio poderoso para la conservación y promoción cultural.

Para futuras investigaciones, sugerimos profundizar en el estudio de otras regiones y sus técnicas textiles, explorando cómo pueden ser integradas en diferentes contextos funcionales más allá de la cocina. También sería valioso investigar las percepciones y experiencias de los usuarios finales de estas prendas, obteniendo retroalimentación que pueda mejorar aún más el diseño y la funcionalidad. Además, se recomienda desarrollar programas educativos y talleres que enseñan estas técnicas tradicionales a nuevas generaciones, asegurando su continuidad y evolución. Por último, fomentar colaboraciones entre diseñadores contemporáneos y artesanos locales podría abrir nuevas posibilidades creativas y de mercado, fortaleciendo el impacto cultural y económico de estos proyectos (Efe, 2023.)

PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL

Pablo Cristo Navarro (verano 2024)

Mariana Vázquez (verano 2024)

El patrimonio cultural abarca un conjunto de bienes materiales e inmateriales que una comunidad va heredando, que mantiene en el presente y va transmitiendo hacia las futuras generaciones. Todos estos bienes abarcan monumentos, tradiciones y expresiones que construyen la identidad de un pueblo. La preservación del patrimonio cultural es esencial para mantener la diversidad cultural del mundo y promover el respeto entre diferentes culturas (UNESCO, 2021).

En el caso de Tequila, un pueblo mágico del estado de Jalisco en México, el patrimonio cultural es un pilar fundamental de su identidad y cultura. Este pueblo se destaca por su paisaje agavero y antiguas destilerías, sino también por sus tradiciones y prácticas artesanales que reflejan su herencia cultural.

El patrimonio cultural y natural en Tequila, es crucial para la identidad y sustento económico de la comunidad, especialmente para los artesanos y emprendedores; para estos actores, el patrimonio que existe les ofrece una base sólida sobre la cual construir negocios que respeten y celebren su historia y entorno local. Estos emprendedores juegan un papel vital en la promoción y conservación del patrimonio, ya que su éxito depende de mantener vivas las tradiciones y la gestión del entorno natural.

El objetivo es fomentar una cultura dedicada a la conservación del patrimonio natural de Tequila, Jalisco. Las tradiciones de artesanos y productores son elementos fundamentales del patrimonio de este pueblo. Esta herencia es apreciada y salvaguardada por las generaciones actuales y se transmite a las generaciones futuras.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) de México, se entiende como patrimonio cultural a el acervo histórico constituido por "monumentos, conjuntos o lugares con valor universal desde el punto de vista de la historia, el arte o la ciencia (...) de valor excepcional" (INAH, s.f.), y que den testimonio de la cultura en la construcción del mundo.

Por su parte, el INAH también define el patrimonio natural como "los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de estas formaciones, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico" (INAH, s.f.), tomando como pilar la conservación y la belleza natural.

Debido a que el patrimonio cultural se forma mediante un proceso social y cultural de atribución de valores, funciones y significados, no es algo inmutable, sino que es el resultado de un proceso social continuo, complejo y a menudo controversial, de construcción de significados. Así mismo, los objetos y bienes resguardados adquieren su relevancia conforme se abren a nuevas interpretaciones y se asocian a la cultura actual que los contextualiza, recrea e interpreta de manera dinámica (Servicio Nacional de Patrimonio Cultural, s.f.).

En esa línea, Jalisco alberga diversos grupos sociales con distintas tradiciones, costumbres y formas de conceptualizar la vida, lo cual le ha dado al Estado un peso muy fuerte dentro del imaginario nacional que le otorga identidad a México, repercutiendo en cómo el país se presenta ante el mundo (Secretaría de Cultura de Jalisco, 2008).

Se pensaría que Jalisco se resume en tres elementos: mariachi, charros y tequila, pero en realidad, el Estado tiene más elementos identitarios que se ven suprimidos por estos tres productos culturales que afianzan y simplifican tanto la identidad jalisciense, arraigando "un nacionalismo entendible y promocionable que respondió a una idea de nación y a un complejo proyecto de integración política durante los últimos sesenta años" (Secretaría de Cultura de Jalisco, 2008).

No obstante, como se ha mencionado, Jalisco se compone de más elementos que conforman su verdadera identidad abarcando un espectro más amplio que solamente el mariachi, la charrería y el tequila. Por ejemplo, desde la cultura popular, las leyendas y los personajes como relatos míticos nacen de relatos transmitidos de boca en boca; de generación en generación, transformando la realidad comunitaria y creando historias "que dan vida a nuevos linajes, ciudades, visiones del mundo que se fundan sobre el suceso creador" (García, 2003).

Así mismo, otra pieza fundamental en la identidad de Jalisco son las artesanías como las figuras fantásticas creadas en Ocumicho, en donde se da forma a criaturas irreales "creando diablos, máscaras y sirenas que se convierten en cancerberos del alma, de la imaginación y del entendimiento de su realidad" (Gaspar, 2004). Igualmente, la producción artesanal en Jalisco es un reflejo de su diversidad cultural, donde su historia rica y variada ha sido el motivo de integración de distintos procesos históricos y socioculturales.

El sincretismo cultural, que es la combinación de tradiciones indígenas con las influencias de los españoles, fue la raíz para la creación de una identidad cultural. Hasta la fecha, diversas instituciones como el gobierno del estado de Jalisco y universidades locales, han hecho hincapié en la importancia de la preservación de esta identidad cultural y así lograr el rescate y promover algunas expresiones culturales de la región. Las expresiones culturales no solo son una forma de entretenimiento, sino que también cumplen funciones sociales importantes. La música, el baile, el teatro y otras fiestas que crean un sentido de pertenencia y continuidad histórica en la comunidad.

Impactos

Ambientales

Tequila alberga dos grandes industrias que han marcado fuertemente las dinámicas tanto económicas como socio ambientales a lo largo de los años; el turismo y las tequileras.

En "Ruta del paisaje Agavero" González Huezo (2006), expone el gran crecimiento de la industria Tequilera y su impacto en el resto del estado:

> Las rentas obtenidas por el estanco del vino mezcal también favorecieron la construcción de una parte importante del actual Palacio de Gobierno de Jalisco. José Menéndez Valdés escribe hacia 1793 en su Descripción y censo general de la Intendencia de Guadalajara que: *El auxilio de mezcoles finde anualmente 810 pesos destinados por especial concesión de S. M. por la obra del palacio e introducción de agua a Guadalajara.* (González, pp.16)

También nos explica cómo es que el Tequila logró convertirse en un fenómeno de carácter internacional, esto haría que poco a poco Tequila se convirtiera en un lugar de interés mundial por lo que el turismo se convirtió en una de las principales actividades económicas de la zona:

> A finales de la década de 1920 se inicia un movimiento de revalorización de las artes e industrias populares mexicanas como parte de la identidad nacional. Algunas manifestaciones vernáculas del estado de Jalisco, como la música de mariachi o la charrería, junto con el tequila, fueron poco a poco asumidas como sinónimo de identidad patria. (...) Esta imagen idílica de la comarca fijada por medio de las películas mexicanas propició su identificación internacional como lo mexicano gracias a su amplia difusión en Europa y América. (González, pp.24).

Debido a la extensión de la ruta del Ferrocarril Central, se facilitó la distribución de la bebida dentro y fuera del país. Principalmente se exportaba hacia Estados Unidos, quien reunía el 80% de las exportaciones, Guatemala, El Salvador, España, Bélgica, Alemania, Francia e Inglaterra (González, pp.22).

El turismo y las tequileras no solamente cuentan con un importante poder adquisitivo, sino que también, han moldeado nuestra visión del lugar; el interés por mantener el ingreso que

estas industrias generan ha causado que se establezca una dinámica en donde el territorio se adapta a las necesidades del turista. En una primera instancia podría parecer que esto es algo inofensivo, pero las consecuencias que estas prácticas tienen son demasiado graves.

Mata, M (2021) cita a Rogelio Luna Zamora, académico del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH):

Tanto Nayarit como Michoacán, Guanajuato y la región Ciénega y Sur son territorios potenciales comprendidos dentro de la Denominación de Origen del Tequila (...) se han generalizado procesos de arrendamiento de tierras de parte de ejidatarios y pequeños propietarios, por esto hay una imposibilidad de sembrar cultivos tradicionales en esas tierras y continuar por parte de pequeños propietarios y ejidatarios con el vínculo agrícola con su parcela, y añadió que los pequeños industriales salen también afectados, ya que es difícil competir con grandes corporaciones nacionales y extranjeras que tienen marcas y ventajas comerciales.

Una de las principales consecuencias que han traído las nuevas exigencias de los consumidores del Tequila es la homogeneización de los territorios en los que se trabaja el agave. Debido a su alta demanda; se prioriza su cosecha sobre el resto de la vegetación original. Actualmente, los efectos negativos observados son: la erosión de suelo, la contaminación de suelo y agua por el uso de agroquímicos, al igual que la deforestación de los bosques nativos de los ejidos. Además, como es el caso del ejido "Modelo", el cambio de cultivo ha causado consecuencias en la vida campesina.

El 80 por ciento de las parcelas se convirtieron en plantaciones de agave y dejaron de lado las siembras de maíz y frijol, que habían sido el sustento económico de las personas hasta el suceso de los daños. Esto ha provocado la escasez de cultivo "Se ha ocasionado la escasez de estos granos, la compraventa de tortilla de fuera y la pérdida del amor y respeto por la tierra. Además, las únicas beneficiadas del *boom* del agave fueron las empresas tequileras" (Gerristen, 2012).

Como podemos ver por los artículos citados, si bien la producción de tequila ha creado un gran crecimiento económico, la demanda insaciable de este producto está teniendo un costo significativo en los impactos adversos que enfrenta el medio ambiente, y sabemos que esta es una problemática que lleva años desarrollándose

Sociales

La repercusión social y económica del agave comienza desde hace algunos siglos con los grupos indígenas, siendo utilizado como "fuente de alimento, bebida, medicina, combustible, cobijo, ornato, fibras duras extraídas de las hojas (ixtle), abono, construcción de viviendas y elaboración de implementos agrícolas, entre otros usos" (García Mendoza, 2007, pp.14).

El consumo del tequila, conocido en sus inicios como vino mezcal de Tequila, ha ido evolucionando a través del tiempo. Al principio, las haciendas se enfocan en cultivar el agave, pero a finales del siglo XVIII, agregaron también pequeñas tabernas para que las personas pudieran acudir a consumir la bebida (González, 2006, pp.19).
La industria del tequila actualmente se desarrolla a nivel mundial, pues está "fuertemente ligada a la economía internacional por medio de diferentes formas de asociación con importadores y distribuidores en diferentes partes del mundo" (González, 2006, pp.25).
Para celebrar la importancia y el gran aporte cultural del licor, se lleva a cabo la "Feria Nacional del Tequila" a finales de noviembre e inicios de diciembre. Se hace la "Coronación de la reina, exposición de los principales fabricantes de tequila, donde se muestra el proceso de elaboración de la bebida; hay charreadas, carros alegóricos, peleas de gallos, serenatas con mariachis, juegos pirotécnicos y mecánicos" (González, 2006, pp.59).

De esta forma se puede ver cómo el agave inició siendo alimento y materia prima para las comunidades indígenas y mestizas, y después se fue transformando hasta ser un ícono mexicano internacional que promueve el turismo y la economía mundial. Al ser una bebida para compartir en locales, fiestas y festivales, también genera prácticas sociales.

Económicos
El monocultivo de agave puede conducir a la pérdida de biodiversidad y a una mayor vulnerabilidad a plagas y enfermedades. Históricamente, las tierras dedicadas al cultivo de agave han aumentado significativamente debido a la demanda del tequila. Esto ha intensificado el desplazamiento de algunos hábitats, alterando el equilibrio ecológico. La dependencia de agroquímicos para mantener y aumentar la producción de agave ha incrementado a medida que la producción de tequila se ha industrializado. Esto tiene efectos adversos en el ambiente, contaminando suelos, fuentes de agua y afectando la salud de los trabajadores.

La economía de las regiones productoras de agave es muy dependiente de la industria tequilera, que puede generar ingresos significativos pero también los hace vulnerables a las fluctuaciones del mercado. Por otro lado, las precarias condiciones laborales de los jornaleros del agave, quienes a menudo trabajan largas horas por bajos salarios y sin acceso a prestaciones laborales, generando una situación de explotación laboral que perpetúa la pobreza y la desigualdad social en las comunidades rurales.

Las tradiciones culturales en Jalisco a menudo implican el uso de recursos naturales y la generación de basura. Aunque estas prácticas tienen un valor cultural significativo, tiene efectos ambientales negativos si no se manejan adecuadamente. La preservación de paisajes culturales puede tener un impacto positivo en el medio ambiente al promover la conservación de áreas naturales y prácticas sostenibles. A medida que se ha tomado mayor conciencia

sobre la importancia de esta preservación, ha habido esfuerzos crecientes por parte de las comunidades y gobiernos locales para proteger los entornos naturales asociados a las tradiciones culturales.

Se destaca la importancia de la preservación, la transmisión intergeneracional y la promoción de la cultura popular como elementos cruciales para la creación del sentido de pertenencia en la comunidad y el mantenimiento de la identidad de Jalisco a futuro. No solo se debe de ver a estas tradiciones como entretenimiento, sino también como herramientas educativas que promueven la reflexión y la participación activa en la vida cultural.

El turismo cultural puede ser una fuente significativa de ingresos, promoviendo el desarrollo económico local. La atracción de turistas a este tipo de eventos y las inversiones para la preservación y promoción de la cultura, pueden crear oportunidades de empleo, más que nada para artesanos, artistas, organizadores de eventos y el apoyo a negocios locales como podrían ser hoteles y restaurantes.

Conclusiones

Se puede relacionar el texto anterior con Llamas Honey ya que este habla de una actividad que puede llegar a ser mala en términos de la pérdida de biodiversidad, mientras que Llamas se dedica a la apicultura sostenible. La empresa puede aprovechar esta diferenciación para posicionarse como una opción ecológica, alineándose con tendencias actuales de consumidores que son más conscientes con el medio ambiente. Por otro lado, Llamas Honey también es una empresa que valora su identidad artesanal y la preservación de tradiciones familiares en sus productos derivados de la miel, reflejando la importancia de la herencia cultural de la cual nos habla *"Las culturas populares de Jalisco"*.

La relevancia de este marco de referencia radica en su capacidad para integrar la riqueza cultural y natural de la región en las estrategias de desarrollo económico. Este marco va a permitir resaltar la herencia cultural relacionada con la apicultura y las tradiciones artesanales, fortaleciendo así la identidad del producto y diferenciándolo en el mercado local. Al vincular el patrimonio cultural y natural con el emprendimiento, se puede atraer a turistas y consumidores interesados en productos artesanales y naturales, generando mayores ingresos y oportunidades para los artesanos del emprendimiento "Llamas Honey", Herasmo y Marily.

TURISMO ALTERNATIVO

Ilian María Águila Camarena (verano 2024)

Introducción:

En este texto, explicaremos los objetivos, alcances y métodos relacionados con el desarrollo de productos turísticos, centrándonos en el turismo alternativo y sostenible. La Organización Mundial del Turismo define un producto turístico como el conjunto de bienes y servicios vinculados con el patrimonio artístico y cultural de un lugar, diseñados para el disfrute de los turistas. Este texto desglosará los componentes esenciales de un producto turístico y el proceso de diseño, desde la generación de ideas hasta su distribución en el mercado.

El objetivo de este trabajo es proporcionar una comprensión profunda de cómo se desarrollan los productos turísticos y destacar la importancia de una planificación cuidadosa que involucre a las comunidades locales y promueva la sostenibilidad. Para lograr esto, se analizarán los principios del turismo alternativo, incluyendo ejemplos como el Programa Pueblos Mágicos y el ecoturismo comunitario, y se discutirán sus impactos económicos, sociales y ambientales.

¿Qué es el turismo alternativo?

El turismo alternativo se refiere a una forma de viajar que busca experiencias más auténticas y sostenibles que el turismo tradicional. Los turistas alternativos se alejan de los destinos masificados y las actividades típicas para explorar lugares menos conocidos, interactuar con las comunidades locales y aprender sobre la cultura y la naturaleza de manera más profunda. Existen diferentes tipos de turismo alternativo como lo son el turismo cultural, rural, ecoturismo, de aventura, voluntarismo, agroturismo, etnoturismo, religioso, entre otros.

Tipos de Turismo alternativo:

El turismo cultural es el tipo de turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. Busca rentabilizar de forma económica y socialmente el espacio local y se centra en que las personas (turistas) viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan acercarse y comprender culturas diferentes.

Según la UNESCO esta variante del turismo corresponde a una dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero (un desarrollo humano integral y sostenible, que no solo contribuye al progreso económico de la comunidad local, sino también a la integración social y al acercamiento entre las comunidades y personales locales); convergiendo políticas culturales y turísticas, siempre con respeto por los recursos culturales y naturales, y lo que ofrecen.

El ecoturismo es aquel que tiene un enfoque en actividades en las que se ofrece el contacto con el ambiente natural, al mismo tiempo en el que se garantiza el bienestar de la propia naturaleza y de las culturas que habitan ese espacio. Este tipo de turismo se diferencia del tradicional ya que es sostenible, promueve el acercamiento y apreciación del entorno natural,

proporciona beneficios económicos directos para su conservación, da empoderamiento a las comunidades locales y es respetuoso a la cultura local.

Desarrollo:

Producto Turístico:

La Organización Mundial del Turismo establece que un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se caracterizan por su vinculación con el patrimonio artístico y cultural de un lugar, que están orientados al uso y disfrute de las personas y que son utilizados por grupos específicos de consumidores turísticos.

Un producto turístico está compuesto por cinco elementos básicos:

- ➔ Recurso turístico: elementos centrales de la oferta turística. En el turismo alternativo son los elementos culturales, naturales y humanos que por su atractivo motivan el desplazamiento del turista.

- ➔ Atractivo turístico: son los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitadas y disfrutadas por los turistas.

- ➔ Planta turística: conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creadas para este fin (lugares de alojamiento y establecimientos que expenden alimentos y bebidas).

- ➔ Servicios complementarios: son los servicios requeridos o empleados por los turistas que no dependen del sector turístico, tales como servicios bancarios, de transporte público, de salud, de seguridad, etc.

- ➔ Infraestructura y equipamiento urbano: es el conjunto de obras y servicios que dispone un país y que el turismo usa para impulsar su actividad, tales como rutas de acceso, comunicaciones, agua potable, alcantarillado y alumbrado público.

En México, la actividad turística de acuerdo con el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos (ICTEM) elaborado por el Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey (CIETEC) es un sector estratégico. En el año 2011, este sector contribuyó con 8.0% del Producto Interno Bruto (PIB) del país según datos de la Secretaría de Turismo (Aguirre Jiménez & Morán Martínez, 2023).

Entre los principios básicos del turismo alternativo sostenible destacan la reducción sobre el consumo y desperdicio de recursos, la valoración de la diversidad e intercambio cultural y, por supuesto, involucrar a las comunidades locales como anfitrionas y representantes de la cultura local viva.

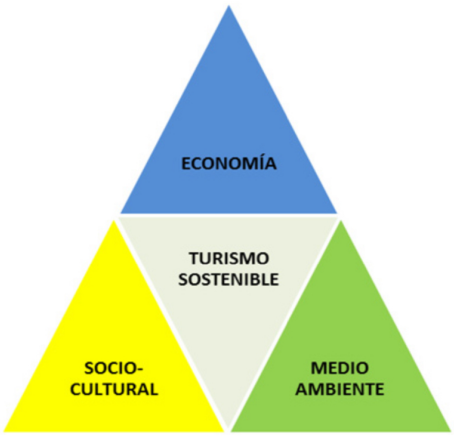


Imagen 4. Guía Metodológica para proyectos y productos de Turismo Cultural Sostenible)

El turismo es considerado como una actividad económica que se establece como un importante factor de desarrollo en cualquier espacio geográfico pero principalmente en el ámbito rural que debe aportar sus beneficios de manera paulatina en la medida en que las localidades evolucionan (Aguirre Jiménez & Morán Martínez, 2023).

Diseño de un producto turístico:

Para diseñar un producto turístico, son necesarios una serie de pasos para lograr un buen desarrollo de producto, que sea sensato al lugar donde se va a llevar a cabo.

1. Generación de la idea: en este primer paso, es importante el conocer, investigar e interiorizarse en la idea, así como el trasfondo que tendría llevarla a cabo (a la comunidad local y el lugar). Ya que se identifique dicha idea se hace un análisis de la demanda del mercado, para saber si como turista te llamaría la atención y consumirás dicho producto o no. También se lleva a cabo un inventario de recursos, de los atractivos culturales, naturales y patrimoniales que se esperan involucrar en la idea de producto o servicio turístico.

2. Diseño del producto: para avanzar con este segundo paso en el diseño de un producto turístico, es necesario completar tres partes que lo conforman, las cuales son la identificación y caracterización de los clientes, el requerimiento del producto turístico y componentes básicos del producto turístico.

3. Análisis económico del producto: se empieza esta parte del proceso con la estrategia comercial de dicho producto, la cual tendrá que ver con el mensaje y conceptos que se quieren transmitir, y para eso hay que lograr que quienes van a consumir el producto se sientan invitados y decidan consumirlo. Evaluar los costos, analizando las necesidades estructurales del producto y los costos operacionales. Fijar el precio.

4. Distribución del producto: primero se tiene que posicionar el producto o servicio en su mercado, respecto de la actividad turística global del territorio en el Euromundo se lleva a cabo. Una vez identificada la posición del producto dentro de la cadena productiva turística del territorio, es necesario el identificar la forma en que se distribuirá el producto o servicio turístico. Y finalmente, insertar el producto en el mercado.

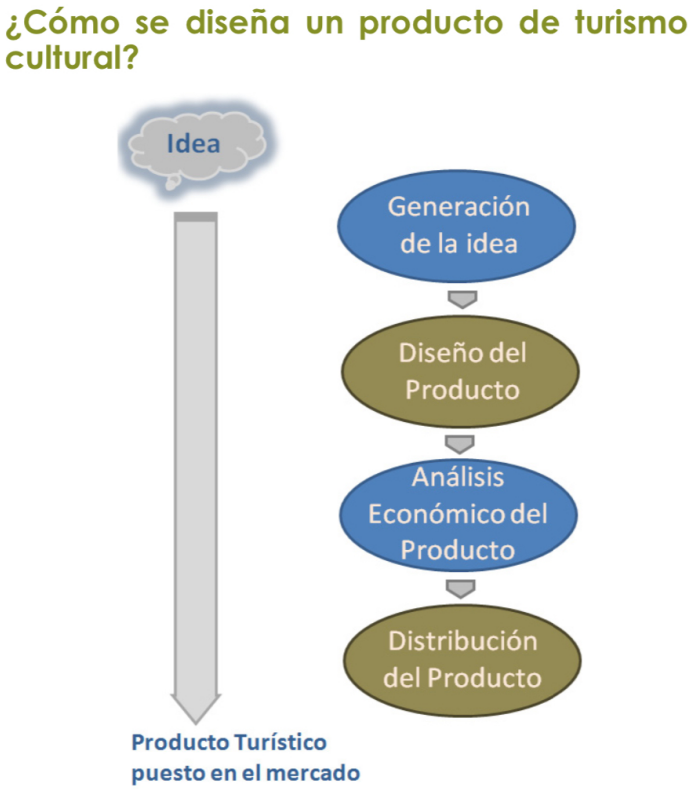


Imagen 5. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2015)

Turismo Alternativo:

Un ejemplo de turismo alternativo es el Programa Pueblos Mágicos, el cual se fundamenta en varios conceptos clave que resaltan la importancia del patrimonio cultural y la identidad local en la promoción del turismo. Entre estos conceptos se incluyen la revalorización cultural, la singularidad de las localidades y la modernización de la infraestructura turística. La teoría sostiene que el turismo cultural y sostenible puede ser una herramienta eficaz para el desarrollo económico, al mismo tiempo que preserva y promueve el patrimonio local (Fernández, 2015).

