

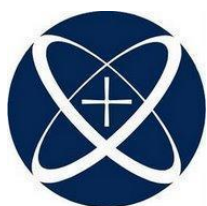
INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

Desarrollo empresarial, Economía Social y Emprendimiento

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de desarrollo para la comercialización y ventas nacionales e internacionales 1



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

PAP Programa de Desarrollo de Estrategias Comerciales, Nacionales e Internacionales I (P2022_PAP3J02D)

Diagnóstico Empresarial Anytime Boutique

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. Administración Financiera. Ana Bettina Martín García

Lic. en Comercio y Negocios Globales. Alfonso López Reynoso

Lic. en Administración de Empresas y Emprendimiento. Jaime Diaque Valencia

Profesor PAP: Graciela Velasco Gutiérrez

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo 2022

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
1.1. Objetivos	3
1.2. Justificación	4
1.3 Antecedentes	4
1.4. Contexto	5
2. Desarrollo	6
2.1. Sustento teórico y metodológico	6
2.2. Planeación y seguimiento del proyecto	8
3. Resultados del trabajo profesional	11
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	13
5. Conclusiones	21
6. Bibliografía	23

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son una modalidad educativa del ITESO en la que el estudiante aplica sus saberes y competencias socio-profesionales para el desarrollo de un proyecto que plantea soluciones a problemas de entornos reales. Su espíritu está dirigido para que el estudiante ejerza su profesión mediante una perspectiva ética y socialmente responsable.

A través de las actividades realizadas en el PAP, se acreditan el servicio social y la opción terminal. Así, en este reporte se documentan las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo del proyecto, sus incidencias en el entorno, y las reflexiones y aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

A continuación, se presenta un documento donde se incluyen las investigaciones y resultados obtenidos durante el semestre de primavera 2022, donde se trabajó de la mano con la empresa Anytime Boutique, en la cual se tenía como objetivo ayudar en varios aspectos de la empresa, siendo estos la búsqueda de proveedores de páginas web, darse de alta en servicios como Google Mi Negocio, My Trade y la investigación de paqueterías en Guadalajara para realizar convenios. Todo esto con el fin de posicionar la empresa en un mercado online gracias al E-commerce y captar más clientes. Para lograr estos objetivos se realizó un cronograma detallado con los temas principales a tratar como lo eran mercado, marketing y logística.

1. Introducción

1.1. Objetivos

El objetivo general de Anytime Boutique es aumentar su presencia en el mercado, dándole un énfasis principal a la venta en línea ya que es el mercado emergente donde se quiere desempeñar la empresa.

Los objetivos específicos de Anytime Boutique para el semestre primavera 2022 son:

CANALES DE VENTA

1. Desarrollar una página Web para que los clientes puedan comprar mediante el
2. e-commerce directamente, de una manera fácil, rápida y confiable.
3. Buscar otros medios de plataformas digitales como Mercado Libre y Amazon para vender la línea de productos de Anytime.
4. Recuperar el dominio de la página web

COSTO DE VENTAS Y LOGÍSTICA

5. Implementar convenios con paqueterías para que el costo de los envíos sea económico y los tiempos de entrega sean rápidos y confiables.

MARKETING

6. Evaluar y desarrollar estrategias adecuadas a cada una de las herramientas implementadas (página web, plataformas digitales)

1.2. Justificación

La mayoría de las marcas dedicadas a la venta de ropa, accesorios y calzado como lo son las grandes potencias como Zara, H&M, Bershka, Palacio de Hierro, Adidas, entre otras, cuentan con una página web en donde sus clientes pueden navegar y ver los productos que tienen disponibles, además, de tener la capacidad de agregar los productos de su preferencia a su carrito y realizar su compra de manera independiente e inmediata.

El comercio electrónico, se ha convertido en una de las formas más comunes de realizar compras y/o ventas puesto que es sencillo, práctico, cómodo y cualquier persona lo puede realizar desde cualquier dispositivo electrónico. El comercio electrónico tuvo un incremento del 81% en el 2020 con respecto al 2019, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

Implementar la página web, ayudar a Anytime a posicionar la marca dentro del mercado, ya que estará a nivel de las marcas potencia y estará actualizada conforme el mercado vaya evolucionando, siempre brindando a sus clientes el mejor servicio y las herramientas necesarias para realizar sus compras.

1.3 Antecedentes

La empresa inició con una tienda en físico ubicada en Guadalajara, posteriormente comenzó a expandir su alcance a través de las redes sociales para que sus clientes pudieran ver su catálogo de productos y comprar a través de este medio.

