

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

Título del reporte:

Fortalecimiento de la estructura de Llamas Honey como empresa familiar

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Andrea Bañuelos Espinosa / Diseño Integral

Kenia Real Palacios / Diseño integral

Lia Fernanda Hernández Sánchez / Comunicación y Artes Audiovisuales

Ana Sofía Arroyo Rodríguez / Administración de empresas

María Lilián Cueva Almada / Diseño Integral

Profesor PAP: Silvia Rebeca Acevez Muñoz

Profesor PAP: Andrea Mónica Fellner Grassmann

Tlaquepaque, Jalisco, Primavera 2023

ÍNDICE

Contenido

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

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

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

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las 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, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

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

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

Resumen

En seguimiento al trabajo desarrollado en el presente PAP en Otoño 2022, se retoma el resumen presentado en dicho periodo y se ajusta con lo propio de este ciclo Primavera 2023.

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

El desarrollo del plan de trabajo sucede de manera particular con Llamas Honey, una empresa ubicada en El Salvador, Tequila, donde una familia dedicada a la apicultura, busca fortalecer y crecer su negocio, a través de la consolidación de una estructura administrativa que garantice la profesionalización de sus procesos, la definición del empaque y embalaje de sus productos y que a su vez, permita la optimización en los tiempos de producción, trayendo como consecuencia la colocación de la marca en puntos de venta en Tequila y dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) así como la posibilidad de expansión mediante nuevas redes de envíos a toda la Republica Mexicana.

Después de analizar la situación actual de la empresa familiar, se definió un objetivo general que se fundamenta en las necesidades reales percibidas a través de los actores y que da seguimiento al trabajo previo realizado en semestres anteriores.

A partir de este, se desglosaron los siguientes objetivos específicos y las metas que abonan a cada uno de ellos, que servirán como guía para llevar a cabo un proceso colaborativo exitoso con los productores.

1. Profesionalización de la empresa:

- a. Etiqueta en vinil automotriz para la camioneta de la empresa
- b. Primeras bases de inventario virtual
- c. Diseño y actualización del Catálogo
 - Digital: para redes sociales
 - Versión clientes directos

- Versión para intermediarios

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

- a. Diseño de sistema de organización para facilitar los procesos administrativos
 - i. Calendario para la familiarización con los procesos de inventario
 - ii. Calendario de cosecha
 - iii. Inventario
- b. Instruir en el uso de las tecnologías (computadora e impresora) a los actores

3. Educación del cliente potencial en el respeto y cuidado de los ecosistemas: comunicar y recordar que hay una cosecha que esperar, un territorio que nos estamos acabando.

- a. Trato de clientes: formalización de WhatsApp y vías de contacto cliente-empresa
- b. Posteo coherente y fluido en Instagram y Facebook

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

- a. Análisis de materiales óptimos para la conservación y transporte del producto.
- b. Diseño de empaque para jabones: adaptable para los diferentes tamaños y características.
- c. Etiqueta de la hidromiel
- d. Embalaje para la entrega de muchos jabones a la vez.
- e. Empaque para el jabón de oveja que se distribuye en el hotel de Tequila
- f. Embalaje para productos en las festividades
- g. Empaque para bálsamo labial

5. Consolidación y expansión de los puntos de venta de productos

- a. Diseño y desarrollo de display para exponer los productos en diferentes puntos de venta
- b. Continuar con la búsqueda de nuevos puntos de venta dentro de los territorios más cercanos a Tequila.

- c. Concretar la negociación en la tienda de Los Cabos para jabones y bálsamos labiales.

6. Continuidad del proceso de producción de la hidromiel

- a. Analizar posibles mejoras en la receta trabajada para la hidromiel
- b. Reescribir la receta para que sea más eficiente en el trabajo con los actores

7. Consolidación de nuevos productos

- a. Investigación para el desarrollo de cremas
- b. Investigar el proceso de Liofilizar la miel para su implementación en nuevos productos, garantizando el aprovechamiento de la mermas del proceso de filtrado, del excedente de cosecha y/o de la miel cristalizada.
- c. Desarrollo de pruebas de nuevos productos; crema hidratante.

8. Optimización de procesos de producción

- a. Mejorar el proceso de envasado de la miel
 - i. Creación de una máquina/herramienta para envasar en menor tiempo
- b. Etiquetado de productos
- c. Filtración de la miel

Para alcanzar estos objetivos se realizó un análisis del estado actual del proyecto y su división por tipo de mercado con el que interactúa y pretende interactuar Llamas Honey, tanto en El Salvador, como con la población con la que se relaciona en Tequila y posibles públicos en la ZMG.

El análisis presentado se desarrolló durante el semestre Primavera 2023 y se consolidó con la inclusión de estrategias metodológicas que permitieron un tratamiento cuidadoso de la información y las alternativas propuestas. Se introdujeron actividades de investigación, análisis, contacto directo con posibles clientes de la ZMG, y un método constante de validación por parte de los diversos actores del proyecto. Tanto las actividades, como el

método de validación permitieron concretar las aportaciones construidas desde la colectividad.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

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

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto (marco teórico)

Introducción

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

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

Por otro lado, conceptos como el comercio justo y el consumo responsable irán apareciendo a lo largo del texto ya que son indispensables para llevar a cabo procesos con perspectiva de economía social y solidaria y que dotan de elementos característicos a Llamas Honey como emprendimiento social y empresa familiar.

El comercio justo es un método comercial fundamentado en el respeto, la comunicación y la transparencia. Se tiene la intención de obtener más equidad en el comercio internacional, garantizando condiciones apropiadas y derechos para los trabajadores/as y productores/as con un entorno no favorable. (WFTO, 2020).

El consumo responsable es toda adquisición que se hace con una investigación detrás, lo que asegura que el producto que se obtuvo respeta todas las indicaciones del comercio justo y, al haber hecho la investigación y obtener una respuesta, se obtiene una elección consciente.

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

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
- Servicio de Polinización

Marily Saldate

- Administración de la bodega de producción de miel
- Redes sociales
- Venta al público
- Envasado de la miel y algunos derivados como el propóleo, polen y jalea real.
- Etiquetado de los envases
- Manejo de inventario
- Creación de nuevos productos: jabones, bálsamos labiales, velas.

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

La recolección de miel se lleva a cabo en la finca de El Salvador, mientras que el envasado y etiquetado de la miel se realiza directamente en el hogar y dependiendo del nivel de producción, también en la nueva bodega de Marily y Herasmo, en El Salvador.

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.

APICULTURA

Ximena Valverde Cárdenas (Otoño 2020)

Daniel Ochoa Barragán (Otoño 2020)

María Regina Velázquez Arriola (Otoño 2020)

Arely del Carmen Vargas Mercado (Primavera 2021)

Vanesa Castillo (Primavera 2021)

Ximena Valverde Cárdenas (Primavera 2021)

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

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

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



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

En el apiario donde se encuentran las colmenas (donde viven las abejas), existen 3 tipos distintos de jerarquía. Primero está *la reina* que se encarga de poner los huevos, después están *las obreras* que son las que obtienen el néctar y el polen, gracias a ellas se obtiene la miel, la jalea real y la cera

durante todo el año., y por último las *zánganos* que son las encargadas de fecundar a la abeja reina y posteriormente son echados de la colonia. (Agri Nova, s.f.).

1. Reina- Poner los huevos

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

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

Sus ovarios están atrofiados por lo que no pueden reproducirse

3. Zánganos- Fecundar a la reina

Una vez realizado el objetivo, mueren.

Duración en el desarrollo de la cría:

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

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

Tiempo de vida y tareas de las obreras:

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

Día 3-5, Alimentan las larvas viejas

Día 6-11, Alimentan las larvas jóvenes

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

Día 18-21, Guardia en la piquea

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

Día 35-45 Muerte

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

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

Aumento de mortalidad de abejas

Existen varias razones condiciones que llevan a varios factores de estrés:

- Características locales de la zona geográfica, o condiciones climáticas
- Especies invasoras (Ácaro, escarabajo de la colmena, la avispa asiática)
- Degradación ambiental y cambio climático
- Degeneración de los hábitats

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).

En Europa entre el 20 al 35% de las abejas desaparecen cada año y en Estados Unidos el 50% ha desaparecido. La miel industrial es de baja calidad ya que es miel pasteurizada, las industrias estresan a las abejas para que produzcan más miel.

Términos en la apicultura:

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

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

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

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

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

Desoperculado, es abrir las celdas.

Realera, es la celda que tiene la reina.

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

Se define como apicultura, la crianza y el cuidado de las abejas. Por medio de ella, se obtiene la miel y subproductos de esta, como productos medicinales, alimenticios y de exportación.

Su historia va de la mano con la evolución del hombre, desde el cazador nómada a agricultor sedentario. De los pueblos que practicaban esta actividad los egipcios fueron los que con mayor detalle dejaron evidencia de esta actividad, desde el tipo de colmena hasta el proceso de recolección de miel y la forma en que era almacenada y preservada. (Gobierno de México, s. f.)

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

Capitales de la apicultura desde un entorno económico solidario (Bradbear, N. 2005).

- Capital Humano
- Capital Natural
- Capital Social
- Capital Físico
- Capital Económico

Según el sector apícola mexicano existen 2, 172,107 colmenas a nivel nacional, las cuales la manejan más de 43 mil apicultores en México. En el 2019 se produjo 61 mil toneladas de miel y el consumo promedio de un mexicano al año es de 232 gramos, por ende, se considera que en promedio se exportan anualmente 33 mil toneladas, lo que hace que México se posiciona mundialmente en el 9no lugar de productor de miel y el 5to lugar de exportador de miel, siendo Alemania y Reino unido de Gran Bretaña el principal destino donde se exporta la miel (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2020).

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

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

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

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

ECONOMIA FAMILIAR

César Chávez (Primavera 2022)

Nicole Castro Díaz de Sandi (Primavera 2022)

Ricardo Comparán (Primavera 2022)

Daniel Caro (Primavera 2022)

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)

El ciclo de vida de un negocio transcurre desde sus etapas iniciales hasta el crecimiento consolidado, pasando por varios estados intermedios. En este camino es relevante, si bien no es lo más importante, el dinero. Justamente en las etapas iniciales del financiamiento y

constitución de una empresa aparece un concepto conocido como las cuatro efes (f) en inglés, aquellos que apoyan un emprendimiento naciente: friends (amigos), family (familia), founders (fundadores) y fools (tontos), esos que iban pasando y pusieron dinero en la empresa. (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.

“ [...] 50% de los emprendedores inicia su emprendimiento con soporte directo de la familia. Lo que quiere decir que la mitad de las empresas que se están creando hoy en el país no existirían si no fuera gracias a la ayuda familiar [...]. ”

Para el financiamiento y la constitución de una empresa (4F's: Friends, family, founders and fools.)

“ [...] La familia con más antigüedad y fortaleza institucional, poseedora y transmisora de la cultura y el acervo de la humanidad. La empresa como instrumento de transformación de la realidad social y de la naturaleza, sin la cual no es tampoco aplicable el presente en el mundo.” (Bastar, 2013)

“ [...] la empresa familiar Mexicana está enmarcada dentro del entorno de la realidad y el pasado de Latinoamérica, pues familia y empresa devienen del mismo pasado, dónde la España conquistadora es la portadora de los regazos de una etapa medieval y, con ella, llegaron instituciones como la encomienda y la hacienda, ello junto con el sincretismo cultural del ¿encuentro?, o ¿choque? de las dos culturas que presenta hasta nuestros días elementos en la familia y, por ende, en la empresa que dicha familia funda, opera y supera.” (Bastar, 2013)

RT

En la historia podemos ver que empresas familiares han existido siempre; es más, antes de la Revolución Industrial eran el único tipo de empresa posible y, por lo tanto, ese modelo era lo propiamente «natural». Los negocios se hacían normalmente desde la casa y los padres eran ayudados por sus hijos. Los negocios y la familia siempre se han integrado de una manera u otra, tanto ayer como hoy.

TEMA 5 – LA ECONOMÍA FAMILIAR Y PERSONAL

- 1- La planificación del futuro
- 2- El presupuesto familiar
- 3- El diagnóstico de la situación económica
- 4- El patrimonio, la solvencia y la liquidez
- 5- La decisión de ahorrar



Imagen 2. Gráfico sobre economía familiar y personal

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

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

Riesgos potenciales:

El Centro de Investigación para Familias de Empresarios, CIFEM–BBVA del IPADE Business School dieron a conocer los resultados del estudio “Situación y Progreso

de las Empresas Familiares para lograr su Continuidad”, que revela que 44% de las empresas encuestadas están en riesgo de no subsistir debido a la acumulación de malas prácticas que, si no se corrigen, terminarán por viciar la dinámica familiar y propiciar la desintegración del negocio.

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

Dentro de los resultados del estudio destaca que el cambio generacional y los consiguientes relevos en las posiciones de liderazgo están entre los mayores desafíos para las empresas familiares. Planear y ejecutar a tiempo la sucesión en todas sus dimensiones es una tarea que no conviene aplazar. La institucionalización de los órganos de gobierno y la profesionalización de la empresa son elementos fundamentales en esta etapa.

Los procesos de sucesión entre generaciones aún son el mayor reto que enfrentan las organizaciones familiares, sobre todo en el traspaso de la primera a la segunda generación, aunque también de la segunda a la tercera. Lo que sucede a menudo es que las fórmulas aplicadas que funcionaron bien en el primer relevo generacional no siempre funcionan en el siguiente.

Relevancia para el proyecto

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

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

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

La confianza interna permite que el emprendedor busque ayuda y que la familia acuda, lo que da pie a grandes emprendimientos que de otra manera no encontraría apoyo por ser muy riesgosos. Con respecto al sistema de redes que aporta la familia, más allá del sistema propio que se haya generado un sujeto a lo largo de su vida, en la medida que las familias mismas crecen, sus contactos también van expandiéndose y se integran a una red común a la que cualquier miembro de la familia, ya sea cercano o no tanto puede acceder. Estas redes pueden irse explotando, lo que permite múltiples posibilidades de asociaciones y la vinculación con diferentes negocios. (Majmud, 2013)

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

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

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

En este aspecto la familia se ha perfilado como una entidad capaz de transmitir a las nuevas generaciones el ímpetu emprendedor, formando sujetos capaces de tomar el reto de la creación de nuevas empresas, o bien, perpetuando en el tiempo el fruto del esfuerzo de aquellos que les precedieron. (Majmud, 2013)

Conclusiones

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

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

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

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

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

la empresa misma. La existencia e importancia de la apicultura y como ya existe este término llamado “Apiturismo” que relaciona el turismo potencial en Tequila y el interés y curiosidad del mercado por las abejas.

EMPRESAS FAMILIARES

Ana Sofía Arroyo (primavera 2023)

María Lilián Cueva (primavera 2023)

Kenia Real Palacios (primavera 2023)

Andrea Bañuelos Espinoza (primavera 2023)

Lia Hernández (primavera 2023)

Gracias a la biografía abordada en versiones anteriores del RPAP, pudimos conocer más sobre el significado de las empresas o economías familiares; sus características, tipos y los riesgos potenciales a los que se enfrentan en su objetivo de crecimiento, rescatamos algunos datos importantes:

Primero hay que entender que una empresa familiar es una organización comercial conformada por uno o más miembros de una familia, la cual tiene el control total o mayoritario de la empresa.

Las empresas familiares en México tienen un gran peso en nuestra economía ya que generan el 72% de empleos y contribuyen al 52% del PIB en el país.

Para que una empresa familiar funcione de la mejor manera es necesario que los miembros involucrados dejen todo bien definido hablando de puestos, ingresos, tareas, etc.. ya que si no se define desde un inicio, estos suelen ser detalles por los cuales este tipo de empresas fracasan.

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

Herencia y Legado:

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

A continuación, se enlistan acciones que ayudan a preservar el legado de las empresas familiares:

- Establecer una gobernanza familiar:

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

- Involucrar a las próximas generaciones en etapas tempranas:

De acuerdo con el estudio Empresas familiares en México. Tiempo de sucesión en un escenario disruptivo, elaborado por KPMG en México en 2019, sólo 37% de estas organizaciones cuentan con un plan de sucesión, por lo menos parcial.

También es importante el comenzar a instruir en generaciones futuras los temas comunes de la empresa, pues esto permitirá la conservación de los valores, tradiciones y protocolos que se llevan a cabo para mantenerse a flote y evolucionar.

- Enfocarse en el legado familiar, no solo en el patrimonio

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

Valores y Cultura:

Las empresas familiares tienden a reflejar los valores y la cultura de la familia propietaria. Estos valores pueden influir en la forma en que se toman decisiones y se dirige el negocio. También pueden generar un ambiente de trabajo más cercano y una mayor lealtad entre los empleados.