Este programa busca estructurar una oferta turística que aproveche los atributos histórico-culturales de las localidades, generando productos turísticos basados en artesanías,

festividades, gastronomía y aventura. Además, fomenta la creación y modernización de negocios turísticos locales, buscando un equilibrio entre la preservación cultural y el desarrollo económico (Fernández, 2015).

Por otro lado, Schellhorn (2010) señala que el desarrollo se debe plantear como una transformación constante de la economía y de la sociedad, pero para que éste sea sostenible se deben incorporar cuestiones sociales, económicas, ambientales, físicas y culturales (Aguirre Jiménez & Morán Martínez, 2023).

Como ya se mencionó anteriormente, otro tipo de turismo alternativo es el ecoturismo, el cual según la lectura "El ecoturismo comunitario en la Sierra Juárez-Oaxaca, México: entre el patrimonio y la mercancía" es mencionado en el *Plan Estatal de Desarrollo de Oaxaca* (Gobierno del Estado de Oaxaca, 2011) como parte de una oferta para el desarrollo de las regiones de la Cañada, la Sierra Juárez de Oaxaca y la Costa Oaxaqueña. Al igual que este plan, en Jalisco existe *El Plan Estatal de Gobernanza y Desarrollo de Jalisco 2018-2024*, el cual integra el ecoturismo dentro de sus estrategias para promover el desarrollo sostenible del territorio como puede ser la Sierra de Tapalpa, Sierra de Mazamitla, Sierra Occidental y Paisaje Agavero.

Al hablar del ecoturismo se pueden percibir dos distintas propuestas, un basado de un supuesto ecoturismo de naturaleza o aventura el cual reproduce los esquemas de un turismo convencional y en el mejor de los casos las comunidades anfitrionas mantienen el control de las decisiones lo cual es característica fundamental del ecoturismo. Por otro lado, se identifica un ecoturismo comunitario en el que la atención se enfoca en su contribución para la revaloración y enriquecimiento de la memoria y patrimonio biocultural de la propia comunidad. (Carrasco & Ramos Morales, 2013)

A través del turismo podemos hablar también de desarrollo, pero no se puede hablar de desarrollo mientras prevalece la injusticia, la violencia y la miseria, la destrucción de la naturaleza y del patrimonio cultural. Un buen manejo del turismo, sobre todo del turismo rural comunitario es la integración de la gente local en las actividades turísticas, pensando en su vida cotidiana, su contexto, su riqueza natural y cultural. Se trata de que el turismo esté diseñado cuidando a la comunidad para que el turista se adapte a ello, y no adaptando a la comunidad con lo que espera el turista.

Impactos a nivel ambiental, social y económico:

El turismo cultural conlleva implicaciones sociales principalmente, ya que está dirigido a satisfacer las necesidades e intereses de las personas (turistas); ya que involucra un respeto por la diversidad sociocultural y, particularmente, un respeto por la cultura local, en este sentido, la actividad turística se debe realizar sin perjudicar o afectar el tejido social existente en la comunidad donde se desarrolla, de tal modo que se preserve y revitalice como uno de los principales atractivos turísticos. Dentro del turismo rural, sobre todo tomando en cuenta

el agroturismo, permite a los campesinos aumentar sus ingresos y por tanto, obtener una mejor calidad de vida. Y hablando del ecoturismo se trata de construir uno el cual tenga una resignificación de la relación visita-anfitrión desde una visión de interculturalidad y hablando de términos económicos que se encuentre fuera de la acumulación privada.

En el área económica influye ya que, a partir de bienes culturales, este turismo alternativo es capaz de generar ingresos y rentabilidad a favor de la comunidad local. La actividad turística debe desarrollarse a través de la aplicación de buenas prácticas empresariales, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo de la empresa. Con ello, se beneficia a los propietarios, los empleados y a los vecinos de la comunidad donde se desarrolla el negocio turístico.

Y también en el tema económico, por parte de turistas que vienen de zonas urbanas pero que tienen pocos ingresos, permite tener una opción que se ajuste a su economía para tener oportunidad de vacacionar en propuestas de turismo alternativo.

El agroturismo permite conservar la cultura y el medio ambiente de la comunidad. El turismo, como parte positiva, también ayuda en la generación de empleos, sobre todo ahora que en este sistema económico no hay muchas oportunidades laborales y salario digno. Cuando se plantea un buen desarrollo de plan turístico se toma en cuenta a las personas de la comunidad para esta conservación de la esencia del lugar y las personas.

En el área medioambiental afecta de manera directa, ya que debe presentar un enfoque de conservación de los recursos naturales, y no degradar o destruir el mismo escenario natural donde se desarrolla la actividad turística.

El desarrollo turístico también ha llevado a la "modificación de los ecosistemas y la pérdida de recursos bióticos", además de la "excesiva producción de residuos sólidos, aguas residuales y contaminación de suelo y aire" (Aguirre Jiménez & Morán Martínez, 2023).

La explotación turística sin regulación puede provocar la destrucción del hábitat y la biodiversidad ambiental, es imprescindible que las actividades del turismo se desenvuelven considerando un uso adecuado de los recursos naturales, idealmente minimizando cualquier daño al ambiente (flora, fauna,, agua, suelos, energía y contaminación) y aportando a su conservación y cuidado.

Un buen ejemplo a considerar son los impactos ambientales del programa Pueblos Mágicos, los cuales pueden ser variados. Por un lado, el turismo puede generar beneficios al fomentar la conservación del patrimonio natural y arquitectónico, motivando a las comunidades a mantener limpias y cuidadas sus áreas. Por otro lado, un aumento en el turismo puede llevar a problemas como la contaminación, el desgaste de recursos naturales y la sobrecarga de infraestructuras locales. La gestión sostenible es esencial para mitigar estos efectos negativos (Fernández, 2015).

En el ámbito social, el Programa Pueblos Mágicos ha tenido un impacto significativo en las comunidades locales. Ha contribuido a un mayor orgullo y cohesión comunitaria, al reconocer y valorar el patrimonio cultural. Sin embargo, también ha generado conflictos internos, especialmente cuando los beneficios del turismo se concentran en ciertos sectores de la población, provocando desigualdades y tensiones. La gentrificación es otro problema, desplazando a residentes originales por la llegada de nuevos habitantes atraídos por el turismo (Fernández, 2015).

Económicamente, el programa ha impulsado la economía local al atraer inversiones y generar empleo en sectores relacionados con el turismo, como la hospitalidad, la gastronomía y la artesanía. Sin embargo, el impacto no siempre ha sido equitativo, beneficiando a veces a empresarios externos o a grupos con poder local preexistente, mientras que otros sectores de la población pueden quedar excluidos (Fernández, 2015).

También hablando de temas económicos, se realizó un análisis en Tequila para ver como la producción tequilera, el carácter de pueblo mágico y la atracción de un turismo sostenible amigable con el entorno ha contribuido en una disminución de la pobreza en el municipio el cual menciona que esta disminución ha sido insuficiente. Algunas de las razones que han impactado en esta situación económica y no permite que avance son los bajos niveles de formalidad en el mercado de trabajo, el infradesarrollo de industrias alternativas a la industria tequilera lo que ocasiona que las oportunidades laborales sean reducidas, los elevados niveles de inseguridad en México que según datos del INEGI la percepción social sobre inseguridad pública nacional alcanzó el 72.9% en marzo 2017 lo que ha impactado mucho en la cantidad de turistas que llegan a la república, entre otras cosas. (López-Falcón & García-Ávila, 2018)

Conclusión:

Relevancia ante nuestros proyectos

El turismo debe ser una actividad llevada a cabo con una buena planeación y tomando en cuenta a la comunidad que recibe a los viajeros, pues sino se lleva a cabo un adecuado modelo de desarrollo turístico pudiera verse afectado la cultura y el ecosistema, tal como se ha visto en el pueblo de Tequila, en el que su cultura se ha reducido a la fabricación y comercialización del tequila, y sus paisajes cada vez están siendo invadidos por el agave azul formando ya Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, pero alterando los climas y la biodiversidad que existen en el pueblo.

En ambos proyectos se pueden poner en práctica distintos puntos de este marco teórico, podemos mencionar que para la fonda y la ruta es imprescindible comprender el cómo, de manera sustentable y lógica a la comunidad en Tequila, se puede llevar a cabo este proyecto, apoyando a los locales de manera positiva sin quitarles el protagonismo ni interrumpir de manera negativa su cultura y costumbres.

Por otro lado el proyecto de Llamas Honey, una empresa familiar que hace productos de calidad artesanal y natural, cuidando el proceso de producción, así como el proceso de distribución del producto en diferentes puntos de venta y diferentes mercados geográficos. Al nosotros cumplir el papel de apoyo de estos proyectos, tenemos que entender que lo primordial es crecer los dos negocios diferentes, comprendiendo al cien por ciento las necesidades y expectativas de sus actores principales y sostenedores de las empresas.

Asimismo, el turismo alternativo se integra en la oferta turística de Tequila al promover productos locales como la miel y otros derivados de la apicultura. La apicultura no solo contribuye a la conservación ambiental al favorecer la polinización y la biodiversidad, sino que también puede convertirse en una atracción turística educativa, mostrando a los visitantes el proceso de producción de miel y la importancia de las abejas para el ecosistema.

Por su parte, la creación de una ruta turística en el rancho del Chiquihuitillo y a la fonda tradicional podría ser una excelente manera de atraer a turistas interesados en la cultura y gastronomía local, al igual que aquellos interesados en conectar con la naturaleza y con personas locales. Esta ruta puede ofrecer una experiencia auténtica, combinando la degustación de platillos tradicionales con la visita a lugares emblemáticos y la interacción con locales. La fonda puede destacar la cocina tradicional de Tequila, fortaleciendo la identidad cultural y ofreciendo a los turistas una experiencia única y diferente.

TERRITORIO Y DESARROLLO SUSTENTABLE

Ana Isabel Vergara Lázaro (verano 2024)

María José García García (verano 2024)

INTRODUCCIÓN

Entender integralmente el territorio es parte fundamental de cualquier proyecto de intervención, desde sus características físicas, su historia, su gente, recursos, actividades, entre muchas otras cosas. No se puede proyecto en un sitio que se desconoce, y para conocerlo hay que involucrarse directamente con los agentes participantes, respaldados siempre por una fundamentación teórica pertinente con los temas a desarrollar.

Por eso, intervenir en un territorio tiene implicaciones y posibilidades, es muy importante evaluar las condiciones antes de su intervención y sus posibles impactos positivos y negativos, en la realidad y la dinámica del área de estudio.

Todas las propuestas a las que podamos llegar al concluir este PAP (Proyectos de Aplicación Profesional) deben ser conscientes con el medio en el que impactarán, tanto social, económico y, por supuesto, ambiental. No podemos ignorar las problemáticas ambientales a las que nos enfrentamos en la actualidad y las particularidades que representan una limitación

en la zona, como es el caso de la falta de agua y el cambio climático. La sustentabilidad es clave para proyectar soluciones que busquen un beneficio real y a largo plazo, por lo que se exploran diversos temas para presentar alternativas a los métodos convencionales.

Otro aspecto importante en este PAP es el arraigo de cada actor con el territorio, ya que representa la historia de su gente y su sustento económico, lo que les permite salir adelante y compartir sus tradiciones con el resto del mundo.

En esta investigación sobre territorio y desarrollo sustentable, se busca obtener las bases teóricas para aplicar en colaboración con artesanos en Tequila, Jalisco. Cada documento investigado presenta una visión muy particular para entender de una mejor manera el contexto local, integrando la sostenibilidad, el respeto y la preservación cultural y la autosuficiencia comunitaria.

DESARROLLO DEL TEMA

El concepto de "Belleza esencial" (Heringer 2022) se manifiesta en una serie de proyectos arquitectónicos y educativos que buscan fomentar el desarrollo sostenible, la preservación cultural y la autosuficiencia en diversas comunidades marginadas. El METI School (2006), por ejemplo, está diseñado para que los niños desarrollen sus propias capacidades creativas y se conviertan en individuos responsables. Este proyecto se enfoca en disminuir la migración, enseñando a los niños sobre el valor y la complejidad del entorno rural.

Por otro lado, DIPDII Textiles (2012) transforma una zona marginada mediante el uso de textiles en la construcción. Aprovechando los desechos de la producción masiva de ropa, este proyecto crea productos que benefician a la comunidad, promoviendo la permanencia de sus habitantes y reduciendo la migración.

El Anandoloy Building (2020) es una estructura de lodo que se destaca por su inclusión de personas con discapacidad. Este edificio celebra la diversidad humana, aprovechando al máximo las particularidades de su construcción para crear un espacio accesible y acogedor.

El DESI Electrical Training Center (2008) se inspira en las casas tradicionales de Bangladesh, ofreciendo un modelo de vida mejorado para la clase media rural, específicamente para los maestros. Este proyecto prioriza la sostenibilidad, la artesanía y el diseño, promoviendo métodos de construcción tradicionales y técnicas artesanales en lugar de materiales costosos e importados, lo que mantiene la identidad cultural y la autosuficiencia local.

El Tatale Educational Campus (2020), desarrollado por una escuela católica de los salesianos con la misión de Don Bosco, se centra en la enseñanza sostenible y el aprendizaje de técnicas de construcción que respetan el contexto y la identidad cultural. Este campus incluye dormitorios para los estudiantes, espacios comunitarios, una biblioteca ntener vivas las tradiciones mientras se adaptan a las necesidades presentes y futuras.

Finalmente, el Eco-Tourism Cortijo La Donaria (2020) en Montecorto, España, se dedica a la permacultura y la arquitectura sostenible, utilizando tierra comprimida en su construcción. Este proyecto forma a artesanos locales y busca un equilibrio armonioso entre humanos y naturaleza, respetando las tradiciones constructivas regionales.

Agricultores o jornaleros del agave (2015)

Este proyecto se enfoca en la comunicación gráfica mediante fotografías e información representativa de la zona de Tequila, tanto de su información general como específica. En este sentido, se cuestiona qué conlleva ser un jornalero de agave, una persona con una historia dedicada a su labor, basada fundamentalmente en sus raíces de origen. Su vida está relacionada con cuestiones de costumbres que transmiten un tipo de herencia cultural y dan forma a la industria del tequila.

Adobe, construcción fácilmente (2012)

Uno de los materiales más antiguos y utilizados a lo largo de la historia de la humanidad es la tierra. Se ha utilizado este material para diversas funciones, pero para llegar a erigir algo con este elemento natural, se tuvieron que analizar varios rasgos y proporciones. Podemos denominarlo un componente de prueba y error, que gracias a avances tecnológicos que la humanidad ha desarrollado, ya se han sintetizado los procesos de análisis para su optima construcción. Claro está que cada análisis es diferente y dependerá de la ubicación en la cual se realicen las pruebas de sitio, composiciones, suelos, humedades y resistencia. Por lo que podemos encontrarnos con sistemas muy complejos hasta muy sencillos.

Las construcciones con este material han estado alrededor de todo el mundo, desde Estados Unidos, México, Latinoamérica, Europa, África y Medio Oriente. Recordemos que la construcción con adobe consiste en moldear tierra hasta quitarle toda la materia viva o impureza que impida convertirlo en barro, que se seca a rayo de sol en forma de ladrillo para obtener una forma dura y rectangular. podemos encontrar desde casas de un nivel hasta de 3 pisos, pero sobre todo también muchos muros curvos y con formas cilíndricas.

Por lo que muchos de estos lugares contaban con mucho constructor vernáculos en zonas mayoritariamente rurales. Con la llegada de nuevos materiales más sencillos, prácticos y de fácil utilización, las construcciones con tierra se han ido ignorando por las nuevas tecnologías.

Por ejemplo, uno de los principales criterios de la construcción con este tipo de material son los criterios estructurales, ya que se suele mucho analizar trabes uniones, refuerzos verticales, marcos, arcos, dinteles. Los cuales son uno de los puntos constructivos más importantes después de las cimentaciones, rellenos y compresiones.

Por otra parte, los sistemas de acabados en muros de tierra también son posibles, ya que se puede dejar la superficie de barro al natural o el ladrillo con su textura natural. A su vez, hay empaste, capas de oscuras y de colores. Mientras que también este tipo de construcción permite estructuras para techos, sistemas para pisos. Todo lo anterior tiene propiedades de estudios de masa térmica e incluso para cargas sísmicas.

Módulo sanitario seco en Huerto Tlatelolco

El Módulo Sanitario Seco en Huerto Tlatelolco es un proyecto diseñado y construido por alumnos de arquitectura de la Ibero de Ciudad de México, específicamente del Taller Vertical de Arquitectura de Proyectos de Incidencia. Este proyecto es parte de una iniciativa de sostenibilidad y autogestión dentro del huerto urbano ubicado dentro de la misma ciudad de la Universidad.

También es una muestra de cómo la colaboración entre la academia y la comunidad puede dar lugar a soluciones innovadoras y sostenibles, contribuyendo al bienestar social y ambiental. Se creó para proporcionar una solución de saneamiento ecológico y autosustentable, acorde a los principios sostenibles de Huerto Tlatelolco.

Este tipo de baño seco no utiliza agua para el desecho, lo que es beneficioso en áreas urbanas donde el acceso puede ser limitado o donde se busca reducir su consumo.

Aparte de sus capacidades funcionales sanitarias, puede llegar a ser un tema de educación para la sociedad sobre prácticas sostenibles y concientización sobre la gestión adecuada de los residuos humanos.

El proceso de construcción incluyó el uso de materiales reciclados y locales, y la implementación de técnicas de bioconstrucción. Esto no solo reduce el impacto ambiental

del proyecto, sino que también enseña a los estudiantes y a la comunidad sobre la viabilidad y los beneficios de las prácticas de construcción sostenibles.

Manual del arquitecto descalzo

Se enfoca en la arquitectura verde, enfatizando el diseño, los materiales y la aplicación en la construcción (formas, colores, texturas, espacios, orientación, iluminación, clima, vinculaciones, contexto inmediato, etc.). Dirigido a aquellos que diseñan y construyen para el usuario y comunidades pequeñas, buscando soluciones de distinta índole para facilitar su trabajo y ser prácticos. Buscando un equilibrio entre las técnicas tradicionales y modernas.

Según las necesidades del usuario, la comunidad y del sitio es que se puede abordar de distintas formas para lograr un mejor resultado y acercamiento.

Vivienda social sustentable en Tequila

El tema de investigación se centra en el desarrollo de vivienda social sustentable utilizando materiales reciclados del proceso productivo del agave-tequila. Este enfoque no solo busca proporcionar soluciones habitacionales dignas y accesibles, sino también promover prácticas de construcción sostenibles que aprovechen residuos industriales.

En México, existe un considerable déficit de vivienda, especialmente para las comunidades de bajos ingresos. Este problema se ve exacerbado por el deterioro ambiental y la necesidad de soluciones sostenibles. La región del Paisaje Agavero, reconocida por la UNESCO, produce grandes cantidades de residuos en la fabricación de tequila. Aprovechar estos materiales, no sólo responde a una necesidad urgente de vivienda, sino que también contribuye a la sostenibilidad ambiental y económica de la región.

Los objetivos del estudio presentado son:

- Identificar los materiales reciclables del proceso productivo del agave-tequila que pueden ser utilizados en la construcción.
- Diseñar propuestas de vivienda social que sean autosustentables y replicables en otras regiones.
- Evaluar los beneficios ambientales y económicos de utilizar materiales reciclados en la construcción de viviendas.
- Generar un modelo de autoconstrucción que empodere a las comunidades locales en la creación de su propio hábitat.

El estudio aborda el uso innovador de materiales como el bagazo de agave, la madera de barricas de roble, piedras como el ópalo y la obsidiana, ladrillos de tierra con fibra de agave, y vidrio reciclado. Estos materiales, generalmente considerados desechos, pueden transformarse en componentes para construir viviendas sustentables. Investigaciones sobre la economía circular y la arquitectura verde proporcionan un marco teórico para entender cómo los residuos pueden ser revalorizados en nuevos ciclos productivos. Además, las políticas de vivienda social en México y otros países de América Latina ofrecen un contexto para evaluar la viabilidad y escalabilidad de estas iniciativas.

Pruebas de tierra para adobe en el Rancho (2019)

En el documento creado en el 2019, enfocado en las pruebas de tierra para adobe en el rancho del Chiquihuitillo, elaborado por el despacho MORO, en conjunto de los alumnos participantes del PAP actual, podemos encontrar una serie de estudios de la tierra en seco y en húmedo. Al inicio nos contextualizan con el terreno, el punto geográfico en el que se encuentra. Nos habla también de los tipos de árboles, vegetación en general y que en dos puntos se puede extraer arcilla y en otro punto se encuentra casi imposible. Del mismo modo, nos muestran cómo es que llevan a cabo todas las verificaciones del suelo y por qué procesos pasan, así como, nos ilustran de los diferentes métodos comprobado como: Pruebas al tacto, con agua, sin agua, olor, temperatura, lavado de manos, elasticidad, plasticidad, etc.

IMPACTOS

A nivel ambiental, social y/o económico

Belleza esencial (Heringer 2022)

Los proyectos de Anna Heringer generan significativos beneficios ambientales, sociales y económicos, fomentando comunidades más sostenibles mediante el uso de prácticas de construcción ecológicas, la promoción de la inclusión social y el fortalecimiento de las economías locales.

En la parte ambiental, podemos observar el uso de materiales sostenibles como el barro, bambú y madera, reduciendo la huella de carbono y minimizando el impacto ambiental durante la construcción considerando la integración de energías renovables.

En la parte social, es notorio un empoderamiento comunitario, inclusión y accesibilidad para personas con discapacidad y la educación y capacitación en escuelas y centros de formación enfocados en la calidad y formación ética.

Y con esto también observamos los beneficios económicos, ya que se evitan materiales costosos para la construcción, un círculo de economía al no tener tanta migración de las zonas y la creación de nuevos empleos.

Agricultores o jornaleros del agave (2015)

El desarrollo de proyectos de este tipo puede fomentar diversos beneficios. En el sentido ambiental, destaca prácticas sostenibles relacionadas con el cultivo del agave y la producción de tequila, para preservar el uso del suelo y la biodiversidad de la zona. Al educar al lector sobre la importancia de la agricultura sostenible, puede influir en la adopción de métodos más ecológicos.

En cuestiones sociales, esto puede generar un impacto en la valoración de la cultura e historia del proceso de elaboración del tequila, destacando su trasfondo histórico. La preservación de la cultura mexicana y el orgullo de su gente son aspectos clave que este tipo de proyecto puede promover, fomentando la educación y sensibilización de la población en general.

En aspectos económicos, este proyecto tiene la oportunidad de impulsar el turismo, promover la economía local (al dar a conocer a productores y atraer visitantes) y generar empleo. Este tipo de proyecto se relaciona con muchas ramas laborales, como fotógrafos, editores, diseñadores, imprentas, distribución, entre otros.

Adobe, construcción fácilmente (2012)

El construir con esta técnica promueve mucho la tradición, costumbres y métodos locales. Ya que algunas zonas rurales suelen preferir este método al de las grandes ciudades. Debido a que el costo de los materiales locales es mucho más rentable que traer de otras áreas otro método constructivo.

