

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
CENTRO UNIVERSIDAD**

Economía solidaria y trabajo digno

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
PROGRAMA INTEGRAL DE CONSULTORÍA EN MYPE**



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

**3A02 Consultoría para la Competitividad
Reporte ejecutivo del proceso de consultoría integral en una la empresa ZMG.**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes:

Lic. En Comercio y Negocios Globales. Fátima García Gómez

Lic. En Mercadotecnia y Dirección Comercial. Valery Ashly Lomeli Liparoli

Ing. Industrial. Axel Nicolet

Maestros PAP

Lic. María Asunción Trujillo de Alba, Consultora Sr.

Ing. Diana Elena Robledo Pineda, Consultora adjunta

Tlaquepaque, Jalisco, febrero de 2025

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	2
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	0
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional.....	0
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto	0
1.2 Caracterización la empresa organización	4
1.3 Identificación la empresa(s) problemática(s)	6
1.4. Planeación de alternativa(s).....	7
1.5. Desarrollo la empresa propuesta de mejora.....	15
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	134
1.7. Bibliografía y otros recursos	140
3. Reflexión crítica y ética la empresa experiencia	148
3.1 Sensibilización ante las realidades	149
3.2 Aprendizajes logrados	155

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 escena Empresario 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 beneficia Empresario 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 la empresa 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 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 la empresas 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 la empresa experiencia, el reconocimiento la empresas competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

Resumen

El PAP 3A02, Consultoría para la competitividad tiene como objetivo principal, contribuir al desarrollo de las capacidades reales y la apropiación de un modelo de gestión estratégica por quienes dirigen las MiPymes participantes, a través del análisis, propuesto para la implementación de acciones que impulse la competitividad de desarrollo real.

Durante las 13 semanas del periodo escolar de primavera 2025, se busca realizar el diagnóstico de la empresa que ayude a identificar las principales problemáticas a abordar, para realizar implementaciones preliminares. La meta es generar un informe detallado que sirva como base para futuras mejoras a través de la empresa propuesta del plan de desarrollo para su continuidad.

El proyecto está conformado por un proceso de análisis interno que incluye FODA, Análisis de clima laboral, DIE, Voz del Cliente, QFD y Diagnóstico. Además de un análisis externo conformado por 5 fuerzas de Porter y Pestel.

La metodología en cuanto a lógica de proyectos fue entrevistas con colaboradores, formatos facilitados por el consultor, investigaciones en fuentes secundarias y encuestas a clientes.

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 empresas u 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

Las MiPymes, siglas de Pequeñas y Medianas empresas, son importantes para la economía mexicana al ser responsable de una gran parte del incremento del Producto Interno Bruto (PIB), al contribuir con el mayor número de unidades económicas y mayor número de

trabajadores en funciones. Las MiPymes son categorizadas por la Secretaría de Economía en base al número de trabajadores, total de ventas anuales y los activos fijos. En México, una micro tiene de 1 a 10 trabajadores, y no supera los 4 millones de pesos en ventas al año, las pequeñas s pueden tener de 11 a 50 trabajadores y sus ventas anuales deben ser aproximadamente 100 millones de pesos y las s medianas puede tener de 51 a 250 trabajadores y sus ventas anuales deben alcanzar los 250 millones al año. Las Pymes clasificadas por recursos son pyme autónoma y son negocios independientes, las pymes asociadas tienen un 25% de participación en otras s y las pymes vinculadas tienen un 50% de participación en otras s. (Secretaría de Economía, 2024; Chipax, 2024).

Según la Secretaría de Economía, el 99.8% la empresas s en el país son MiPymes y contribuyen en un 52% al PIB, y emplean al 68% del total de personas. En la actualidad México cuenta con 4.7 millones de MiPymes. Así mismo, de acuerdo al INEGI, los principales sectores son comercio al por menor, servicios y manufacturas. El IFEM, reportó que el 90% la empresas s en México son de carácter familiar.

En la actualidad las MiPymes se enfrentan a retos y dificultades como el poco conocimiento que tienen acerca de habilidad digitales, arriesgando la seguridad de sus operaciones, y además, el acceso limitado que tienen a estas nuevas tecnologías, la Secretaría de Economía reporta que solo el 19% la empresa MiPymes tienen un equipo de cómputo. Así mismo, 52 de cada 100 MiPymes cierran en los primeros dos años de operación y 70% la empresas MiPymes enfrentan diferentes retos al iniciar.