Las creencias, los intereses, la historia, las tradiciones y, muy especialmente, los valores son parte inherente de la empresa familiar y es importante que la nueva generación esté alienada, entienda y aprecie estos valores, así como la importancia que tienen para la familia empresaria.

Es importante mencionar que no quiere decir que los valores sean intocables, el propósito de transmitirlos entre generaciones es justo, el permitir el diálogo entre la familia sobre las cosas que siguen funcionando y las cosas que se deben cambiar por cuestiones del contexto

actual.

Flexibilidad:

Nos referimos a la capacidad de las empresas a aceptar cambios y adecuarse a diferentes situaciones. Repensar la estrategia corporativa enfocándose en las fortalezas empresariales y revisando las prioridades, ser flexibles también tiene que ver con la forma en que se maneja la organización.

A diferencia de las grandes corporaciones, las empresas familiares pueden ser más flexibles y rápidas en la toma de decisiones. Esto se debe a una estructura de gestión más plana y a una menor burocracia.

Compromiso y Motivación:

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

Conclusiones

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

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

Para asegurar la continuidad y el éxito de la empresa familiar en México, es necesario establecer estructuras y procesos claros para la toma de decisiones, la resolución de conflictos y la planificación de la sucesión. Además, es importante implementar prácticas

de gestión empresarial sólidas y profesionalizar la empresa para garantizar su éxito a largo plazo.

Pero sobre todo, el darle la importancia necesaria a los fundamentos principales en cuanto a los valores con los que comenzó el emprendimiento, el no olvidar de dónde viene y de donde surge la motivación y el mantener este legado sobre todo, en la toma de decisiones. Tengan muy presente que nadie tiene más ganas y más compromiso que los actores de una empresa familiar.

PATRIMONIO

Nicole Castro Díaz de Sandi (Verano 2022)

Santiago Díaz (Verano 2022)

Lia Hernandez (Verano 2022)

María Lilián Cueva (Primavera 2023)

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

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

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

¿Quién decide que es un patrimonio?

La UNESCO promueve la identificación, la protección y la preservación del patrimonio cultural y natural. "Convención sobre la protección del patrimonio mundial cultural y natural." (UNESCO, 1972).

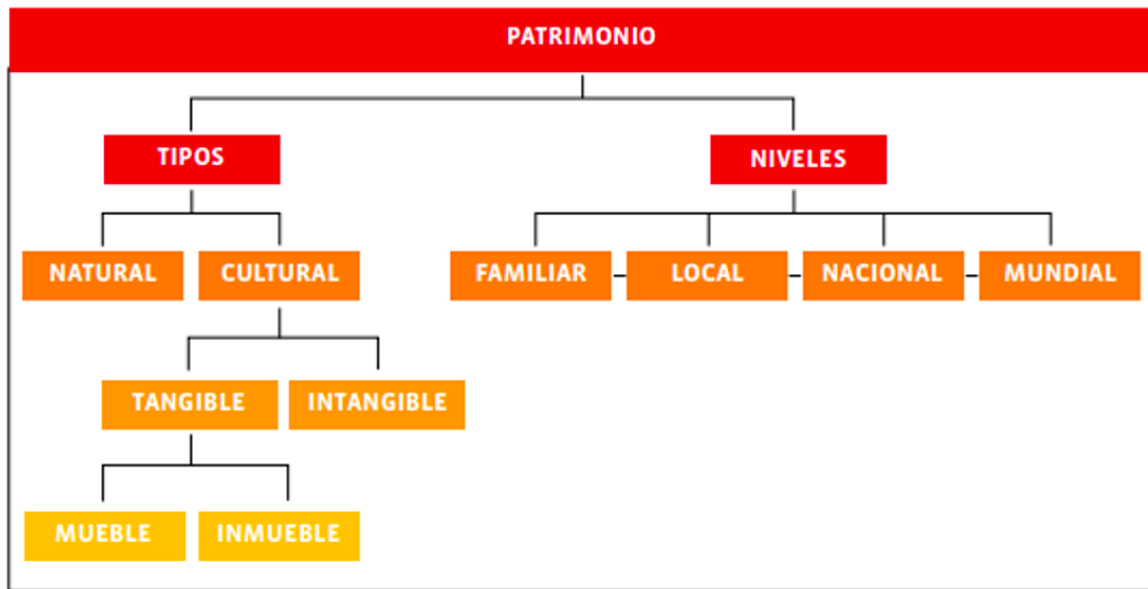
¿Cómo se determina qué lugares merecen el título de Patrimonio de la Humanidad?

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

¿Qué es necesario para ser elegido patrimonio de la humanidad?

1. Ser una obra maestra del genio humano
2. Testimoniar un importante intercambio de valores humanos a lo largo de un periodo de tiempo o dentro de un área cultural del mundo.
3. Ser testimonio único o excepcional de una tradición cultural o de una civilización existente o desaparecida.
4. Constituir un ejemplo eminente que ilustre una etapa significativa de la historia humana.
5. Ser ejemplo eminente de una tradición, de asentamiento humano, utilización del mar o de la tierra, representativa de una cultura, o de la interacción humana con el medio ambiente cuando esté se vuelve vulnerable frente al impacto de cambios irreversibles.
6. Estar asociado con eventos o tradiciones vivas, con ideas o creencias, con trabajos artísticos y literarios de destacada significación universal.
7. Contener fenómenos naturales superlativos o áreas de excepcional belleza natural e importancia estética.
8. Ser ejemplos representativos de importantes etapas de la historia de la tierra.

9. Ser ejemplos eminentes de procesos ecológicos y biológicos en el curso de la evolución de los ecosistemas.
10. Contener los hábitats naturales más representativos y más importantes para la conservación de la biodiversidad.



(Elaborado por estudiantes del periodo de Verano 2022)

Diferentes niveles de patrimonio:

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

Tipos de patrimonio:

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

- Bienes muebles: Son materiales susceptibles de ser trasladados. Bienes expresión o testimonio de la creación humana que tienen valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico. Ejemplo: Pinturas, esculturas, libros, maquinaria, equipo de laboratorio, objetos domésticos, objetos de trabajo y objetos rituales, entre otros.
- Bienes inmuebles: Son bienes amovibles expresión o creación humana o de la evolución de la naturaleza y tienen valor arqueológico, histórico, artístico, científico y/o técnico. Ejemplo: un acueducto, un molino, una catedral, un sitio arqueológico, un edificio industrial, el centro histórico de una ciudad, entre otros.

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

Artículo 2.

“El patrimonio cultural del Estado está constituido por elementos manifestaciones materiales e inmateriales de la actividad humana y del entorno natural, a los que los habitantes de la entidad, por su significado y valor, les atribuyen importancia intelectual, científica, tecnológica, histórica, natural, literaria, artística, arqueológica, antropológica, paleontológica, etnológica, arquitectónica, industrial y urbana.”

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

Zonas de protección:

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

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

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

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

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

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

Por ejemplo:

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

Está integrado por:

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

Patrimonio Natural: *Conjunto de bienes y recursos de la naturaleza, fuente de diversidad biológica y geológica, que tienen un valor relevante ambiental, paisajístico, científico o cultural.* (Definición de patrimonio natural - Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE, 2020)

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

Patrimonio Natural Intangible:

Surgido recientemente y en plena investigación, se conceptualiza como aquellos elementos “intocables” del entorno natural que se combinan para crear los objetos naturales.

Nos ayuda a entender y definir, en nuevos términos, nuestra relación con los elementos de lo natural vivo.

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

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

Relevancia del tema

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

Este proceso de recolección y procesamiento de la miel es un patrimonio enorme de conocimientos tradicionales que se han ido generando no solo desde la experiencia diaria, si no desde lo que se ha ido compartiendo de comunidad a comunidad. A través de diversas técnicas que conllevan a conocer la forma en que viven estos insectos, cómo se reproducen, sus cuidados y las características de sus mieles, entre otros.

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

Aportaciones generales

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

Las empresas familiares forman aproximadamente un 90% de las empresas mexicanas, es por eso que tenemos que entender cómo funcionan y cómo se manejan. Poder trabajar dentro de una empresa familiar nos da la oportunidad de convivir con ellos y que nos expliquen cómo se maneja un negocio. Tarde o temprano, nos vamos a encontrar formando parte de un negocio al cual podremos aplicar un proceso similar al que se llevó a cabo con Llamas Honey.

PAISAJE AGAVERO PATRIMONIO MUNDIAL

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

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

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

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

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

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



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

Conclusiones

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

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

preservación de ecosistemas. Y por el lado cultural, se tienen las técnicas empleadas por los artesanos para llevar a cabo todo el proceso de recolección de miel.

Tener un entendimiento de lo que define a un patrimonio nos permitirá apoyar el crecimiento de esta empresa familiar sin perder los elementos que los hacen parte del patrimonio cultural de nuestro país.

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

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

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

CONCLUSIONES DE LA IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO

Ana Sofía Arroyo (primavera 2023)

María Lilián Cueva (primavera 2023)

Kenia Real Palacios (primavera 2023)

Andrea Bañuelos Espinosa (primavera 2023)

Lia Hernández (primavera 2023)

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

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

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

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

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

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

CONSTRUCCIÓN DE LA PAZ

Andrea Bañuelos Espinosa (Otoño 2022)

Santiago Díaz (Otoño 2022)

Kenia Real Palacios (Otoño 2022)

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

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

Alexander Paul Zatyryka Pacheco, SJ: Rector del ITESO

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

Diana Montoya Eligio: Defensora de los derechos humanos

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

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

Ernesto López Portillo:

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

Araceli Salcedo: Madre buscadora

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

Alejandra Xanic y Elizabeth Dalziel: Periodistas

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

Javier “Pato” Ávila, SJ: Sacerdote en comunidad Tarahumara

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

Como conclusión:

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

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

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

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

¿Paz? Hay muchas, ¿cuál vemos primero?

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

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

Investigación

Dentro de estas reflexiones acerca de la construcción de paz se detectaron algunos elementos que son aplicables en nuestro trabajo durante el proyecto de aplicación profesional (PAP) de este semestre Otoño 2022. Creemos que el impulso y desarrollo de una economía local, justa y solidaria nos ayuda en el proceso de construcción de paz, al generar oportunidades de trabajo digno para varias personas de una comunidad se crea a la par un ambiente de cooperación, respeto y recuperación del tejido social.

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

Puede definirse a la economía solidaria a partir de dos conceptos que se unen, el primero se fundamenta en un territorio concreto, que abarca además de la dimensión geográfica,

dimensiones de carácter económico, social, cultural, institucional, político y ambiental; cuyo objetivo consiste en el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Mientras que el segundo comprende el conjunto de organizaciones conformadas bajo los principios de autonomía, equidad, democracia participación y justicia social para realizar una actividad productiva que promueva beneficios a los involucrados, así como para la sociedad en general.

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

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

Reflexiones finales

Tomando en cuenta que nos encontramos en un estado de violencia, es necesario buscar la paz de distintas maneras. Tenemos que transmitir y enseñar el respeto a través de la educación, que es raíz de muchos de los problemas que enfrentamos día a día. Creemos que si hubiese mejor educación, podría haber más paz, porque las personas estarían más conscientes sobre sus acciones. Por otro lado, los movimientos que existen en las

PAZ

¿QUÉ ES?
"Un estado a nivel social o personal, en el cual se encuentran en equilibrio y estabilidad en las partes de una unidad."

CAPACIDAD DE CAMBIO
Hoy en día la violencia ha vuelto parte de nuestras vidas y una de las cosas que nos quita la paz con nuestras actividades diarias. No podemos seguir pensando que la paz vendrá por parte de las víctimas.

OPORTUNIDADES
Impulsar y desarrollar de una economía local, justa y solidaria generando oportunidades de trabajo dignas creando un ambiente de cooperación, respeto y recuperación del tejido social.

OBJETIVO EN COMUN
Enseñar lo mejor de nuestro país para llamar la atención de los mismos residentes para que cuiden y protegen lo que tanto quieren. De esta manera regresamos a un estado de paz.

AMENAZAS
La desinformación e información en lenguajes no entendible por los receptores. La falta de respeto y valor ante seres humanos. Para crear un cambio positivo es necesario que provenga del pensamiento interno de cada persona.

universidades a nivel nacional, está generando un impacto positivo en diferentes grupos de personas y comunidades.

Antes de empezar el proceso de construcción de paz, debemos cuestionar nuestra definición de paz, entender de dónde viene y si realmente es una definición que funciona para todos en la actualidad. Saber que todos tenemos experiencias diferentes y por lo tanto diferentes conceptos de lo que la paz es, nos ayuda a enriquecer este concepto y acercarnos cada vez más a una idea clara de lo que significa el proceso de construcción para la paz. Como estudiantes universitarios y futuros profesionistas, nos toca replantearnos nuestro impacto en el mundo desde nuestra área de trabajo y cómo podemos ser más positivos enfocados a la construcción de un mundo mejor desde diferentes niveles. No se trata de quedarnos en una postura neutra alejada del conflicto, así sean cambios pequeños, con el tiempo se irán manifestando en grandes resultados, y para esto debemos de estar informados de la situación actual en nuestro país, estado, ciudad y comunidad.

Nos queda claro que el camino en la construcción de la paz es complejo, pero sabemos que la solución puede construirse a partir del diálogo y la reflexión con los grupos pequeños, es por ello que, este semestre en conjunto con la empresa familiar de Llamas Honey, trabajaremos en desarrollarnos como promotores de esta cultura de paz tanto en la vida personal, como en la profesional.

[Presentación del marco:](https://www.canva.com/design/DAFMBrJkkrk/was6ZG7eH6124OSMe5rsnA/view?utm_content=DAFMBrJkkrk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

https://www.canva.com/design/DAFMBrJkkrk/was6ZG7eH6124OSMe5rsnA/view?utm_content=DAFMBrJkkrk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

1.2 Diagnóstico del contexto

Ubicación geográfica

La información de este apartado fue recuperado del RPAP de Primavera 2021 el cual fue elaborado en Otoño del 2020 por María Regina Velázquez Arriola, María Abril Márquez Torres, Llendi Gillam Guzmán y Daniel Ochoa Barragán, así como del RPAP de Primavera 2020 elaborado por Natalia Rodríguez y Daniela Martínez, debido a que los datos siguen siendo vigentes al proyecto y responde al seguimiento que pretende la colaboración en PAP. Dado que los datos se han mantenido igual con el paso del tiempo, no hay necesidad de actualizarlos.

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

El Salvador está ubicado a 1,823 metros de altitud.