Esto tiene raíces en que gente local prefiere utilizar este método para contratar o intentar aprender técnicas nuevas y herramientas diferentes. Por lo que el impacto social que generaría el construir con este tipo de material ayudaría a que el gremio local incluso se apoye entre sí.

Mientras que el realizar trabajos con este tipo de técnica permite que se utilicen más materiales locales, afecta menos a gastos de transporte a su vez que permite que realizarse por varias etapas constructivas y sin dañar al medio ambiente.

Módulo sanitario seco en Huerto Tlatelolco

IMPACTO AMBIENTAL

- Reducción del uso de agua: No utiliza agua para la gestión de residuos, conservando un recurso vital.
- Gestión de residuos: Convierte los desechos en compost, mejorando la fertilidad del suelo y evitando la contaminación.
- Materiales sostenibles: Utiliza materiales reciclados y locales, reduciendo la huella de carbono.

IMPACTO SOCIAL

- Educación y conciencia ambiental: Educa sobre prácticas sostenibles y la importancia de la gestión adecuada de residuos.
- Salud y saneamiento: Mejora las condiciones de higiene y salud pública.
- Empoderamiento comunitario: Involucra más a las comunidades en la construcción y gestión del módulo, fomentando la participación.

IMPACTO ECONÓMICO

- Costos operativos reducidos: Menores costos de mantenimiento y operación comparados con sistemas tradicionales.
- Valor agregado: Produce composta que mejora la productividad del huerto, ahorrando en fertilizantes.
- Formación profesional: Proporciona a los estudiantes experiencia práctica en sostenibilidad, mejorando sus perspectivas laborales.

Manual del arquitecto descalzo

IMPACTO AMBIENTAL

- Promueve a mantener los espacios verdes
- Busca soluciones ecológicas y sustentables como el uso de energía limpia, generar cisternas, contemplar el clima y orientación para generar espacios con iluminación, ventilación natural, etc.

- Promueve edificar de acuerdo con la topografía del sitio.
- Menciona el uso de materiales locales sin explotar los recursos naturales existentes.

IMPACTO SOCIAL

- Promueve la mano de obra local.
- Integración de las personas para lograr un mismo objetivo.
- Motiva a seguir con métodos o técnicas tradicionales, fomentando la unión de lo tradicional con lo moderno.
- Facilita el entendimiento de los procesos.
- Motiva a las personas para aprender de forma fácil y práctica.
- Abonar la experiencia empírica con aspectos más técnicos.
- Valorar las tradiciones y costumbres abona a la cultura de la zona.

IMPACTO ECONÓMICO

- Generar oportunidades laborales (local).
- Aprovechamiento de los materiales de la zona (tierra, piedras, bambú, etc.) reduce el costo, ya que los materiales, herramientas y mano de obra local es más rentable.
- Oportunidad de impulsar la actividad turística al implementar aspectos constructivos para atraer a las personas. Con algo funcional y estético.
- La inversión puede ser un poco fuerte en un inicio.
- Aprovechamiento de recursos.

Vivienda social sustentable en Tequila

El análisis se centra en la economía circular y la sostenibilidad urbana, evaluando cómo la integración de materiales reciclados puede mitigar problemas ecológicos y sociales. Se exploran conceptos de resiliencia urbana y justicia social, que subrayan la importancia de diseñar viviendas que no solo sean ecológicamente sostenibles sino también socialmente inclusivas. El estudio también examina las teorías de autoconstrucción y participación comunitaria, enfatizando la necesidad de involucrar a las comunidades locales en el proceso de diseño y construcción.

IMPACTO AMBIENTAL

El uso de materia prima obtenida en la región reduce significativamente el impacto ambiental y huella de carbono producidos por el transporte, mantenimiento y acondicionamiento de

materiales adquiridos en otras partes. Además, se encuentra una manera de reutilizar los deshechos generados durante el proceso de producción del tequila y otros productos derivados del agave a través de sus fibras.

IMPACTO SOCIAL

La propuesta busca ser una solución viable y accesible para que los mismos habitantes repitan mediante procesos de autoconstrucción, lo que refuerza el sentido de identidad de la población y mejora la calidad de vida al ofrecer una opción de vivienda digna a su alcance.

IMPACTO ECONÓMICO

Construir con materiales locales reduce de manera importante los costos en cuanto a mano de obra y flete. La complejidad de las propuestas está determinada para que los mismos habitantes las ejecuten, por lo que también representa una inversión para el patrimonio propio de la familia. Considerando que muchos de los habitantes de Tequila se dedican a la venta de bienes de servicios, esto también les permite tener un espacio de trabajo adecuado, ya sea para local comercial o para taller.

Pruebas de tierra en el Rancho (2019)

IMPACTO AMBIENTAL

El impacto que tiene en el ambiente y en los usuarios de las casas o edificaciones construidas con adobe es sumamente baja, ya que no produce la cantidad de toxinas, como lo hacen otros métodos constructivos convencionales. Además de ayudar a mantener un microclima dentro de la vivienda y favoreciendo el impacto de deshechos.

IMPACTO SOCIAL

Nos permite dar empleo a trabajadores locales, tanto en mano de obra, como también estar comprometidos con los proveedores y manufactureros de la región. Seguir métodos de exploración, reciclaje y manufactura en sitio nos permitirá el resguardo de técnicas locales.

IMPACTO ECONÓMICO

En el impacto económico existen dos vertientes, una, el ahorro significativo para las familias interesadas en construir con este tipo de adobes, hechos incluso con fibras de agave y en un segundo momento, las ganancias de mano de obra y otro tipo de actividades serán para la región.

RELEVANCIA ANTE NUESTROS PROYECTOS

Belleza esencial

Encontramos relevancia con nuestro proyecto, ya que encontramos uso de recursos locales y sostenibles, y enfocarnos en utilizar estos recursos para reducir el impacto ambiental y al mismo tiempo resaltar y valorizar los productos artesanales de cada empresa.

También vimos que hay una oportunidad de empoderamiento y un desarrollo de capacidades en las comunidades locales apoyando en las habilidades mercadólogas y empresariales para poder llevar una mejora continua sin la necesidad de nuestra intervención continua.

También está el fomento de la identidad cultural y tradiciones, promoviendo y preservando las técnicas artesanales tradicionales de Tequila, integrándolas con modernidad para poder optimizar procesos.

Encontramos también el desarrollo económico local, ya que se puede generar empleo y fortaleciendo la economía local a través de la mejora de estas empresas a las que les estamos brindando apoyo.

Finalmente, encontramos la sustentabilidad y la responsabilidad social, ya que podemos incrementar proyectos con prácticas sostenibles en todos los aspectos de la producción artesanal desde la obtención de la materia prima hasta la venta final del producto.

Agricultores o jornaleros de agave

El tipo de proyecto desarrollado en relación con los jornaleros tiene una estrecha conexión con nuestro proyecto, no solo por cuestiones de comunicación, sino también por la oportunidad que representa en términos de la información disponible sobre la marca (Llamas). Este es un producto con mucha historia, y hoy en día se valora mucho el trasfondo de cada producto, ya sea por su origen o su calidad. Esta conexión puede ser una manera efectiva de generar un vínculo entre el producto y el usuario.

En esencia, lo que se trató de comunicar fue información que podría generar conciencia, abarcando temas de preservación cultural (de manera indirecta), la apreciación de esa cultura y, por supuesto, el respeto a las tierras que producen un producto tan representativo.

Adobe, construcción fácilmente (2012)

La relevancia de utilizar este material es muy alta, debido a sus factores económicos y sostenibles. Aunado de que la gente cercana a nuestro proyecto puede estar mucho más familiarizada con este material. Incentivando prácticas locales y sobre todo futuras remodelaciones que este género material permite. Fortaleciendo la cultura y las practicas que

anteriores generaciones han estado transmitiendo, así como su mensaje de cuidado a su ambiente y entorno.

Módulo sanitario seco en Huerto Tlatelolco

El proyecto de Módulo Sanitario tiene un impacto importante para el proyecto de Ruta de El Chiquihuitillo pues se ha comenzado para tener en cuenta la posibilidad de que en el rancho se construya un sanitario seco por sus múltiples efectos positivos y por qué por las condiciones del lugar podría ser un acierto, por esto mismo, el Módulo Sanitario Seco en Huerto Tlatelolco, sirve de antecedente e inspiración, una clase de guía de por donde comenzar y que es lo que funciona.

Se prevé que los anteriores impactos positivos tanto sociales como económicos y ambientales, sean parecidos según el proyecto que buscamos implementar este PAP verano 2024.

Manual del arquitecto descalzo

Es una herramienta de gran apoyo para este proceso, que se realizará, ya que abordan aspectos necesarios para un diseño y construcción sencilla y práctica. Sin dejar de lado la parte sustentable y el cuidado del medio ambiente al usar energías renovables, el buen uso de materiales, captación del agua en un pozo, la ventilación e iluminación natural e incluso estar rodeado de espacios verdes. Incluso el buscar un punto medio entre lo tradicional y lo moderno, aprovechando lo mejor posible los espacios y mantener la identidad del lugar, tanto del exterior como del interior. Buscando favorecer a la familia y al emprendimiento impulsando a pasar estos conocimientos de generación en generación.

Vivienda social sustentable en Tequila

En este concurso se presentan alternativas sustentables para la construcción de vivienda social asequible con materiales fácilmente encontrados en la región de Tequila, por lo que se pueden tomar en cuenta en las propuestas arquitectónicas de los proyectos, asegurando una inversión más accesible para estas familias y que vaya de acuerdo con la identidad histórica y cultural que hacen de Tequila uno de los sitios de interés más emblemáticos de nuestro país. Considerando además que una de las limitaciones más importantes de los proyectos es el recurso económico, la implementación de materiales locales y técnicas constructivas fácilmente replicables, se pueden reducir en gran medida los costos necesarios para su ejecución.

Pruebas de tierra para adobe en el Rancho (2019)

La trascendencia que consideramos que tenga este documento será clave en el desarrollo de propuestas constructivas con materiales de la región, dejándonos un aprendizaje importante, desde cómo identificar la arcilla con las manos hasta la aplicación de fibras naturales de la misma zona geográfica. Esperamos que el tener una guía acerca de los pasos y métodos que tuvieron nuestros compañeros pasados y el despacho de Mauricio nos den ruta y luz para poder continuar con la investigación.

CONCLUSIÓN

La revisión de diferentes autores en los temas del territorio y la sustentabilidad nos permite comprender mejor las implicaciones que las propuestas pueden tener en el proyecto de cada familia. Belleza Esencial nos enseña cómo la sostenibilidad, preservación cultural y autosuficiencia nos pueden ayudar a que comunidades marginadas se transformen y empoderen, así como la reducción de la huella de carbono con del uso de materiales y técnicas tradicionales.

Al tratarse de un contexto rural, el tema de los agricultores o jornaleros del agave nos aporta un respaldo a la identidad de una porción representativa de la población, quienes permiten que su labor sea cada vez más reconocida. Para esto es importante considerar su contexto inmediato en la toma de decisiones en cuanto al diseño y construcción, ya que, con base en su diagnóstico natural, histórico y cultural te da pie a generar propuestas, tratando de aprovechar todos los recursos naturales que te ofrece la zona. Desde el uso de materiales y mano de obra local, ventilación e iluminación natural, aprovechar las energías renovables y promoviendo la unificación de técnicas tradicionales y modernas.

Una de las técnicas que más se rescata es el uso del adobe para construcción con la misma tierra local. El adobe representa implicaciones culturales y sociales de varias generaciones, cuyo proceso forma ya parte de la identidad y de las dinámicas económicas que perduran y coexisten con las tecnologías actuales. Las pruebas de tierra para adobe nos arrojan información útil sobre acerca de la composición del terreno y las posibilidades que tenemos para aprovecharla en nuestras propuestas.

Ejemplos como las propuestas de vivienda social o sanitarios secos nos ayudan a observar posibilidades de aplicación para los retos a enfrentar en este PAP, considerando todos los

impactos positivos y evitando los negativos en nuestras áreas de trabajo. Estas investigaciones permiten tener una visión a largo plazo, coherente con su contexto y fructífero en el desarrollo de nuestro trabajo.

1.2 Diagnóstico del contexto

Ubicación geográfica

La información de este apartado fue recuperada del RPAP de primavera 2023, el cual fue elaborado en otoño del 2020 por María Regina Velázquez Arriola, María Abril Márquez Torres, Llendi Gillam Guzmán y Daniel Ochoa Barragán, así como del RPAP de primavera 2020 elaborado por Natalia Rodríguez y Daniela Martínez, debido a que los datos siguen siendo vigentes al proyecto y responde al seguimiento que pretende la colaboración en PAP. Dado que los datos se han mantenido igual con el paso del tiempo, no hay necesidad de actualizarlos.

Llamas Honey es una empresa familiar que se dedica a la apicultura desde el 2016, esta empresa se encuentra situada en la localidad de El Salvador que corresponde al municipio de Tequila, Jalisco. Cuenta con **3,171 habitantes (INEGI, 2020).** En la lista de los pueblos más poblados de todo el municipio, es el número 2 del Ranking. Además, se encuentra en la región de Valles que está compuesta por los municipios de Ahualulco, Ameca, Etzatlán, Hostotipaquillo, Magdalena, San Juanito de Escobedo, San Marcos, Tala, Teuchitlán, Amatitán y Tequila.

El Salvador está a 1,823 metros de altitud.

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

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

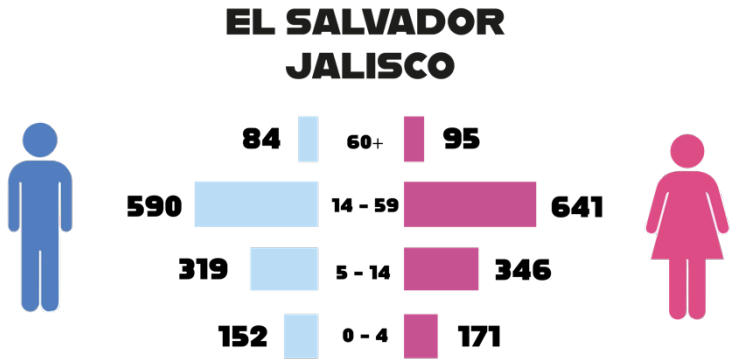


Imagen 6. Población El Salvador

AÑO	HABITANTES MUJERES	HABITANTES HOMBRES	TOTAL HABITANTES
2020	1627	1544	3171
2010	1299	1203	2502
2005	1291	1191	2482

Tabla 2. Habitantes El Salvador

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

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



Imagen 7 y 8. Mapa satelital del pueblo El Salvador

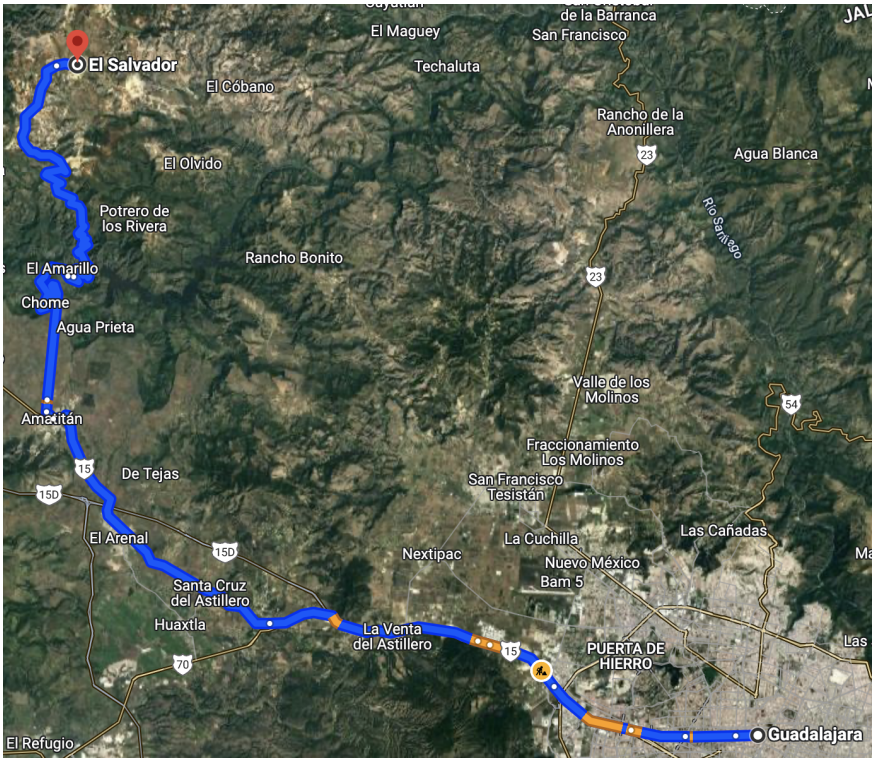


Imagen 9. Mapa de ruta de Guadalajara hacia el Salvador



Imagen 10. Mapa de delimitación de territorio

Sus calles principalmente están adoquinadas o son de piedra, además de que se visibiliza un buen porcentaje de vehículos particulares principalmente camionetas, lo que facilita el transporte dentro del pueblo o entre comunidades aledañas. La población la forman 1.544 hombres y 1.627 mujeres, con un grado de escolaridad promedio de hasta tercer grado de secundaria, igual que el promedio del país.

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

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

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

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

DESEMPLEO, ECONOMÍA Y VIVIENDA EN EL SALVADOR

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

Tabla 3. Datos comparativos (2020 y 2010) sobre desempleo, economía y vivienda en El Salvador

Ámbito Económico:

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

- **Agricultura**

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

- **Ganadería**

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

- **Explotación Forestal**

Se explotan principalmente el pino y el encino.

- **Comercio**

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

- **Servicios**

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

Ámbito Político:

En el verano de 2024, durante el desarrollo del PAP y en el contexto actual, se llevaron a cabo elecciones políticas el pasado 2 de junio. Estos comicios estuvieron marcados por conflictos políticos, donde los ciudadanos expresaron sus ideales, generando controversias y afectando diversas áreas. Según informes de los medios de comunicación, en el municipio de Tequila se registraron incidentes de inseguridad, como el robo de urnas y enfrentamientos perpetrados por el crimen organizado, con el fin de generar incertidumbre entre la población local. Actualmente, las condiciones políticas y económicas están en un proceso de transición y cambio, lo que puede dar lugar a repercusiones volátiles. Es común que durante periodos de cambio político se presenten situaciones de esta naturaleza.

En las elecciones de 2021, el ayuntamiento de Tequila fue ganado por el PAN, con José Alfonso Magallanes Rubio como alcalde (Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, 2021). En las elecciones más recientes, Diego Rivera Navarro de Morena resultó electo como presidente municipal (Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, 2024). Durante la jornada electoral, se confirmó la presencia de personas armadas en algunas sedes del estado de Jalisco, incluidas Tequila. Esta denuncia fue realizada por el representante del PAN ante el IEPC, José Antonio de la Torre, quien expresó su preocupación sobre posibles presiones para el ejercicio del cómputo distrital o municipal (Saavedra, 2024).

Historia de la empresa y de los actores

El siguiente apartado se recuperó del RPAP de primavera 2021:
La empresa fue fundada por Herasmo Llamas gracias a que el siente una pasión y un amor inconmensurable hacia las abejas, dicho interés sobre los mencionados insectos comenzó a partir de que Herasmo trabajó en la empresa apícola "Olivarez Honey Bees" por cerca de 6 años en el Estado de California en los Estados Unidos y en ese lugar nació su interés sobre la apicultura.

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

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

miel debido a que en los puntos donde inicialmente comenzaron con su producción detectaron poca floración lo que afecta exponencialmente a su elaboración de miel por parte de las abejas.

Con el tiempo, la empresa ha invertido en diversas herramientas para una mayor recolección de miel de forma óptima, como la adquisición de una máquina extractora de miel manual y equipo de manufactura y de protección para su uso. Además de que buscan seguir innovando, buscando nuevas ideas para diversificar sus productos y llegar a más mercados.

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

Las ventas y la mayoría de las actividades de la empresa se realizan desde su casa, algunas ventas ya se realizan mediante redes sociales y por la participación en el bazar en Tequila por parte de la fundación Beckmann. Las abejas y la flora, de la cual se extrae la miel se encuentran en dos ranchos familiares ubicados en Momax Zacatecas, cerca de la frontera con Jalisco, además se cuenta con abejas en otros dos ranchos en Jalisco, La Cumbre y El Carrizal. Ya que esta es una actividad más exhaustiva, gracias a el número de viajes que se deben de hacer para transportar a todas las abejas, anteriormente Herasmo compartía con su primo las tierras y el proceso de producción, así como lo relativo a la transportación de las abejas de Zacatecas a El Salvador y viceversa para la extracción de la miel.

Procesos de manufactura

En el PAP de verano del 2023 se abordaron los procesos en la extracción de la miel, en la cual se realiza de manera más industrializada, y se cuenta con la bodega de la familia que

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

Planta baja:



Imagen 10, 11, 12, 13, 14 y 15. Planta baja almacén

Planta alta:



Imagen 16, 17 y 18. planta alta almacén

Actualmente, la elaboración de productos de belleza como jabones, bálsamos, pomadas y velas, que requieren calentamiento, se lleva a cabo en la cocina de Marily, que también se utiliza para las actividades cotidianas del hogar. Con el objetivo de optimizar los futuros trabajos, en el PAP verano 2024 se propone la creación de planos de la bodega y las instalaciones correspondientes. Para ello, se planea realizar un levantamiento de las áreas mediante una visita de campo, lo que permitirá obtener planos arquitectónicos detallados, distribuciones adecuadas de los espacios y una comprensión clara del área laboral.

Lugares donde se han consolidado algunas ventas:

- Dentro de Tequila, Llamas Honey sigue contando con la tienda del hermano de Herasmo, conocida como “Abarrotes Luis”, ubicada en Calle Ejido # 376.
- La casa de Marily, en El Salvador. En Amatitán, en la carnicería “La Capilla” de la hermana de Marily, ubicada en calzada del Carmen número 66.
- En Guadalajara contamos con un punto de distribución por parte de las docentes PAP y el trato que se está concretando con dos tiendas a consignación.

- En Los Cabos, Baja California; el 31 de marzo se mandaron jabones y bálsamos labiales para su distribución dentro de la Azul Boutique. (Hotel Cabo Azul. Fonatur, Paseo Malecón Sn, Zona Hotelera, 23400 San José del Cabo, B.C.S.), sin embargo, ya no se ha tenido respuesta de ellos o algún otro pedido.
- Se entregó un pedido de 100 jabones a un hotel nuevo en Tequila, se está esperando que se renueve el pedido para concretarse como punto de venta fijo.

*Antes contaban con un puesto de venta dentro del mercado en la fundación, pero se dejó debido a la demanda de tiempo para Marily y Herasmo y lo que esto representa en las ventas.

Diagnóstico socio organizacional

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

ACTORES PRINCIPALES Y SUS RESPONSABILIDADES

Herasmo Llamas:

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

Marily Sáldate:

- Administración del almacenamiento de miel en su casa.
- Manejo de redes sociales.

- Venta al público.
- Envasado y etiquetado de la miel.
- Fabricación de jabones.
- Fabricación de bálsamo.
- Realización de productos e ideas nuevas para diversificación.
- Manejo de inventario.
- Fabricación de velas.