Debido a la pandemia, Anytime Boutique ha buscado varios medios en los cuales pueda vender y ampliar su mercado; es por eso que actualmente busca potencializar el contenido de sus redes, para de tal manera lograr incrementar su alcance, captar nuevos clientes y darse a conocer no solo a nivel local, sino también a nivel nacional y de tal forma lograr incrementar la venta de sus productos en línea.

1.4. Contexto

Como ya se sabe, la pandemia generó grandes efectos negativos en el sector comercial, ya que causó que la economía se detuviera durante meses. Anytime sigue buscando recuperarse de este impacto e inestabilidad que le afectó gravemente durante meses.

Al inicio de la pandemia la gente comenzó a comprar ropa por medio de DM (mensaje directo) a través de Instagram. De esta forma, se creaba una conexión cliente-empleado casi igual que una compra face to face en donde el cliente podía recibir asesoría de parte de la tienda como tallas, modelos y propuestas. Con la interacción y seguimiento que se creaba entre el cliente y el personal de Anytime a través de los mensajes se generaba confianza y el usuario final del producto podía darse cuenta de que era una tienda confiable y que no tendría ningún tipo de problema al generar su compra.

Actualmente, Miguel se percató de que a la gente ya no le gusta hacer compras por medio de Instagram como en algún punto funcionaban la mayoría de las ventas. Ahora, las personas prefieren comprar directamente a través de una página web. En donde ven el catálogo disponible, eligen los productos de su preferencia, lo seleccionan, pagan y llenan sus datos para el envío.

Esta metodología de compra es mucho más sencilla y rápida ya que el cliente puede realizar su compra de manera independiente. Cabe resaltar que ya las personas confían en el comercio electrónico puesto que debido a la pandemia se incrementaron significativamente este tipo de ventas, ya que las tiendas estaban cerradas y los interesados se veían forzados a comprar de esta manera, lo que generó que ahora ya se puede considerar “normal o común” realizar este tipo de compras.

Previo a la pandemia, la empresa contaba con 4 colaboradores, pero debido a la bajas ventas, el dueño se vio obligado a reducir el personal y quedarse únicamente con una persona. La situación aún no mejora y debido a esto se vio obligado hace algunas semanas

a dar de baja a la única colaboradora que quedaba, quien era la encargada de atender a los clientes, mantener ordenada la tienda y apoyar con pendientes que surgían en el día a día.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico

Clase de Gestión Empresarial

Esta materia ayudó para saber cómo debe de administrarse una empresa en general, desde cuáles son las distintas áreas funcionales que debe de tener y la importancia de cada una de ellas. Enseña cual es la estructura y los cimientos que toda empresa debe tener. Si no está bien planeada, organizada y administrada será difícil que se obtengan buenos resultados. Además, se analizan aspectos tanto internos como externos, se establecen objetivos y estrategias y ayudó a conocer a la empresa por medio de distintos análisis, para de tal manera crear un plan estratégico que ayude a solucionar las necesidades.

Clase de Economía

Ayudó a conocer y analizar el mercado, la oferta y la demanda para de tal forma identificar como se han ido alterando estos factores y las razones principales.

Clase de Información Financiera

Gracias a esta materia se logró comprender en la situación económica en la que estaba la empresa. Con la información de las ventas, costo de ventas y gastos, se dio un panorama general de la posición de la tienda y a los retos a los que se enfrentaba económicamente hablando.

Clase de Costos

Se compartió un poco de los costos fijos y variables, gastos de operación y administrativos; con esta información se logro comprender el por qué la empresa necesitaba reducir sus gastos, ya que las ventas generadas y la utilidad obtenida no esta siendo suficiente para cubrirlos.

Clase de Toma de Decisiones

Análisis de distintas alternativas para tomar decisiones siendo capaces de investigar y analizar distintas opciones para al final ir descartando información y aquedarnos únicamente con lo relevante o lo que realmente nos ayudará a tomar la mejor decisión o la más asertiva para la empresa

Clase de Innovación y emprendimiento

Toda empresa necesita adaptarse a las nuevas tecnologías e innovar en sus procesos para estar al nivel de la competencia, se deben actualizar y estar al día. Gracias a esta materia somos capaces de identificar en que es lo que se debe de innovar, ya sea el producto, el proceso o el marketing para lograr seguir siendo competitivos dentro del mercado.

Empresas del comercio exterior

Nos ayudó para el desarrollo y creación de empresas. Manejo de datos de clientes potenciales y análisis del impacto en el mercado de productos a nivel nacional.