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

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

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



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

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

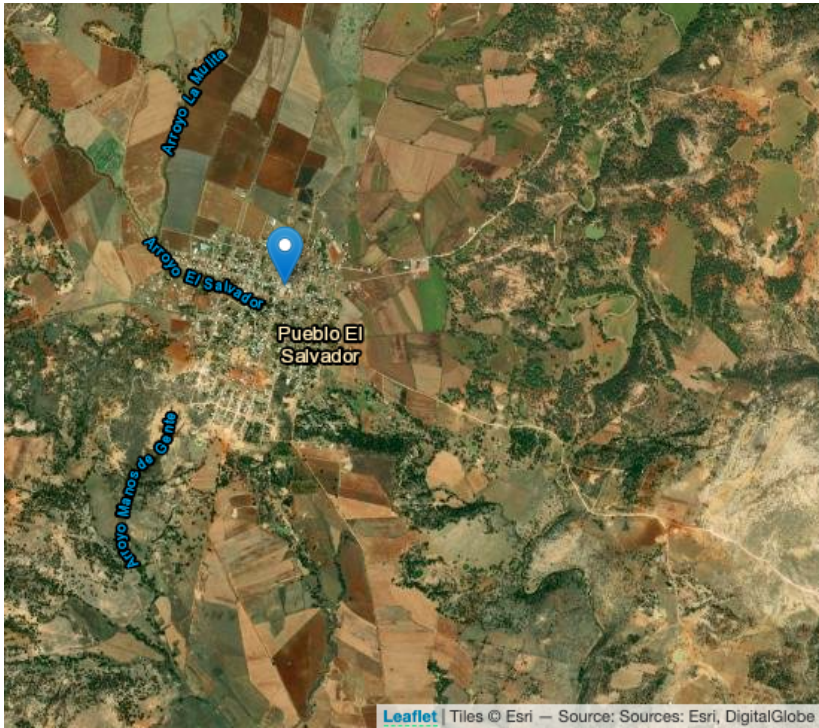


Imagen 4. Mapa satelital del pueblo El Salvador

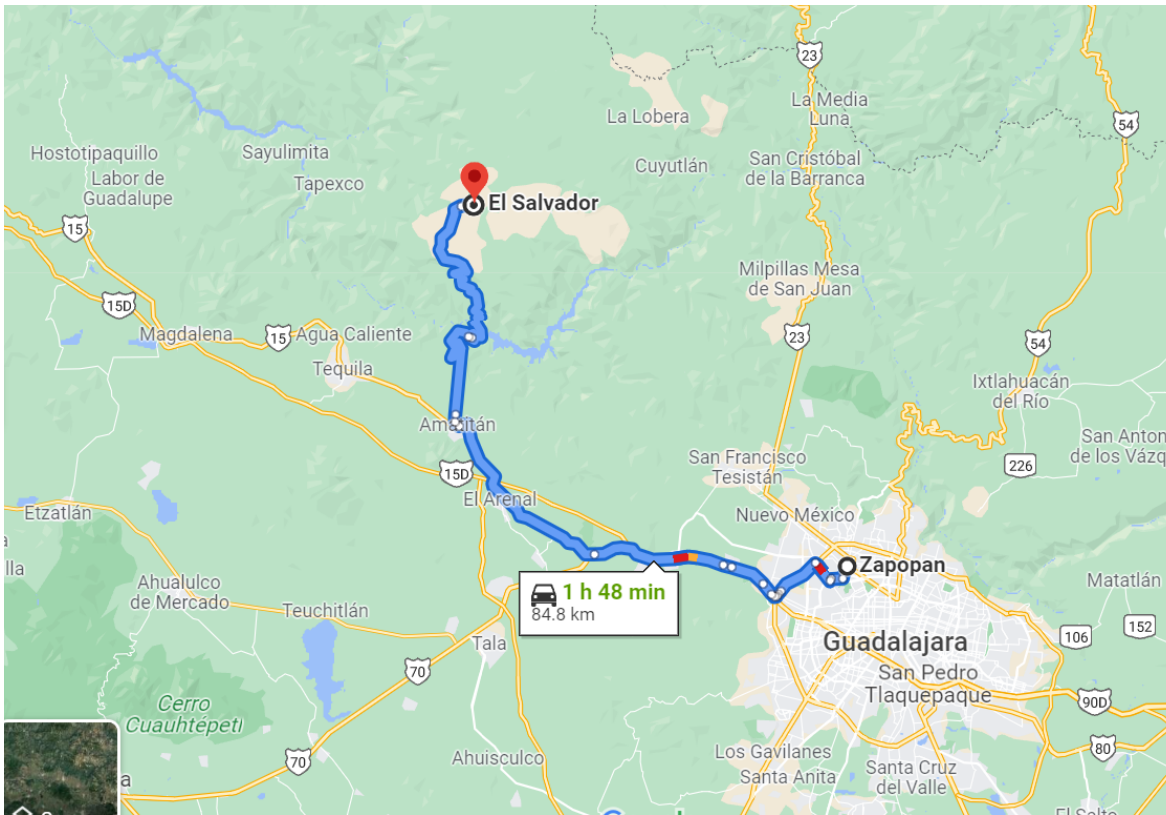


Imagen 5. Mapa de ruta de Guadalajara hacia el El Salvador



Imagen 6. Mapa de delimitación de territorio

Sus calles principalmente están adoquinadas o son de piedra, además de que se visibiliza un buen porcentaje de vehículos particulares principalmente camionetas, lo que facilita el transporte dentro del pueblo o entre comunidades aledañas. La población está conformada por 1203 hombres y 1299 mujeres, teniendo un grado de escolaridad promedio de hasta tercer grado de secundaria estando a nivel del promedio de escolaridad del país.

En El Salvador hay 669 viviendas, de las cuales el 98% cuenta con acceso a energía eléctrica en su domicilio, el 90% tienen agua potable, el 98% cuenta con un baño o sanitario, 94% tiene televisión, 75% cuenta con refrigerador, 70% con lavadora, 50% con vehículo, 38% con un celular y el acceso a internet es prácticamente inexistente.

Además de las 669 viviendas 58 tienen piso de tierra y 9 son solamente de una sola habitación.

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

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

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

Desempleo, economía y vivienda en El Salvador:

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

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

Ámbito Económico:

En El Salvador hay un total de 484 hogares. De estas 484 viviendas, 58 tienen piso de tierra y unas 9 consisten en una sola habitación. 458 de todas las viviendas tienen instalaciones

sanitarias, 419 están conectadas a servicio público, 472 tienen acceso a la luz eléctrica. La estructura económica permite a 26 viviendas tener una computadora, a 339 tener una lavadora y 449 tienen una televisión. (Nuestro México, 2016)

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

Agricultura

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

Ganadería

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

Explotación Forestal

Se explotan principalmente el pino y el encino.

Comercio

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

Servicios

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

Historia de la empresa y de los actores

El siguiente apartado se recuperó del RPAP de Primavera 2021:

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

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

Regresando a México se dio cuenta de la oportunidad de negocio que tenía si empezaba un proyecto como este, debido a que en los Estados Unidos era un negocio que estaba en pleno

auge. De este modo, trató de replicar la fórmula de éxito de la empresa 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.

En el 2019 se sumó Marily Saldate que, siendo esposa de Herasmo, comenzó tareas administrativas y de etiquetado del producto, también funge como la principal línea de información entre las redes sociales y la empresa y como cadena de comunicación entre los estudiantes del Iteso con la empresa.

Además, con el paso del tiempo la empresa ha ido invirtiendo en diversas herramientas para una mayor recolección de miel de una manera óptima, como lo fue la adquisición de una máquina extractora de miel manual además de equipo tanto de manufactura como de protección para su uso. Además 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 Saldate han tenido un impacto bastante bueno y sustancioso en

sus ventas, esto aunado a la inclusión del programa “Voces del Tequila”, programa realizado por la empresa de marketing digital “Sarape Social” por medio de la fundación Beckmann.

Las ventas y la mayoría de las actividades de la empresa se realizan desde su casa, algunas ventas ya se realizan mediante redes sociales y en el bazar que están participando en Tequila por parte de la fundación Beckmann. Las abejas y la flora, de la cual se extrae la miel parte de 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.

Llamas Honey en 2023:

Procesos de producción:

Se puede notar dentro de la empresa familiar, un proceso mucho más industrializado en la extracción de la miel. La bodega de la familia 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.

Puntos de venta:

- Dentro de Tequila, seguimos contando con la tienda del hermano de Herasmo, conocida como “Abarrotés Luis”, ubicada en Calle Ejido # 376. La casa de Marily, en El Salvador. Se entregó un pedido de 100 jabones a un hotel nuevo en Tequila, se está esperando que se renueve el pedido para concretarse como punto de venta fijo.

- En Amatitán, en la carnicería “La Capilla” de la hermana de Marily, ubicada en calzada del carmen número 66.
- En Guadalajara contamos con un punto de distribución por parte de las docentes PAP y el trato que se está concretando con dos tiendas a consignación.
- En Los Cabos, Baja California; el 31 de marzo se mandaron jabones y bálsamos labiales para su distribución dentro de la Azul Boutique. (Hotel Cabo Azul. Fonatur, Paseo Malecon Sn, Zona Hotelera, 23400 San José del Cabo, B.C.S.)

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

Diagnóstico socio organizacional

Herasmo Llamas, dueño de la organización, además de apicultor, con un periodo de actividad dentro de la empresa (Llamas Honey) de 8 años, es el encargado de elaborar los cajones, bastidores y el equipo necesario para las abejas. También busca que en las colmenas todo marche en orden, como es el revisar su alimento, que no tengan enfermedades o que no esté presente ningún otro tipo de parásito, plaga o invasor en la colmena. En épocas de extracción, él realiza dicha actividad y también transporta las colmenas o núcleos hacia los distintos ranchos en donde distribuye sus abejas, en Jalisco y Zacatecas. A su vez se encarga de surtir las ventas a los clientes ya sea en su localidad o en Tequila. Además está ofreciendo el servicio de polinización y está en proceso el emprendimiento de fabricar hidromiel.

Marily Saldate, desempeña las tareas de envasado y etiquetado de la miel, además de encargarse de las ventas de manera física en el Salvado Jalisco y por medio de las redes sociales de Llamas Honey. Maneja sus redes sociales y además busca diversificar sus productos creando nuevas ideas. Es el principal contacto entre los alumnos del proyecto y de las demás relaciones con las que se vinculan, además de llevar la administración del negocio. Marily proviene de una familia dedicada a la agricultura por varias generaciones y donde las mujeres se dedican por completo a las labores del hogar. Su familia es de los ranchos "La Escondida" en el municipio de Mitlán, Tequila.

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, que sigue siendo vigente con algunos ajustes realizados en Primavera 2023:

ACTORES PRINCIPALES Y SUS FUNCIONES

Herasmo Llamas

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

Marily Saldate

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

ACTORES EXTERNOS EN RELACIÓN CON EL PROYECTO

-Línea Indirecta al proyecto:

Susana Arellano

- Mamá de Marily

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

Personas físicas (compra de miel)

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

Empresas que solicitan polinización

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

-Línea Directa al proyecto:

Javier Llamas Candelas

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

Trabajador eventual

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

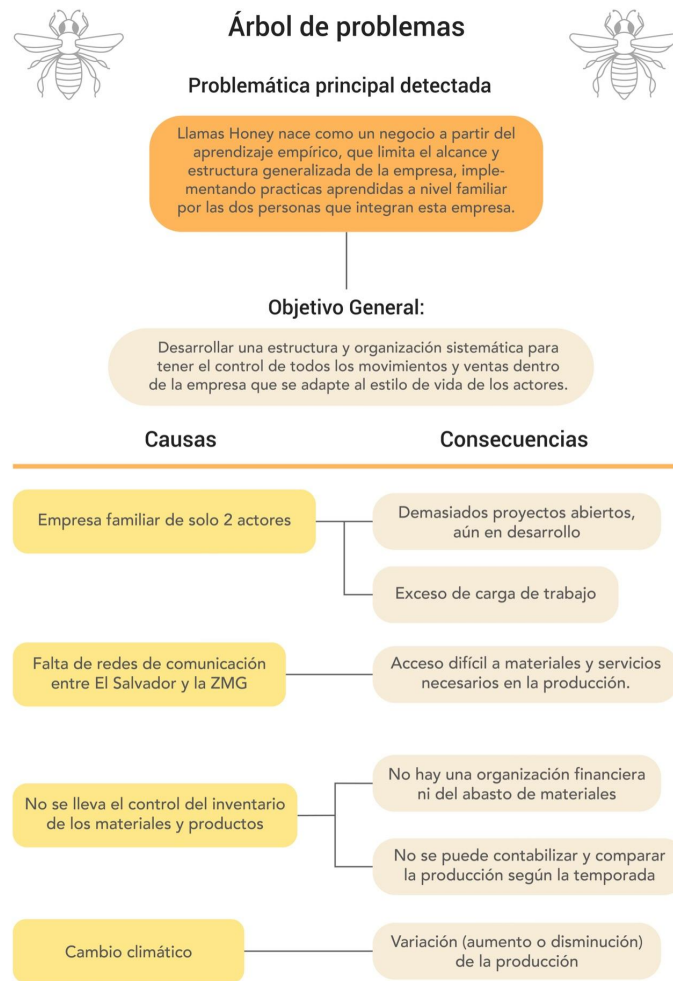
Contador

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

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Para identificar la problemática, se llevó a cabo un análisis de la documentación que existe respecto a Llamas Honey, como; RPAP anteriores, bitácoras, productos, etc. Posteriormente Marily y Herasmo visitaron las instalaciones del ITESO, donde tuvimos la oportunidad de hablar con ellos para conocer sus inquietudes, dudas y problemáticas que ellos creían que existían actualmente en el proyecto, así se logró estructurar y plantear la problemática a solucionar. Durante esta reunión pudimos retomar los objetivos que no fueron concluidos en el semestre Otoño 2022 además de añadir nuevos objetivos para trabajar en este semestre de Primavera 2023. En este primer encuentro se detecta como principal problemática la falta de estructura administrativa de Llamas Honey como empresa familiar.

Árbol de problemas:



La problemática detectada es:

La falta de una estructura administrativa que garantice la profesionalización de sus procesos, la definición del empaque y embalaje de sus productos y que a su vez, permita la optimización en los tiempos de producción, trayendo como consecuencia la colocación de la marca en puntos de venta dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) y la posibilidad de expansión mediante nuevas redes de envíos a toda la República Mexicana.

Pues no solo tienen como reto al cambio climático afectando la producción y la falta de redes de comunicación fuera del municipio de Tequila, sino que al ser una empresa de tan

solo dos actores, se enfrentan a un crecimiento paralelo entre la marca y las capacidades de acción y crecimiento de los actores.

Hay temas de administración en el almacenamiento e inventario que no se llevan a cabo correctamente, además de un método poco funcional de costeo de producción de los productos. De la misma forma, no se cuenta con una imagen corporativa uniforme en el embalaje y empaque de sus productos. Las redes sociales han tenido poca actividad y persiste un desenvolvimiento personal sobre el profesional en el manejo de las mismas.

En este semestre Primavera 2023, se dividió el proyecto en ocho objetivos derivados de la problemática, donde el equipo definió ciertas metas específicas a realizar para el cumplimiento de cada objetivo.



Objetivos Específicos

1

Profesionalización de la empresa

- Etiqueta en vinil automotriz para la camioneta de la empresa
- Primeras bases de inventario virtual
- Diseño y actualización del Catálogo

2

Desarrollo de un sistema de organización y sistematización de los procesos

- Diseño de sistema de organización para facilitar los procesos administrativos
- Instruir en el uso de las tecnologías (Computadora e impresora) a los actores

3

Comunicar, recordar y educar al cliente en el respeto y cuidado de los ecosistemas.

- Formalización de WhatsApp empresa
- Posteo fluido en Instagram y Facebook

4

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

- Análisis de materiales óptimos para la conservación y transporte del producto
- Diseño de empaque para jabones: adaptable para los diferentes tamaños y características
- Etiqueta de la hidromiel
- Embalaje para la entrega de muchos jabones a la vez
- Empaque para el jabón de oveja que se distribuye en el hotel de Tequila
- Embalaje para productos en las festividades
- Empaque para bálsamo labial

5

Consolidar y expandir los puntos de venta de productos

- Diseño y desarrollo de display para exponer los productos en diferentes puntos de venta
- Continuar con la búsqueda de nuevos puntos de venta dentro de los territorios más cercanos a Tequila
- Concretar la negociación en la tienda de Los Cabos para jabones y bálsamos labiales

6

Continuidad a la producción de la hidromiel

- Analizar posibles mejoras en la receta trabajada para la hidromiel
- Reescribir la receta para que sea más eficiente en el trabajo con los actores

7

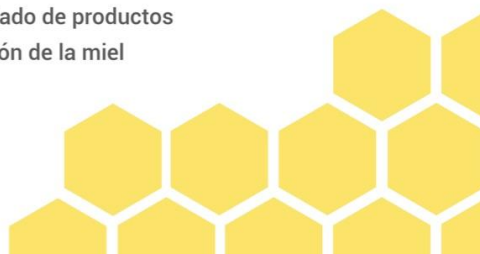
Consolidación de nuevos productos

- Investigación para el desarrollo de cremas
- Investigar el proceso de Liofilizar la miel para su implementación en nuevos productos.
- Desarrollo de pruebas de nuevos productos; crema hidratante.

8

Optimización de los procesos de producción

- Mejorar el proceso de envasado de la miel
- Etiquetado de productos
- Filtración de la miel



A continuación se presenta la justificación de cada apartado de la matriz FODA, desarrollada por los compañeros del PAP de Otoño 2021. Además de que se agregan las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades actuales a la situación y contexto de Primavera 2023.

Matriz FODA:

| | |
|---|---|
| <p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Mercado orgánico en crecimiento ° Crecimiento de transacciones en línea ° Mayor conciencia ecológica en la sociedad ° Aumento de consumo de productos artesanales a pequeños productores locales ° La pandemia aumentó el consumo de miel ° Diversificar productos en nuevas áreas ° Llamas Honey dentro de diferentes puntos de venta en la ZMG, por alianzas estratégicas ° Posibilidad de envíos a toda la República Mexicana | <p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Mercado competitivo por mieles industriales ° Incremento en el uso de pesticidas ° Incremento de deforestación de la zona ° Cambio climático; falta de lluvias, contaminación, cambio de uso de suelos en la región. ° Variación de los precios de venta por fenómenos económicos ° Aumento de precio de los insumos ° Globalización en productos exportados y venta de productos similares en empresas grandes en línea como Amazon. ° Pérdida de producto por mal almacenamiento o pérdidas en proceso de filtrado. |
| <p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Excelente calidad en todos sus productos ° Apoyo de instituciones y fundaciones ° Valor de nómina bajo ° Conciencia para adoptar y mejorar en nuevas | <p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Desconocimiento en temas administrativos ° Falta de organización y sistema de distribución de trabajos específicos. ° Fluctuaciones de mercado |

| | |
|---|--|
| <p>tecnologías</p> <ul style="list-style-type: none"> ° Empresa familiar ° Confianza ° Conocimiento y habilidades requeridas ° Fácil adaptación al cambio ° Maquinaria y espacios propios ° Disponibilidad de colonia de abejas ° Innovación en productos ° Motivación para crecer e innovar. | <ul style="list-style-type: none"> ° Falta de canales y puntos de venta para la salida de productos ° Marca aun no posicionada ° Mucha competencia en el mismo sector ° Estancamiento en la continuidad a nuevos productos emergentes de la marca ° Falta de dedicación en tiempo ° Falta de personal para abarcar todas las áreas (ej.: Publicidad, finanzas, distribución, elaboración...) y necesidades para seguir creciendo. ° Malbaratan la miel por las fluctuaciones en el mercado o por necesidad de vender. ° La producción depende de factores no predecibles como el cambio climático y el inicio del temporal de lluvias. |
|---|--|

OPORTUNIDADES:

Mercado orgánico en crecimiento:

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

Crecimiento de transacciones en línea:

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

Mayor conciencia ecológica de la sociedad:

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

- Se redujeron los porcentajes de personas que usan leña para calefacción y cocina.
- Además, el 47% de los hogares separa la basura.