ACTORES EXTERNOS EN RELACIÓN CON EL PROYECTO

-Línea Indirecta al proyecto:

Susana Arellano:

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

Personas físicas (compra de miel):

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

Empresas que solicitan polinización:

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

-Línea Directa al proyecto:

Javier Llamas Candelas:

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

Trabajador eventual:

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

Contador:

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

-Contraseñas redes sociales

Correo:

Usuario: Llamashoney@outlook.com

Contraseña: Alondra03

Instagram:

Usuario: Llamashoneybees

Contraseña: ZoeMiel2023$

Facebook:

Usuario: 3741099889

Contraseña: ZoeMiel2023$

Odoo:

Usuario: Llamashoney@outlook.com

Contraseña: Alondra.03

https://llamas-honey.odoo.com/web#action=menu&cids=1

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Álan Flores (Otoño, 2023)

Ashley González (primavera, 2024)

Max González (primavera, 2024)

Pablo Cristo (verano 2024)

Ilian María Águila Camarena (verano 2024)

El primer acercamiento para identificar las principales líneas de acción ayudó a poder tener una idea de cómo definir las problemáticas por medio de un proyecto de acompañamiento

puntualizado en el fortalecimiento de la empresa, esto gracias a la primera entrevista con Marily y Herasmo el 30 de mayo del 2024. Nos comentaron las complicaciones que tienen con el envío de productos a lugares ubicados lejos de El Salvador y la necesidad de ampliar el alcance de su producto para llevarlo a otros puntos de venta, junto a la posibilidad de poder vender el producto en línea. Se habló sobre la posibilidad de realizar una revisión del catálogo para actualizar los precios, mejorar su calidad visual y poder entregarles este producto como un documento editable y reducido en peso de almacenamiento. Así mismo, se discutieron las dificultades del crecimiento de la marca en redes sociales. Herasmo mencionó posibles mejoras a la bodega del producto.

Como resultado de esta entrevista, se delimitaron las necesidades que no han sido atendidas en periodos anteriores del PAP, al igual que la posibilidad de continuar con proyectos ya empezados pero que no han sido terminados, como podría ser el catálogo, los problemas de distribución y búsqueda de puntos de venta, dificultades que puedan encontrar al usar Odoo y el desarrollo de la identidad artesanal de Llamas Honey en redes sociales. Con base en esto, se formuló un árbol de problemas y se consiguieron los elementos a reforzar durante el periodo de Verano 2024, proponiendo los siguientes objetivos:

1. Incrementar la presencia y el reconocimiento de la marca en redes sociales clave (Instagram, Facebook y WhatsApp).
2. Ampliar los canales de distribución para la venta de productos.
3. Desarrollar un plan estratégico de crecimiento enfocado principalmente en la áreas de finanzas, ventas y mercadotecnia.
4. Reforzar el sistema Odoo, en un medio eficiente de control de inventario.
5. Actualizar y mejorar la calidad visual del catálogo de productos.
6. Proponer una base arquitectónica para la bodega.

El árbol de problemas mencionado anteriormente, sirvió como una evaluación previa al desarrollo de la problemática principal, en el cual se trataron las causas y efectos de problemáticas más pequeñas, entre estas se encontraban la falta de canales efectivos, el desconocimiento de estrategias publicitarias y cómo esto llevaba a dificultades para diferenciarse de la competencia. Se habló sobre el cómo las actividades de la empresa se

distribuyen únicamente entre dos actores (Herasmo y Marily) sin tener roles definidos, al igual que la dificultad para gestionar el crecimiento de la empresa debido a falta de control de inventarios y de ingresos y egresos; así como la apertura de otros canales de distribución.

Durante estas primeras sesiones se revisaron los RPAP anteriores a este semestre para observar los avances logrados y se plantearon las metas para lograr los objetivos planteados y crecer la marca Llamas Honey.

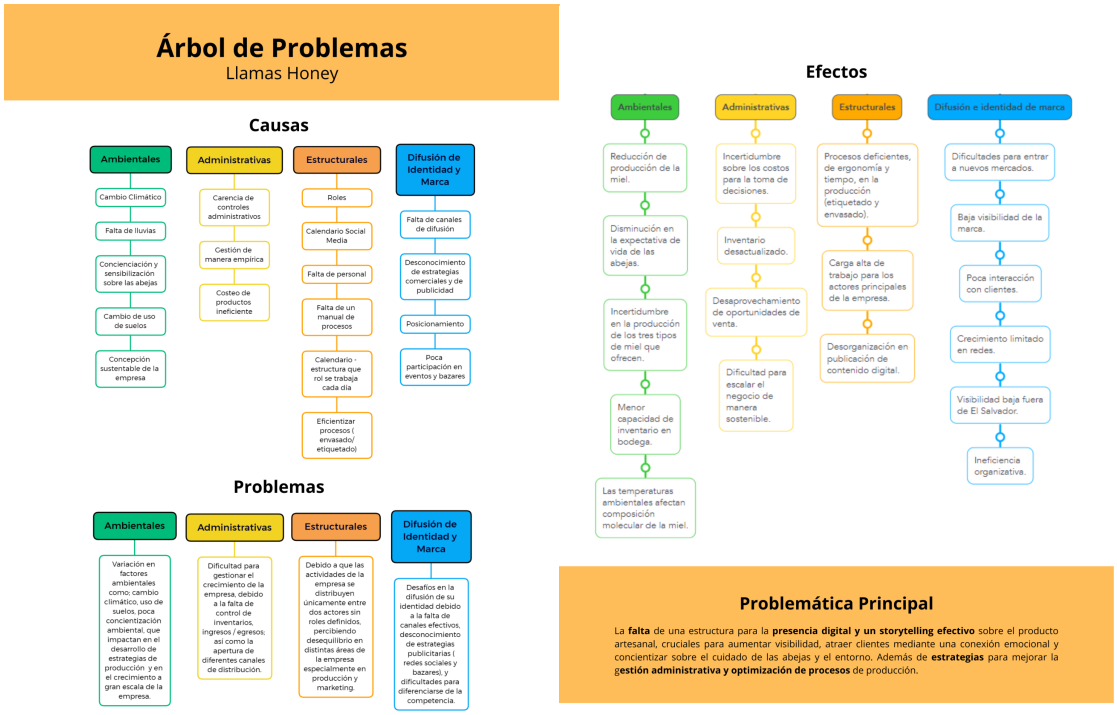


Imagen 19 y 20. Árbol de problemas

Si bien Llamas Honey ha experimentado un avance significativo y se han realizado algunos ajustes organizativos durante acompañamientos anteriores de PAP, aún no se ha logrado una transformación completa de las prácticas por parte de los propietarios hacia una identidad corporativa integral. Esta situación resulta en una identidad empresarial incompleta y/o limitada. Por lo tanto, se hace necesario, además de abordar las necesidades operativas y estratégicas, definir un perfil emprendedor que incluya una revisión exhaustiva de la identidad corporativa.

Se ha completado la realización de un análisis FODA actualizado que ha permitido identificar de manera precisa las necesidades actuales, con base a los resultados obtenidos en intervenciones anteriores de PAP.

FORTALEZAS:

Elaboración de productos naturales:

- Utilización de insumos naturales, ya que no se les agrega nada extra para comercializarlas.
- Utilización de insumos regionales, que permite un menor costo de inversión.

Contar con distintas zonas de cultivo:

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

Disposición para adoptar nuevas estrategias:

- Poco a poco se han ido adentrando a la venta en línea mediante redes sociales.
- Han ido comprando herramientas que permitan dicha expansión.
- Marily maneja de buena manera las redes sociales y ya tiene algo de experiencia para generar ventas y publicidad desde ahí.

Empresa familiar:

- Confianza dentro de la organización.
- Comunicación práctica.

Conocimiento y habilidades requeridas:

- Cuentan con el *know how* y la experiencia del negocio.
- Manejo las redes sociales e imagen de los productos.
- Facilidad para desarrollar nuevos productos derivados.

Infraestructura:

- Maquinaria, recursos (disponibilidad de colmenas) y espacios destinados a procesos productivos.
- La empresa cuenta con registros de marcas ya institucionalizados.

OPORTUNIDADES:

Mercado de la miel en aumento:

- La producción mundial de miel de abeja ha experimentado un aumento significativo, llegando a alcanzar los máximos históricos en comercio total (USDA, 2017).
- La industria de la apicultura es una de las principales actividades pecuarias generadora de empleos, ingresos y divisas para los productores rurales.

Crecimiento de transacciones en línea:

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

Mayor conciencia ecológica de la sociedad:

- Según el INEGI la población mexicana ha tenido más conciencia en el ahorro de agua.
- Se redujeron los porcentajes de personas que usan leña para calefacción y cocina.
- Además, el 47% de los hogares separa la basura.
- El 70% de las personas son más conscientes ahora que antes de la COVID-19 de que la actividad humana amenaza el clima y que la degradación ambiental puede amenazar a los humanos.
- Las personas buscan productos orgánicos.

La pandemia aumentó el consumo de miel:

- Según datos de la Red de Tiendas Mundo Rural de INDAP, el producto más vendido en sus locales desde el inicio de la pandemia de Covid-19 ha sido por lejos la miel.
- México está en el puesto 11 de exportadores de miel natural en el mundo con un valor exportado total de 51.339 miles de USD (Trade Map, 2023).
- La miel mexicana es la favorita de mercados como el europeo y el arábico.

Potenciales clientes

- Existen clientes potenciales como las empresas tequileras en la zona.
- Otros clientes como reposteros, chefs…
- Una amplia existencia de tiendas naturistas en la Zona Metropolitana.
- Contactos con alumnos, maestros y personal administrativo del ITESO para asegurar la venta y promoción de productos y servicios.
- Clientes en línea a través de redes sociales por envíos.
- Una amplia variedad de delicatessen en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Apoyo de instituciones y fundaciones sin fines de lucro:

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

DEBILIDADES:

Falta de identidad emprendedora:

- No contar con una visión de negocio autogestivo.
- No contar con una visión emprendedora de negocio.
- Continuar con una forma administrativa orgánica y no con visión empresarial.

Operaciones diarias con base en conocimiento empírico:

- Área de la empresa como finanzas y administración no son atendidas
- Dificultades en administración de finanzas sanas en la empresa.

Falta de un sistema de distribución de trabajos específicos:

- Falta de transporte adecuado para la movilización de las colmenas.
- No cuentan con inventario.
- NO cuentan con un sistema de roles de trabajo dentro de la empresa.

Falta de identificación, tipificación y clasificación de puntos de venta y clientes:

- No hay claridad y orden en la identificación de puntos de venta.
- No existe un análisis de cliente y de puntos de venta.
- No hay estrategias comerciales definidas.
- No se han tratado nuevos canales de distribución.
- Falta de seguimiento en atención a clientes.
- Falta un análisis de sus clientes de oro.
- Falta de análisis de costos.

Falta de estrategias de marca:

- Poco posicionamiento de la marca en zonas externas a las locales.
- Poca difusión de la marca.

- Actualización de etiquetado y empaquetado.

Diversificación de productos:

- Se ha tenido una diversificación de productos tan amplia que disminuye la atención y cuidado a los productos estrella.
- Dejar que el cliente determine a capricho el diseño de los productos.

Falta de personal para abarcar todas las áreas y necesidades:

- Dos personas se tienen que encargar de los ámbitos administrativos, producción (apicultura, envasado y etiquetado), redes sociales, canales de distribución, etc.
- Determinación de una organización financiera que permita la contratación de personal.

AMENAZAS:

Fluctuaciones de mercado:

- Periodos de estacionalidad detectados en noviembre y diciembre incremento.

Red de envíos a toda la República Mexicana:

- Aumento de un 25 - 30% en costos logísticos a nivel nacional en los últimos 3 años.
- La única paquetería con menor costo de envío no permite el manejo de fluidos, ni frascos de cristal.

Mercado competitivo por mieles industriales:

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

Incremento en el uso de pesticidas:

- Estudios revelan que las colmenas expuestas a ciertos pesticidas decrecen en un 24%.
- Los pesticidas afectan a las abejas en agitación, espasmos, temblores y parálisis.

Incremento de deforestación de la zona por cultivo de agave:

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

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

- El incremento en la temperatura global afecta altamente a las abejas.
- La contaminación del aire afecta a los insectos.
- La pérdida de flores endémicas por causas de efectos agrícolas también afecta a la abeja.
- Sin lluvia no hay plantas, sin plantas no hay polen.
- El número de lluvia ha ido a la baja en los últimos años en la región.
- Los daños ambientales al estado de Jalisco han sido enormes.
- El agave, aguacate, berries y caña de azúcar son las plantaciones con mayores impactos ambientales en Jalisco.

Aumento del precio de los insumos:

- La tendencia del mercado en la utilización de insumos para procesos productivos genera un aumento natural por la inflación.
- Se genera un mayor costo de empaque o fabricación.

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

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

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

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

Mucha competencia en el mismo sector:

- Actualmente hay alrededor de 43 mil apicultores en todo el país, registrados en 508 asociaciones ganaderas especializadas en apicultura. (gob.mx)
- Existen empresas bien posicionadas que venden miel y productos derivados de la misma, como el caso de Abeja Reyna.

- También hay empresas con mayor número de ventas que son conocidas por su bajo precio en mieles y donde la calidad no está asegurada.

Si bien el FODA inicial antes presentado contenía muchos elementos considerados importantes, se realizó un resumen para el manejo con los líderes emprendedores quedando de esta manera el esquema que fue tomado como referencia:

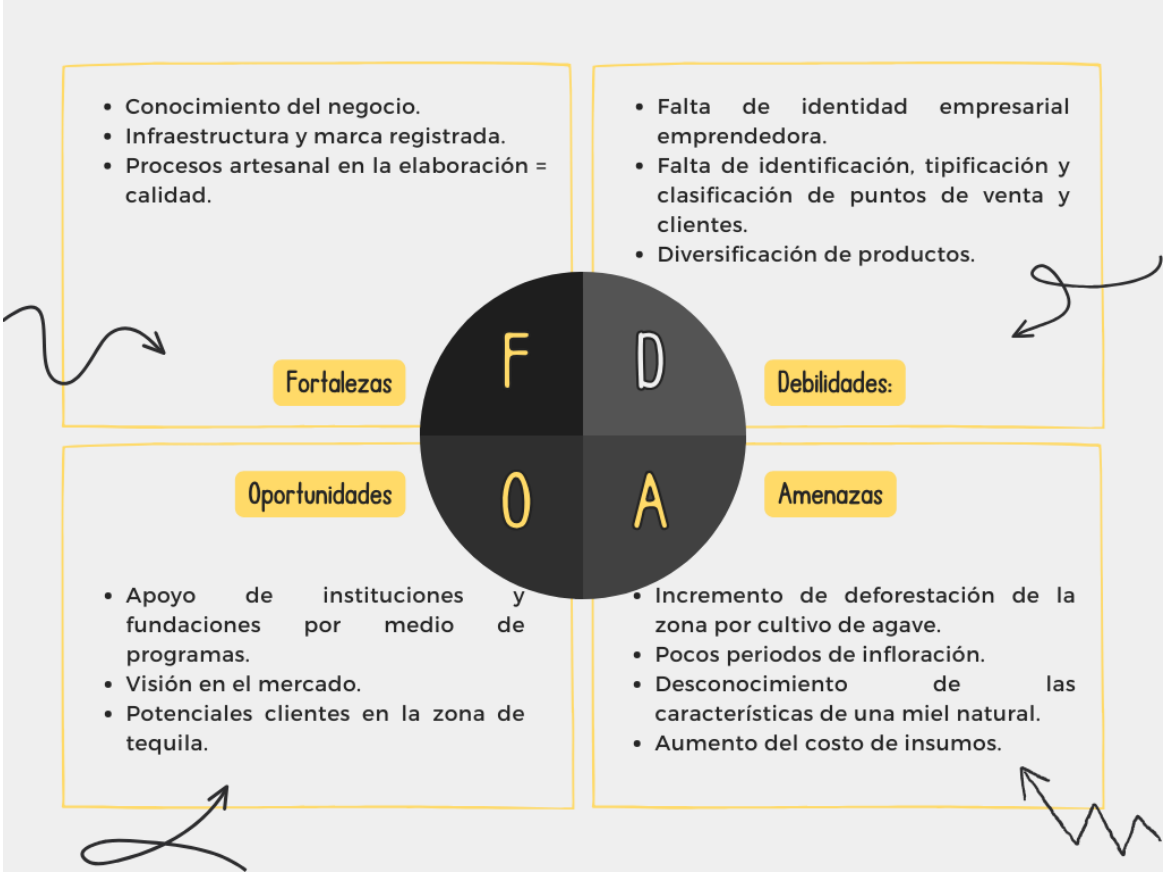


Imagen 21. FODA

El FODA creado el semestre Otoño 2023, es considerado importante y relevante tanto para el semestre Verano 2024 como para los próximos.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Maximiliano González, otoño 2024

Ashley González, otoño 2024

Naomi Nakakawa, primavera 2024

Mariana Vázquez, verano 2024

Plan de trabajo

Se determinó y diseñó una propuesta de trabajo durante el periodo de verano 2024, enfocados en 6 ejes para lograr cumplir con la meta definida, esto se obtuvo del plan de trabajo presentado con anterioridad.

Llamas Honey Bees

Problemática: La falta de una estructura para la presencia digital y un storytelling efectivo sobre el producto artesanal, cruciales para aumentar visibilidad, atraer clientes mediante una conexión emocional y concientizar sobre el cuidado de las abejas y el entorno. Además de estrategias para mejorar la gestión administrativa y optimización de procesos de producción.

OBJETIVO	META	ACTIVIDAD	PRODUCTO(S)	RECURSOS	VALIDACIÓN	TIEMPO	SEGUIMIENTO/EVALUACIÓN	RESPONSABLE	PRIORIZAR
Incrementar la presencia y el reconocimiento de la marca en redes sociales clave (Instagram, Facebook y WhatsApp)	Crecimiento en Redes Sociales, más seguidores, incremento de ventas de producto a través de estas plataformas	Desarrollar una estrategia de contenido para redes sociales.	Calendario de publicaciones, guías de estilo para cada red social.	Herramientas de gestión de redes sociales, software de diseño gráfico, workshop crecimeinto digital	Marily	Al final del verano	Que mejore la visibilidad de la marca en redes sociales y se logre un aumento en interacción con los usuarios que sigan o lleguen a visitar las cuentas de Llamas Honey.	Isabella y Cristo	2
	Conseguir un influencer que haga menciones de la marca	Realizar una campaña en la que se le mandaría una muestra de miel y haga algunas historias hablando del producto	Lograr la colaboración y alcanzar a 400 seguidores en Instagram	Historia/publicación con influencer, nuestros productos	Marily	Al final del verano	Que Marily tenga un buen manejo de las redes sociales en el caso de que el influencer si atraiga potenciales clientes y nuevos seguidores.	Ana Isabel y María José	1
	Storytelling del producto para dar a conocer el producto , el proceso de producción, la historia de Marily y Herasmo	Desarrollo de contenido en el que se observe el proceso y trabajo detrás del producto. (implicaciones ambientales, no?)	Videos, fotografías, Reels, graficos, publicaciones en redes	Equipo audiovisual, softwares de edición, voice note Marily contando más sobre su historia	Marily	Al final del verano	Complementar el repositorio de imágenes con más fotos de Herasmo y de Marily trabajando para fortalecer la imagen de marca artesanal.	Isabella y Cristo	1
Ampliar los canales de distribución para la venta de los productos	Encontrar bazares, delicatessen y mercados en la ZMG	Buscar bazares, delicatessen y mercados	Listado de lugares, fechas y precios en donde nos podamos presentar	Internet y teléfono	Marily	Al final del verano	Seguimiento en Otoño 2024, apartar espacios.	Ana Isabel y María José	1
	Distribución de los productos en plataformas de comercio en línea como Amazon	Análisis de mercado y empresa para poder desarrollar un plan para integrar a la empresa en un e-commerce	Manual con especificaciones para llevarlo a cabo y el producto ya en la plataforma	Curso, aplicaciones	Marily	Al final del verano	Seguimiento en Otoño 2024, ver si queremos seguir en la plataforma o si lo quitamos y esperamos	Ana Isabel	1
Desarrollar un plan estratégico de crecimiento enfocado principalmente en las áreas de finanzas, ventas y mercadotecnia.	Desarrollar y diseñar plantillas personalizadas, así como investigar aplicaciones de finanzas personales, para facilitar la administración de ingresos y egresos y la gestión de la cartera de clientes.	Investigar diversas plataformas de finanzas personales enfocadas en la gestión de ingresos y egresos, analizando las características, ventajas y desventajas de cada una.	Presentación y capacitación sobre el uso de la plataforma.	Plataformas de diseño, excel, hojas, papel, plumones.	Marily	Al final del verano	Se recibirán comentarios y retroalimentaciones de Marily. Además, se brindará acompañamiento para el uso de las plantillas o aplicaciones.	Ilian y Mariana	1
		Crear una plantilla que funcione para gestionar una cartera de clientes.	Plantilla de clientes.	Plataformas de diseño, excel, hojas, papel, plumones.	Marily	Al final del verano		Ilian y Mariana	1
	Contar con un repositorio de cursos, videos y podcasts que facilite el aprendizaje en diversas disciplinas, contribuyendo así al desarrollo principalmente de las áreas de mercadotecnia y administración.	Crear un repositorio digital que reúna diversas fuentes de información y proporcione enlaces a cada una de ellas.	Repositorio con las opciones propuestas.	Google Docs o Canva, más las plataformas de los recursos seleccionados.	Marily	Al final del verano	Actualizaciones de los cursos y enlaces del repositorio	Isabella, Ana Isabel, María José, Cristo, Carlos, José, Mariana, Ilian	1,5
Reforzar el sistema Odoo, en un medio eficiente de control de inventario	Consolidar la gestión del inventario en la plataforma Odoo	Instruir y a manejar el inventario dentro de odoo, para que puedan llegar a ser independientes	Inventario actualizado conforme a ventas o produccion	Acceso a plataforma Odoo y hojas de excel o calculo (si es necesario)	Herasmo y Marily	Al final del verano	Se plantea que a mediados de verano se haga un seguimiento del inventario para que a finales de verano se logre el objetivo de captar lo necesario dentro de odoo	Vargas y Carlos Cortes	1,5
	Proporcionar opciones de dispositivos móviles que le permita a Marily y Herasmo realizar la administración de Llamas mediante Odoo, así como las demás actividades de su día a día.	Identificar los requerimientos mínimos del dispositivo móvil y sobre esa información proporcionar opciones que cumplan con estos.	Cotizaciones de distitnos dispositivos móviles	Internet	Herasmo y Marily	Al final del verano	Marily y Herasmo eligan la mejor opción de acuerdo a su presupuesto	Carlos Cortes	2
Actualizar y mejorar la calidad visual del catálogo de productos	Cátalogo de productos actualizado y atractivo visualmente	Implementar una nueva estructura de catálogo, que conlleva actualizar y mejorar el diseño, generando posibles cambios en jerarquías, tipografía, precios, información de producto y elementos interactivos.	Catálogo comercial y de ventas, con precios diferenciados para los clientes y detalladas especificaciones de los productos.	Desarrollo de diseño grafico, fotografias e informacion tecnica de cada producto	Herasmo y Marily	Al final del verano	El catalogo se pondra a puebra en Otoño 2024, para dar validacion y funcion.	Jose	1,5
Proponer una base arquitectonica	Tener planos de bodega y/o de instalaciones, para la optimizacion de futuros trabajos	Elaborar levantamiento de areas por medio de visitas de campo, para tener planos arquitectonicos, distribuciones de las áreas y noción del area laboral.	Plano arquitectonico, fichas tecnicas y recomendaciones	Hojas de papel, autocad, computadora, planos	Herasmo y Marily	Al final del verano	Presentar los planos o avances arquitectónicos a Herasmo y Marily a finales de verano 2024. para que se pueda tener a la mano los planos de bodega y área de trabajo para futuras adecuaciones o instalaciones en siguientes PAPS a partir de la base presentada este verano 2024	Vargas y Jose	1

Tabla 4. Plan de trabajo.