Sistemas de información gerencial

En esta clase se desarrollaron temas muy similares a la solución que se está implementando en este PAP, por ejemplo, la creación de páginas web, creación de tienda en línea, técnicas de ventas en páginas web, creación de contenido empresarial.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto

- Descripción del proyecto

Al inicio del proyecto se tuvo presente que la problemática de AnyTime Boutique era que las ventas en últimos meses disminuyeron drásticamente, Miguel Ángel identificó que debía reestructura sus canales de venta y/o la manera de llegar a sus clientes para poder volver a impulsar su empresa.

Después de realizar el análisis de la situación y ver a donde se quería llegar, se llegó a la conclusión que el desarrollar un e-commerce podría mejorar el posicionamiento de AnyTime Boutique.

Con la decisión de apoyar a la empresa de Miguel Ángel, el equipo del PAP primavera 2022 al no ser experto en el tema del desarrollo de e-commerce y de páginas web investigó, se informó y buscó posibles alternativas que ayudarían a solucionar la necesidad.

Debido a esto se buscaron posibles opciones de proveedores para poder diseñar y crear la página web, se investigó en diversas fuentes para realizar una comparación de los beneficios y costos que cada opción proporcionaba para de tal forma presentarle a Miguel las propuestas encontradas.

Opciones:

1. Contacto privado: Ing. en sistemas Mayra Moreno.
2. Creador de sitios web online: Wix
3. Creador de sitios web online: Jimdo

Por otra parte, se realizó una propuesta para darse de alta como proveedor en plataformas digitales como lo es Amazon y Mercado Libre. En el documento empresarial se desglosó los pasos a seguir para el registro y el proceso que se debe de seguir. Esto puede ser una gran

oportunidad para Anytime para utilizar otros medios ya establecidos para llegar a otros clientes y ampliar su alcance.

- Plan de trabajo

Para cumplir con los objetivos establecidos en este proyecto, el equipo realizó un cronograma en conjunto que contiene todos los puntos que se tienen que desarrollar en el documento empresarial. En este cronograma se especificaron las fechas de entrega, los temas y los líderes de cada tema.

		Cronograma															
FECHAS PLANEADAS																	
DÍAS DE REALIZACIÓN																	
ACTIVIDADES	Responsable	ENERO		FEBRERO				MARZO				ABRIL				Mayo	
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S-11	S-12	S-13	S-14	S-15	S-16
		L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V	L-V
1. EMPRESA -		17 al 21	24 al 28	31 al 04	07 al 11	14 al 18	21 al 25	28 al 04	07 al 11	14 al 18	21 al 25	28 al 01	04 al 08	18 al 22	25 al 29	02 al 06	09 al 13
Tiempo Real de la realización del apartado																	
1.1 Información General de la Empresa.																	
1.1.1 Antecedentes y Situación Actual de la Empresa.																	
1.1.2 Razón Social.																	
1.1.3 Organigrama.																	
1.1.4 Descripción de Puestos Clave.																	
1.2 Conciencia Explotadora.																	
1.2.1 Misión.																	
1.2.2 Visión.																	
1.2.3 Valores.																	
1.2.4 Objetivos.																	
1.2.4.1 Generales																	
1.2.4.2 Específicos																	
3. MERCADO -																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
3.1 Proveedores																	
3.1.1 Investigación de cómo hacer una página web																	
3.1.1.1 Análisis de ejemplos de tiendas online de ropa																	
3.1.1.2 Búsqueda y contacto de posibles proveedores																	
3.2 E-commerce vs Redes sociales																	
3.2.1 Implementación de Instagram shop																	
3.2.2 Dar de alta "google mi negocio"																	
3.3 Investigar el alta de la tienda en Amazon y Mercado L.																	
My Trade y Connect Americas																	
3.3.1 Requerimientos para vender en esas plataformas																	
3.3.2 Dar de alta																	
3.3.3 Poner en práctica el plan de acción																	
4. MARKETING																	
Tiempo Real de la realización del apartado																	
4.1 Estrategia de producto																	
4.1.1 Campaña de publicidad de e-commerce																	
4.2 Reinventar la estrategia de venta en redes sociales.																	
4.2.2 Políticas y términos de venta en plataformas																	
5. LOGÍSTICA																	
Paqueterías																	
5.1 Investigación de paqueterías en México																	
5.1.1 Pros y cons de las paqueterías elegidas																	
5.1.1.1 Tabla comparativa.																	
5.1.1.2 Recomendaciones																	

Se hizo un análisis a los componentes y características de la empresa, después se habló con el empresario para conocer los objetivos deseados con este proyecto. También se realizaron llamadas telefónicas con desarrolladores de páginas web para realizar cotizaciones.