· El 70% de las personas son más conscientes ahora que antes de la COVID-19 de que la actividad humana amenaza el clima y que la degradación ambiental puede amenazar a los humanos.

Aumento de consumo de productos artesanales a pequeños productores locales:

· Se abren más espacios en donde los pequeños productores puedan exhibir sus productos para tener mayor alcance- (Bazar en Tequila por fundación Beckmann).

· A raíz de la pandemia actual las inclinaciones de los clientes al comprar productos se alinean más con pequeños productores buscando ayudar a empresas locales.

La pandemia aumentó el consumo de miel:

· Según datos de la Red de Tiendas Mundo Rural de INDAP, el producto más vendido en sus locales desde el inicio de la pandemia de Covid-19 ha sido por lejos la miel.

· México está en el top 4 de exportadores de miel mundial con un total de mercado del 6.3%.

· La miel mexicana es la favorita de mercados como el europeo y el arábico.

Diversificar productos en nuevas áreas:

· Se busca incursionar en el mundo de la belleza y el cuidado de la piel con la creación de un bálsamo labial y una crema humectante, además de los jabones que hoy en día ya manejan.

· Cuentan con servicios de polinización.

· Desarrollo de hidromiel

Red de envíos a toda la República Mexicana

· Gracias a la alianza estratégica con otra empresa que comparte las guías de DHL y Estafeta

AMENAZAS:

Mercado competitivo por mieles industriales:

· Los usuarios ignoran que más del 75% de las mieles están adulteradas; muchas contienen agua, glucosa o están ultrafiltradas.

- La miel sin polen no puede ser denominada miel debido a que pierde sus propiedades.

Incremento en el uso de pesticidas:

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

Incremento de deforestación de la zona:

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

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

- El incremento en la temperatura global afecta altamente a las abejas.
- El uso excesivo de insecticidas y la contaminación del aire afecta a los insectos.
- La pérdida de flores endémicas por causas de efectos agrícolas también afecta a la abeja.
- Las lluvias favorecen al medio ambiente, sin lluvia no hay plantas, sin plantas no hay polen.
- El número de lluvia ha ido a la baja en los últimos años en la región.
- La miel de roble solo es factible cosechar cuando ha estado lloviendo.

Incremento de plantaciones de agave:

- De 1990 a 2005 pasó de 20 mil a 120 mil hectáreas de cultivo de agave en la región.
- Los daños ambientales al estado de Jalisco han sido enormes.
- El agave, aguacate, berries y caña de azúcar son las plantaciones con mayores impactos ambientales en Jalisco.

Variación de los precios de venta por fenómenos económicos:

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

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

Aumento del precio de los insumos:

. Los insumos y productos necesarios para la venta de los productos sube conforme al mercado.

. Se genera un mayor costo de empaque o fabricación.

. Los costos se asocian a la suma de los gastos realizados, para obtener los recursos utilizados en la producción, así como, en el proceso de elaboración y distribución del producto o servicio.

Globalización en productos exportados y venta de productos similares en empresas grandes en línea (como Amazon):

. 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 envío convenientes para crecer sus puntos de venta.

Pérdida de producto por mal almacenamiento o pérdidas en proceso de filtrado.

. La temperatura en el lugar de almacenamiento provoca que la miel se cristalice.

. No siempre se puede filtrar la miel al 100% y los clientes no la consumen con restos de cera o partes de las abejas.

FORTALEZAS:

Excelente calidad en todos sus productos:

. Sus mieles son 100% naturales, ya que no se les agrega nada extra para comercializarlas.

. El resto de sus productos son preparados con ingredientes naturales, incluyendo la miel.

Apoyo de instituciones y fundaciones:

. El ITESO y la fundación Beckham apoyan a “Llamas Honey” en diversos temas.

. La imagen y logotipo ha corrido a cuenta de alumnos del ITESO.

- La comercialización una parte es por medio de la empresa y otra por medio de la fundación, además de algunos puntos de venta o salidas de productos como el acuerdo actual de jabones para un hotel en Tequila, Jal.

Valor de nómina bajo:

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

Conciencia para mejorar y adoptar nuevas tecnologías:

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

Empresa familiar:

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

Conocimiento y habilidades requeridas:

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

Fácil adaptación al cambio:

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

Maquinaria y espacios propios:

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

Disponibilidad de colmenas de abejas:

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

Innovación en productos:

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

Motivación por crecer e innovar:

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

DEBILIDADES:

Desconocimiento de temas administrativos:

- El área de administración está descuidada en la empresa.
- Dificultades en momentos de llevar finanzas sanas en la empresa.
- Mezcla entre los gastos de la empresa y los gastos familiares.

Falta de organización y sistema de distribución de trabajos específicos:

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

Fluctuaciones de mercado:

- Periodos de estacionalidad detectados en noviembre y diciembre incremento.

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

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

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

Marca aún no posicionada:

- . Al no estar posicionada como marca en el mercado de la zmg, hace que no se generen tantas ventas.

- . Los posibles compradores no pueden llegar a ellos por desconocimiento de su existencia

- . La publicidad establecida no es suficiente y falta generar más.

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.

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

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

Falta de dedicación en tiempo:

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

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

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

Malbaratan 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 les queda en bodega al precio que los compradores piden.

Su producción depende de factores no predecibles como el cambio climático y el temporal de lluvias:

- . El temporal de lluvias y el cambio climático afectan directamente la producción de miel.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Plan de trabajo

Se tomó en consideración el análisis y el diagnóstico del proyecto, así como la problemática detectada, para definir un plan de trabajo estructurado con metas específicas a alcanzar en el periodo de Primavera 2023. A continuación, se presenta la tabla del plan de trabajo y cronograma:

Plan de trabajo-archivo



PLAN DE TRABAJO Primavera 2023

Objetivo general Identificado:

La consolidación de una estructura administrativa que garantice la profesionalización de sus procesos, la definición del empaque y embotellado de sus productos y que a su vez, permita la optimización en los tiempos de producción, trayendo como consecuencia la colocación de la marca en puntos de venta dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) y la posibilidad de expansión mediante nuevas redes de apoyo a toda la República Mexicana.

| Objetivo | Meta | Actividad | Productos | Recursos | Validación | Tiempo | Seguimiento o Evaluación | Responsable | Prioridad |
|--|---|--|--|---|-------------------|-----------------------------------|---|----------------------------|-----------|
| Profesionalización de la empresa | Etiqueta en vinil automotriz para la camioneta de la empresa | Revisar el diseño trabajado previamente y hacer las modificaciones pertinentes. | Etiquetas con la identidad corporativa para la camioneta. | Archivo de diseño existente, programas de diseño, internet. | Heraismo y Marily | Primera y segunda semana de marzo | Pruebas de impresión de nuevas etiquetas | Andrea | 1.5 |
| | Primeras bases de inventario visual | Reunir la información que Marily vaya mandando semanalmente, dentro de una base de datos. | Un primer inventario real de los productos Llamas Honey | Aplicaciones de internet, excel | Estudiantes PAP | Al finalizar el semestre | Se espere que se pueda comparar el resultado final con los actores, llevar a una evaluación sobre ventajas y que se continúe con el registro. | Sofía | 1 |
| | Diseño y actualización de catálogo de productos | Reunir los imágenes de todos los productos de la empresa, información cualitativa de los productos y listados de precios actualizado para un rediseño de la información. | Diseño digital: catálogo para redes sociales. Diseño de versión para clientes. Diseño de versión para intermediarios | Programas de diseño, internet, banco de imágenes de la marca y listado de precios actualizado | Heraismo y Marily | Primera y segunda semana de marzo | Actualización en instagram, facebook. Impresión del catálogo y versión digital para compartir | Andrea, Kenia, Lily y Sofi | 1 |
| Desarrollo de un sistema de organización y sistematización de los procesos | Diseño de sistema de organización para facilitar los procesos administrativos | Investigación de metodologías que faciliten el registro de la información y diseño de herramienta | Calendario para la familiarización con los procesos de inventario, calendario de cosecha e inventario. | Programas de diseño, bocetaje, poseses o producción | Marily | Lo antes posible | Cada semana se estará recibiendo información de la registrada por parte de Marily | Andrea y Konia | 1 |
| | Instruir en el uso de las tecnologías (Computadora e impresora) | Ir al Salvador a explicar el uso eficiente de los nuevos recursos en tecnología y realizar la conexión entre computadora e impresora | Capacidad adquirida por parte de los actores para el uso de su equipo | Gráficos de apoyo que permitan a los actores el resolver dudas emergentes | Heraismo y Marily | Próxima visita al Salvador | Los actores usan su computadora e impresora | Todas | 2 |
| Comunicar y recordar que hay una cosecha que esperar, un territorio que nos estamos acabando; educar al cliente en el respeto y cuidado de los ecosistemas | Formalización de whatsapp empresa | Exlicación de el desarrollo y ventajas de mantener una imagen corporativa frente a los clientes | WhatsApp con identidad corporativa | Investigación desarrollo de ideas | Marily | Principios o mediados de marzo | Seguimiento al orden y practicas | Lia | 2 |
| | Posteo fluido en Instagram y Facebook | Calendario de publicaciones que no solo hablen de la marca y productos, sino también del cuidado de los ecosistemas y su importancia | Publicaciones continuas dentro de las redes sociales y material audiovisual | Investigación, síntesis de la información, desarrollo de ideas y gráficos | Heraismo y Marily | Segunda semana de marzo | Aumento en el número de seguidores y ventas Mayor conciencia ambiental y la capacidad de valorar los productos por parte de los clientes | Lia y Lily | 1 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|------------------|---|--|-----------------------|-----|
| Desarrollo de empaque, embalaje y etiquetas para productos derivados de la miel | Análisis de materiales aptos para la conservación y transporte del producto. | Investigación de características de los materiales y los ventajas de su uso en el almacenamiento de productos | Selección de materiales para los empaques y embalajes | Investigación y validación de información | RAP | segunda semana de marzo | Investigación de formas de otras empresas con las cuales ellos cuidan el empaque de sus productos para recopilar ideas | Sofía | 1 |
| | Diseño de empaque para jabones, adaptable para los diferentes tamaños y características. | Bocetaje y pruebas para la impresión y desarrollo de un empaque que funcione para todos los tamaños | Empaque general de jabones | Programas de diseño, bocetaje, pruebas pre producción | Herasmó y Marily | Tercera semana de marzo | | Andrea | 1 |
| | Etiqueta de Hidromiel | Diseño de la etiqueta e investigación de la información que debe incluir | Etiqueta para hidromiel | Programas de diseño, bocetaje, pruebas pre producción | Herasmó y Marily | Abril | Encuesta a un segmento de mercado por google forms para la evaluación de la etiqueta | Kenia | 2 |
| | Embalaje para la entrega de muchos jabones a la vez | Investigación, bocetaje y pruebas de resistencia y buen almacenamiento de productos | Embalaje para jabones | Programas de diseño, bocetaje, pruebas pre producción | Marily | | Comentarios de los clientes finales y evaluación del funcionamiento | Andrea, Kenia y Lily | 1 |
| | Empaque para el jabón de oveja que se distribuye en el hotel de Tequila | Investigación, bocetaje y pruebas de resistencia y buen almacenamiento de productos | Empaque para jabones que conserven bien el producto y sea reusable | Investigación, prototipado, pruebas e impresiones | Marily | segunda semana de marzo | Encuesta post entrega de empaques a la dueña del hotel, para recibir comentarios con posibles mejoras | Kenia | 1 |
| | Embalaje para productos en las festividades | Investigación, bocetaje y pruebas de resistencia y buen almacenamiento de productos | Embalaje para las ediciones en las festividades | Investigación, prototipado, pruebas de resistencia | Marily | Abril | Evaluar el funcionamiento y resistencia | Andrea, Kenia y Lily | 2 |
| Empaque para bálsamo labial | Desarrollo gráfico del empaque, búsqueda de empaques, catálogos y pruebas | Empaque para bálsamo labial | Investigación, prototipado, pruebas e impresiones | Marily | | Análisis en el aumento de las compras de producto | Sofía y diseñadora | 1 | |
| Consolidar y expandir los puntos de venta de los productos | Diseño y desarrollo de display para exponer los productos en diferentes puntos de venta | Investigar, generar inventarios, observar las zonas y los puntos de venta, observar el mercado y la competencia en zonas de la misma rama del producto | Los distintos productos con los que cuentan en tiendas | Redes sociales de los puntos de venta, google maps, paginas web | Marily y Herasmó | Finales de marzo | Observar si los puntos de venta si son factibles y van a dar los rendimientos en ventas que se esperan | Andrea, Kenia y Lily | 2 |
| | Continuar con la búsqueda de nuevos puntos de venta dentro de los territorios más cercanos a Tequila y la ZMG | Investigar, generar inventarios, observar las zonas y los puntos de venta, observar el mercado y la competencia en zonas de la misma rama del producto | Los distintos productos con los que cuentan en tiendas | Redes sociales de los puntos de venta, google maps, paginas web | Marily y Herasmó | Finales de marzo | Observar si los puntos de venta si son factibles y van a dar los rendimientos en ventas que se esperan | Sofía | 2 |
| | Concretar la negociación con la tienda de los Cabos para jabones y bálsamos labiales | Negociar una propuesta sobre la venta de productos de Líamís Honey, catalogar el tipo de empaques y la plataforma de distribución que utilizaríamos. Concretar la cantidad de producto que se enviará por primera vez. | Lista de precios actualizada, empaques y etiquetas de productos y caja de envíos. | WhatsApp, fotografía de productos, redes o contactos del punto de venta. | Herasmó y Marily | Finales de marzo | Análisis de qué tan factible y rentable es trabajar con distintas empresas de la República | Lia | 1 |
| Continuidad a la producción de la hidromiel | Analizar posibles mejoras en la receta trabajada para la hidromiel | Revisión con apoyo de un químico | Receta mejorada de hidromiel | Investigación, trabajo con químico, etc. | Herasmó | Principios de mayo | Implementar receta y analizar el resultado | Sofía y Lia | 1.5 |
| | Reescribir la receta para que sea más eficiente en el trabajo con los actores | Usar la receta que ya se tenía haciendo los cambios con ayuda de un experto conocedor para poder tener una receta final | La miel, receta, recipientes | Internet, personas con conocimiento, Herasmó y Marily | Herasmó y Marily | Finales de marzo | Observar el proceso, probar las recetas, y haciendo pruebas y error | Sofía | 1.5 |
| Consolidación de nuevos productos | Investigar el proceso de licuación de la miel para su implementación en nuevos productos, generando el aprovechamiento de la merma del proceso de filtrado. | Mandar a licuación lo que queda al momento de hacer el filtrado de la miel. | Hacer la miel en polvo para la creación de algo más | Planta para el proceso, químico de apoyo en la empresa | Herasmó y Marily | Primera semana de abril | Ver el resultado de como queda el proceso de licuación, en como se usara el polvo para futuros productos | Sofía | 2 |
| | Desarrollo y pruebas de nuevos productos; la crema | Investigación de campo sobre el tema, prueba de recetas. | Receta del nuevo producto o incluso al producto consolidado | Internet, pruebas de producción, desarrollo de ideas de empaque | Marily | Finales de abril | Primeras pruebas del nuevo producto | Todas + Marily | 2 |
| | Investigación para el desarrollo de cremas | Busqueda de proveedores, análisis de tiempos de procesos y producción, pruebas de aromas, textura y color, integración de la miel con la crema | Materiales primas como crema base, miel, botes, etiquetas | Ayuda del químico de la empresa orgánica maizales y Marily | Marily | Principios de mayo | Hacer pruebas con la crema y con Marily para aprobar el producto | Sofía | 2 |
| Optimización de procesos de producción | Mejorar el proceso de envasado de la miel | Análisis del proceso, lluvia de ideas, bocetaje, modelado 3d, planes de producción, producción de la solución | Herramienta o maquinaria que agilice el proceso de envasado. | Internet, programas de diseño y modelado | Marily y Herasmó | Principios de Mayo | Corroborar con la siguiente consigna si el proceso fue más rápido | Andrea y Kenia | 1 |
| | Etiquetado de productos | Análisis del proceso, lluvia de ideas, pruebas cronometradas | Herramienta que agilice el proceso de etiquetado de la miel | Internet, conocimiento práctico y empírico | Marily | Principios de Mayo | Corroborar con Marily si el proceso resulta más fácil. | Kenia, Andrea y Sofía | 1 |
| | Filtración de la miel | Investigar el proceso correcto para poder hacer el filtrado y poder sacar todo el potencial de los restantes para no ser desperdiciados | Formas y herramientas que puedan hacer el filtrado de la miel de forma correcta | Ayuda de Herasmó, Marily, químico de la empresa orgánica | Herasmó y Marily | Finales de marzo | Tener constante comunicación con Herasmó para poder estar de la mano con su filtrado. | Sofía | 1 |

Tras analizar las problemáticas, establecer el plan de trabajo y revisar las metodologías pertinentes, se llevaron a cabo diversas actividades que surgieron de cada meta y objetivo en específico. que se definieron.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Después de haber realizado nuestro plan de trabajo y tomando en cuenta el FODA de la empresa, decidimos dividir las tareas dependiendo la disciplina que abarcaba la actividad y el tipo de conocimiento requerido para dar una respuesta a la altura del contexto. Nos pusimos fechas para ir cumpliendo cada objetivo siempre validando con Marily y Herasmo los avances y/o dudas, por medio de whatsapp, llamadas telefónicas o videollamadas previamente agendadas con los actores. Todo esto es necesario a distancia, al menos en lo que se resuelve o mejora la situación de inseguridad que se está viviendo en la sierra y que representa un peligro para los estudiantes y académicos. Es importante recordar que se puede abonar a la construcción de la paz, a pesar de la distancia, a través de nuestras acciones y el nivel de impacto positivo que logremos causar en la familia Llamas, para que a su vez, ellos mismos impacten en su entorno.