Para el seguimiento de estos ejes se diseñaron diversas actividades para el cumplimiento de la meta determinada, estas pueden ser vistas en el siguiente apartado del desarrollo de las propuestas.

1.5. Desarrollo de las propuestas de mejora

Propuesta de Mejora: Incrementar la presencia y el reconocimiento de la marca en redes sociales clave (Instagram, Facebook y WhatsApp)

Meta 1: Crecimiento en Redes Sociales, más seguidores, incremento de ventas de producto a través de estas plataformas

Actividades:

1. Investigación de desarrollo para redes sociales (12 Junio)
2. Reunión de presentación de propuestas con Marily (13 Junio)
3. Presentación de curso intensivo sobre cómo crecer una comunidad leal en redes sociales, sin invertir un centavo; y vender tu producto, lifestyle o servicio eficientemente. Por Daniela Schulz.

https://danischulzinc.mykajabi.com/products/the-quickie-ultima-edicion

   - 4 clases intensivas pregrabadas con acceso ilimitado a ellas.
   - Workbook
4. Visita en campo, contestar workbook con Marily (20 Junio)
5. Preparar plantilla dígital (21 Junio - 25 Junio)
6. Preparar Post - Caption para Instagram (29 Junio - 01 Julio)
7. Investigación sobre la audiencia objetivo, Buyer persona (30 Julio)
8. Investigación sobre la competencia (30 Julio)
9. Junta presencial con Marily : (3 Julio)
   - Presentación de plantilla para redes sociales
   - Presentación de Post para Instagram
   - Presentación investigación competencia - audiencia objetivo - Buyer persona
10. Grabar software diseño gráfico - creación de Reels - videos (4 Julio)
11. Asesoría con Marily uso de Software diseño gráfico (4 - 5 Julio)

Meta 2: Conseguir un influencer que haga menciones de la marca

Actividades:

1. Primer contacto con influencer (3 junio)
2. Renombramiento de fotos en carpeta PAP primavera 2024 (10 junio)
3. Selección de fotos para mandar al influencer (12 junio)
4. Segundo contacto con el influencer (12 junio)

5. Estrategia para influencer y escrito para que conozca la empresa (13 junio)
6. Seleccionar los productos que creamos convenientes para que el influencer promocione en sus redes (miel de mezquite, polen y propóleo). (13 junio)
7. Aprobación de Marily sobre el texto y productos. (18 junio)
8. Obtener los productos (ir a El Salvador). (20 junio)
9. Mandar texto al influencer. (24 junio)
10. Entregar productos a influencer. (01 julio)
11. Historia de influencer. (02 julio)
12. Análisis de resultados a partir de las historias. (5 julio)

Meta 3: Storytelling del producto para dar a conocer el producto, el proceso de producción, y la historia de Marily y Herasmo

Actividades:

1. Consultar repositorio de fotografías y videos de periodos PAP anteriores para ver material existente. (26 mayo)
2. Solicitar acceso al almacén de LABCAA. (17 junio)
3. Reservación de material para salida de campo con LABCAA. (18 junio)
4. Recoger material para la salida de campo y avisar a Marily sobre fotografías. (19 junio)
5. Registro de imagen, video y sonido en El Salvador. (20 junio)
6. Regresar equipo a LABCAA. (20 junio).
7. Revisión y selección de material capturado para editar. (21 junio)
8. Edición de material. (21 junio- 29 junio)

Propuesta de Mejora: Ampliar los canales de distribución para la venta de los productos

Meta 1: Encontrar bazares, delicatessen y mercados en la ZMG

Actividades:

1. Investigación de bazares en ZMG (30 mayo)
2. Comunicación con bazares y mercados. (27 junio)
3. Creación de documento con bazares, mercados y delicatessen. (01 julio)

4. Análisis para ver cuánto se necesita vender para hacer utilidad en los bazares. (04 julio)

Meta 2: Distribución de los productos en plataformas de comercio en línea como Amazon
Actividades:

1. Definir productos para subir a plataforma (miel mezquite). (10 junio)
2. Aprobación de Marily para subir productos. (13 junio)
3. Selección de plataforma de venta (Mercado Libre). (17 junio)
4. Creación de tarjeta de agradecimiento para ventas. (19 junio)
5. Creación de cuenta para ventas. (03 julio)
6. Publicación del producto dentro de la plataforma. (05 julio)
7. Creación de documento con especificaciones para vender en Mercado Libre. (08 julio)

Propuesta de Mejora: Desarrollar un plan estratégico de crecimiento enfocado principalmente en las áreas de finanzas, ventas y mercadotecnia

Meta 1: Investigar aplicaciones de finanzas personales, para facilitar la administración de ingresos y egresos y la gestión de la cartera de clientes
Actividades:

1. Investigación de aplicaciones financieras para dispositivos móviles. (12 Junio)
2. Reunión de presentación de propuestas con Marily. (13 Junio)
3. Investigación de las funciones de Whatsapp Business. (13 Junio)
4. Visita en campo; retroalimentación de la aplicación “Monefy”; presentación de las funciones de Whatsapp Business. (20 Junio)
5. Marily organizó e hizo uso de la aplicación de Whatsapp Business; publicó la descripción de Llamas Honey y su catálogo de productos. (26 Junio)

Meta 2: Contar con un repositorio de cursos, videos y podcasts que facilite el aprendizaje en diversas disciplinas, contribuyendo así al desarrollo principalmente de las áreas de mercadotecnia y administración
Actividades:

1. Planeación de la plantilla del repositorio. (12 Junio)
2. Diseño del repositorio en la plataforma Canva. (13 Junio)
3. Investigación de cursos, podcasts, videos de distintas disciplinas. (13 Junio)
4. Selección de los recursos que pueden ser útiles a Marily y Herasmo. (18 Junio)
5. Visita en campo; presentación y recibir validación de la propuesta del repositorio en Canva. (20 Junio)
6. Avance del repositorio. (24 Junio)

Propuesta de Mejora: Reforzar el sistema Odoo, en un medio eficiente de control de inventario

Meta 1: Consolidar la gestión del inventario en la plataforma Odoo

Actividades:

1. Consultar con Herasmo y Marily sobre su experiencia con la aplicación Odoo. (3 de Mayo)
2. Explorar la plataforma de Odoo. (4 de Mayo)
3. Analizar la posibilidad de acceder a la versión premium. (10 de Junio)
4. Solucionar los problemas de acceso en el dispositivo de Marily. (28 de Junio)
5. Actualizar la plataforma. (1 de Julio)
6. Mostrar a Marily los tutoriales para acceder a las necesidades solicitadas. (5 de Julio)

Meta 2: Proporcionar opciones de dispositivos móviles que permita realizar la administración de Llamas mediante Odoo.

Actividades:

7. Evaluar las especificaciones técnicas necesarias para que las aplicaciones que requieran Llamas Honey y Mary Kay funcionen adecuadamente en el dispositivo móvil de Marily. (12 Junio)
8. Revisar y documentar las especificaciones técnicas y el rendimiento del dispositivo móvil actual de Marily. (12 Junio)
9. Investigar y seleccionar dispositivos móviles económicos de tres marcas diferentes que cumplan con las especificaciones técnicas requeridas. (13 Junio)

10. Comparar y analizar los dispositivos listados para identificar aquellos que ofrecen un rendimiento óptimo y cumplen con todas las necesidades de Marily. (13 Junio)
11. Crear una presentación visualmente atractiva y fácil de entender que explique el proceso seguido y las opciones seleccionadas para Marily. (13 Junio)
12. Presentar a Marily el producto visual. (28 de Junio)

Propuesta de Mejora: Actualizar y mejorar la calidad visual del catálogo de productos

Meta 1: Catálogo de productos actualizado y atractivo visualmente

Actividades:

1. Se realizó la selección de objetivos para el desarrollo de trabajos.
2. Se realizó y se presentó una guía de trabajo para el desarrollo del nuevo catálogo, se dividió en dos semanas, la primera semana fue de investigación y recopilación de recursos gráficos. (10 - 17 junio)
3. La intención de la primera semana era conocer las competencias, mercados, tendencias, buscar diferenciadores claves e iniciar con la digitalización de un nuevo formato para el catálogo. (17 - 24 Junio)
4. Se planificó lo necesario para completar el catálogo: información de productos (entrevista), recursos gráficos (fotografías) y ver qué más hacía falta. (19 junio)
5. Tuve la entrevista con Marily con la intención de recopilar información actual sobre los productos, al igual que saber los beneficios, precios, presentaciones y diferenciadores. (20 junio)
6. Se completó el catálogo con la información que hacía falta, se actualizaron precios, cambios de recursos gráficos y se presentaron los avances. (24 junio)
7. Se dio por terminado el catálogo, aunque faltaban detalles como menores. (27 junio)
8. Se realizaron pruebas de impresión, para implementar posibles cambios. (4 julio)

Propuesta de Mejora: Proponer una base arquitectónica

Meta 1: Tener los planos de la bodega y casa, con sus instalaciones para la optimización de los procesos de trabajo.

Actividades:

- Realizar cronograma de actividades (18-19 junio)

- Empezar con preparativos y cuestionarios para erasmo y marily (19 de junio)
- Tomar medidas de cada unas de las áreas a investigar (en campo) (20 de junio)
- Realizar preguntas en caso de ser necesario acorde a funcionamientos, instalaciones y áreas de trabajo (20 de junio)
- Proceder con el levantamiento virtual de la bodega y posteriormente la casa (21-25 junio)
- Dibujo de planos arquitectos e instalaciones de bodega (25 de junio)
- Detallar Dibujos y presentar avances de bodega'(25 a 30 de junio)
- Empezar con el levantamiento virtual de la casa y sus instalaciones (30 junio a 3 de julio)
- Realizar la cotización de los centros de carga. (3-4 julio)

Bitácora de clase

1. Reunión con Marily y Herasmo de su perspectiva actual (30 de Mayo)
2. Trabajo en el árbol de problemas (01 al 04 de Junio)
3. Presentación del árbol de problemas al equipo PAP (05 de Junio)
4. Diseño del plan de trabajo de verano 2024 y avances del RPAP (05 de Junio)
5. Presentación del plan de trabajo y árbol de problemas a Marily y Herasmo (06 de Junio)
6. Limpieza, diseño y construcción del RPAP (10 de Junio)
7. Actividad de trabajo en equipo e integración del grupo (17 de Junio)
8. Planeación del cronograma para la visita a campo (19 de Junio)
9. Visita en campo (20 de Junio)
10. Avances de los objetivos Verano 2024. (24 de Junio)
11. Participación en Focus Group; organizado por el equipo de Comunicación. (26 de Junio)
12. Reunión virtual con Marily y Herasmo para presentación de avances de cada propuesta de mejora, por problemas técnicos, no se llevó a cabo la reunión. (27 de Junio)
13. Trabajo en la presentación PAP (27 de Junio)

14. Reunión con todos los proyectos PAP para exposición de avances y presentación PAP (01 de Julio)
15. Trabajo en RPAP y presentación final. (03 y 04 de Julio)
16. Ensayo de presentación de todos los equipos en el salón P-406. (08 de Julio)
17. Revisión general y pre-entrega. (10 de Julio)
18. Presentación final PAP. (11 de Julio)

1.6 Valoración de productos, resultados e impactos

Objetivo General:

Desarrollar y establecer una estructura sólida para la presencia digital y un storytelling efectivo, con el fin de aumentar la visibilidad a través de una conexión emocional. Además, implementar estrategias para mejorar la gestión administrativa y optimizar los procesos de producción, asegurando el crecimiento sostenible y eficiente del emprendimiento.

- **OBJETIVO 1: Incrementar la presencia y el reconocimiento de la marca en redes sociales clave (Instagram, Facebook y Whatsapp)**

METAS:

1. Crecimiento en redes sociales, más seguidores, incremento de ventas de producto a través de estas plataformas.
2. Conseguir un influencer que haga menciones de la marca.
3. Storytelling del producto para dar a conocer el producto , el proceso de producción, la historia de Marily y Herasmo.

Actividades programadas:

- Desarrollar una estrategia de contenido para redes sociales (plantilla mensual)
- Curso Online Crecimiento Digital
- Workbook del curso Online
- Curso Software para crear contenido con gráficos y crear videos - reels
- Realizar una campaña en la que se le mandaría una muestra de miel y haga algunas historias hablando del producto.
- Desarrollo de contenido en el que se observe el proceso y trabajo detrás del producto.

Entregables:

- Calendario de publicaciones, guías de estilo para cada red social.
- Lograr colaboración con influencer y alcanzar, por lo menos, los 400 seguidores en Instagram.
- Videos, fotografías, reels, gráficos y publicaciones para redes.
- Documento Análisis de competencia en redes sociales.
- Documento Segmentación de la audiencia objetivo.
- Documento Buyer persona.

- Video Curso Software para crear contenido con gráficos y crear videos - reels.

Resultados:

Post Instagram :

https://docs.google.com/document/d/12fdLmgI97lyYP_l5N301WiB91AmZ1o-R/edit?rtpof=true

Calendario Mensual Instagram:

https://docs.google.com/document/d/12fdLmgI97lyYP_l5N301WiB91AmZ1o-R/edit?rtpof=true

Documento Análisis de competencia en redes sociales

Documento Segmentación de la audiencia objetivo

Documento Buyer persona

https://iteso01.sharepoint.com/:w:/s/V2024PAP1N02PROYECTOSESTRATGICOSTEQUILA/EY-G61k4n-5DgYoa0POrc4oBUFUAHD8tE2-mVmy_gdzCZQ

Carpeta fotos Llamas Honey

https://iteso01-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/pablo_cristo_iteso_mx/EoIKvV4IWpxAjqabieWcsToBME1v5i69n36bOjaUuAECZw?e=F5EwIY

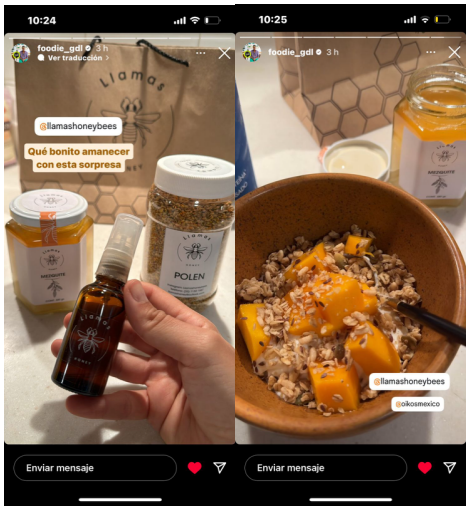
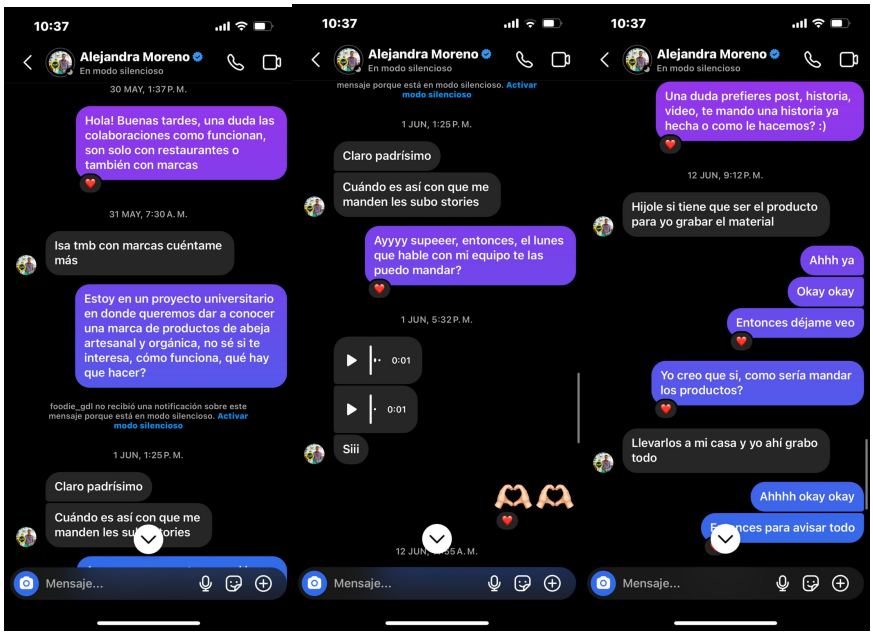
- 

Imagen 22 y 23. Historias influencer

- Esta publicación hizo que el número de seguidores aumentara a 355 al día 04 de julio del 2024, no logramos nuestro objetivo de llegar a 400 pero subió considerablemente.

Validación:

-



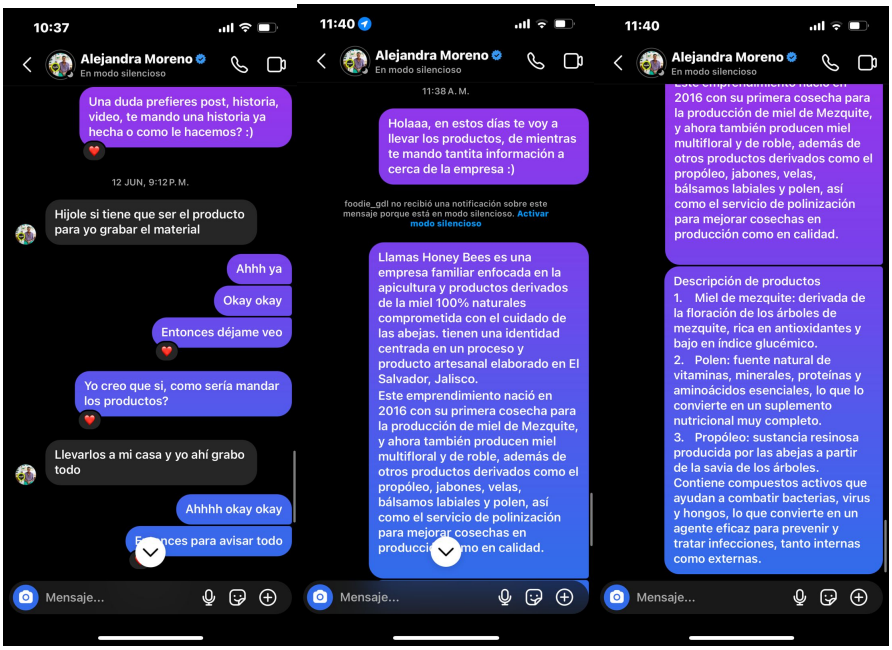
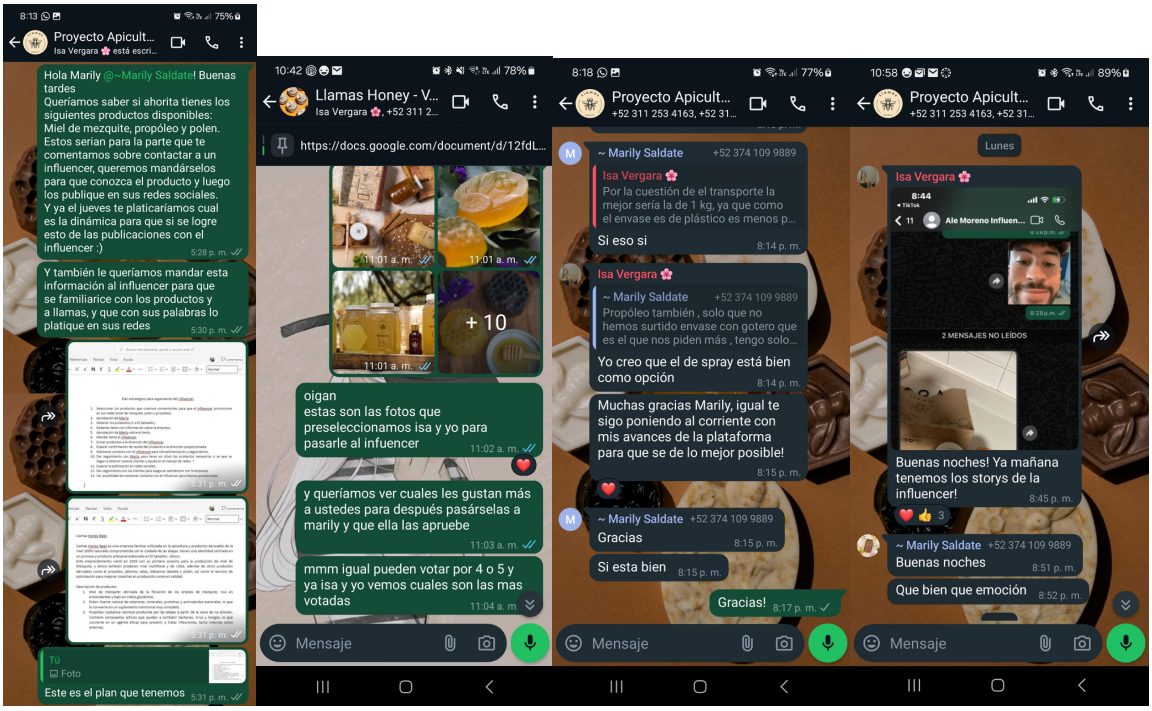


Imagen 24, 25, 26, 27, 28 y 29. Conversaciones influencer



30, 31, 32 y 33. Aprobación Marily sobre historias de influencer

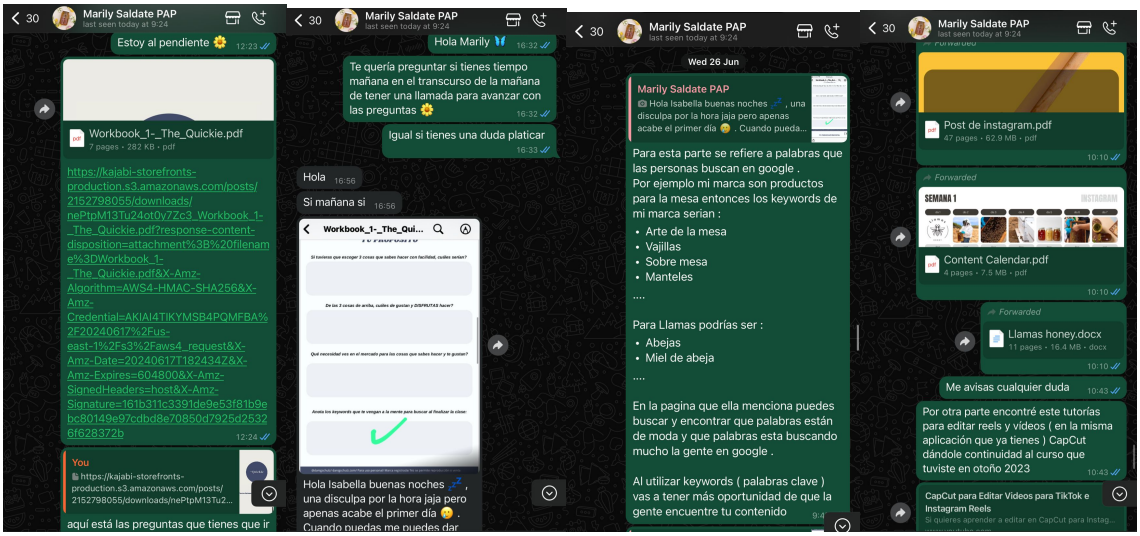


Imagen 34, 35, 36 y 37. Conversaciones Marily sobre workbook

- **OBJETIVO 2: Ampliar los canales de distribución para la venta de los productos**

METAS:

1. Encontrar bazares, delicatessen y mercados en la ZMG.
2. Distribución de los productos en plataformas de comercio en línea como Mercado

Libre.