1.- Actividades:

- Investigación de proveedores de páginas web
- Análisis de proveedores

- Comparación y recomendación de cotizaciones
- Investigación de cómo hacer páginas web (Wix)
- Análisis de tiendas online de ropa
- Investigación de E-commerce y redes sociales
- Investigación de Google mi negocio, Instagram shop
- Investigación de Amazon y Mercado libre

2.- Recursos:

- Dropbox
- Google Drive
- Canvas
- Canva
- Microsoft Teams
- Zoom
- Correo Outlook
- Whatsapp
- Google

3.- Fechas:

- Minuta #1 27 enero 2022: presentación general de los miembros del equipo, información general del proyecto y análisis de las necesidades.
- Minuta #2 14 febrero 2022: se mostró al empresario los avances que se realizaron en el primer apartado y hablar sobre las ideas del segundo apartado.
- Minuta #3 24 febrero 2022: se habló acerca del diseño y las herramientas que Miguel Ángel quisiera que tuviera su página web. Se navegó por distintas páginas de la competencia para analizarlas y elegir una posible estructura.

- Minuta #4 Presentación intermedia 10 marzo 2022 3:00 pm: Se presentó al empresario todos los avances generales como objetivos, propuestas, resultado de investigaciones, soluciones, etc.
- Minuta #5 23 marzo 2022: se recapitaron algunos puntos de la presentación intermedia, se recupero la cuenta de Anytime en Google Mi Negocio.
- Minuta #6 28 marzo 2022: avances sobre la página de Wix y Google mi Negocio, se actualizó la información, logo e imágenes.
- Minuta #7 7 abril 2022: avances sobre la creación del contenido para Instagram, preguntas, tips y recomendaciones.
- Minuta #8 12 mayo: Presentación final, conclusiones y recomendaciones al proyecto.

Gracias a este conjunto de recursos, herramientas y esfuerzos del equipo, fue posible conseguir los resultados obtenidos y realizar la investigación que se requería.

3. Resultados del trabajo profesional

Al inicio del curso se establecieron los objetivos y los puntos a desarrollar a lo largo del semestre después de realizar un análisis e introspección de los resultados de cómo se encontraba la empresa en la actualidad, se identificó que los puntos más relevantes y en los que se enfocaría el PAP era la búsqueda de proveedores para la creación y desarrollo de la página web, búsqueda de alternativas de plataformas que sirvieran como intermediarios entre los clientes y la marca para comenzar a fomentar las ventas mediante e-commerce, la creación de estrategias de mercadotecnia y la logística para los envíos y paqueterías.

Todos los puntos anteriormente mencionados se lograron en su totalidad, ya que se logró recabar la información necesaria, desarrollar los temas y poner en práctica. Con el paso del tiempo y con los avances que se iban teniendo, se lograron identificar otros puntos importantes que a lo mejor no estaban establecidos desde un principio,

pero poco a poco fueron surgiendo y pareció bastante importante trabajar en ellos como lo es todo lo de la creación de contenido para instagram y actualizar constantemente el perfil de google mi negocio.

Poco a poco se observó que, si se quería lograr una cosa, era importante modificar otros puntos primero que posteriormente permitirían alcanzar los objetivos planeados.

Por ejemplo, el objetivo principal del proyecto era crear la página web, pero se identificó que por medio de Instagram era donde las personas conocían la tienda y posteriormente ya se dirigían al sitio web, por lo tanto, si el contenido del perfil de Instagram no era suficientemente atractivo, el posible cliente se iba a ir y ni siquiera se daría la oportunidad de ingresar a la página web. Entonces, se decidió que era fundamental y realmente necesario que el perfil de Instagram tuviera contenido uniforme, de calidad y que mostrara lo que Anytime ofrece a sus clientes. Se tuvieron que implementar bastantes cambios e innovar en los procesos que se estaban siguiendo para la creación de contenido para que realmente resultara atractiva la marca. No se podía dar el paso 2 que es la página web sin antes haber dado el paso 1 que es el contenido de Instagram.

Se desarrollaron estrategias e ideas para la creación de reels, como tener uniformidad en las publicaciones para que sea visualmente agradable, contenido de calidad y que muestre la esencia y valores de la tienda.

Por otra parte, se hizo el análisis, investigación y comparación entre 3 proveedores distintos para la creación de la página web considerando las distintas alternativas que ofrecían y principalmente el costo de cada una de ellas. A partir de las necesidades y las ideas que tenía Miguel para su plataforma en línea, se propusieron distintas opciones que permitieran cumplir con lo deseado.