A continuación presentaremos la descripción de cada objetivo, ordenado por nivel de interés y su desarrollo para el logro o no de las metas y actividades propuestas en el semestre de Primavera 2023.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

PROFESIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

METAS:

1. ETIQUETA EN VINIL AUTOMOTRIZ PARA LA CAMIONETA DE LA EMPRESA

ACTIVIDAD 1. CREACIÓN Y COLOCACIÓN DE VINIL PROMOCIONAL PARA LA NUEVA CAMIONETA DE LA EMPRESA.

Proceso: En esta actividad se realizó el diseño de un nuevo vinil promocional para pegarse en la camioneta de la empresa, tomando como referencia un vinil realizado en semestres pasados pero cambiando el tamaño y diseño del logo y la información.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Programas de diseño (ilustrador)
- Impresión en vinil automotriz

Etapas del proceso:

°02/03/23: Se le preguntó a los actores el modelo de la camioneta nueva y posteriormente se investigaron medidas para tener una noción del tamaño que ocuparía el vinil.

°14/03/23: Se realizó el diseño del vinil

°15/03/23: Se realizó la cotización del vinil, para después confirmar con los actores y mandarlo imprimir

°17/03/23: Se realizó la entrega y el pago correspondientes

°30/03/23: En la visita a la fundación en Tequila se designó tiempo para la instalación del vinil en la camioneta.





2. PRIMERAS BASES DE INVENTARIO VIRTUAL

Justificación y recomendaciones:

No se abordó la meta como tal, pues se decidió primero encontrar una metodología de fácil

desarrollo para obtener las primeras bases para intentar un inventario de forma digital al que se le llevará continuidad, esta metodología la veremos desarrollada en el objetivo específico 2, meta 1.

Es importante que se le de la continuidad necesaria a la metodología y que se comiencen a tomar los registros de forma digital.

3. DISEÑO Y ACTUALIZACIÓN DE CATÁLOGO DE PRODUCTOS

ACTIVIDAD 1: DISEÑO DE CATÁLOGO CON LA ACTUALIZACIÓN DE PRECIOS E IMÁGENES DE PRODUCTOS

Proceso: Recabar toda la información en cuanto a beneficios, características, precios e imágenes de los productos para completar un catálogo digital que se pueda agregar a redes y mandar por whatsapp a futuros clientes.

Herramientas:

- Internet
- Recursos trabajados en anteriores semestres
- Indesign
- Ilustrador
- Psd

Etapas del proceso:

° **30/ 03/23:** Se tomaron fotografías de productos y de la familia, además de una actualización en la lista de medidas, costos y características de los jabones y bálsamos labiales.

°**25/04/23:** Se comenzó a recabar información sobre los beneficios y usos de los productos.

°**01/05/23:** Se inició con la maquetación del archivo por indesign.

*Se espera que se continúe trabajando con el diseño del catálogo, que sea aprobado por los actores y que posteriormente se haga una versión con precios dirigidos a tiendas de consignación y puntos de venta externos.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

DESARROLLO DE UN SISTEMA DE ORGANIZACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS

METAS:

1. DISEÑO DE SISTEMA DE ORGANIZACIÓN PARA FACILITAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS

ACTIVIDAD 1: BÚSQUEDA DE UN SISTEMA PARA LA MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN DEL INVENTARIO DE LOS PRODUCTOS

Proceso: buscar la manera en la cual se puedan optimizar los recursos con los cuales se cuentan dentro de las instalaciones de almacenamiento para los productos, cuidar el manejo y el control de las ventas que se tienen para poder plasmar la información en una base de datos.

Herramientas:

- Anaqueles de almacenamiento
- Hojas enmicadas de trabajo
- Cajas para guardar productos secundarios a la miel (jabón, bálsamo labial)

Etapas del proceso:

◦ **22/ 02/23:** se analizó con el equipo y asesora los pasados recursos e ideas que se habían tenido durante semestres pasado los métodos que se habían utilizado para poder buscar uno nuevo que simplificará el proceso de inventario.

◦ **27/03/23:** se platicaron en grupo las nuevas posibles soluciones, se logró llegar a la solución llamada “método del anaquel”. la cual plasma un nuevo sistema simple de conteo de la mercancía por semana.

Explicación: se acomodan las mieles dependiendo su presentación (tamaño, sabor, envase), se cuenta cada semana con cuanto se empieza en cantidad y se resta lo que se vende durante esa semana y es apuntada en las hojas enmicadas para así, plasmar en un inventario formal.

◦ **2/03/23:** se platicó con Marily en una junta para que ella viera la nueva solución para la nueva forma de inventario y explicar la metodología.



Imagen 22. Base de diseño de etiquetas para el anaquel por: Kenia Real



Imagen 23. Prototipo inicial antes de las hojas enmicadas

2. INSTRUIR EN EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS (COMPUTADORA E IMPRESORA)

ACTIVIDAD 1: INSTRUIR EN EL USO DE TECNOLOGÍAS (COMPUTADORA E IMPRESORA)

Proceso: Investigar cómo configurar y utilizar la impresora y laptop que la fundación Beckmann les regaló a Marily y Herasmo, para poder instruirlos en su uso y que ellos puedan generar sus propios productos impresos, manejo de redes sociales, etc.

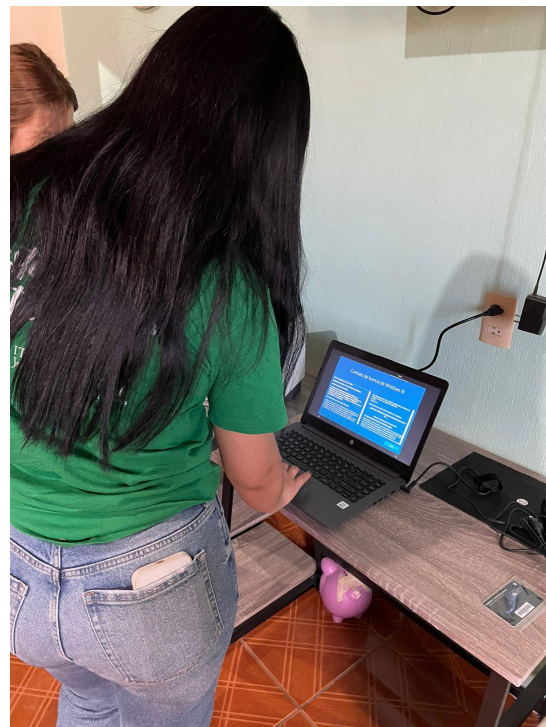
Herramientas:

- Impresora
- Laptop

- Internet

Etapas del proceso:

◦ **13/ 04/23:** Se realizó una visita a la casa de los actores en El Salvador Tequila, en la cual ayudamos a Marily a instalar y configurar su nuevo equipo. Después instalamos las aplicaciones necesarias para poder imprimir desde su laptop y celular y le explicamos paso a paso como hacerlo. Posterior a la visita el mismo día, Marily nos envió una foto de su hija Alondra coloreando unas hojas que ella le había impreso, corroborando así que podrán hacer uso de estas herramientas por su cuenta.



Queda pendiente el desarrollo de los gráficos de apoyo para el uso de la impresora y computadora, una vez listos se compartirán directo con los actores.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3:

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

METAS:

1. FORMALIZACIÓN DE WHATSAPP EMPRESA
2. POSTEO FLUIDO EN INSTAGRAM Y FACEBOOK

ACTIVIDAD 1. CALENDARIO DE PUBLICACIONES QUE NO SOLO HABLEN DE LA MARCA Y PRODUCTOS, SINO TAMBIÉN DEL CUIDADO DE LOS ECOSISTEMAS Y SU IMPORTANCIA.

Proceso: En esta actividad se rediseñaron las redes sociales de Llamas Honey para darles una vista más profesional, limpia, ordenada y estructurada y así atraer a posibles clientes y obtener un mayor tráfico en la cuenta.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Internet
- Instagram y Facebook
- Programas de Adobe (Illustrator y Photoshop)
- Imágenes de los productos de Llamas Honey
- Páginas de imágenes libres de derechos.

Etapas del proceso

◦ **23/02/23:** Se entregó la propuesta de diseño para la red social instagram. Las redes de Llamas Honey son imágenes que no tienen estructura ni limpieza dentro de la cuenta. Se decidió hacer un rediseño de la cuenta para darle ese orden que requiere, que luzca estéticamente agradable a primera vista y darle más profesionalismo al negocio de forma visual.

◦ **13/03/23:** Se entregó la segunda parte de la propuesta para las redes. Ya decidiendo por completo en este diseño elegido. Se entregaron publicaciones para los primeros dos meses. Subiendo 4 publicaciones mensuales.

Se quiso darle un diseño limpio con colores blancos, amarillos y naranjas para continuar y serle fiel al tema de las abejas. Al igual, se usan formas de hexágonos para simular el panal de abejas. Se usan fotografías tomadas por los estudiantes participantes en el PAP con los productos actuales de Llamas Honey.

° 10/04/23: Se entregó la tercera parte de las publicaciones. Desde el mes 3 al 5. Se creó contenido seguido para hasta 5 meses. Después de ese tiempo, se quieren crear plantillas para que Marily pueda continuar con el mismo diseño más adelante.

Esta sería una simulación de instagram. Por ende, las publicaciones se ven de abajo hacia arriba.





ACTIVIDAD 2. PROGRAMAR PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.

Proceso: Redactar la descripción para cada una de las publicaciones diseñadas y calendarizadas para después programarlas desde la aplicación “business suite”.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Internet
- Microsoft Word
- Copy.ai
- Instagram
- Business suite

Etapas del proceso

◦ **27/04/23:** Se empezó a trabajar en estructurar el lenguaje de la marca y su comunicación con los clientes a través de redes sociales, se redactaron las descripciones de cada uno de los posts en un documento de word.

◦ **04/05/23:** Se empezaron a programar algunas publicaciones para instagram y facebook desde la aplicación de business suite.

La aplicación tiene un límite de tiempo para programar publicaciones, por lo que la última publicación fue programada para el 10 de julio del 2023. Se espera que en verano 2023 se le de seguimiento, utilizando los posts diseñador y las descripciones redactadas que se encuentran en esta carpeta:

https://drive.google.com/drive/folders/1jmePW0s1DQsUGQCj3gdoLtqG0S1PWrz2?usp=share_link

ACTIVIDAD 3: SESIÓN FOTOGRÁFICA DE PRODUCTO Y A LOS ACTORES Y FAMILIA.

Herramientas:

- Camara Fotografica
- Programa de Adobe (Lightroom y Photoshop)

Proceso: Se realizó una sesión fotográfica donde tomamos fotografías de las nuevas presentaciones de el bálsamo, retratos de cada uno de los actores y de toda la familia para la página web y sus redes sociales.

◦**30/03/23:** Sesión en la fundación.

Resultado:

<https://drive.google.com/drive/folders/1c7zuyXrR8mzif2mmyhSoTrYLp4SloM4j>



OBJETIVO ESPECÍFICO 4:

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

METAS:

- 1. ANÁLISIS DE MATERIALES ÓPTIMOS PARA LA CONSERVACIÓN Y TRANSPORTE DEL PRODUCTO**
- 2. DISEÑO DE EMPAQUE PARA JABONES; ADAPTABLE PARA LOS DIFERENTES TAMAÑOS Y CARACTERÍSTICAS**
- 3. EMPAQUE PARA EL JABÓN DE OVEJA QUE SE DISTRIBUYE EN EL HOTEL DE TEQUILA**

ACTIVIDAD 1. INVESTIGACIÓN DE MATERIALES O EMPAQUES ÓPTIMOS PARA EL ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y USO DE JABONES

Proceso: En esta actividad se desarrolló una investigación sobre los diferentes tipos de empaque que ya se utilizan en el mercado de los jabones artesanales para concretar el análisis de ventajas y desventajas en la aplicación de los jabones Llamas Honey.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Internet
- Vaciado de información en documento
- Desarrollo de presentación de alternativas a los actores que permitan la definición de una o más opciones.

Etapas del proceso:

°27/02/23: Se realizaron las investigaciones pertinentes en cuanto al empaque de los jabones.

Vaciado de investigación:

Papel encerado blanco: o también llamado papel parafinado, es un material recubierto de parafina usado para conservar alimentos. Estas ceras no tienen olor ni sabor por lo que es considerado uno de los mejores envoltorios

Ventajas:

- Es el más utilizado para el empaque de este tipo de productos y algunos alimentos
- Conserva el producto
- Es económico en comparación a otros
- Por sus características de deslizamiento, contención, brillo y capacidad de sellado, el papel encerado no acumula carga estática, facilitando las operaciones **de impresión.**
- Puede reutilizarse, pero depende totalmente de los hábitos de consumo del cliente final
- El papel encerado aporta beneficios sustentables a las tres cadenas de suministro de envases: los envasadores, los convertidores de envases y el consumidor final.

- Combina el rendimiento del producto y la estética
- Tiene una capa de cera en cada lado, lo que lo vuelve antiadherente y resistente a la humedad.

Desventajas:

- Depende del uso del usuario, pero puede ser empaque de un solo uso; preocupación por el cuidado del medio ambiente pues a pesar de ser papel, la cera si no es de origen vegetal, no permite el reciclado.
- Agrega un proceso de empaque que implica doblez y pegado del mismo (inversión extra en tiempo).



Imagen 8. Referencia de uso de papel encerado en jabones

Bolsitas: muselina, yute, lino, sisal

Ventajas:

- Empaque de muchos usos
- Conservación y transporte del producto
- Genera fidelización con el producto

- Garantiza el uso del producto hasta que se termine, no hasta que quede un pedazo pequeño
- Ayuda a generar espuma
- Dependiendo la materialidad de la bolsa, puede ser exfoliante
- Material natural biodegradable y sostenible es mucho mejor que cualquier esponja artificial.
- Imagen corporativa presente todo el tiempo de uso del producto

Desventajas:

- La identidad visual es complicada de plasmar; se necesitan métodos de impresión especiales, como los sellos de tinta.
- Costo más elevado en comparación de otros tipos de empaque
- Posible generación de bacterias



Imagen 9. Referencias del uso de las bolsas textiles como empaque.

Cordones: de fibras naturales, implica un proceso de perforación al momento de producir el jabón o una modificación a los moldes con los que ya se trabaja.

Ventajas:

- No genera bacterias pues permite que el jabón se seque completamente.
- Se puede mantener colgado en la regadera
- Dependiendo el material es biodegradable
- El costo se disminuye pues se puede comprar por rollo y ajustar la medida necesaria

Desventajas:

- Una vez que el jabón queda en residuos pequeños, el cordón se vuelve inservible y ya no se puede usar la mini parte de jabón.
- No cuenta con una imagen corporativa, no se le puede agregar el logo por la materialidad, así que se necesitaría un apoyo extra.
- No cuenta con un segundo uso
- Para transportar el jabón sería necesario buscar otro empaque (tarea del usuario)



Imagen 10. Referencias del uso de los cordones de fibras naturales como empaque

Tablitas o bases de madera; como regalo a los clientes frecuentes o para festividades especiales.