Actividades programadas:

- Buscar bazares, delicatessen y mercados.
- Análisis de mercado y empresa para poder desarrollar un plan para integrar a la empresa en un e-commerce.
- Análisis de ventas para tener utilidad en bazares.

Entregable:

- Listado de lugares, fechas y precios en donde Llamas Honey se pueda presentar.
- Manual de especificaciones para llevar a cabo la integración de la empresa en e-commerce.

Resultados:

-

	NOMBRE	FECHAS	MEDIDAS (mt)	COSTOS	UBICACIÓN	NECESARIO VENDER PARA UTILIDAD
1	LA MIRILLA	3-4 AGO	1.30*1	$ 3.000,00	Av. Rubén Darío 2788, Providencia 4a. Secc, 44630 Guadalajara, Jal.	17
		5-6 OCT	1.80*1	$ 3.750,00		21
		7-8 DIC	2.40*1	$ 4.500,00		25
		14-15 DIC				
2	ITINERANTE	5-6 OCT	1.30*1	$ 2.750,00	Esq. Montevideo, Buenos Aires, Providencia 4a. Secc, 44639 Guadalajara, Jal.	16
		30-1 DIC	1.80*1	$ 3.250,00		19
		14-15 DIC	2.30*1	$ 3.850,00		22

Miel Mezquite

3	UTU	21-22 SEP 5-6 OCT 7-8 DIC 14-15 DIC	1.50*1.20	$ 2.200,00	Torres Rojas metropolitano	13
4	RAINBOW	26-27 OCT	1.20*1.50	$ 1.500,00	Jardín americana	9
5	PINK FESTIVALS	3-4 AGO	2*1.40	$ 2.200,00	Torres Rojas metropolitano	13
6	HAPPY	6-7 JUL	1.20*1	$ 850,00	Vía Libertad, calle colonias 221, col americana	5
7	WEEKEND	31-1 SEP	1.20*1.50 1.80*1.50 2.10*1.50	$ 1.400,00 $ 1.600,00 $ 2.100,00	Jardín americana	8 9 12
8	AGAPEA	23-ago	1.20*1.10 1.80*1.10	$ 550,00 $ 750,00	casa CEM, Av Chapultepec 376	4 5

Miel Mezquite

Tabla 5. Listado de bazares

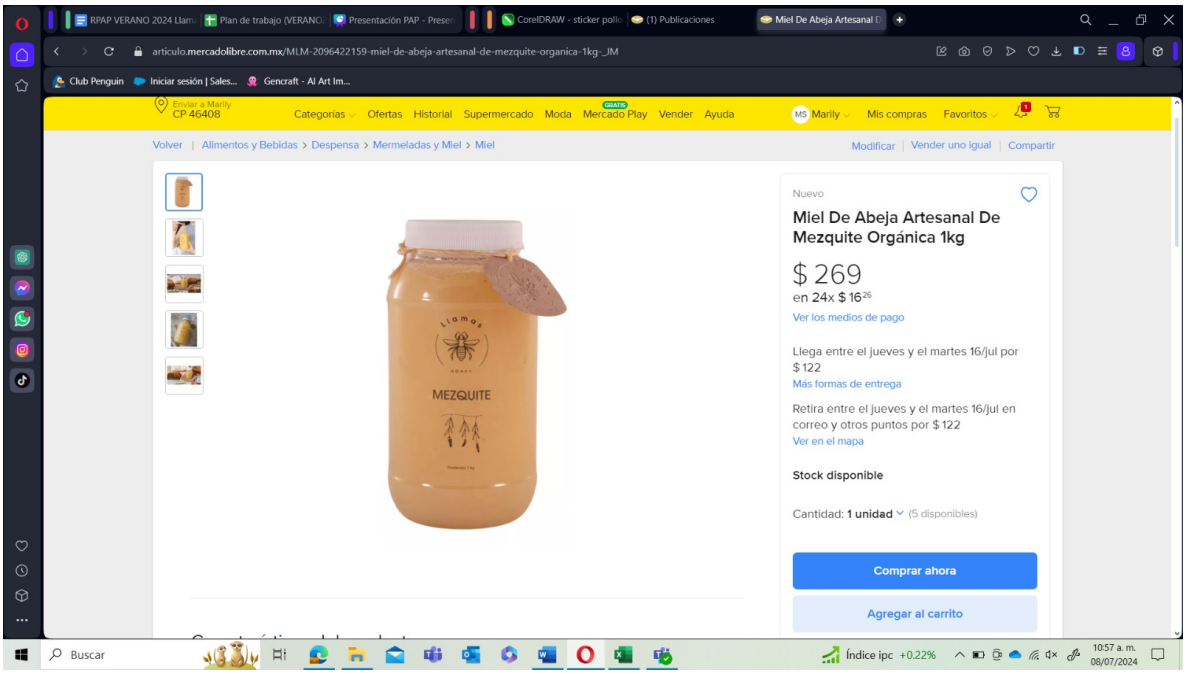


Imagen 38. Publicación Mercado Libre

Validación:

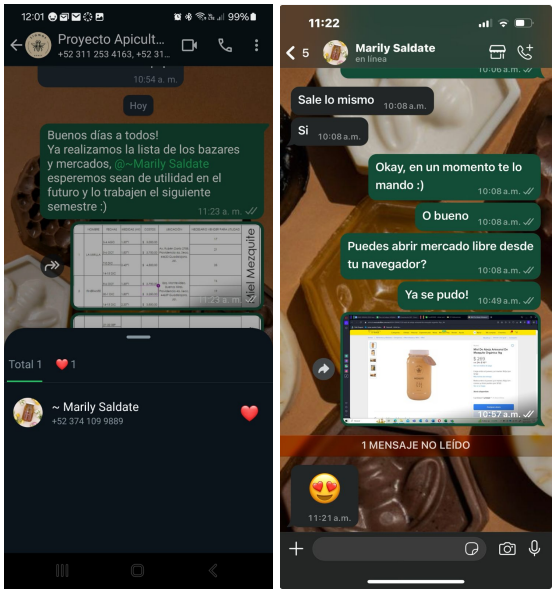
- 

Imagen 39 y 40. Validación Marily

- **OBJETIVO 3: Desarrollar un plan estratégico de crecimiento; enfocado principalmente en las áreas de finanzas, ventas y mercadotecnia**

METAS:

1. Investigar aplicaciones de finanzas personales, para facilitar la administración de ingresos y egresos y la gestión de la cartera de clientes.
2. Contar con un repositorio de cursos, videos y podcasts que facilite el aprendizaje en diversas disciplinas, contribuyendo así al desarrollo principalmente de las áreas de mercadotecnia y administración.

Actividades programadas:

- Investigar diversas plataformas de finanzas personales enfocadas en la gestión de ingresos y egresos, analizando las características, ventajas y desventajas de cada una.
- Investigar una plataforma que funcione para gestionar una cartera de clientes.
- Crear un repositorio digital que reúna diversas fuentes de información y proporcione enlaces a cada una de ellas.

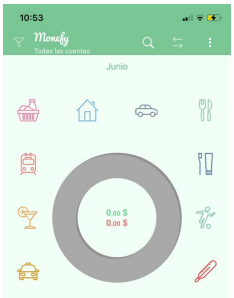
Entregables:

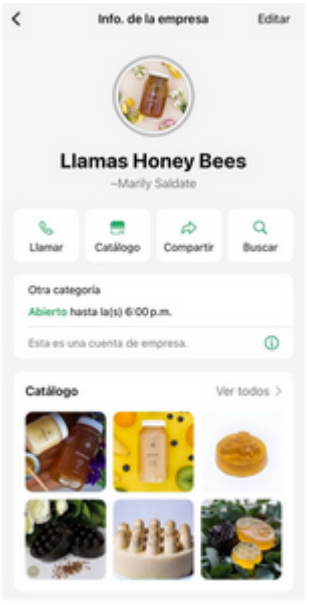
- Presentación y capacitación sobre uso de plataformas de finanzas.
- Presentación y capacitación sobre el uso de la plataforma para gestionar una cartera de clientes.
- Repositorio de información de diversas disciplinas de aprendizajes.

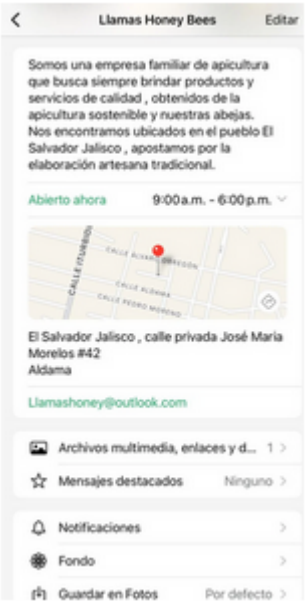
Resultados:

Propuesta 1° "Monefy"

- En una pantalla se pueden registrar tanto gastos como ingresos.
- Muestra de manera simple el balance mes con mes.
- Existe una versión gratuita.
- Antes de empezar a registrar operaciones se debe configurar el tipo de moneda.
- Las operaciones pueden ser diarias, semanales, etc.
- Permite registrar entradas de dinero, como los depósitos o pagos que se reciban.
- Puedes registrar los gastos por categoría como renta, gasolina, comida, entretenimiento, etc.
- La aplicación te permite seleccionar una categoría pre asignada de gasto respecto a donde debe irse ese egreso y podrás ver cómo proporciona el % en cada una de las secciones para saber qué tanto representan esos gastos en comparación con otros, o con el ingreso.
- Permite manejar un presupuesto.
- La versión gratuita permite tener un buen control de las finanzas sin tener que pagar. Pero la licencia Pro permite acceder a multimonedas, sincronización, entre otros.

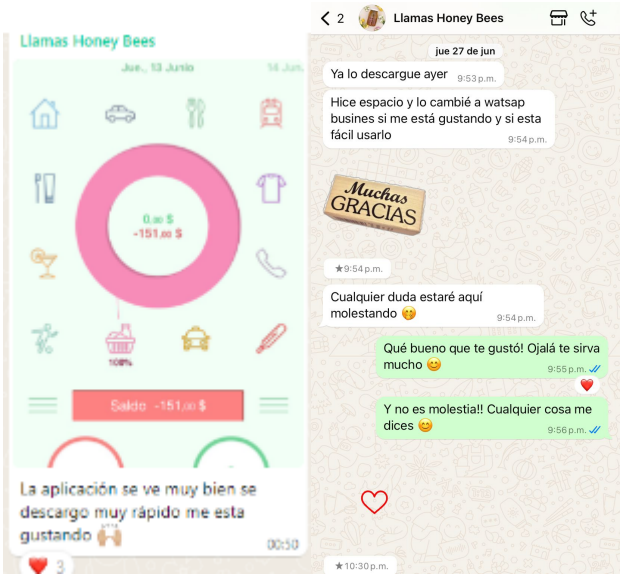








Validación:



- **OBJETIVO 4: Reforzar el sistema Odoo, en un medio eficiente de control de inventario**

METAS:

1. Consolidar la gestión del inventario en la plataforma Odoo.
2. Proporcionar opciones de dispositivos móviles que le permita a Marily y Herasmo realizar la administración de Llamas mediante Odoo, así como las demás actividades de su día a día.

Actividades programadas:

- Instruir y a manejar el inventario dentro de Odoo, para que puedan llegar a ser independientes.

- Identificar los requerimientos mínimos del dispositivo móvil y sobre esa información proporcionar opciones que cumplan con estos.

Entregables:

- Inventario actualizado conforme a ventas y producción.
- Plataforma Odoo actualizada.
- Repositorio de tutoriales para el dominio de Odoo.
- Cotizaciones de distintos dispositivos móviles que cumplan con las necesidades de Llamas Honey y Marily.

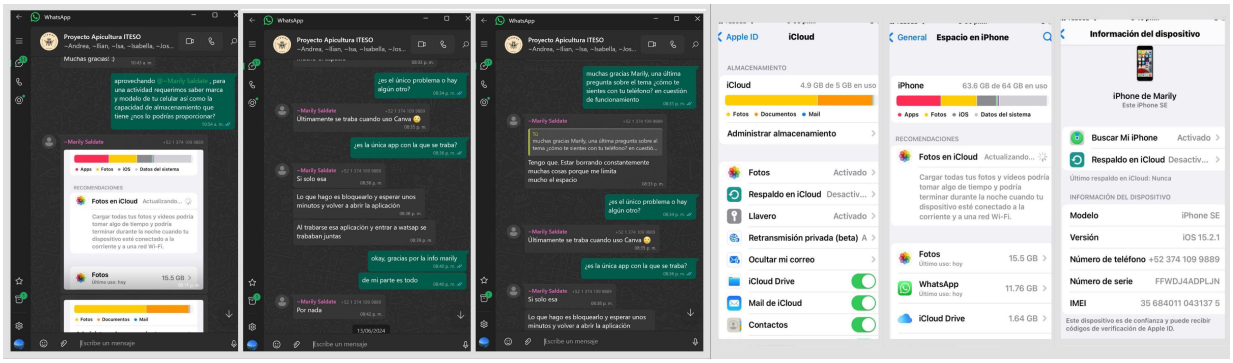
Resultados:

Característica	iPhone SE (3ª generación)	Samsung Galaxy A55 5G	OPPO Reno 11F	Motorola Edge 30	Xiaomi Poco X6 Pro 5G	Xiaomi Poco X5 Pro 5G
Imagen						
Precio	*$11,499.00*	*$7,399.00*	*$7,299.00*	*$6,499.00*	*$5,777.00*	*$4,236.00*
Sistema Operativo	iOS 15	Android 14	Android 14	Android 13	Android 13	Android 13
RAM	3GB	8GB	8GB	8GB	12GB	8GB
Almacenamiento	128GB	128GB	256GB	256GB	512GB	256GB
Pantalla	Retina HD LCD 4.7"	Super AMOLED 6.6"	AMOLED 6.7"	OLED de 6.55"	AMOLED 6.67"	AMOLED 6.67"
Cámara Trasera	12MP (wide)	50MP (wide) + 12MP (ultrawide) + 5MP (macro) + 2MP (depth)	64 MP+ 8MP + 2MP	50MP + 32MP	108MP (wide) + 8MP (ultrawide) + 2MP (macro)	108MP (wide) + 8MP (ultrawide) + 2MP (macro)
Batería	1821 mAh	5000 mAh	5000 mAh	5000 mAh	5000 mAh	5100 mAh
Sim	Dual	Dual	Dual	Dual	Dual	Dual
Link						

- Cotizaciones de distintos dispositivos móviles que cumplen con los requisitos técnicos para las actividades de Llamas Honey, así como para las actividades personales de Marily. Incluye las principales características de cada dispositivo y un enlace donde se puede ver información específica adicional.
- Se crearon un par de videos y se agregó acceso a guías, en el repositorio, paso a paso para que Marily pueda explorar el sistema a fondo.
- Se llevó a cabo una actualización técnica de la aplicación.
- No se lograron resolver los problemas de acceso de Marily en su dispositivo móvil. Se recomendó lo siguiente:
    1. Verificar la escritura correcta de las credenciales de acceso.
    2. Verificar la conexión de red.
    3. Actualizar la aplicación.
    4. Desinstalar e instalar de nuevo la aplicación.

Ninguno de estos pasos dio solución, por lo que el problema quedó pendiente.

Validación:



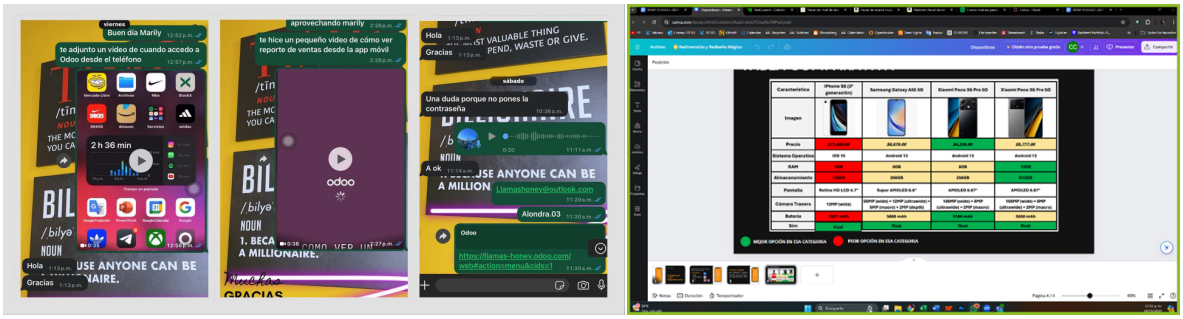


Imagen 49, 50, 51 y 52. Validación de Marily vía Whatsapp y Zoom.

- **OBJETIVO 5: Actualizar y mejorar la calidad visual del catálogo de productos**

METAS:

1. Catálogo de productos actualizado y atractivo visualmente.

Actividades programadas:

- Implementar una nueva estructura de catálogo, que conlleva actualizar y mejorar el diseño, generando posibles cambios en jerarquías, tipografía, precios, información de producto y elementos interactivos.

Entregables:

- Catálogo comercial y de ventas, con precios diferenciados para los clientes y detalladas especificaciones de los productos.

Resultados:

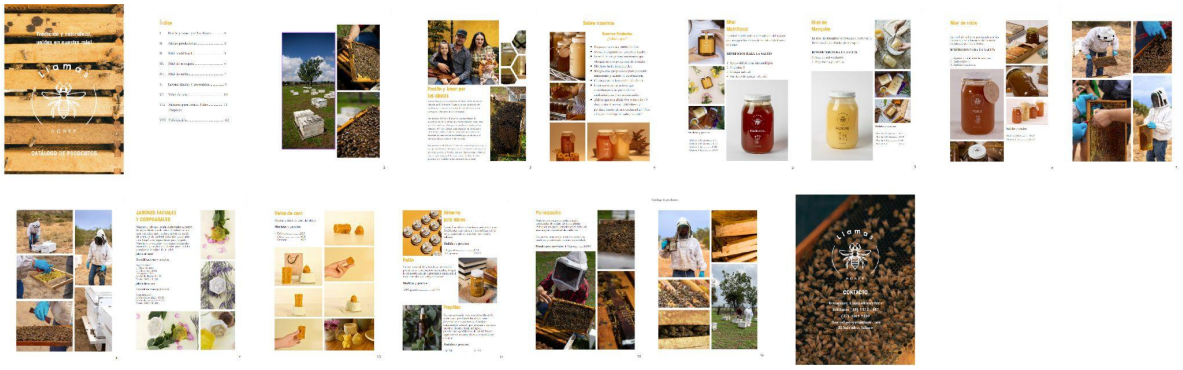


Imagen 53. Catálogo

Validación:

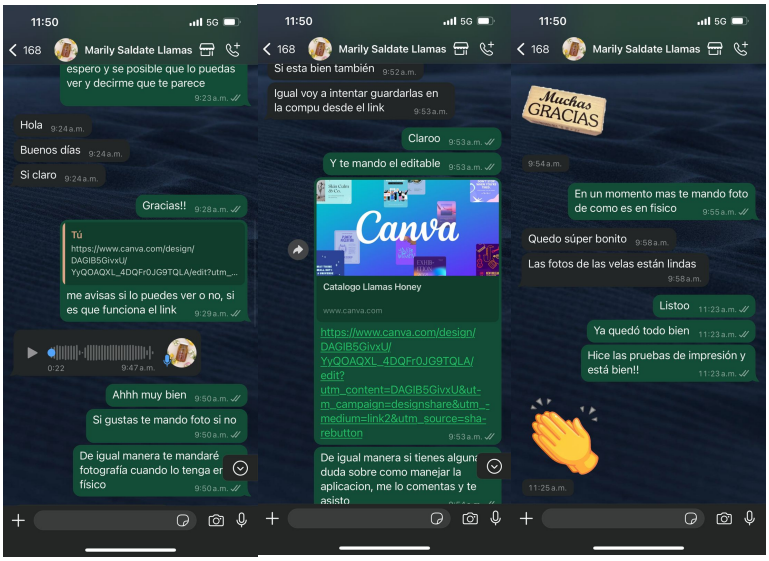


Imagen 54, 55, 56. Validación Marily

- **OBJETIVO 6: Proponer una base arquitectónica**

METAS:

1. Realizar los planos de la bodega y de la casa. Mientras que también se incluirán los planos de instalaciones , para la optimización de futuros trabajos. Buscando que cada área esté elaborada lo mejor posible, con diámetros de tuberías, direcciones/ flujos, equipos y calentadores solares. Mientras que al igual con los planos sanitarios y eléctricos.

Actividades programadas:

- Elaborar levantamiento de áreas por medio de visitas de campo, para tener planos arquitectónicos, distribuciones de las áreas y noción del área laboral.

Entregables:

- Se consideran como entregables los planos arquitectónicos con sus plantas, cortes y fachadas.
- Planos de instalaciones eléctricas (contactos y luminarias)
- Planos de instalaciones sanitarias
- Planos de instalaciones Hidráulicas
- Plano de instalación Pluvial

Resultados:

- Se logró completar los planos arquitectónicos, tanto los de la bodega como los de la casa. mientras que también se realizaron de manera efectiva los planos de instalaciones de ambas edificaciones. Y como un extra se entregó en formato 3D (Revit) la bodega y la casa.

Validación:

PROYECCIONES PARA OTOÑO 2024

1. Seguimiento con la inscripción en bazares, mercados o delicatessen.
2. Evaluar si está siendo fructífero el tener los productos en la plataforma de Mercado Libre.
3. Conseguir nuevas colaboraciones con influencers o mantener contacto con la misma.
4. Monitorear el uso de la aplicación “Monefy” para garantizar que se ingresen los datos de manera correcta y consistente.
5. Mantener comunicación con Marily para garantizar actualizaciones de la aplicación, y ajustando su catálogo a los cambios.
6. Establecer un “proceso” regular de revisión y actualización del contenido del repositorio para mantener la relevancia y precisión de la información.