En el tema de la logística y paqueterías, se hizo una comparación entre 3 paqueterías distintas, tomando como referencia un paquete de 2 kg y con dimensiones de 35 cm x 20 cm x 15 cm partiendo de Guadalajara con destino final en Veracruz. Se plasmaron los pros y contras de cada una de las 3 paqueterías para que así Miguel pueda comparar y ver cual le resulta más interesante para trabajar con ella y hacer sus envíos.

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

- Aprendizajes profesionales

Jaime Diaque Valencia

Esté semestre hubo una implementación de conocimientos generados en el PAP pasado, dándome una visión diferente y herramientas adicionales para cumplir con el proyecto. Principalmente aprendí sobre el mundo de las páginas web, la gran mayoría gracias a la investigación realizada por el equipo pero también por las experiencias contadas por el empresario, de esta manera aprendí sobre los posibles riesgos que hay al contratar servicios y profesionales en el área de páginas web y similares. También desarrollé la capacidad de escuchar y hacer anotaciones de hacia dónde quiere moverse la empresa y a partir de esto crear una lluvia de ideas sobre posibles mejoras e implementaciones que se pueden lograr y que vayan acorde a lo que se busca. Esté semestre también hubo grandes aprendizajes sobre plataformas como Google Mi Negocio, Amazon, etc. y sobre todo como cada una de estas te ayuda como empresario a expandirte en el mercado online.

Ana Bettina Martín García

Las primeras competencias a desarrollar fue saber identificar en qué posición se encontraba la empresa en este momento, ya que no es lo mismo a lo que se enfrentó

el equipo pasado a lo que actualmente nos enfrentamos nosotros debido a que la empresa se encuentra en otra situación. Se tuvo que conocer y analizar en general el contexto de la organización, para a partir de ahí identificar cuáles eran los objetivos en los que se trabajaría.

Al ver que la necesidad de Anytime era desarrollar una página web para poder potencializar sus ventas y general un canal tanto de comunicación y publicidad para sus clientes, tuve que investigar y conocer un poco más a profundidad el tema puesto que desconocía totalmente el proceso que se debía seguir para lograr tal objetivo.

Aprendí acerca de proveedores de páginas web, a buscar distintas plataformas como Amazon y Mercado Libre que ayudaran como intermediarios para que Anytime pueda vender sus productos y expandir su mercado de manera nacional, temas de dar de alta a la empresa en Google mi negocio, pues este tipo de herramientas ayudan a que el cliente conozca más la boutique y le genere confianza para posteriormente comprar.

Me di cuenta que con el paso del tiempo las estrategias de mercadotecnia han ido cambiando significativamente y si una marca quiere preservar a sus clientes y captar a nuevos, debe de innovar en los procesos que utiliza a causa de que el mundo está en constante cambio y la tecnología cada vez tiene mayor influencia en nuestras vidas.

También, depende mucho el giro de la empresa y del mercado meta al cual se desea llegar. El contenido debe de ser adecuado para que realmente genere un impacto positivo en los consumidores.

Por otra parte, me di cuenta que para crear e implementar una nueva estrategia siempre es importante analizar como lo está haciendo la competencia, para que de tal manera ver lo que sí funciona y lo que no, ver lo que le gusta a la gente y lo que no. Siempre a pesar de que sean decisiones internas hay que tener en consideración los aspectos externos.

Un reto que tuve fue que a pesar de que no conocía estos temas de creación de páginas web, estrategias de publicidad, etc fui capaz de investigar y aprender algunas alternativas para crearlo. A pesar de que no estudio mercadotecnia o publicidad, aprendí cómo llevar a cabo distintos procesos relacionados a estas profesiones.

Alfonso López Reynoso

Este semestre gracias al PAP en el que estamos trabajando, me di cuenta que hay muchos aspectos de otras materias de mi carrera que me ayudaron a desarrollar parte del PAP. Dentro de mi área de comercio y negocios globales, el impacto que genera el PAP es muy significativo, me ayudó a comprender de manera práctica el hecho de ir de la mano de la empresa Anytime para poder cubrir sus necesidades dándole solución a su problema. Desde un inició se descubrió la problemática de la empresa Anytime, la cual era el implementar nuevas estrategias de posicionamiento en el mercado mediante las redes sociales, nosotros como equipo brindamos nuevas estrategias y soluciones para que Anytime pudiera llevar a cabo dichas estrategias. El equipo le brindó información de varios proveedores y plataformas para la creación de su página web y la creación de estrategias de marketing en redes sociales (instagram).