Ventajas:

- Mayor higiene, mejor secado del jabón al favorecer la ventilación, permite que el jabón no se reblandece y que dure más tiempo, es muy decorativa, puedes utilizarla

tanto en el lavabo como en la bañera, la madera permanece en buen estado más tiempo a pesar de la humedad.

- Se puede colocar la imagen con procesos de impresión como sello de tinta o de calor, vinilo, pintura a mano, etc.
- Se pueden hacer de la madera sobrante de los bastidores para las abejas.



Imagen 11. Referencias del uso de las tablas como soporte para los jabones

°02/03/23: Se realizó una presentación con la información investigada y se presentaron las diferentes alternativas a los actores para, en conjunto, tomar la mejor decisión.



Imagen 12. Captura de pantalla de la sesión vía Zoom donde se presentó lo investigado.

Resultados de la videollamada: los actores acordaron el manejo de 3 diferentes tipos de empaque para los jabones, el principal; es el que se estuvo manejando en el semestre Otoño 2022 (ver *imagen 13*), dejando como opcionales, con costo extra, el uso de bolsas textiles y las bases de madera. Se planea que la selección de empaque se proponga dentro del catálogo y que el cliente señale el que sea de su preferencia.



Imagen 13. Empaque de jabones trabajado en Otoño 2022

Carpeta con las plantillas con los empaques de jabones:
https://drive.google.com/drive/folders/1_k8Jqs1nRknSDQK9kOPI-HR0WJzx6f-p?usp=share_link

También se buscaron opciones para comprar el papel capuchino que se utilizará en los empaques de los jabones, a continuación una lista de links donde se puede adquirir el material en Guadalajara, o en línea:

- [Amazon](#)
- [Mercado Libre](#)
- [Office Depot](#)
- [Office Depot 2](#)

ACTIVIDAD 2. INVESTIGACIÓN DE MEDIDAS Y DESARROLLO DE IDEAS DE LOS JABONES DE OVEJA.

Proceso: Se solicitan las medidas y fotografías de los jabones a Marily para comenzar con el proceso de bocetaje.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Whatsapp
- Información investigada en la actividad 1, del objetivo específico 1
- Desarrollo de presentación de alternativas a los actores

Etapas del proceso:

°23/02/23: Se solicitó a Marily vía whatsapp, las medidas y fotografías de los jabones de oveja.



Imagen 14. Captura de conversación vía whatsapp con actores 1



Imagen 15. Captura de conversación vía whatsapp con actores 2

Gracias a ese contacto, se rescataron algunas sugerencias por parte de Marily e incluso percepciones de clientes de los jabones (hotel en Tequila) sobre la posibilidad de plasmar el logo en el mismo jabón directamente.

°01/03/23: Se comenzó a ver como opción la base de madera como empaque y/o la implementación de un sello para colocar la marca en el jabón.

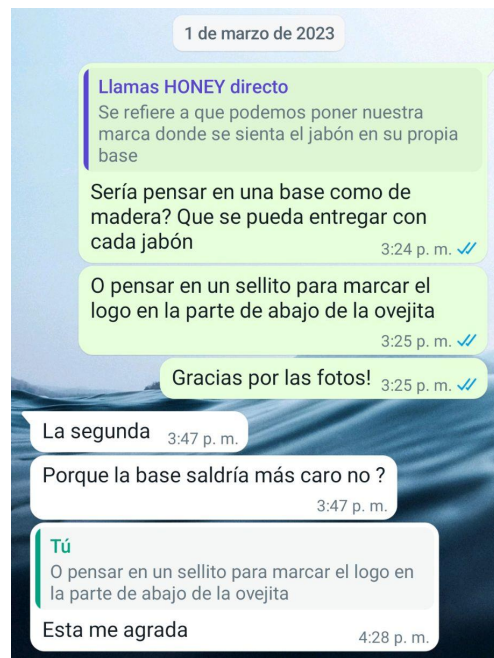


Imagen 16. Captura de conversación vía whatsapp con actores 3



Imagen 17. Captura de conversación vía whatsapp con actores 4



Imagen 18. Captura de conversación vía whatsapp con actores 5

4. EMBALAJE PARA PRODUCTOS EN LAS FESTIVIDADES

5. EMBALAJE PARA LA ENTREGA DE MUCHOS JABONES A LA VEZ

ACTIVIDAD 1. BÚSQUEDA DE IMÁGENES COMO REFERENCIA PARA LA PROPUESTA DE EMPAQUES PARA FESTIVIDADES Y/O MUCHOS PRODUCTOS (JABONES) AL MISMO TIEMPO

Esta actividad abona a la meta 4 y 5 de este objetivo, solo llegamos a la búsqueda de imágenes de referencia, basados en lo que se ha trabajado previamente en el PAP.



6. ETIQUETA HIDROMIEL

Se buscaba continuar con el diseño del semestre pasado, agregando información necesaria y modificando algunos aspectos de diseño, pero como no se continuó trabajando con la hidromiel, se decidió darle prioridad a las otras metas dentro del objetivo.

7. EMPAQUE PARA BÁLSAMO LABIAL

ACTIVIDAD 1. BÚSQUEDA DE EMPAQUES PARA BÁLSAMO LABIAL



Proceso: Se investigó con diferentes proveedores, incluyendo páginas de comercio electrónico como Amazon y Mercadolibre, diferentes opciones para el envasado del bálsamo labial.

Herramientas y técnicas utilizadas:

- Internet
- Vaciado y análisis de información encontrada

Etapas del proceso:

°21/03/23: Cotización con proveedores directos de diferentes tipos de empaque y comparación de ventajas y desventajas:

| Imagen de Referencia | Costo | Cantidad mínima de compra | Ventajas | Desventajas |
|---|--|---------------------------|---|---|
|  | <p>Único color disponible con opción de poder serigrafiar</p> <p>\$10.00</p> <p>Con serigrafiado aumenta 15 pesos más según diseño</p> | <p>1000 pzas.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -La interacción del usuario con el producto es más fácil. -Empaque biodegradable -Permite más opciones para la impresión de identidad corporativa. -Almacena más producto -Livianos -Económicos en comparación al plástico | <ul style="list-style-type: none"> -Material poco resistente comparado con el plástico. -Inflamable -No es impermeable -El costo aumenta si se busca que el mismo proveedor realice el grabado de marca |
|  | <p>Colores: bicolor, blanco, transparente</p> <p>\$15.50 por unidad</p> | <p>1000 pzas.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Empaque resistente y de fácil interacción con el usuario -Colores llamativos -Almacena más producto -Puede rellenarse | <ul style="list-style-type: none"> -Es de plástico duro -Métodos de impresión limitados a adhesivos o serigrafía -Costo del empaque elevado |



| | | | | |
|---|--|-----------------------|---|---|
|  | <p>Colores disponibles: rosa, plateado, dorado</p> <p>\$10.00 por unidad</p> | <p>1000 pzas.</p> | <p>-Es un tamaño ideal para llevarlo a todos lados -Se puede rellenar -Proceso de envasado más sencillo</p> | <p>-La interacción del usuario con el producto no es fácil pues debe usar sus dedos -Parece tener menos producto -Diseño de etiquetas redondo limita espacios e información</p> |
|  | <p>Color único con opción de etiquetado</p> <p>\$25.00</p> | <p>1000 pzas.</p> | <p>-Es rellenable -Fácil interacción del usuario con el producto -Almacena más producto -Livianos -Permiten diferentes métodos de impresión</p> | <p>-Es de plástico -Su costo es el más elevado -Fragilidad debido al grosor del plástico</p> |

Tabla comparativa 1. Opciones y análisis de diferentes envases para el bálsamo labial

°22/03/23: Marily compró envases para bálsamo redondos de material metálico para el primer envío que se tendrá para la boutique de Los Cabos, podemos analizar sus ventajas y desventajas en la tabla comparativa 1.

El costo por pieza es de \$9.2 pesos, fueron adquiridos por Mercadolibre en un paquete de 50 piezas por \$460.00 pesos.



Imagen 19. Captura de conversación vía whatsapp con actores 6

Se hizo la solicitud por parte de Marily para el apoyo en el desarrollo de etiquetas para el envase.

Como equipo, entendemos que lo más urgente es el completar el compromiso con la boutique de Los Cabos, y por ello se trabajará una propuesta de etiquetas, pero esperamos presentarle las opciones investigadas, pensando en que la mejor opción (de acuerdo a funcionalidad, precio, proceso de producción y compromiso por el cuidado del medio de la marca) es el tubo de cartón kraft.

°23/03/23: Se comenzó a trabajar en el diseño de etiquetas para los bálsamos en envase redondo. La idea fue incluir nombre del producto, ingredientes, cantidad y beneficios que aporta su uso.



°30/03/23: En la visita a Tequila, en la fundación, se probaron y etiquetaron los bálsamos que se mandaron para la boutique en Los Cabos.



OBJETIVO ESPECÍFICO 5:

CONSOLIDAR Y EXPANDIR LOS PUNTOS DE VENTA DE LOS PRODUCTOS

METAS:

1. DISEÑO Y DESARROLLO DE DISPLAY PARA EXPONER LOS PRODUCTOS EN DIFERENTES PUNTOS DE VENTA

El objetivo es diseñar un mostrador para los productos de Llamas Honey en los puntos de venta. No se pudo abordar, debido al orden de prioridades que se establecieron en el

semestre, pero es muy importante la continuidad de la meta sobre todo, si se logran concretar más puntos de venta de la marca.

2. CONTINUAR CON LA BÚSQUEDA DE NUEVOS PUNTOS DE VENTA DENTRO DE LOS TERRITORIOS MÁS CERCANOS A TEQUILA Y LA ZMG

ACTIVIDAD 1: ANALIZAR LOS PUNTOS DE VENTA “TIENDAS DELI” QUE SE ENCUENTRAN EN LA ZMG Y TEQUILA CON POTENCIAL PARA LA VENTA DEL PRODUCTO

Proceso: con la ayuda de la empresa orgalia S.A de C.V, se utilizó la base de datos con los que cuentan para poder analizar qué tiendas eran compatibles con el tipo de producto que se quiere vender a consignación.

Herramientas:

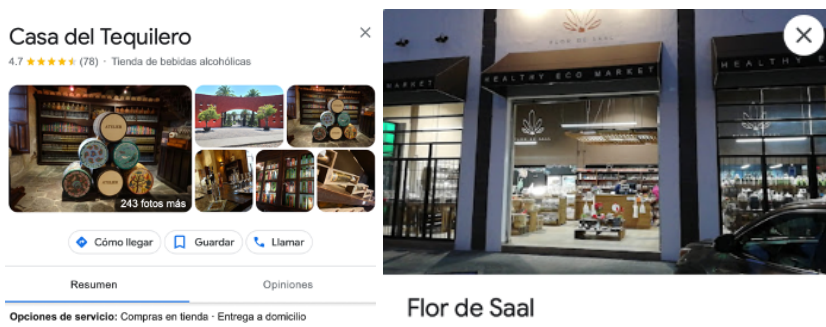
- Base de datos de la empresa
- Contacto de los dueños de la empresa por medio de (Sofía Arroyo)
- Miel en distintas presentaciones

Etapas del proceso:

◦ **27/02/23:** se platicó con el equipo de trabajo la idea de poder dejar el producto para una nueva oportunidad de negocio, la distribución de la miel primero para poder el movimiento de las ventas para posteriormente meter los demás productos de la marca.

◦ **2/03/23:** en la junta que se tuvo con Marily se le explicó la idea de poder hacer una nueva oportunidad de venta con la opción a consignación en puntos en distintos puntos de venta de tiendas “deli”.

Opciones de puntos de venta en Tequila:



Opciones de puntos de venta en ZMG:

1. Duo Deli (paseo solares 629)
2. Delatto (Santa Margarita 4676 a un lado de Jardín Real).
3. Petit Marche (Gran Patio, Av. Patria)
4. Almacén de Noé (Montevideo 3528)
5. Mercadito de mamá (Av. Acueducto 3925)
6. Delicioso (Av. Acueducto 2407)

Al continuar con el proceso de punto de venta Marily decidió iniciar únicamente con una tienda para ver como es el proceso de la venta y con el requisito de que sea con la presentación de la miel que ella en Tequila vende menos.

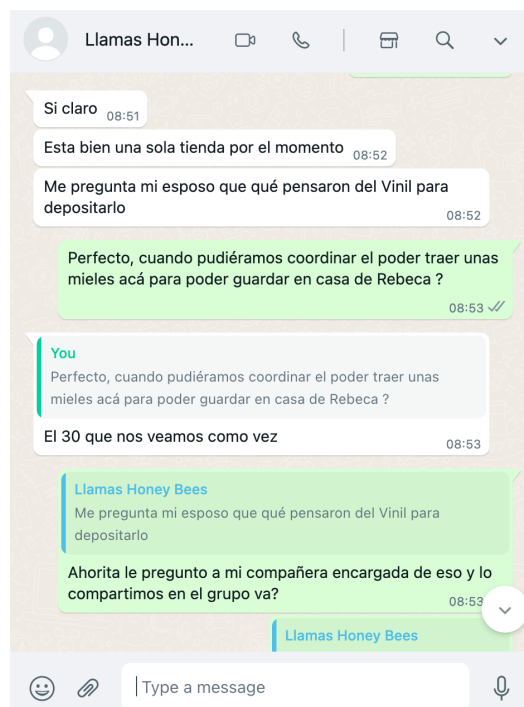


Imagen 24. Captura de conversación vía whatsapp con Marily 8



Imagen 25. Captura de conversación vía whatsapp con Marily 9

°30/03/23: en la visita con los actores en la fundación en Tequila se recogieron las mieles para así poder comenzar con la primera venta en tienda a consignación en “El mercadito de mamá”.

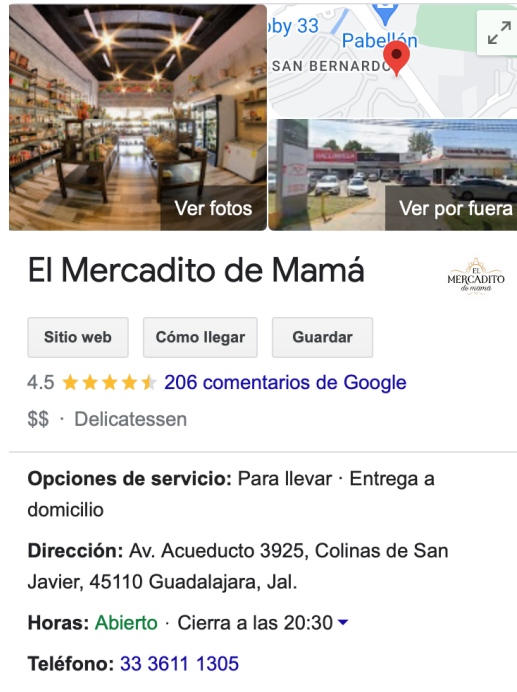


Imagen 26. datos de la primera tienda para punto de venta

ACTIVIDAD 2: DEFINIR PRECIOS, NOMBRES, DIMENSIONES Y CANTIDADES DE CADA PRODUCTO DE MIELES, JABONES Y BÁLSAMOS.

Proceso: Con ayuda de Marily se fue trabajando con cada tipo de producto para dejar mayor claridad y organización en cuanto a la catalogación de cada producto y así crear un catálogo funcional para ella y sus clientes.

Etapas del proceso.

°20/03/23: No estaban actualizados ninguno de los precios y se comenzó a trabajar de la mano con Marily.

°28/03/23: Marily mando la actualización de precios y el gramaje de cada uno de los envases que manejan con la mieles.

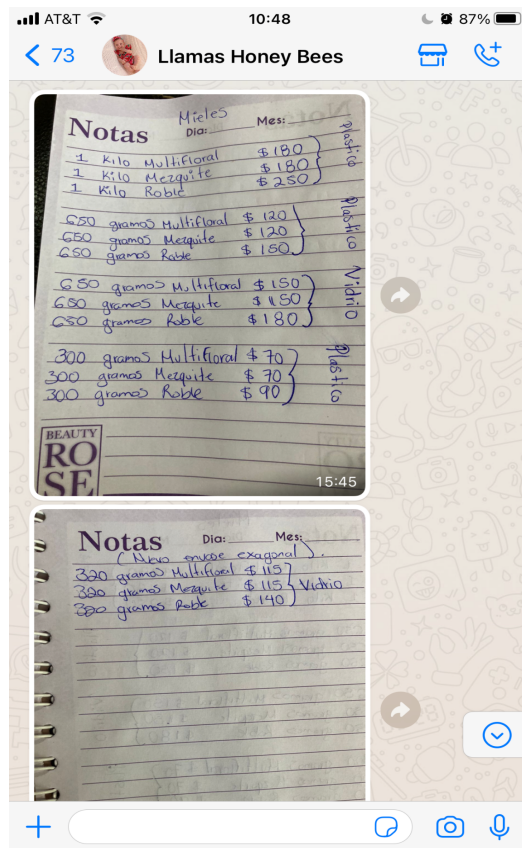


Imagen 27. Datos sobre los diferentes envases y precios.