Una la empresas cuestiones que impide el crecimiento la empresas MiPymes es la baja productividad provocada por recursos limitados, escasez de inversión, capacitaciones deficientes para los empleados y de manera externa, está la inseguridad, competencia especialmente con el crecimiento del comercio electrónico, las cadenas de suministro, costos fijos excesivos y un exceso de documento a completar para obtener la autorización para operar, etc.

Los estados con mayor número de MiPymes son, Estado de México, Ciudad de México, Jalisco, Puebla y Veracruz. En los últimos meses, Jalisco ha buscado la manera de fortalecer las MiPymes, especialmente por la ventaja que tiene el estado para atraer inversiones extranjeras, además, según un estudio realizado por el Panorama del Emprendimiento en 2023, el 79% de las empresas en Jalisco son emprendimientos, mientras que la industria manufacturera representa el 20.8% de la economía. Hasta el momento, el Gobierno de Jalisco ha creado programas como Impulso PyME, Cadenas Productivas, Proveedores, Asistencia Técnica y Capacitación, estos programas buscan ayudar a las pymes con su crecimiento y desarrollo, con el propósito de aprovechar oportunidades como el nearshoring y las inversiones extranjeras.

Jalisco es uno de los estados con mayor atractivo para Inversión Extranjera Directa (IED), y hasta el día de hoy recibe entre 1,000 y 2,000 millones de dólares anuales de IED. La titular de la Secretaría de Desarrollo Económico, Cindy Blanco, ha presentado un proyecto para incluir a las MiPymes en las cadenas de suministro de estas nuevas cadenas globales, por lo que la Secretaría de Desarrollo Económico centrará sus esfuerzos en brindar financiamiento y herramientas tecnológicas.

Una de las empresas industriales que se ha beneficiado del nearshoring en México, es la Mueblera. Se reportó que, en el 2022, la producción nacional de muebles fue de 761 millones de dólares. Para 2024, se proyectó un crecimiento de 4%, que sería impulsado por el nearshoring. El presidente de la empresa AFAMJAL destacó que el nearshoring crearía una demanda de oficinas, vivienda y muebles con la llegada de nuevos trabajadores.

Según datos del Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG), dentro de Jalisco existen 3,138 empresas del sector mueblero que generan 26,000 empleos formales, posicionando a Jalisco como el cuarto estado que genera un mayor número de empleos dentro de este sector. Una de las principales dificultades a las que se enfrenta el sector mueblero es la escasez de trabajadores con conocimientos en la industria maderera y la fabricación de muebles, se estima que esta escasez es de un 30% aproximadamente.

Por otro lado, la industria Mueblera ha implementado el uso de nuevas tecnologías, para estar actualizado con las nuevas tendencias y necesidades que presenta el mercado. La impresión 3D permite la fabricación de muebles personalizados y cuenta con mayor precisión, además de eficientar la producción de muebles y reducir costos de producción. La sostenibilidad en los productos se ha vuelto uno de los elementos de decisión más importantes para el consumidor por lo que los fabricantes de muebles han optado por materiales renovables y reciclables como la madera certificada, el bambú y otros.

Actualmente AFAMJAL ha presentado diferentes propuestas para impulsar el crecimiento la empresa industria de manera nacional. Algunas la empresas propuestas son:

- Formación y Capacitación: Propone colaborar con el Gobierno Federal en la creación y desarrollo de nuevos programas para la formación y capacitación de aquellos se encuentran en la industria Mueblera o dentro de su cadena de suministro.
- Estrategia conjunta para formar talento: Consiste en un programa de educación dual para relacionar a la juventud con oportunidades de empleo dentro la empresa industria Mueblera.
- Promoción de lo “Hecho en México”: Impulsar el diseño y producción de muebles de manera local y nacional.
- Sector forestal y madera certificada: Estrategias para promover el uso responsable y sostenible del sector forestal y fomentar el uso de madera certificada para la fabricación de muebles.

Se pronostica que para 2025, el mercado tenga un crecimiento de 5% que se mantendrá estable hasta el 2026. El crecimiento es impulsado por generaciones como los millennials quienes tienen una creciente preocupación sobre las marcas que consumen y lo que representan, además existe un aumento en el poder adquisitivo de los consumidores en México, un crecimiento número de nuevas viviendas y una demanda por productos de decoración del hogar y otros.