El área de logística se lleva otra gran parte del proyecto, porque además del posicionamiento en redes, pude integrar un área de mi carrera la cual es parte fundamental para poder mover los productos desde la tienda de ropa hasta el cliente final.

Aprendí que el emprender y posicionar a una empresa no es tarea fácil, involucra el buen desempeño interno del equipo, tener herramientas bien definidas, aprendí que se deben tener varias opciones para así poder tener una mejor visión de lo que se quiere obtener. Por último, gracias a este proyecto pude sumergirme más en lo que es el e commerce y todo el proceso que esto conlleva, los cambios por los que

pasa el comercio electrónico debido a la globalización y cómo aferrarse a esos cambios sin cambiar la meta final.

- Aprendizajes sociales

Jaime Diaque Valencia

Al empezar este semestre nos dedicamos a realizar un cronograma donde fuimos plasmando los objetivos por alcanzar del semestre, a diferencia de mi proyecto pasado, este cronograma estaba más vacío de lo normal, dejándonos un buen espacio para situaciones que fueran saliendo a lo largo del semestre. Gracias a este “espacio libre” surgieron ideas e implementaciones junto con el empresario que era lo que exactamente se estaba buscando para éste proyecto.

Esta necesidad de pensar fuera de lo ordinario y de idear estrategias para la empresa me reforzaron mis capacidades de liderar, implementar y poner en práctica un proyecto, en especial uno enfocado al mercado mexicano donde habrá mucho contacto a través de las redes sociales.

También lo que se trabajó de comercialización con el tema de las paqueterías puede ser algo que beneficie a muchas personas, ya que el comercio es una red enorme donde muchas personas y trabajos están envueltos. Ya que la empresa decida exportar fuera del país, llevará consigo el nombre de México, añadiendo su grano de arena en el reconocimiento el país en mercados extranjeros.

Ana Bettina Martín García

Al inicio del curso ni la misma empresa sabía que era lo que necesitaba, pero poco a poco fuimos descubriendo hacia donde se quería llegar y los medios que necesitábamos implementar para llegar. Hubo momentos en los que se tuvo que

pensar, crear, imaginar, visualizar e interactuar para posteriormente poder identificar qué era lo que se quería hacer.

Considero que soy una persona creativa y con mucha iniciativa para generar cambios. Me gusta opinar, pensar y actuar. Soy capaz de proponer estrategias de acuerdo a los objetivos establecidos, pues me gustan mucho los retos y enfrentarme a cosas nuevas.

Lo desarrollado a lo largo del PAP fue orientado especialmente a ayudar a Anytime ya que se buscó mejorar el contenido de las redes sociales y los medios para llegar a más clientes.

Este tipo de proyectos beneficia a personas que tienen la necesidad de comprar un outfit completo para algún evento social que tengan y que sea a un precio accesible. Por otra parte, el tipo de herramientas que se sugirió utilizar, benefician a la empresa al tener un canal de distribución y un intermediario directo para poder llegar a sus clientes y aumentar sus ventas.

Lo que se aplicó en este proyecto, sin duda alguna se puede aplicar perfectamente para otras empresas o en otros giros ya que son cosas que en la actualidad son básicas para cualquier negocio. Todos deben de tener redes sociales y página web, pues es un canal para mantener el contacto con sus clientes y dar un buen servicio.

Al estar yo dentro del mercado meta de Anytime, por ser mujer, mi edad, mi estilo y gusto por la moda, podía aportar grandes ideas y mi punto de vista era de mucha importancia para el empresario, pues siempre fui sincera y transparente en las retroalimentaciones que le daba acerca del contenido.

Alfonso López Reynoso

La iniciativa con la que se empezó se fue transformando a lo largo del tiempo, sin embargo, siempre se mantuvo ese espíritu innovador, esas ganas de querer mejorar todas las herramientas y estrategias para crecer en el mercado; Anytime fué creada

a base de satisfacer las necesidades de las personas, de la necesidad básica de vestir, creando tendencias a la vez, mejorando la calidad de vida de las personas. Gracias a la reestructuración del impacto en redes de AnyTime usando todos nuestros recursos, generó un impacto positivo en el segmento de mercado medio-bajo B +, debido a sus precios accesibles pudo satisfacer las necesidades. Con la relación que había con algunas materias de mi carrera, se pudieron llevar a cabo varias soluciones para AnyTime, como la creación de su e commerce, su manejo de marketing en redes sociales y la logística de las paqueterías de entrega del producto.

Hablando ahora un poco de mi visión del mundo social, la verdad no sufrió un cambio muy radical, si hubieron algunas cosas que cambiaron en mi perspectiva sobre el impacto que genera en la sociedad el emprender pero respetando todo el proceso que esto conlleva.