°01/04/23: Se trabajó sobre el diseño que realice el Verano 2022.
https://drive.google.com/drive/folders/1KJRpgwARV_sR3AyHIXEuYQ5wii4kxulG

°15/04/23: Marly realizó una lista a mano de los ingredientes de los diferentes jabones que manejan, su precio a mayoreo y menudeo para seguir trabajando en el catálogo y adjuntar todos estos datos faltantes. Y el precio de las velas.

Se comenzó a hacer una nueva lista de precios en digital con cada una de estas especificaciones.



Imagen 28. Datos actualizados sobre precios e ingredientes de jabones.

°20/04/23: Marily mando los gramos actualizados, la medidas de el largo, ancho y el alto de cada uno de los jabones. Y concluimos en conjunto el nombre de cada producto para diferenciarlos no solamente Marily si no sus clientes y proveedores.



Imagen 29. Peso y dimensiones de jabones.

°22/04/23: Se terminó con la lista de precios y se agregaron fotografías de cada producto para poder visualizarlos.

Documento:  Lista de Precios Jabones

3. CONCRETAR LA NEGOCIACIÓN CON LA TIENDA DE LOS CABOS (AZUL BOUTIQUE) PARA EL ENVIÓ DE JABONES Y BÁLSAMOS LABIALES

ACTIVIDAD 1: CONCRETAR LA NEGOCIACIÓN CON LA TIENDA DE LOS CABOS PARA JABONES Y BÁLSAMOS LABIALES

Proceso: Negociar una propuesta sobre la venta de productos de Llamas Honey, dialogar con la empresa el tipo de empaques que les favorecen y la plataforma de distribución que utilizamos. Además, concretar la cantidad de producto que se enviaría por primera vez.

Etapas del proceso.

°09/02/23: Se platicó con la encargada de la boutique, donde se le presentaron los diferentes empaques de jabones que maneja Llamas Honey para definir cuál era el más adecuado y viable para ellos. La encargada pide un catálogo o lista de precios para poder ver algo más formal y específico con la información necesaria.

°13/03/23: Se retrasó mucho esta negociación porque faltaba información para terminar el catálogo.

°22/03/23: Se realizó una llamada vía telefónica con la encargada y se definió el pedido final que yo llevaría el 31 de Marzo.

°30/03/23: En la visita que hicimos a la fundación, se le ayudó a Marily a empacar todos los productos con las nuevas etiquetas para transportarlas el día siguiente a Los Cabos y entregarlas el 5 de Abril en el hotel Cabo Azul en la boutique.



Imagen 30, 31 y 32. Empaquetado del pedido para Los Cabos.

°05/04/23: Se dejó la mercancía en el hotel donde tuve la oportunidad de conocer “Azul boutique”, platicar en persona con la encargada de la tienda y presentarle el producto, realmente estaba muy contenta y le habían gustado mucho los productos.

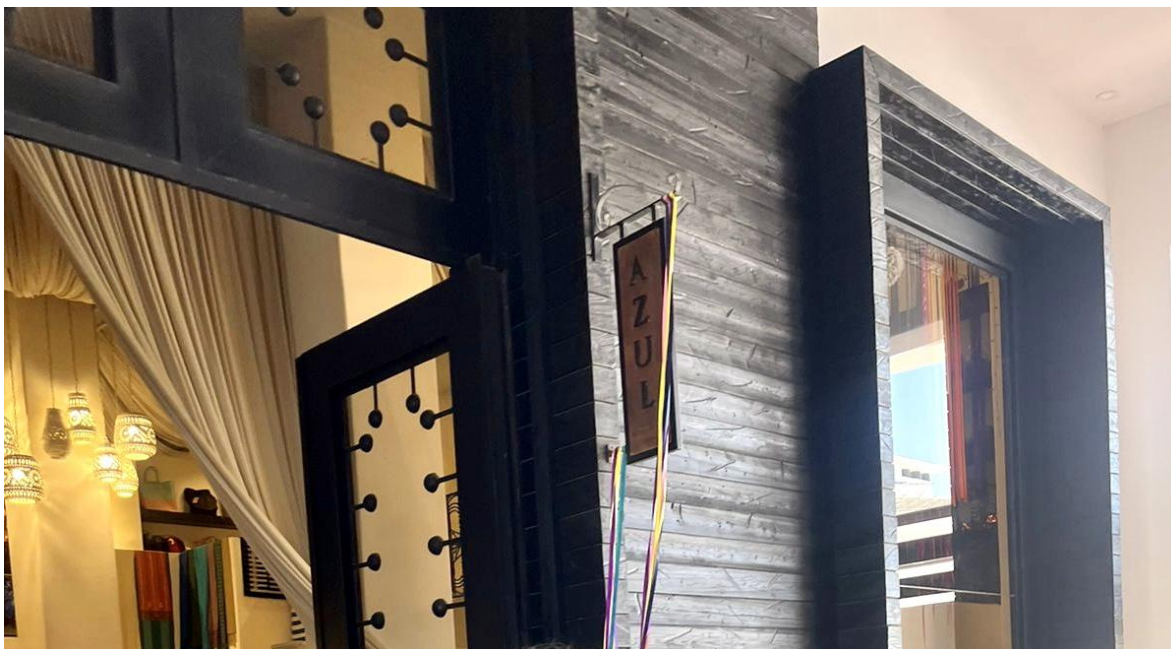


Imagen 33. Visita a la boutique de Los Cabos, Baja California Sur.

OBJETIVO ESPECÍFICO 6:

CONTINUIDAD A LA PRODUCCIÓN DE LA HIDROMIEL

METAS:

- 1. ANALIZAR POSIBLES MEJORAS EN LA RECETA TRABAJADA PARA LA HIDROMIEL**
- 2. REESCRIBIR LA RECETA PARA QUE SEA MÁS EFICIENTE EN EL TRABAJO CON LOS ACTORES**

JUSTIFICACIÓN Y SUGERENCIAS:

En el caso de este objetivo, se decidió en conjunto con los actores, el enfocarse en las áreas de planeación relacionadas con la administración y la consolidación de los productos que ya están desarrollados y forman parte del catálogo, es por ello que el objetivo no se desarrolló durante este periodo (Primavera 2023).

En el caso de la hidromiel, revisamos el trabajo realizado en el periodo de Otoño 2022 y llegamos a la conclusión de la necesidad de seguir experimentando en las cantidades de la receta, o incluso llegar a pedir apoyo a alguna persona con conocimientos químicos sobre el proceso, que nos acerque al resultado que estamos esperando.

Es un muy buen producto, que permitirá a Llamas Honey el expandirse a nuevos segmentos de mercado y por ello, proponemos su continuación para el siguiente periodo de trabajo.

OBJETIVO ESPECÍFICO 7:

CONSOLIDACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS

METAS:

1. INVESTIGAR EL PROCESO DE LIOFILIZAR LA MIEL PARA SU IMPLEMENTACIÓN EN NUEVOS PRODUCTOS, GARANTIZANDO EL APROVECHAMIENTO DE LA MERMA DEL PROCESO DE FILTRADO

Continuando con el tema de los nuevos productos se les explicó la posible creación de la miel en polvo y se dio una breve explicación del proceso de liofilizado.

1. La miel se cristaliza a ciertas temperaturas para poder trabajar mucho más fácil con ella
2. Pasa al proceso de secado con rodillos en el cual se extrae el agua para que logre quedar lo más seca posible.
3. Una vez que se reduce el agua y se quita la mayor parte de la humedad, esta se reduce en contenido en un 3% a 5%.
4. Es llevada a los hornos para dejar secar a una cierta temperatura dependiendo de la cantidad, épocas del año, el tipo de miel.
5. Una vez seca se pulveriza y está lista para el envasado y consumo

2. DESARROLLO Y PRUEBAS DE NUEVOS PRODUCTOS

JUSTIFICACIÓN Y SUGERENCIAS:

No se llegó a desarrollar nada más allá de las investigaciones sobre los tipos de productos, su proceso y ventajas de acuerdo a las preferencias de los actores, sin embargo se cree que se podría retomar el tema con motivo de la apertura de nuevos mercados para Llamas Honey.

3. INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO DE CREMAS.

ACTIVIDAD 1: BUSCAR LA FÓRMULA CORRECTA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA CREMA CORPORAL Y UN BLOQUEADOR TODO HECHO A BASE DE MIEL.

Proceso: con los recursos con los que se cuenta se busca la manera con la cual se pueda encontrar la forma de poder hacer los productos deseados, hacer las pruebas necesarias para poder meterlas al mercado.

Herramientas:

- Miel
- Envases según el producto
- Asesoría y apoyo por parte de la empresa orgalia S.A de C.V
- Análisis de los envases necesarios para cada uno de los productos

Etapas del proceso:

°9/02/23: en la visita que se tuvo presencial con los actores al acudir al ITESO, se habló sobre todos los puntos que ellos querían poner sobre la mesa para hacer durante este periodo, en el cual se comento el punto de la creación de estos nuevos productos.

°14/02/23: se empezó con el proceso de la búsqueda de los recursos necesarios para la creación de los productos. Entre los materiales que eran necesarios para el proceso fueron los siguientes.



Imagen 20. ejemplo de crema base

°16/02/23: una vez presentada la información se les pidió a los actores que priorizaron sus necesidades para poder dar un mejor trabajo y enfoque, en las cuales ellos dieron las siguientes decisiones.



Imagen 21. Captura de conversación vía whatsapp con actores 7

° **6/03/23**: al final se decidió dejar el proyecto de los nuevos productos como futuras ideas, pero por lo pronto se dejó único de base el empaque de jabones y la hidromiel

OBJETIVO ESPECÍFICO 8:

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN

METAS:




1. **MEJORAR EL PROCESO DE ENVASADO DE LA MIEL**
2. **ETIQUETADO DE PRODUCTOS**
3. **FILTRACIÓN DE LA MIEL**


ACTIVIDAD 1: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS SOBRE EL PROCESO QUE SE EMPLEA EN LA ACTIVIDAD APICULTURA Y EL AUMENTO DEL APROVECHAMIENTO.

Esta actividad abona a las 3 metas que componen el objetivo específico 8.

Se realizó una investigación sobre las máquinas o herramientas que se emplean para el proceso de automático del envasado de la miel. Se encontraron diferentes opciones que se describen en la siguiente tabla.

| Nombre | Imagen | Link | Características principales | Precio |
|--------|--------|------|-----------------------------|--------|
| | | | | |

| | | | | |
|--|---|--|---|---------------------|
| <p>Máquina envasadora de miel</p> |  | <ul style="list-style-type: none"> • https://www.youtube.com/watch?v=MZ16UFJueNo • https://www.latinadelaagricultor.com/comprar-envasadoras-de-miel/ensadora-dana-api-matic-1000.html | <p>-Deposita la miel extraída previamente y se programa el flujo de miel exacto para depositarlo en cada frasco -El cambio de frascos se hace de forma manual -El espesor de la miel no asegura 100% que funcione realmente.</p> | <p>\$ 44,637.00</p> |
| <p>Máquina envasadora de líquidos más espesos</p> |  | <p>https://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-1503158533-llena-dora-de-material-es-viscosos-miel-salsas-cajeta-JM#position=10&search_layout=grid&type=item&tracking_id=cd6f418c-23e7-4b61-b48f-0361ff30796e</p> | <p>-Deposita la miel extraída previamente y se programa el flujo de miel exacto para depositarlo en cada frasco -El cambio de frascos se hace de forma manual -La miel se deposita en el tanque directo, que no cuenta con mucha capacidad.</p> | <p>\$29,800.00</p> |
| <p>Envasadora Manual o llenadora de pistón</p> |  | <p>https://www.apicolarj.es/cubos-bidones-y-grifos/821-grifo-40mm-ensavar-facil</p> | <p>-Como su nombre indica, el llenado por frasco se activa bajando de forma manual la palanca</p> | <p>\$ 5,414.00</p> |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|---|--|--------------|
| | | | -Los frascos se intercambian de forma manual -El cálculo de cantidades es menos preciso. | |
| Cámara caliente para bidones |  | https://apitienda.es/es/resistencias-y-camaras-calientes/310-camara-caliente-para-1-bidon.html | -Descristaliza la miel, cambia su textura y la vuelve líquida. -Solo vuelve líquida la miel, no tiene boquillas para el envasado -Cuenta con un calentador y un ventilador, que hace posible distribuir bien el calor dentro de la cámara. | \$ 49,172.00 |

En cuanto al proceso de etiquetado, encontramos muchas imágenes de referencia y un video de youtube con máquinas simples o apoyos que pueden eficientar el etiquetado de los productos como mieles, propoleo, polen, jalea real, entre otros.

La idea es que Herasmo pueda hacer este tipo de apoyos desde la carpintería de la bodega, con planos que nosotros desarrollemos.

Video de referencia del funcionamiento: <https://www.youtube.com/watch?v=UVp0euaokhI>



°02/03/23: Se realizó una presentación con la información investigada y se presentaron las diferentes alternativas a los actores. Como conclusiones, decidieron dejar para el siguiente semestre la continuidad de este objetivo, se les vió muy interesados sobre todo en los apoyos para el etiquetado de productos.

En cuanto al filtrado de la miel, no se hicieron propuestas nuevas, pero sí creemos prudente el agregar el nuevo sistema para el filtrado de la miel que ya está en práctica en la bodega de Llamas Honey.

Se trata de una máquina desoperculadora, que acelera el proceso de cosecha de la miel (proceso comúnmente manual) a través de una banda rotatoria que desprende el encapsulado de los panales que dejan las abejas al dejar la miel lista.

Después, se colocan los panales dentro de una máquina de centrifugado con una capacidad aproximada de 60 panales y se comienza el proceso donde se extrae la miel. La miel cosechada pasa por una malla que filtra los residuos de cera y abejas, para bajar por una manguera hacia un tanque de acero inoxidable con llave.

Una vez lleno el tanque, se llenan las cubetas con la miel lista para el envasado final y su posterior venta.

Las mejoras y los procesos innovadores son una prueba de la entrega y compromiso de los actores hacia la evolución de su empresa.





WEBSITE

Resumen Ejecutivo

Analí, Perla, Lili, Marcos, Sofía

Después de más de 6 años de trabajo del PAP de proyectos estratégicos en Tequila vinculado con la Fundación Beckmann, se analizó la pertinencia de crear una línea de trabajo que sistematice y ordene lo desarrollado por el PAP y busque diversas salidas para difundir los conocimientos y posibilitar el contacto con los diversos productores con los que se colabora.

En una primera fase, para este semestre de P2023, se definió el desarrollo de una sitio web que empezará a dar forma a una posible salida de los conocimientos generados en el PAP.

Esta primera fase se trabajó de la siguiente manera:

Al comienzo del desarrollo de este proyecto se estudió y conoció la manera en cómo se manejaba el programa donde se pondría la información para crear la página web, una vez analizado el programa, creamos y diseñamos la estructura en cómo y cuál información queríamos presentar, para así crear la pagina de diferentes escenarios, pero coherente en diseño y estructura.

DESCRIBIR CÓMO SE TRABAJÓ

La forma en la que se trabajó durante el semestre escolar fue con la herramienta llamada Wordpress. Dicha herramienta nos ayudó a aprender y a proporcionarles a los actores una página web de alta calidad.

Se inició una práctica para educarnos a base de prueba y error. Mientras se iba conociendo más sobre cada negocio, se tomó la decisión de crear una página web sobre cada uno de los integrantes del equipo de PAP Web. Así se podría aprender de una forma sencilla sin tener que buscar información aún no obtenida sobre los actores y sus negocios.

Este cáliz ayudó a informar a los alumnos a no tenerle temor a la plataforma y poderla usar libremente sin miedo a cometer errores. Así Alexei, el encargado de enseñar sobre la creación de la página web, pudo guiar a todos de una forma más simplificada ya que se tenía ese conocimiento por estar intentando usar Wordpress.

Había 3 equipos, el cual cada equipo sería para trabajar en la página de un negocio. Se crearon y diseñaron 3 páginas web distintas para entender la estructura de la plataforma. Así también los

integrantes de los equipos podían darse una idea de cómo podría quedar la página web oficial. Al entregarse las versiones de cada uno, se obtuvieron las mejores ideas para crear la que terminaría siendo la oficial.