1.2 Caracterización la empresa organización

Empresa Muebles SA de CV es una organización que tiene sus oficinas en -----Zapopan, Jalisco, México. El nombre Empresa Muebles surgió en 2015, aunque el taller lleva más de 20 años en el ramo, empezando en un pequeño local y creciendo año con año hasta llegar a donde estamos hoy en día. Hasta antes del 2020 fue operada en su totalidad por su fundador &&&& desla empresa administración hasta las funciones operativas de producción, ventas y compras de suministros, al fallecer en julio del 2020, Empresario y Su Hijo tomaron las riendas sin ningún conocimiento en el ramo y desconociendo por completo cómo era que se manejaban los procesos en la empresa.

El giro la empresa es la fabricación de muebles sobre diseño y reparación de muebles para hoteles, restaurantes y residenciales, a nivel nacional. Su propósito se basa en tener clientes fieles para crear confianza y, sobre todo, aumentar su tasa de producción y, por tanto, sus ventas. Cada mueble fabricado por Empresa está casi totalmente hecho a mano y con saber hacer para corresponder lo mejor posible a las expectativas del cliente y respetar el pliego de condiciones. Desde su fundación, la ha llevado a cabo numerosos proyectos n diversas áreas de negocios. Empresa es uno de los principales actores en el mercado de creación y reparación de muebles a medida para particulares.

Los servicios que llevan a cabo son los siguientes:

- *Diseño y fabricación de muebles diseños:* creación de muebles exclusivos adaptados a las necesidades y preferencias de cada cliente.
- *Selección de materiales:* elección de madera, acabados, pinturas y otros componentes respetuosos con las normativas y las preferencias del cliente.
- *Corte y ensamblaje:* operaciones de manufactura, incluyendo corte de madera, ensamblaje y tratamiento de superficies (barniz, pintura...)
- *Control de calidad:* inspección detallada de los productos terminados para asegurar que cumplen con los estándares de calidad la empresa y las especificaciones del cliente.

- *Embalaje y logística:* protección del mobiliario para su transporte seguro y eficiente a la ubicación del cliente.
- *Gestión de proveedores:* identificación y negociación con proveedores de materiales de calidad.
- *Presencia digital:* gestión de redes sociales (Instagram) y creación de contenido para mostrar los productos.
- *Reparación y restauración de muebles:* mantenimiento y restauración de piezas para prolongar su vida útil, manteniendo su calidad y estética.
- *Asesoramiento en diseño de interiores:* propuestas creativas para optimizar el uso del mobiliario y armonizar los espacios de clientes particulares y comerciales.

Según el organigrama la empresa, estos son los cargos y las personas que lo ocupan:

- Administración: Empresario y Hijo (Empresario en administración y operación, Hijo en compras)
- Producción y técnicos : 4 carpinteros, 4 tapiceros, 4 auxiliares

Para sustentar el propósito y razón de ser la empresa, a continuación se describen los elementos de su identidad institucional:

- **Misión:** Ser líderes en la rama del interiorismo y en la producción de muebles diseños, atendiendo y superando las expectativas de nuestros clientes, entregándoles servicios y productos en los cuales puedan desarrollar momentos inolvidables
- **Visión:** Ser una de las empresas más reconocidas en México en cuanto al diseño de espacios y la producción de muebles sobre diseño
- **Valores:** Transparencia, Confidencialidad, Comunicación, Responsabilidad, Puntualidad

1.3 Identificación la empresa(s) problemática(s)

En base al prediagnóstico y la etapa inicial del reconocimiento la empresa , se identificaron varias problemáticas que afectan la operatividad, eficiencia y rentabilidad de Empresa. Uno de los principales problemas es la falta de una asignación clara de roles, la ausencia de una estructura organizacional definida provoca confusiones entre los empleados, generando una falta de conocimiento en la ejecución de tareas, sin una delimitación precisa de responsabilidades, las tareas se pueden duplicar o incluso no hacerlas por confusiones, lo que repercute en la productividad. Así mismo aspecto es la desorganización en los inventa Empresario, la falta de un sistema de registro adecuado impide un control eficiente sobre la materia prima y los productos terminados, provocando que se puedan dar pérdidas económicas o afectar la planificación la empresa producción, incluso volviendo a comprar materiales que ya se tenían.