7. Contactar con la franquicia Hortú, un supermercado ecológico que está por abrir una sucursal en Guadalajara, para explorar la posibilidad de ser proveedor de productos de miel y sus derivados. Hortú comercializa productos de la región o locales que tengan un impacto socio ambiental positivo, como es el caso de Llamas Honey Bees. (https://www.hortu.mx/pantallac/vende-tus-productos-en-hort-/40)

1.7. Bibliografía y otros recursos

- América, P. (2022, febrero 19). Todos los pueblos de México. Pueblos de México. Recopilado de: https://mexico.pueblosamerica.com/
- Gobierno de México. (n.d.). Historia e importancia de la apicultura - gob.mx. Historia e importancia de la apicultura. Retrieved July 11, 2022, recopilado de: https://www.gob.mx/inaes/articulos/historia-e-importancia-de-la-apicultura?idiom=e s
- IBERO Puebla. (n.d.). ¿Qué es la ECONOMÍA SOCIAL? Economía Social. Retrieved July 11, 2022, recopilado de: https://www.iberopuebla.mx/site-laines/index.php?r=site%2Feconomia
- Ripess, R. I. P. E. S. S. (2017, October 5). ¿Qué es la economía social solidaria? RIPESS, recopilado de: http://www.ripess.org/que-es-la-ess/es-economia-social-solidaria/?lang=es
- Gobierno de México. (n.d.). La apicultura en México | secretaría de agricultura y ... - gob.mx. La apicultura en México. Recopilado de: https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/la-apicultura-en-mexico?idiom=es (Recuperado del Pap del semestre primavera 2021)
- Agri Nova. (s.f.). Apicultura. 2021, de Infoagro. Sitio web: https://www.infoagro.com/agricultura_ecologica/apicultura.htm
- Agroterra. (2011). Apiturismo, la senda de la abeja. 2021. Agroterra. Sitio web: https://blog.agroterra.com/actualidad/apiturismo-la-senda-de-la-abeja/69470/
- Anónimo. (2013). ¿Qué es la Sustentabilidad, 2021, de Centro del Cambio Global y la Sustentabilidad Sitio web: http://ccgss.org/sustentabilidad/#:~:text=%E2%80%9CEl%20desarrollo%20sustentable%20hace%20referencia,desarrollo%20de%20las%20generaciones%20futuras.%E2%80%9D
- ECOCOLMENA. (2021). Abejas y la apicultura siempre han sido un mundo fascinante, porque cuidamos a uno de los vectores más importantes que prestan un servicio vital dentro de los ecosistemas y la agricultura. 2021, de ECOCOLEMNA Sitio web: https://ecocolmena.com/las-abejas-y-la-apicultura/
- Hosteltur. (2021). Apiturismo. 2021. Hosteltur. Sitio web: https://www.hosteltur.com/comunidad/004586_la-responsabilidad-de-empresas-de-almacenamiento-de-datos-por-contenidos-de-su-web.html
- Secretaría de Sustentabilidad. (2018). ¿Qué es el Desarrollo Sustentable? 2021, de Universidad Autónoma de Nuevo León Sitio web: http://sds.uanl.mx/desarrollo_sustentable
- UMA. (s.f.). Modelos de negocios sustentables. 2021, de Universidad del Medio Ambiente Sitio web: https://umamexico.com/modelos-de-negocios-sustentables/

- C. Durán. (2017). Aterrizando modelos sustentables de negocios. 2021, de FORBES Sitio web: https://www.forbes.com.mx/aterrizando-modelos-sustentables-de-negocios/
- Fundación Prohumana. (2019). prohumana.cl. Obtenido de Comunidad PROhumana: https://prohumana.cl/wp-content/uploads/2019/02/MODELO-ESTRATEGIA-NEGOCIO-SUSTENTABLE-PROhumana-005.pdf
- PROESUS. (2019). Manual Métricas e Indicadores Para Emprendimientos Sustentables Proesus. Obtenido de argentina.gob.ar:
- Martínez, M. T. (03 de enero de 2019). Supercampo. Obtenido de supercampo.perfil.com: https://supercampo.perfil.com/2019/03/comercializacion-de-miel-negocio-amargo/
- Ekos. (2020). Las mejores redes sociales para negocios en tiempos de pandemia. 2021, de Ekos Sitio web: https://www.ekosnegocios.com/articulo/las-mejores-redes-sociales-para-negocios-en-tiempos-de-pandemia
- Arana, Mimenza, Narbaiza. (2020). PANDEMIA, CONSUMO AUDIOVISUAL Y TENDENCIAS DE FUTURO EN COMUNICACIÓN. Revista de Comunicación y salud, Vol. 10, pp. 149-183.
- Nuestro México. (2016). Nuestro-Mexico.com. Obtenido de: http://www.nuestro-mexico.com/Jalisco/Tequila/El-Salvador/
- México Pueblos América. (s. f.). El Salvador (Jalisco) Tequila | Pueblos América. Obtenido de: https://mexico.pueblosamerica.com/i/el-salvador-17/
- Arzaga, J. P. (septiembre de 2016). elempresario.mx. Obtenido de El economista, recuperado de: https://elempresario.mx/management-mrkt/caso-marvic-empresa-familiar-100-mexicana
- Majmud, R. Z. (2013). El emprendimiento familiar. Obtenido de Universidad Tecnológica de Chile INACAP, recuperado de: https://www.inacap.cl/tportal/portales/tp858e1c6abd339/uploadImg/File/PrimeraConferenciaEmprendimientoFamiliareBook.pdf
- Smith, E. (s. f.). Coppel. ADVFN. Recuperado 31 de enero de 2022, de https://mx.advfn.com/empresa/coppel
- CALVILLO, MARTHA (2020, 14 junio). Farmacias Guadalajara, 78 años de historia. Milenio. Recuperado 31 de enero de 2022, de https://www.milenio.com/politica/comunidad/farmacias-guadalajara-la-historia-de-esta-gran-cadena-farmaceutica
- Los 300: Empresarios. (s. f.). Líderes Mexicanos. Recuperado 31 de enero de 2022, de https://lideresmexicanos.com/300/javier-arroyo-chavez/
- López Lemus, J. A., & Garza Carranza, M. T. D. L. (2020). La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras. *Contaduría y administración*, *65*(3).

- Weatherspark. (n.d.). Climate and Average Weather Year Round in Tequila. Tequila Climate, Weather By Month, Average Temperature (México) - WeatherSpark. Retrieved November 28, 2022, recuperado de: https://weatherspark.com/y/7422/Average-Weather-in-Tequila-Mexico-Year-Round#Sections-Temperature
- Grudemi, E. (2022, May 3). Economía doméstica - ¿Qué es?, Características, importancia y más. Enciclopedia Económica. Retrieved November 28, 2022, recuperado de: https://enciclopediaeconomica.com/economia-domestica/
- Fundación Beckmann. (n.d.). "Del agave sacaré la fuerza y a mi tierra la devolveré". Fundación Beckmann. Retrieved November 28, 2022, recuperado de: http://www.fundacionbeckmann.org/
- FUNDACIÓN BECKMANN A.C. Ramón Corona 112 esq. Zaragoza Tequila, Jalisco 46400. Teléfono: +52 374 742 1919
- Alejos, F. (2021). La importancia de las redes sociales en las empresas. Nementio. https://nementio.com/blog-inbound-marketing/importancia-redes-sociales-empresas
- OpenAI. (2023, mayo 17). Conversación sobre empresas familiares [Chat]. Recuperado de https://chat.openai.com/c/a086b11a-dee8-47b2-a030-5c93c8a1dedc
- A, J. F. (2020). Versatilidad y flexibilidad en las empresas familiares, elementos clave para afrontar la crisis. *CONSULTORES OC*. https://consultoresoc.com.mx/2020/05/15/versatilidad-y-flexibilidad-en-las-empresas-familiares-elementos-clave-para-afrontar-la-crisis/
- Agustín, R. (director). (2021, 20 abril). *La esencia de la empresa familiar: sus valores*. Interempresas. Recuperado 17 de mayo de 2023, de https://www.interempresas.net/Ferreteria/Articulos/348682-La-esencia-de-la-empresa-familiar-sus-valores.html
- Dosal, A. (2021, noviembre). *Cómo preservar el legado de las empresas familiares*. Recuperado 17 de mayo de 2023, de https://www.delineandoestrategias.com.mx/blog-de/el-legado-de-las-empresas-familiares-tres-consideraciones-para-preservarlo#:~:text=Un%20legado%20es%20tan%20singular,familia%20empresaria%20y%20sus%20compa%C3%B1%C3%ADas.
- Las mil empresas más grandes: Censos Económicos 2009. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México. 2012.
- Small Business Administration. Start Up Failure Rates. The Definitiva Numbers, United Stares. 2012. 2012. (http://smallbiztrends.com/2012/12/start-up-failure-rates-the-definitive-numbers.html)
- VideoMarketingViral. (2022, March 10). *Mi laptop NUEVA está muy LENTA Windows 10 | Windows 11* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=e_sH0h1SiFU

- BrewOFin. (2023, February 13). *Uncomplicated mead [Online forum post]*. Homebrew Talk - Beer, Wine, Mead, & Cider Brewing Discussion Forum. https://www.homebrewtalk.com/threads/uncomplicated-mead.282332/
- Admin, & Admin. (2022). Pasos para poder elaborar tu hidromiel casero y los materiales que se necesitan para su elaboración. *Fermentadores*. https://www.fermentadorde.com/hidromiel/como-hacer-hidromiel/
- Todo Hidromiel. (2022, August 22). *Hacer hidromiel - Todo Hidromiel*. https://www.todohidromiel.com/hacer-hidromiel/
- Moreno, I. (2020, February 4). Cómo hacer Hidromiel en casa. *Cervezanía*. https://cervezania.com/blog/hidromiel-artesano/como-hacer-hidromiel
- La Protección Contra Riesgos Sanitarios, C. F. P. (n.d.). *Nuevo Etiquetado Obligatorio para Bebidas Alcohólicas.* gob.mx. https://www.gob.mx/cofepris/prensa/nuevo-etiquetado-obligatorio-para-bebidas-alcoholicas
- *Mercado de miel Natural Insights*. (s. f.). https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/natural-honey-market
- Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco. (2021). *Resultados de votos por candidatura - Tequila*. Recuperado de https://prep2021.iepcjalisco.org.mx/ayuntamientos/detalle/votos-candidatura/tequil
- Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Jalisco. (2024). *Resultados de votos por candidatura - Tequila*. Recuperado de https://prep2024.iepcjalisco.mx/ayuntamientos/detalle/votos-candidatura/tequila
- Saavedra, E. (2024). *Elecciones 2024: Sigue el minuto a minuto de lo que ocurre en Jalisco, Nayarit y Colima*. El Occidental. Recuperado de https://www.eloccidental.com.mx/elecciones-2024/elecciones-2024-sigue-el-minuto-a-minuto-de-lo-que-ocurre-en-jalisco-nayarit-y-colima-12016196.html
- Dirección de Patrimonio Mundial. (s. f.). Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco (2008) Las culturas populares de Jalisco. 1st edn. Guadalajara, Jalisco: Secretaría de Cultura.
- Servicio Nacional del Patrimonio Cultural. (s.f). Qué entendemos por patrimonio cultural. Recuperado de: https://www.patrimoniocultural.gob.cl/que-entendemos-por-patrimonio-cultural https://patrimoniomundialmexico.inah.gob.mx/publico/info_detalle.php?seccion=Mg==
- UNESCO. (2006). Agave Landscape and Ancient Industrial Facilities of Tequila. Recuperado de: https://whc.unesco.org/en/list/1209
- UNESCO. (2021). What is Intangible Cultural Heritage? Recuperado de: https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003

- Secretaría de Cultura. (2008). Las Culturas Populares de Jalisco. Resúmenes e Índices. Gobierno del Estado de Jalisco. Pp. 13- 106. ISBN 978-970-624-572-4
- (Fuente Carrasco & Ramos Morales, 2013) Carrasco, M. E., & Ramos Morales, M. F. (2013). El ecoturismo comunitario en la Sierra Juárez-Oaxaca, México: entre el patrimonio y la mercancía. Otra Economía, 7(12), 66-79. Enlace: https://www.researchgate.net/publication/315063993_El_ecoturismo_comunitario_en_la_Sierra_Juarez-Oaxaca_Mexico_entre_el_patrimonio_y_la_mercancia
- (Fernández Poncela, 2016) Fernández Poncela, A. M. (2016). Una revisión del Programa Pueblos Mágicos. CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, 10(1), 3-34. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1264222
- (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2015) Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2015). Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf
- (López-Falcón & García-Ávila, 2018) López-Falcón, M. A., & García-Ávila, M. (2018). Turismo sostenible y emprendimiento social en Tequila, Jalisco, México: Un análisis del impacto en la reducción de la pobreza. Estudios de caso en Turismo, 12(2), 243-264. https://www.redalyc.org/journal/5045/504554927004/504554927004.pdf
- (Velarde & Gómez Nieves, 2014, p. [número de página]) Velarde Valdez, M., & Gómez Nieves, S. (Coords.). (2014). Turismo sustentable y desarrollo rural: Estudios en Polonia, Costa Rica y México. Guadalajara, Jalisco: Editorial Universitaria de Guadalajara.
- Secretaría de Planeación y Participación Ciudadana. (2024, 15 abril). *Inicio - plan Estatal Jalisco*. Plan Estatal Jalisco. https://plan.jalisco.gob.mx/
- Alva, P. (2016, 1 noviembre). *Reflexión sobre la identidad de la Moda Mexicana*. Universidad Jannette Klein. Recuperado 28 de mayo de 2024, de https://jk.edu.mx/reflexion-sobre-la-identidad-de-la-moda-mexicana/
- Cultura Comunitaria. (2024). *El bordado: una herencia e identidad viva para niñas, niños y jóvenes del Semillero Creativo de Textiles en Tlahuitoltepec*. Recuperado 28 de mayo de 2024, de https://culturacomunitaria.gob.mx/blogs/detalle/bordado-identidad-tlahuitoltepec
- Cultura Sinaloa. (2023, 12 septiembre). *Vestuario de Jalisco Mujer: Descubre la elegancia y tradición de nuestra indumentaria regional*. CulturaSinaloa. Recuperado 28 de mayo de 2024, de https://culturasinaloa.com/vestuario-de-jalisco-mujer-descubre-la-elegancia-y-tradicion-de-nuestra-indumentaria-regional/#google_vignett
- Efe. (2023). Diseñadora mexicana crea prendas con fibras de henequén y bordados Mayas. *La Jornada Maya*.

https://www.lajornadamaya.mx/nacional/209323/disenadora-mexicana-crea-prendas-con-fibra-de-henequen-y-bordados-mayas

- Escobar, A. (2015). Carmen Rión, 25 años de la dama del mocheval. *Milenio*. https://www.milenio.com/estilo/carmen-rion-25-anos-dama-mocheval
- UDEM. (2024, 24 mayo). *Zurcen su amor por México en vestidos y blusas*. Recuperado 28 de mayo de 2024, de https://www.udem.edu.mx/es/institucional/noticia/zurcen-su-amor-por-mexico-en-vestidos-y-blusas
- Villa, A. (2023). *La vestimenta tradicional de Jalisco*. Visita Jalisco. Recuperado 28 de mayo de 2024, de https://visitjalisco.mx/vestimenta-tradicional-jalisco/
- Carmen Rion, la diseñadora mexicana que fomenta el comercio justo y moda sustentable. (2020, marzo 10). Cultura Colectiva. Recuperado de https://www.carmenrion.com/carmen-rion-la-disenadora-mexicana-que-fomenta-el-comercio-justo-y-moda-sustentable/
- Nigenda, I. (2022, noviembre 11). La diseñadora Carmen Rion inaugura Galeria CR dedicada a la moda y arte textil. Noticias Voz e Imagen de Chiapas. Recuperado de https://nvinoticiaschiapas.com/cultura/11/11/2022/39018/
- Espejo, G. (n.d.). Hilos y colores, Carmen Rion (Figura 1). Gran Espejo. Recuperano Mayo 29, 2024, from https://granespejo.com/cronicas-reflex/hilos-y-colores-carmen-rion-40
- Heringer, A. (2022). La belleza esencial Essential Beauty (1 ed.). Fundación ICO/arquitectura viva.
- Fundación José Cuervo. (2018) Primer concurso internacional de vivienda social sustentable con materiales reciclados de la cadena productiva agave-tequila y materiales locales. ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara: Posgrados.
- McHenry Jr., G. P. (2012) Adobe, cómo construir fácilmente. (1 ed.) Trillas.
- Moro Arquitectos. (2019) Pruebas de tierra para adobe en el Rancho 17.72019 Chiquihuitillo.
- Universidad Iberoamericana. (2023, abril 26). Diseñan módulo sanitario integral y productivo para zonas rurales. IBERO. Recuperado el 30 de Mayo del 2024: https://ibero.mx/prensa/disenan-modulo-sanitario-integral-y-productivo-para-zonas-rurales
- Van Lengen, J. (1982). Manual del arquitecto descalzo. Editorial Concepto.
- ¿Agricultores o jornaleros del agave? | agared.org. (2015). Www.agared.org. Retrieved June 19, 2024, https://www.agared.org/agricultores-o-jornaleros-del-agave

1.8 Entregables

Entregables	Link al documento
Calendario de publicaciones	
Listado de bazares y delicatessen de la ZMG	Lista de bazares, mercados y delicatessen.xlsx
Manual de especificaciones del e-commerce	Manual publicacion ML.docx
Tabla con comparación de costos y utilidad en plataformas e-commerce	VENTA DIGITAL MIEL.xlsx
Documento con enlaces del uso de la aplicación Whatsapp Business	https://docs.google.com/document/d/1YXSpP6kpQhnR1kPVajggvBtb5mRyPlRUaxr8ePXqZuk/edit?usp=sharing
Repositorio de información	https://www.canva.com/design/DAGIhzIP26Q/LjOnMfw6u6N5QDIi-3g5IA/view?utm_content=DAGIhzIP26Q&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor
Guía para solicitar financiamiento	https://www.canva.com/design/DAGKUn5Db8Y/VQJQuw1XAHQAmg-GCVrXqQ/edit (Repositorio diapositiva 16)
Cotizaciones de los dispositivos móviles	https://www.canva.com/design/DAGIhzIP26Q/HoMwM9ftytq2bjMTL4nYFA/edit (Repositorio diapositiva 17)
Catálogo comercial y de ventas actualizado	https://www.canva.com/design/DAGIB5GivxU/YyQOAQXL_4DQFr0JG9TQLA/edit
Plan arquitectónico	https://drive.google.com/drive/folders/1gYaihrnnh4biyKlmWbGMZ5tr-y16bRxS?usp=sharing
Fotos Llamas Honey	https://iteso01-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/pablo_cristo_iteso_mx/EoIKvV4IWpxAjqabieWcsToBME1v5i69n36bOjaUuAECZw?e=F5EwIY

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

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

3.1 Sensibilización ante las realidades

Ilian María Águila Camarena

A través de las diferentes actividades del PAP, aprendí la importancia de considerar las circunstancias personales y el estilo de vida de Herasmo y Marily, en la planificación y ejecución del Proyecto de Aplicación Profesional. Reconocer que Marily es una madre dedicada y que su tiempo puede ser limitado debido a sus responsabilidades familiares fue fundamental para adaptar nuestras propuestas y hacerlas viables para ella.

Además, el deseo de Marily de centralizar la información en su celular, me enseñó la importancia de la accesibilidad y la organización en la gestión del proyecto. Este aprendizaje resalta la necesidad de ser flexible y considerado con las necesidades individuales de los miembros del equipo, así como la importancia de la colaboración y la comunicación efectiva para el éxito del proyecto.

Mariana Elizabeth Vázquez Ojeda

El haber trabajado en este proyecto, revela la importancia de adaptarse y comprender profundamente el entorno local; en especial el trabajar en una locación tan especial y específica en cuanto a cultura, geografía y en general, todo lo que destaca al pueblo de El Salvador. Participar en este proyecto de apoyar a Llamas Honey ha sido una experiencia profundamente enriquecedora. A través de este trabajo, he aprendido no solo sobre los retos y alegrías de la producción de miel, sino también sobre la resiliencia y el espíritu de los fundadores de Llamas Honey; la dedicación y también la pasión me han mostrado la importancia de valorar la producción local. Además, este proyecto ha sensibilizado mi comprensión sobre el impacto económico y social que puede tener un pequeño negocio en las comunidades.

María José García García

Gracias a este PAP, logré tener un acercamiento con el estilo de vida de las personas de El Salvador, principalmente con la familia Llamas.

Ver la dinámica familiar y de trabajo que tienen fue muy enriquecedor hasta para pensar en tener un emprendimiento y aprender de todo lo que realizamos en el PAP.

Todo lo que nos enseñaron sobre el proceso de la miel y los derivados que también producen fue una experiencia muy padre que me encantaría seguir aprendiendo sobre ella y espero que sigan creciendo como empresa y como familia.

Ana Isabel Vergara Lázaro

Este PAP me ayudó a ver que la vida de los vendedores no siempre es igual a la mía, que hay personas que viven su día a día muy diferente al mío, me sorprendió mucho el que los Jueves, y próximamente los Martes no tengan internet y tampoco señal, yo no puedo seguir mi día a día sin esos dos aspectos y ellos tienen que hacerlo, y se adaptan.

Todo el trabajo que hacen para sacar adelante sus productos de miel pasa desapercibido cuando solo ves el producto en el empaque, y creo importante mostrarlo a los demás.

Pablo Cristo Navarro

Considero que el PAP nos permitió un acercamiento muy limitado al estilo de vida de Marily y Herasmo, al igual que a su forma de manejar su negocio. Digo que fue un acercamiento limitado porque solo tuvimos una visita a El Salvador y, a pesar de haber estado en contacto con ellos a través de Zoom y WhatsApp, siento que esto no nos permitió ver un panorama más grande de su día a día.

Lo que yo pude ver es que administrar un negocio como lo hacen ellos, es una tarea extremadamente difícil. Viven en un lugar alejado de la zona céntrica del Área Metropolitana de Guadalajara, lo cual ya es algo que les impone muchos retos de distribución y de promoción de la marca. Aparte de esto, los cortes de luz en El Salvador, como el que nos tocó durante la visita de campo, parece que serán un problema regular en las siguientes semanas y no solamente los jueves, sino que también los martes. Estas son algunas de las implicaciones que conlleva el manejar Llamas Honey, algo que muchos emprendedores de

zonas urbanas no comprenden y que es de reconocer, pues Marily y Herasmo hacen un esfuerzo doble al tener que adaptarse a estas y otras condiciones.

Isabella Gomez Rosales

A través de las actividades del PAP, aprendí la importancia de considerar las circunstancias personales y el estilo de vida de Marily y Herasmo al planificar y ejecutar el Proyecto de Aplicación Profesional. Reconocer las responsabilidades familiares de Marily fue esencial para adaptar nuestras propuestas y hacerlas viables para ella. El deseo de Marily de centralizar la información en su celular me enseñó la importancia de la accesibilidad y la organización en la gestión del proyecto, subrayando la necesidad de flexibilidad y comunicación efectiva.

Trabajar en este proyecto me reveló la importancia de adaptarse al entorno local y comprender profundamente la cultura y los desafíos de El Salvador. Apoyar a Llamas Honey fue una experiencia enriquecedora, que me enseñó sobre los retos y alegrías de la producción de miel, así como la resiliencia y pasión de sus fundadores. Aprendí a valorar la producción local y su impacto económico y social en las comunidades.

El PAP también me ayudó a apreciar las diferencias en el día a día de los vendedores locales, especialmente ante desafíos como la falta de internet. Estos aspectos resaltan la dedicación y esfuerzo de Marily y Herasmo, quienes manejan su negocio en condiciones difíciles, algo que muchos emprendedores urbanos no comprenden.

Francisco Jose Flores Acosta

A lo largo del PAP, podría decir que es un proyecto con mucho potencial. Tener la oportunidad de participar en un proyecto con un fin social y de desarrollo fue algo que me agradó totalmente, ya que no solo implicó el desarrollo de nuestros saberes disciplinarios, sino también el involucrarnos en un contexto diferente. Esto nos hizo entender que los problemas a veces no lo son y que se debe tener una visión más amplia y disciplinaria sobre el razonamiento y la resolución de soluciones.

Principalmente, el contacto uno a uno con los propietarios de la marca Llamas Honey Bees nos permitió conocer completamente el desarrollo de su materia prima y sus productos derivados, además de aprender sobre su historia, datos interesantes e importancia. En este

proceso, hemos adquirido información completa sobre cómo funciona la empresa, cómo lograr soluciones dependiendo de sus disciplinas, y, sobre todo, tener en cuenta que todo lleva tiempo y que la perseverancia es un aliado que acompaña al crecimiento.