Se votó de forma unánime por la mejor plantilla que había hecho uno de los integrantes del PAP web. Al igual, se tomaron ideas de las otras entregas para conformar una página hecha a detalle por todos. La participación y esfuerzo de cada uno se notó al entregar su parte y se añadió a lo que sería la entrega final.

Conforme pasaba el semestre, se hacían juntas semanales para confirmar el avance de la página web. Se mostraban los cambios, se hacían preguntas y se contestaban dudas para así hacer las correcciones correspondientes. Finalmente, se completó.

DESCRIBIR QUE SE OBTUVO, QUE APRENDEN, QUÉ RETOS QUEDAN PARA EL PRÓXIMO SEMESTRE

Se obtuvo la integración y solidificación de la estructura de la página, la cual es un gran inicio para poder dar a conocer el trabajo que desarrollan todos estos emprendimientos que conforman el PAP y una gran base para así seguir trabajando, puliendo y mejorando este proyecto durante próximos semestres.

Como equipo fué una actividad con muchos aprendizajes ya que no solamente aprendimos a utilizar de forma general el software sino que gracias a ello pudimos ver cómo es que este tipo de proyectos se pueden aplicar ya en la práctica profesional, además el trabajo en equipo que fue esencial para poder lograrlo, el poder ver como cada quien desarrollaba el proyecto con distintas herramientas y como entre nosotros nos íbamos compartiendo esos conocimientos que íbamos adquiriendo.

Las bases que se dejan para futuros semestres son buenas pero si hay una gran ventana de posibilidades para mejorarlo, en donde además de consolidar la información actual se podrán abrir nuevos espacios para futuros proyectos de nuestros artesanos y que así se pueda lograr una plataforma más completa en donde se pueda dar a conocer de una forma aún más completa los emprendimientos que conforman este PAP, así como avances de este.

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=es>
- 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
- Agrotterra. (2011). Apiturismo, la senda de la abeja. 2021. Agrotterra. Sitio web: <https://blog.agrotterra.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%9CEI%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-a-lmacenamiento-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/aterizando-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 PueblosAmerica. (s. f.). El Salvador (Jalisco) Tequila | PueblosAmerica. 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/PrimeraConferenciaEmprendimientoFamiliarBook.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/>
- Weatherspark. (n.d.). *Climate and Average Weather Year Round in Tequila*. Tequila Climate, Weather By Month, Average Temperature (Mexico) - 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.>

1.8. Anexos generales

Catálogo :

https://drive.google.com/file/d/1tkysdoaHKhU1y9O2hjFk_MRtY1WX9-zQ/view?usp=sharing

Presentación de propuestas de trabajo para Marily y Herasmo:

https://www.canva.com/design/DAEg7iySeoA/c2lltZs5R0u2dNSLYWTK8g/view?utm_content=DAEg7iySeoA&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton

Editable “Descripción de Llamas Honey”:

https://drive.google.com/drive/folders/1NFUN8TXD3gy0z_m5ry2Hrk6m2QOhbaCh?usp=sharing

Visita a tiendas y convenios:

https://drive.google.com/drive/folders/1NFUN8TXD3gy0z_m5ry2Hrk6m2QOhbaCh?usp=sharing

Inventario:

https://drive.google.com/drive/folders/1uZEj8bcRWkvPbOa6wiSt_8e1rwbxju_k?usp=sharing

Código de barras:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1NeIxJWlfALTr_276kzJG4Zzew0pHzf1r/edit?usp=sharing&ouid=112118443045638758155&rtpof=true&sd=true

Información bazares:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WBhCiSZKzbCUgKv7LNtVMnovodSnQHJOQekDRn1BTw/edit?usp=sharing>

Folder ideas de fotografía para redes:

<https://www.pinterest.com.mx/vanesacastilloart/ideas-fotograf%C3%ADa-llamas-honey/>

Fotografías de producto/ambientación:

<https://drive.google.com/drive/folders/1qFWVVL2vfiYljprXpAKCGquTPpHCxKF>

<https://drive.google.com/drive/folders/1B8l2z-WcPIpIDESbb4clJHOtvyard2VL>

Costos y precio de venta de productos:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cm_Vib6Do4ZRKu-GiFFISSumdWbE9q5JLbBx

[GqpNeWw/edit#gid=1547359592](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1cm_Vib6Do4ZRKu-GiFFISSumdWbE9q5JLbBxGqpNeWw/edit#gid=1547359592)

2. Productos

| Producto | Tipología | Metodología | Impacto al proyecto |
|----------------------|-----------|---|---|
| Vinil Automotriz | Producto | Se hizo un análisis de la etiqueta en vinil que se había colocado en la camioneta anterior y se optó por utilizar un tamaño mayor para la impresión nueva, conservando la misma propuesta de información. | El tamaño de etiqueta anterior era de un tamaño poco visible aun con la camioneta estacionada, con el nuevo tamaño, toda la información de contacto con la empresa queda visible aún estando en movimiento. |
| Empaque para Jabones | Producto | Se realizó una investigación comparativa de los existentes en el mercado, una vez seleccionados los finales, se desarrollaron los | Consolidar la imagen de uno de los productos representa el reconocimiento de marca, la profesionalización, |

| | | | |
|--|----------------------|--|--|
| | | empaques con la información de la marca y los beneficios de su uso. | fidelidad y confianza por parte de los consumidores. |
| Empaque para bálsamos | Producto | Se tomaron medidas y se hizo una investigación pequeña de los tipos de etiquetas que se desarrollan para este tipo de productos y se realizó la propuesta e impresión. | Se logró incluir en el envío para el nuevo punto de venta el producto. Se establece un reconocimiento de marca, se genera confianza en el producto, se justifica el valor. |
| Envío para Azul Boutique, Los Cabos. | Nuevo punto de venta | Establecimiento de condiciones del envío, la organización entre actores y estudiantes para completar el pedido con los productos ya etiquetados. | Nos abre un mercado más extenso y de comercialización extranjera, lo que a su vez refuerza el reconocimiento de marca y trae como consecuencias el aumento en ventas. |
| Instruir en el uso de tecnologías (instalación de impresora y computadora) | Servicios instalados | Instalación mediante instructivos impresos y/o digitales. Clase rápida sobre el uso y procedimientos para la impresión de archivos y búsqueda de material. | Contar con estas herramientas, le garantiza a Llamas Honey la posibilidad de reducir costes en la impresión de empaques y demás documentos, el uso de |

| | | | |
|-----------------------------------|---|--|---|
| | | | tecnologías para el área administrativa y de aprendizaje de la empresa. |
| Método del Anaquel | Sistema | Se realizó un análisis de las metodologías previas con las que se había intentado instaurar un inventario y se explicó la metodología nueva, sus beneficios y las consideraciones. | Posibilita las primeras bases de inventario digital de la empresa. Un inventario es la base sólida que permite la estructura administrativa y la planeación financiera. |
| Posteo fluido en instagram | Publicaciones continuas en redes sociales | Se diseñaron publicaciones para hasta 5 meses con un post a la semana, además de los copys con los que irían acompañadas. Todo el sistema de publicaciones se dejó programada para realizarse automáticamente. | Permite un reconocimiento de marca, información fresca y actualizada a los clientes y un posicionamiento frente al usuario. |
| Investigación de nuevos productos | Documento | Investigación previa de posibilidades para expandir la oferta de productos. Investigación de recetas, costos aproximados y beneficios percibidos por el usuario. | Posibilita la expansión de la empresa hacia nuevos mercados. |
| Fotografía de productos y los | Fotografías actualizada | Se tomaron fotografías de los actores y de los | Permite la actualización de los |

| | | | |
|---------|---|-----------------------------------|--|
| actores | s | productos enviados a la boutique. | gráficos de apoyo y diferentes recursos de la marca. |
| | | | |

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

Andrea Bañuelos Espinosa

Gracias a este semestre que tuve la oportunidad de trabajar con Llamas Honey de nuevo, logré entender cómo se maneja una empresa familiar desde dentro, entender los retos a los que se enfrentan los actores de cada uno de los escenarios de este PAP y de qué manera logran salir adelante utilizando esas fortalezas que los caracterizan a su favor.

En un mundo tan globalizado e industrializado, poder tener la oportunidad de trabajar en emprendimientos pequeños me ha ayudado a comprender la importancia de preservar estas prácticas de economía local y sustentable, y el re-pensar nuestros hábitos de compra para darle prioridad a los negocios enfocados en la preservación de las especies y hábitats naturales, así como al respeto al medio ambiente y las temporadas de cosecha.

Ana Sofía Arroyo Rodríguez

El poder plasmar los conocimientos recorridos durante mi carrera y poderlos plasmar en algo real como llamas honey, una empresa 100% familiar que está enfocada a no solo a brindar productos de calidad sino también en el transmitir el amor y la pasión de los productos hechos de manera artesanal me ayudo a poder entender de manera práctica el verdadero reto de un negocio y todo lo que conlleva el trabajar con personas completamente nuevas en un giro el cual se enfoca en una meta en particular.

Me encanto el poder aprender de dos personas que solos y con el poco conocimiento que ellos tenían acerca de lo que es tener una empresa, han logrado salir adelante y tratar de que su marca pueda dejar huella y tener un impacto positivo. Con esta experiencia logre complementar mucho de lo que yo ya tenía y sobre todo me ayudó mucho a poder ver otras realidades empresariales hablando desde el punto en el que esta marca aunque es muy pequeña día a día lucha para poder seguir creciendo.

Kenia Real Palacios

Me pareció muy importante para el desarrollo de este semestre, el poder entender el funcionamiento de las empresas con estructuras familiares; saber que las decisiones muchas veces son tomadas desde la emoción más que desde la estrategia o la planeación y, que lejos de considerarse una debilidad, se debe procurar una conservación de los valores, los motivos y las pasiones que generaron el inicio del emprendimiento, que honestamente y por lo que he observado, son el motor principal generador de cambios y evoluciones dentro de un negocio.

Entender y rescatar siempre que se está trabajando con personas, más que con un emprendimiento. Personas que aman, creen y conocen mejor que nadie su negocio y los retos y capacidades que se tienen, por eso mismo, el involucrarlos en todo el proceso resulta un factor determinante en el éxito de tu trabajo.

Y por último, siempre tener en cuenta el contexto donde se desarrollan las estrategias, el respeto por el trabajo de los productores y por el tuyo y el cuidado, conservación y el conocimiento (compartido) por el medio ambiente.

María Lilian Cueva Almada

Un negocio artesanal es una forma de emprender de forma “saludable” en un espacio profesional. Cuidas el ambiente en el que estás y además haces ver la falta de valores morales y éticos de la sobreexplotación que hay hoy en día. El haber ayudado a Llamas Honey, una marca que cada vez incrementa en valor y producción, amplía mucho la mente y hace ver que hay formas para sustentar un negocio empezando desde cero. Iniciando con ellos, vi que cada vez se esfuerzan más por sobresalir y hacer crecer su negocio. Al hacer sus redes, podrán (visualmente) establecerse como un negocio más formal con un diseño limpio y ordenado. Para crear su diseño, fue basarme en qué es lo que se espera de su negocio y que se vea cómo va creciendo junto con ellos.

Lia Hernández

Cada empresa familiar tiene una historia, en este caso Llamas Honey es un emprendimiento con todas las ganas de seguir adelante, de implementar nuevas maneras de meterse al mercado no solamente con nuevos productos, si no también con una gran responsabilidad por el medio ambiente. Al apoyar de la mano a este emprendimiento, he comprendido cómo funciona un negocio familiar, cómo cada actor tiene características y capacidades diferentes que sin ellas no funcionaría como lo hace hoy en día, personas dedicadas, perseverantes que valoran su trabajo, su patrimonio cultural y que gracias a eso, se mantiene vivo día con día.

Igualmente, me parece sumamente valioso tener una estructura de valores, valores que los caracterizan e impulsan como negocio porque gracias a ellos existe esta guía que los hace seguir su propósito y tomar decisiones acertadas.

3.2 Aportaciones específicas

Andrea Bañuelos Espinosa

Diseñar los distintos empaques para los jabones, dependiendo el tamaño y los ingredientes de cada uno, también fui la encargada del diseño, creación e instalación del vinil automotriz, el diseño de las etiquetas para los bálsamos labiales, instruir en el uso de tecnologías (computadora e impresora) la redacción de las descripciones para los posts en redes sociales y su programación.

Ana Sofía Arroyo Rodríguez

Temas de maquila, sacado de costos para nuevos productos y actualización de los que ya se tenían, desarrollo de nuevos productos (ideas), búsqueda de nuevos insumos (envases y materia prima)

Kenia Real Palacios

Apoye en el diseño de algunos empaques y el proceso de etiquetado y empaquetado de jabones y bálsamos para el envío de hacia la boutique en los Cabos, así como en la investigación de diferentes opciones de empaque para la conservación y aprovechamiento de los mismos. Realice una investigación con propuestas para optimizar el proceso de envasado y etiquetado de productos, con la implementación de máquinas automatizadas o manuales. Apoye en la instalación del vinil, así como de la impresora y computadora otorgadas por la fundación. Diseñe las etiquetas para el método del anaquel, el catálogo digital de productos y algunos gráficos explicando el uso de la impresora y los pasos para completar el envío de archivos a impresión.

María Lilian Cueva Almada

Diseño, creación y forma de las redes sociales de Llamas Honey

Lia Hernández

Creación de contenido fotográfico, negociación directa con Azul Boutique en Los Cabos, transportación y entrega personal en la boutique. Asimismo, actualización de información de los productos para el catálogo digital.

3.3 Aprendizajes logrados

Andrea Bañuelos Espinosa

Aprendí acerca de la importancia del trabajo en equipo y la organización y planificación previa a la ejecución en un proyecto. Desde mi perspectiva este semestre logramos concretar la mayoría de los objetivos planteados en un principio y esto fue gracias al trabajo

en conjunto de todos los participantes, tanto mis compañeras como nuestra asesora y los actores. Cada uno logró aportar algo a este proyecto desde sus conocimientos y habilidades, lo que generó un impacto positivo en Llamas Honey. Aprendí también acerca de la importancia de delegar responsabilidades y de elegir correctamente las prioridades en un proyecto, esto facilita el avance y resultado del trabajo realizado.

Ana Sofía Arroyo Rodríguez

El principal con el que logre quedarme es la perseverancia de una marca cuando realmente quiere salir adelante en el mercado, es necesario que siempre se tengan las metas definidas y cuando alguien externo desea brindar ayuda, es necesario estar abierto a esas posibilidades porque son de suma importancia y punto clave porque aprendí que el saber escuchar y reconocer puntos claves es lo que ayuda a una empresa a realmente seguir creciendo

Kenia Real Palacios

Me parece que uno de los aprendizajes más importantes que tuve en este semestre, fue el confiar en el trabajo en equipo y en la colaboración de los demás, siempre he sido una persona que le gusta tener control y acceso a todas las decisiones, y lo sigo siendo, pero este semestre por cuestiones de disponibilidad, tuve que confiar en el proceso y en las .capacidades del gran equipo que se formó durante el PAP y quede muy conforme.

También me llevo aprendizajes en la gestión y organización del tiempo en orden de cumplir las metas que se establezcan, pues me quedó claro desde el semestre anterior que era imposible el poder completar todos los objetivos o satisfacer todas las necesidades en cuestión de unos meses.

Me llevo sobre todo, la conciencia sobre el impacto que tienen nuestras acciones en el entorno y en los entornos próximos a nosotros, la importancia de entender de dónde vienen los productos que consumimos y las elecciones que tomamos sobre nuestros hábitos de consumo. El entendimiento de las circunstancias; los tiempos y habilidades y el proponer soluciones que se adapten a ellas (como el método del anaquel) y no adaptar a los actores a

las soluciones más innovadoras. La importancia de la conservación y protección de las empresas familiares, responsables de la mayor parte de ingresos económicos del país.

María Lilian Cueva Almada

El etiquetado es un elemento importante y, a su vez, delicado. Un milímetro de error hará que no encaje adecuadamente en el producto. También las redes sociales en un negocio creciente son más importantes de lo que pensamos. Poder crear (de cierta forma) una imagen de marca para las redes sociales de Llamas Honey me hizo ver cómo puedes elevar a un negocio con un diseño más limpio.

Lia Hernández

He aprendido que uno de los puntos claves para que un negocio familiar funcione y crezca, ha sido el estar abiertos al cambio y a las nuevas ideas. Para así, poder mejorar, ser más consciente de lo que realmente funciona y es mejor para la marca y el planeta. En este caso, protegiendo el patrimonio cultural que poseen.

Por otro lado, entender que las redes sociales y el contenido visual es sumamente importante para la difusión de los productos y los valores de la marca, con el propósito de encontrar un público más grande y comprometido.