- Aprendizajes éticos

Jaime Diaque Valencia

El trabajo se desarrolló de una manera muy amena con el equipo y con el empresario, principalmente por el nivel de organización que se logró gracias a la buena comunicación y disposición de todos los integrantes de este proyecto. Siempre hubo una comunicación constante en el grupo para poder lograr los objetivos, igual con el empresario que nos compartía sus avances e inquietudes semanalmente para tener el mayor avance posible. Esta experiencia me lleva a seguir trabajando y mejorando la autogestión y la organización de mis tiempos.

Ana Bettina Martín García

El trabajo en equipo que se logró a lo largo del curso fue muy bueno, porque siempre primero veíamos cuál era la necesidad, buscábamos alternativas para solucionarla y posteriormente dividíamos las tareas a realizar. El diálogo y la comunicación activa

siempre estuvo presente. En lo personal tomé bastantes decisiones en este tiempo, considero que soy una persona muy activa y con iniciativa, entonces, todo el tiempo proponía y buscaba soluciones. Tome decisiones de temas a desarrollar, diseño del proyecto, herramientas o plataformas a utilizar, cotizaciones, búsqueda de proveedores, diseño y formato de los distintos entregables, entre muchas otras.

Alfonso López Reynoso

Debido al buen trabajo de equipo y a la buena comunicación que se tuvo desde el principio, la realización del proyecto se llevó a cabo en tiempo y forma, en donde siempre se daban soluciones y propuestas que ayudaban a la empresa.

La constante interacción activa que se tuvo, generó un buen ambiente laboral entre el equipo y el dueño de Anytime. Me considero una persona que siempre tiene ganas de buscar soluciones al momento, todo sea para aportar un poco más al equipo. Entre mis actividades que desempeñé están la búsqueda de paqueterías, búsqueda de proveedores tanto de e commerce y de marketing. Estoy satisfecho con el trabajo de equipo que se desempeñó.

- Aprendizajes en lo personal

Jaime Diaque Valencia

Esté proyecto me ayudó a ver que a pesar de los retrocesos y de las adversidades, siempre se puede salir adelante. Empezando el proyecto analizando el estado actual de la empresa vimos situaciones de estafas, y perdidas de personal, además del problema de la pandemia mundial. A pesar de estas situaciones se veía el interés del empresario en volver a intentar y volver a buscar opciones donde ya había fracasado la empresa anteriormente. Para mi ver esto fue un ejemplo muy claro de la tenacidad y de la determinación que son necesarios para poder llevar a que un negocio sea exitoso, lo tomé como un gran aprendizaje y como una lección de vida.

A lo largo del semestre también era necesario investigar sobre diferentes temas de los cuales podría tener algo de conocimiento o ninguno en absoluto, así que también aprendí sobre como investigar, aunque sea de cero, con la finalidad de poder ser capaz de explicar y presentar eso recién aprendido, esto me enseñó una vez más que cualquier tema o situación se puede aprender con una buena investigación o incluso con personas que te indiquen el camino correcto para aprender.

Ana Bettina Martín García

El PAP me ayudó a darme cuenta de que, aunque no sepa acerca de un tema en específico, todo se puede aprender. Investigando e involucrándote en el tema puedes aprender y familiarizarse totalmente con el tema para posteriormente empezar a desarrollar y generar ideas. Al inicio yo no tenía idea de cómo hacer una página web, del proceso a seguir para darse de alta en plataformas como Amazon y Mercado Libre, el desarrollo de estrategias de mercadotecnia para crear contenido de redes sociales, etc.

Poco a poco me fui dando cuenta que con mi experiencia y mi punto de vista personal era más que suficiente. Todo el tiempo navegó en redes sociales, entonces aprendí a identificar que tipo de contenido me gusta y me resulta entretenido y agradable y cual no. Entonces en base a mi experiencia personal aconsejaba a Miguel para la creación de su contenido.

Desarrollar este PAP y en específico al momento de analizar la problemática de la empresa y buscar soluciones, me di cuenta al momento de analizar a la competencia el excelente trabajo que realizan. Considero que en estos tiempos todo el contenido de redes sociales realmente se planea y genera en base a estrategias específicas. Todo se crea de manera bastante profesional y de buena calidad.

Para mi vida en particular, aprendí que siempre se puede aprender de cualquier tema, que nada nos debe de limitar si tenemos bien identificado hacia dónde

queremos llegar, solo es cuestión de establecer bien los medios por los cuales se va a llegar y que siempre generar cambios e innovar en los procesos que se están llevando es buena idea. Es necesario que la empresa se actualice y adapte a los cambios que el mundo y la tecnología generan para evolucionar y siempre estar al día y al nivel de los competidores.