Carlos Rafael Cortes Cisneros

La experiencia de haber participado en este proyecto PAP, especialmente con el proyecto de Llamas Honey Bees, me permitió conocer de cerca un gran emprendimiento familiar en una zona rural algo alejada de la urbanización. Este emprendimiento ha logrado crecer de manera orgánica. Aprendí en profundidad sobre las abejas, su comportamiento y la producción de miel. Observé de primera mano el proceso de extracción de la miel y comprendí los métodos utilizados para asegurar la calidad del producto. Además, aprendí sobre la importancia de la polinización, no solo para la producción de alimentos, sino también para mantener la biodiversidad en nuestro ecosistema. Este aprendizaje me llevó a reflexionar sobre la crucial importancia de las abejas en nuestro medio ambiente. Las abejas juegan un papel esencial en la polinización de muchas plantas, lo cual es vital para la producción de frutas, verduras y semillas. Sin ellas, nuestro suministro de alimentos se vería seriamente afectado. Además, estar en contacto directo con un emprendimiento en una zona rural me permitió valorar el esfuerzo y la dedicación que conlleva mantener un negocio sostenible en un entorno desafiante. La resiliencia y el compromiso de la familia detrás de Llamas Honey Bees (Herasmo y Marily) son inspiradores y me enseñaron mucho sobre la perseverancia y la importancia de las pequeñas empresas en nuestras comunidades. Finalmente, mi participación en este proyecto me hizo más consciente de la situación crítica de las abejas, que están en peligro de extinción debido a factores como el uso de pesticidas, la pérdida de hábitat y el cambio climático.

Daniel Vargas Ocampo

Gracias a este PAP, pude comprender mucho más las situaciones sociales, económicas y familiares que viven las familias ubicadas en zonas turísticas o alejadas de las grandes metrópolis. Entendí como su estilo de vida se acopla a su entorno y cómo buscan ser un caso diferencial y excepcional, y muchas veces, ellos mismos no logran comprender que lo que hacen, tiene un impacto considerable. Con llamada honey pude comprender lo que es ser una

familia con valores y principios, los cuales logran transmitirlos hacia su entorno y gente que los acompaña o rodea.

3.2 Aportaciones específicas

Ilian María Águila Camarena

Durante el verano de 2024, me enfoqué en desarrollar un plan estratégico de crecimiento para el proyecto, centrado en las áreas de finanzas, ventas y mercadotecnia. Este plan se dividió en dos metas específicas: investigar aplicaciones de finanzas personales para facilitar la administración de ingresos y egresos y la gestión de la cartera de clientes, y crear un repositorio de cursos, videos y podcasts que facilite el aprendizaje en diversas disciplinas, contribuyendo al desarrollo de las áreas de mercadotecnia y administración.

Trabajé junto a Mariana Vázquez en las siguientes actividades: investigamos diversas plataformas de finanzas personales, evaluando sus características, ventajas y desventajas; buscamos una plataforma adecuada para gestionar la cartera de clientes; y creamos un repositorio digital que reúne diversas fuentes de información y proporciona enlaces a cada una de ellas. Finalmente, elegimos Monefy como la aplicación para gestionar las finanzas personales y WhatsApp Business para la gestión de la cartera de clientes. Además, desarrollamos el repositorio en Canva. Todo este trabajo se realizó con la retroalimentación continua de Marily, asegurándonos de que nuestras soluciones se adaptaran a sus necesidades reales.

En este Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), se busca que una persona que estudia Administración de Empresas y Emprendimiento gestione acciones innovadoras que articulen sistemáticamente los elementos y recursos de la organización para garantizar la entrega de valor y satisfacer las necesidades de los diversos grupos de interés. Así, nuestro trabajo no solo se centró en la implementación de herramientas prácticas, sino también en asegurar que cada acción y recurso estuviera alineado con la creación de valor y la satisfacción de los distintos stakeholders del proyecto.

Mariana Elizabeth Vázquez Ojeda

En el transcurso de este proyecto Verano 2024, estuve en colaboración con todo el equipo PAP; equipo conformado por varias licenciaturas e ingenierías, transformándolo en un equipo interdisciplinario. Ser parte de un equipo interdisciplinario es fundamental porque

permite la integración de diversas perspectivas y habilidades, lo que enriquece la creatividad y el aprendizaje. Por lo que en esta ocasión, tuve la oportunidad de "explotar" y compartir mis conocimientos enfocados en materia de Recursos Humanos pero debido al tamaño del emprendimiento todavía no tiene tanto alcanza como para la aplicación de estos conocimientos, pero solo hay que esperar al momento y confiar que en un futuro cercano se podrá tomar la oportunidad de que Llamas Honey consiga colaboradores y en su debido caso, guiar a los actores principales a cómo manejarlo.

Por lo que en este periodo escolar, en colaboración con mi compañera Ilian Águila, estuvimos trabajando en la propuesta de mejora de desarrollar un plan estratégico de crecimiento en las áreas de finanzas y venta; dividido en dos metas, primero investigar aplicaciones de gestión financiera tanto personal como empresarial así como la gestión de la cartera de clientes. Segundo, diseñar un repositorio de recursos educativos que faciliten el aprendizaje y el desarrollo profesional en diversas disciplinas. Mientras que en la primera meta, mis aportaciones fueron enfocadas en la investigación de las aplicaciones de la gestión administrativa de Llamas Honey; fue en la segunda meta donde tuve mi mayor participación, con la creación y llenado del repositorio (esté diseñado en la plataforma de diseño Canva). En adición al trabajo en la propuesta de mejora, estuve participando en el trabajo del llenado y formato del RPAP.

María José García García

En todo el desarrollo de este proyecto, estuve involucrada en el desarrollo de dos objetivos, primero en conseguir un influencer para hacer crecer las redes sociales y en el listado de los bazares, mercados y delicatessen.

Para el contacto con el influencer, Isabel estuvo en contacto con la persona que haría la promoción, y juntas íbamos recabando información para que conociera un poco más de la marca y de los productos. Elaboramos unas etiquetas para los productos que entregamos, fuimos por ellos y los entregamos al domicilio que nos indicó.

Para la lista de bazares, estuve contactando a distintos mercados en la ZMG y logramos un listado de 8 opciones diferentes.

Aparte de el llenado de este documento con todo el desarrollo de los objetivos, el diagnóstico de la problemática, el desarrollo de propuestas, contexto de la situación, etc.

Y en la presentación final estuve al pendiente de que toda la información general del proyecto estuviera correcta.
Me ponía muchas veces a ser la que dirigía las pláticas con Marily y Herasmo para que hubiera orden al momento de que cada uno de nosotras hablara con ellos.

Ana Isabel Vergara Lázaro

Durante el proyecto me involucré en el desarrollo de tres metas, una fue conseguir una influencer, lo cual al principio eran 3 opciones, pero al final nos fuimos por la influencer que solo nos pedía que le diéramos un producto para que ella creara el contenido, yo estuve en contacto con ella y yo me puse de acuerdo para entregarle los productos en su casa.
Para la lista de bazares, investigué varios bazares en los que podíamos entrar, y me comuniqué con unos cuantos para tener la lista completa.
Para la venta en Mercado Libre yo me encargue de todo el proceso de selección de plataformas, de producto, de creación de cuenta en mercado libre, de la publicación del producto y el almacenamiento de la miel en Guadalajara, al igual que al momento de que se necesiten enviar, yo las llevaré a la oficina de transporte.
También estuve apoyando en todas las presentaciones que hicimos, como en la final, estuve buscando faltas de ortografía e intentando mejorarla como pudiera.

Pablo Cristo Navarro

A lo largo del PAP, yo trabajé en el desarrollo de contenido para la marca que estuviera más enfocado en el trabajo de Marily y Herasmo que en los productos a la venta.
Para esto tuve que reservar material del almacén del Laboratorio de Comunicación y Artes Audiovisuales (LABCAA) previo a la visita de campo. Durante la visita, la falta de luz en la casa dificultó un poco la tarea, pues configuré el obturador de la cámara a una velocidad baja para permitir mayor entrada de luz, pero debía de haber muy poco movimiento en el cuadro para que la imagen funcionara.
En el taller de carpintería y en la granja de abejas, la tarea fue más fácil porque trabajé con luz natural y el clima nublado sirvió como difusor de la luz del sol, que a esa hora pudo haber sido poco favorable. En estos dos lugares también se realizó captura de video, pero el haberlo

hecho con cámara en mano, no permitió una buena estabilización del video al intentar editarlo.
Después de la visita, revisé todas las fotografías capturadas y seleccioné 72 fotos para editar con Photoshop. En la edición saturé colores y agregué luz si era necesario, porque al ser un negocio de miel me imaginaba colores más cálidos y no los fríos que proporcionaban las condiciones climáticas.

Isabella Gomez Rosales

Durante el verano de 2024, me enfoqué en desarrollar una estrategia integral para redes sociales y en la implementación de un workshop de crecimiento digital para los clientes de Llamas Honey. Mis principales aportaciones incluyeron un análisis exhaustivo de la competencia en redes sociales, la segmentación de la audiencia objetivo y la creación de un perfil detallado del buyer persona para entender mejor a los clientes potenciales de Llamas Honey. Además, desarrollé una plantilla de publicaciones para Instagram, que sirve como ejemplo para que Marily la pueda seguir, asegurando consistencia visual y atractivo estético.

También coordiné y asistí a la primera clase del curso intensivo "Cómo crecer una comunidad leal en redes sociales, sin invertir un centavo", impartida por Daniela Schulz, y desarrollé el primer workbook del curso para facilitar el aprendizaje y la aplicación práctica de los conceptos enseñados. En cuanto a la colaboración y presentación, presenté y discutí la plantilla de Instagram con Marily, incorporando su retroalimentación, y mostré ejemplos de publicaciones en Instagram, ajustándolos según sus necesidades y preferencias.

Además, llevé a cabo un curso en línea con Marily sobre la identificación de la audiencia objetivo y la creación de buyer personas, así como una sesión práctica sobre el uso de software de diseño gráfico y edición de reels, ayudando a Marily a mejorar su contenido visual. Todas estas actividades se realizaron con la retroalimentación continua de Marily, asegurando que las soluciones se adaptaran a las necesidades reales de los clientes de Llamas Honey y contribuyendo significativamente al crecimiento digital y al éxito del proyecto.

Francisco Jose Flores Acosta

En el transcurso del PAP, inicialmente se trabajó con la idea de actualizar el catálogo, haciéndolo diferente en comparación con los otros con los que se ha trabajado anteriormente. Para dar inicio al desarrollo del nuevo catálogo, hice una guía propia sobre cómo realizar una investigación para conocer sus competencias, cuáles cuentan con recursos gráficos atractivos y también sus tendencias de diseño. Por medio de esta guía, pude darme cuenta de la información de valor que ellos quieren transmitir, que es dar a conocer su propia marca e historia, para darle un valor agregado por medio de storytelling, y así crear una fidelidad de compra con el cliente.

Con esta información recopilada, era esencial agregar fotos de calidad visual que representaran el trabajo y la identidad de una marca alterna. En el proceso de digitalización del catálogo, tuvimos una plática con Marily, co-dueña de Llamas Honey Bees, para conocer información específica de sus productos, como la disponibilidad, precios, presentaciones, beneficios y diferenciadores. Esta información obtenida durante la entrevista fue de gran ayuda, ya que me dio el punto de partida para la implementación de la información de los productos y servicios. El objetivo no era solo tener la información, sino también asegurarse de que fuera coherente con lo que Marily sabe, conoce y dice de cada producto, para que hubiera una congruencia con la información de venta.

El desarrollo de la digitalización del catálogo se realizó a través de la app Canva, para que Marily tuviera la posibilidad de hacer cambios y actualizaciones por sí misma. El único programa para el cual necesitaría asistencia es InDesign, para la compaginación y actualización de la información en el PDF que se desea integrar. Incluí vídeos tutoriales que proporcionan información sobre el uso de Canva, desde lo más básico hasta la exportación de archivos y cómo incluir imágenes y archivos interactivos en la app.

Carlos Rafael Cortes Cisneros

Durante una de las reuniones semanales del PAP, mi compañera Illian y Mariana propusieron a Marily la idea de descargar una aplicación móvil para el registro de sus ingresos y gastos. Marily mostró interés en la propuesta, pero la maestra Rebeca intervino y comentó que era importante asegurarse de que su dispositivo móvil cumpliera con los requisitos técnicos y de almacenamiento necesarios para poder descargar y utilizar la aplicación sin inconvenientes. Rebeca mencionó que el dispositivo actual de Marily ya le estaba generando problemas, lo que podría dificultar el uso eficiente de la nueva aplicación. Considerando esta situación, se

me sugirió realizar una investigación y cotización de dispositivos móviles que no solo cumplan con los requisitos técnicos y de almacenamiento para la aplicación propuesta, sino que también satisfagan las necesidades presentes y futuras de Marily. Esto incluye sus actividades en Llamas Honey y su emprendimiento personal con Mary Kay. El objetivo es asegurar que Marily cuente con un dispositivo confiable y adecuado para manejar sus actividades diarias de manera eficiente y sin contratiempos. Evalué las especificaciones técnicas necesarias para que las aplicaciones de Llamas Honey y Mary Kay funcionaran adecuadamente. Revisé y documenté las especificaciones técnicas y el rendimiento del dispositivo móvil actual. Luego, investigué y seleccioné dispositivos móviles económicos de cinco marcas diferentes que cumplían con las especificaciones técnicas requeridas. Comparé y analicé los dispositivos listados para identificar aquellos que ofrecían un rendimiento óptimo y cumplían con todas las necesidades. Finalmente, creé una presentación visualmente atractiva con las opciones seleccionadas y se las mostré en una videollamada vía Zoom a Marily.

Sobre Odoo, consulté con Herasmo y Marily sobre su experiencia con la aplicación Odoo durante la reunión principal de todo el equipo PAP con ellos. Me comentaron que les había gustado y que querían seguir trabajando con ella, pero que Marily había perdido acceso a la plataforma desde su teléfono y necesitaba ayuda para solucionarlo. Después de esa sesión, exploré la plataforma de Odoo y observé que se realizaban constantemente ventas y actualizaciones de inventario en ella. Además, noté que la plataforma necesitaba una actualización técnica, la cual realicé. La primera visita de campo planeada a El Salvador, diseñe algunas actividades para resolver los problemas de acceso a la app desde el móvil y preparé una guía de distintos tutoriales para dominar la plataforma. Sin embargo, debido a problemas externos como la falta de luz y señal, no pudimos llevar a cabo la actividad planeada. Posteriormente, se planeó realizarla en línea, pero nuevamente se pospuso debido a que Marily enfrentó problemas nuevamente con la falta de luz. Días después, finalmente pudimos realizar la sesión a través de Zoom con ella, donde le proporcionamos tres recomendaciones diferentes para intentar resolver el problema, pero lamentablemente no logramos solucionarlo, quedando pendiente. Además, junto con mi compañero Daniel, analizamos la posibilidad de acceder a la versión premium de Odoo y concluimos que sería una buena opción para el futuro. Sin embargo, decidimos que en este momento la versión gratuita cubre las necesidades actuales de Llamas, especialmente porque los principales actores no utilizan constantemente la computadora, lo que limitaría el aprovechamiento máximo de la plataforma. Finalmente, como cierre del objetivo, añadimos el repositorio de video sobre cómo acceder a los reportes de ventas, que Marily mencionó que quería durante la videollamada, junto con un enlace donde tendrá acceso a más tutoriales sobre el uso de la plataforma para maximizar su experiencia con ella.

Adicionalmente, como actividad extra, realicé una pequeña guía sobre cómo solicitar financiamiento en una Fintech llamada Red Girasol, que ofrece créditos a personas físicas y

morales con trámites 100% digitales, por si en el futuro desean adquirir un crédito para algún objetivo específico de Llamas. La cual agregué al repositorio.

Daniel Vargas Ocampo

A lo largo de todo el proyecto, tuve la tarea de realizar actividades arquitectónicas de Llamas Honey y muy poco de la ruta. Aunque en este caso fue más orientado hacia llamas honey, los cuales pude identificar que no contaban con planos arquitectónicos hasta instalaciones sanitarias, pluviales, eléctricas e hidráulicas. Por lo que me centré en dejar unas bases sólidas para que tanto Erasmo como Marily pudieran tener planos, datos, presupuestos y más cosas para futuros trabajos o intervenciones, tanto para la bodega como para su casa. Por lo que podemos encontrar desde calibres de cables eléctricos, nomenclaturas, tipos de luminarias, alturas de contactos, tamaño de pulgadas de tuberías sanitarias e hidráulicas y por supuesto, los planos arquitectónicos, con todo lo necesario, plantas, fachadas y cortes.

3.3 Aprendizajes logrados

Ilian María Águila Camarena

Durante el desarrollo del Proyecto de Aplicación Profesional, adquirí una comprensión profunda sobre la importancia de adaptarse a las circunstancias personales y las necesidades específicas de los miembros del equipo. Reconocer las limitaciones de tiempo de Marily debido a sus responsabilidades familiares me enseñó la necesidad de diseñar soluciones flexibles y viables. Además, su preferencia por utilizar su celular para centralizar la información subrayó la relevancia de la accesibilidad y organización en la gestión de proyectos.

Trabajar en el proyecto también me permitió apreciar la importancia de crear una estructura sólida para la presencia digital y un storytelling efectivo. Aprendí a valorar la influencia de las redes sociales en el incremento de la visibilidad y las ventas, así como la necesidad de estrategias bien diseñadas para la gestión administrativa y la optimización de procesos de producción. La colaboración con un equipo multidisciplinario me mostró que la combinación de diversas habilidades y conocimientos es esencial para desarrollar estrategias adecuadas y alcanzar los objetivos propuestos. En resumen, este proyecto me enseñó que la flexibilidad,

la colaboración efectiva y la comunicación clara son fundamentales para el éxito en cualquier iniciativa profesional.

Mariana Elizabeth Vázquez Ojeda

El haberme inscrito a este proyecto, que en mi caso me fui por este proyecto de un impacto más sustentable que el proyecto que tome en el periodo Primavera 2024. En esta ocasión he comprendido de primera mano la importancia de la colaboración y el trabajo en equipo, así como la necesidad de adaptarse a las particularidades y necesidades de una comunidad específica. Aprendí sobre la apicultura y las complejidades del proceso de producción de miel, lo que me hizo apreciar aún más la dedicación y el esfuerzo que esta familia local invierte en su trabajo. Además, me di cuenta de cómo un proyecto bien enfocado puede fomentar el desarrollo económico sostenible y fortalecer el sentido de identidad y orgullo comunitario. Estos aprendizajes me han enriquecido tanto personal como profesionalmente, motivándome a continuar con este desarrollo de iniciativas similares en el futuro.

María José García García

Logré rescatar muchas cosas con este proyecto, el saber que Tequila no es solo lo que nos vende la publicidad tradicional, sino que es un municipio con mil actividades y negocios con mucho potencial.

Logré tener mucha disciplina a la hora de trabajar y el poder entenderme con los integrantes del equipo fue algo muy bueno para todo el proceso, ya que siempre hubo mucha comunicación y nos apoyamos en los distintos objetivos que teníamos sin importar que tuviéramos otras actividades individuales.

Ana Isabel Vergara Lázaro

Aprendí a comunicarme más con mis compañeros, a hablar cuando sintiera que faltara algo, a comunicarse más en torno a los trabajos, ya sea con mis compañeros, mis asesoras o Marily y Herasmo.

Aprendí también a subir cosas a las plataformas de Mercado Libre, un poco de Adobe Illustrator, y reforcé más mis conocimientos de Canvas.

Pablo Cristo Navarro

A lo largo del proyecto aprendí lo importante que es el trabajo en equipo y como la organización en este puede agilizar los objetivos propuestos, algo en lo que considero que tengo mucha área de mejora, más que nada en el aspecto de la comunicación. Siempre se me ha hecho difícil usar una cámara en lugares donde hay poca luz y en momentos en los que no puedo dirigir a la persona o personas frente a la cámara, por lo que las condiciones de trabajo durante la salida de campo me ayudaron mucho en ese aspecto. Otro conocimiento que reforcé fue el uso de Photoshop, porque usé herramientas que no había usado antes.

Considero que a través de esto también pude aprender un poco más sobre el trabajo de la apicultura y la importancia que este tiene en el medio ambiente. Marily y Erasmo son personas a las cuales se les debe de aprender mucho, pues son personas que están enfocadas en su trabajo, pero aún así siempre demuestran tener tiempo para su familia.

El comenzar a ver Tequila como un lugar con una cultura más grande que el tequila también me pareció algo muy interesante que me gustaría seguir explorando.

Isabella Gomez Rosales

A lo largo del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de Llamas Honey, he adquirido valiosos aprendizajes tanto a nivel profesional como personal. Trabajar directamente con Marily y Herasmo me enseñó la importancia de adaptar estrategias a las realidades y necesidades específicas de nuestros clientes, destacando la flexibilidad y empatía en la gestión de proyectos.

Entender las responsabilidades familiares de Marily y ajustar nuestras propuestas para ser viables en su contexto fue crucial. Además, desarrollar una estrategia integral para redes sociales, que incluyó análisis de competencia, segmentación de audiencia y creación de buyer personas, resaltó la importancia de la accesibilidad y organización en proyectos digitales. Crear una plantilla de publicaciones para Instagram que Marily pudiera seguir fácilmente subrayó la necesidad de proporcionar herramientas prácticas.

Participar en el workshop de crecimiento digital y en cursos sobre identificación de audiencia y uso de software de diseño gráfico y edición de reels amplió mis habilidades técnicas y mi capacidad de transmitir conocimientos. También aprendí a ser adaptable ante limitaciones tecnológicas, encontrando soluciones creativas para superar obstáculos.

En resumen, el PAP de Llamas Honey me brindó aprendizajes sobre marketing digital, gestión de proyectos, empatía, adaptabilidad y colaboración, enriqueciendo mi formación profesional y fortaleciendo mi capacidad para enfrentar desafíos futuros.

Francisco Jose Flores Acosta

He aprendido por medio de este PAP no solo el desarrollo de mi objetivo durante este trabajo, sino también lo importante que es conocer una empresa para entender y desarrollar nuestro trabajo. Me pareció muy interesante conocer la historia de Llamas Honey Bees, ya que es una empresa familiar que ha tenido mucho contacto y apoyo con el equipo del PAP. También me resultó fascinante la forma en que trabajan y lo complejo que es la producción de las abejas, ya que depende del entorno (medio ambiente) y productores (abejas). Esto requiere una gran armonía y sintonía.

Además, conocer a los encargados de la empresa genera un tipo de compromiso con el propio trabajo, lo cual es crucial para la realización de nuestras tareas. Este proceso me ha hecho entender y apreciar los productos de origen alternativo, orgánico y propios de la marca. Igualmente, he aprendido a implementar estrategias en áreas de mejora, comunicación, flexibilidad e implementación. También he descubierto que Tequila es un municipio con muchos sectores de producción de productos, y no solo de tequila como bebida alcohólica. Además, cuenta con productos alimenticios originarios del mismo lugar, así como zonas de ecoturismo y culturales.

Carlos Rafael Cortes Cisneros

A través de mi participación en este PAP con el proyecto de Llamas Honey Bees, he desarrollado una comprensión profunda de la importancia de las abejas en el ecosistema y los desafíos que enfrentan debido a la actividad humana. He aprendido sobre los procesos técnicos de producción de miel y polinización, y cómo estas prácticas sostenibles pueden impactar positivamente tanto a nivel ambiental como económico. Además, esta experiencia me ha enseñado el valor del emprendimiento familiar en zonas rurales y la resiliencia necesaria para mantener y hacer crecer un negocio orgánico en un entorno desafiante.

Daniel Vargas Ocampo

Gracias a este PAP, considero que logré acercarme a mis valores y principios. ya que gracias a la convivencia con todo el equipo del PAP y de llamas honey, los valores de trabajo en equipo se fortalecieron, mientras que a su vez los principios de ayudar a otros y la solidaridad se vieron fuertemente arraigados gracias al equipo de llamas. ya que se logró trabajar en un entorno en el cual, predominaban los valores de la familia y de apoyo al entorno, cuidándolo y sacándole el máximo provecho posible.