Alfonso López Reynoso

El mayor aprendizaje personal que me deja este PAP es que a pesar de no saber en su totalidad lo que se tiene que hacer o estar cero familiarizado con la empresa, siempre se puede aprender de todo, investigando, informándose pero sobre todo estar presente en el desarrollo del PAP se aprende y eso, para mi, es lo que más me ha dejado.

No hay nada que no tenga solución, siempre hay algo nuevo que se puede implementar para generar ese cambio que tanto se quiere. Logré conocer una parte de mi que pensé que no tenía, es parte de investigación y de retención sobre otros temas ajenos a mi persona. Por último, aprendí a que a pesar de emprender y de no tener éxito como se esperaba, la perseverancia y las ganas de triunfar siempre tienen que estar presentes, aferrarte a tu empresa y a aferrarte a tu motivo principal por el cual emprendiste.

5. Conclusiones

Al inicio del proyecto la empresa Anytime Boutique buscaba que se lograra una investigación a fondo de guía y que al mismo tiempo se fueran trabajando e implementando los puntos investigados. El enfoque principal era al principio del semestre aumentar la presencia en el mercado, específicamente en la venta en línea. Se avanzó en tres aspectos principales durante el semestre, mercado, marketing y logística.

En el área de mercado se consiguieron proveedores de creación de páginas web y se le hizo una tabla comparativa con las ventajas y desventajas de las tres opciones recopiladas, al mismo tiempo se habló con el empresario varias semanas para empezar la creación de la página web. Adicionalmente, también en el área de mercado, se consiguió recuperar la cuenta de Google Mi Negocio y se le presento información detallada como guía de cómo darse de alta en los servicios de Mercado Libre, My Trade, Connect Américas y Amazon.

En el área de marketing, se le hizo una propuesta al empresario sobre un tipo de publicidad llamada “Red de búsqueda Google Adwords”, explicando porque es la publicidad que más le conviene a la empresa, cuando le cuesta y como empezar a utilizar esta publicidad.

Por último, en el área de logística se le presentó al empresario tres ejemplos de paqueterías diferentes en México, con tablas comparativas de las ventajas y desventajas de cada una y al final una recomendación de realizar un convenio con UPS con una descripción detallada del porqué, adicionalmente se le hizo una simulación de un envío del mismo paquete al mismo lugar con las tres compañías para que se pudiera ver la variación de precios.

La empresa y el empresario pueden seguir trabajando en las tres áreas que hubo avances todo este semestre, con el fin de lograr la página web funcional con el e-commerce, lanzar publicidad en línea para aumentar el tráfico digital en sus redes sociales y conseguir el convenio para facilitar los envíos nacionales al precio más barato posible. Para esto es necesario que no se dejen las cosas a medias y que el empresario o el siguiente equipo de PAP siga en donde se quedó este proyecto del semestre de primavera 2022.

6. Bibliografía

Statista. (2021, 2 julio). México: tasa de penetración de las compras online 2017–2025.

<https://es.statista.com/previsiones/703404/tasa-penetracion-comercio-electronico-mexico>

Limia, S. D. (2021, 12 marzo). ¿Qué es el social commerce y cómo se aplica en las redes sociales? Inboundcycle.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/social-commerce>

Propiedad de Wix (2022, abril) Elige tu plan

https://manage.wix.com/store/plans?siteGuid=7eaa8d37-9c20-4824-bd46-7930a32c2977&referralAdditionalInfo=onboarding-fakebrowser_mb

Propiedad de Amazon (2022, abril) Tabla de tarifas de Vender en Amazon

https://sellercentral.amazon.com.mx/gp/help/external/200336920/ref=asmx_soa_p_fee?language=es_MX&initialSessionID=139-7259467-1190602&ld=NSGoogle&ldStackingCodes=NSGoogle

Propiedad de Amazon (2022, abril) Cómo vender en Amazon

<https://vender.amazon.com.mx/vender>

Propiedad de Mercado Libre (2022, abril) Cómo empezar a vender en Mercado Libre

<https://vendedores.mercadolibre.com.mx/>

Alejandra Millan (9 febrero 2022). Mercado libre vs Amazon para vender en línea

<https://blog.skydropx.com/mercado-libre-vs-amazon-para-vender-en-linea/>

My Trade Registro (2022, abril)

<https://www.mytrade.mx/register>

Connect Americas (2022, abril)

<https://connectamericas.com/es>