La línea de producción también enfrenta ciertos problemas debido a la falta de organización, provocando retrasos en la fabricación de muebles e impactando en los tiempos de entrega, se mencionó que en Empresa podían tardar hasta 2 semanas en la fabricación de un mueble que debería de salir en una semana, además la falta de conocimiento en el excedente de mermas y la utilidad de cada mueble fabricado dificultan la toma de decisiones estratégicas sobre qué productos priorizar y cómo optimizar los materiales disponibles.

Además, existe otro factor que implica la resistencia al cambio de los trabajadores, pues se han hecho algunas implementación o cambios por parte de los administradores y los trabajadores han rechazado estas propuestas, queriendo tener el mismo sistema que se manejaba hace años.

También está la falta del departamento de RH y la falta de capacitación del personal, la ausencia de programas de capacitación limita las habilidades de los empleados, lo que puede traducirse en errores en la producción, desperdicio de materiales y disminución en la calidad de los muebles, en Empresa se mencionó que va Empresario trabajadores que se contrataron no sabían hacer más allá de sus conocimientos, quedando en una sola área de trabajo y

descuidando otras, lo que hacía que al poco tiempo renunciaran o atrasaran otras áreas de producción.

Finalmente, la falta de registro de cotizaciones afecta la gestión comercial, sin un sistema para registrar y dar seguimiento a las solicitudes de los clientes provoca que se dificulte la planificación, y el control eficiente de cotizaciones, tener un sistema permitiría mejorar la relación con los clientes, optimizar la producción y garantizar un flujo constante de ingresos.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Para realizar un diagnóstico preciso la empresa Empresa y proponer soluciones efectivas, es fundamental utilizar herramientas estructuradas que nos permitan organizar la información y evaluar los factores críticos. Estas herramientas, juegan un papel clave en la planificación y gestión del proceso consultivo.

El acta constitutiva del proyecto es un documento oficial que define los objetivos, el alcance, los entregables y las responsabilidades de cada parte involucrada. Funciona como un marco de referencia para la ejecución del proyecto, estableciendo claramente su propósito y las condiciones necesarias para que se llevará a cabo.

El propósito principal es desarrollar capacidades reales que permitan a la ser auto gestionable y más competitiva en su mercado, es consultoría para la competitividad. Para lograrlo, se llevará a cabo un diagnóstico colaborativo durante un período de cinco meses, con el fin de identificar las competencias que la necesita fortalecer. Al mismo tiempo, se implementarán acciones a corto plazo para mejorar su desempeño.

El alcance del proyecto incluye un análisis interno, externo y estratégico la empresa, así como la formulación de recomendaciones para la implementación de mejoras de alto impacto dentro del tiempo determinado para el diagnóstico.

En cuanto a la gobernabilidad, la supervisión estará a cargo la empresa coordinación del PAP, junto con los consultores y Empresario responsables. Se parte del supuesto de que la proporcionará la información requerida de manera oportuna, ya que sin ella el proyecto no podrá avanzar. Asimismo, se espera una colaboración efectiva entre el equipo rial y el equipo universitario. A nivel de gestión interna, el equipo de trabajo deberá operar de manera eficiente, asegurando la entrega puntual de los resultados esperados.

Sin embargo, existen ciertas restricciones, como la posible falta de disponibilidad de los colaboradores la empresa en los momentos requeridos, la falta de comunicación, entre los consultores y los miembros la empresa, debido al lenguaje o también una falta de veracidad o actualidad en la información proporcionada por Empresa.

Finalmente, se adjunta la lista del equipo de gestión del proyecto:

Equipo universitario:

Fátima García Gómez (Consultor Junior)

Valery Ashly Lomeli Liparoli (Consultor Junior)

Axel Nicolet (Consultor Junior)

Diana Elena Obledo Pineda (Consultor adjunto)

María Asunción Trujillo de Alba (Consultor Senior)

Equipo Empresarial

El acuerdo de comunicación es un documento que determina los canales de comunicación que se utilizarán durante el desarrollo de proyecto. Establece los horaEmpresario para cada canal de comunicación, motivos para su uso, los responsables la empresa comunicación, etc. Se presenta el formato la empresa tabla en la figura 1.

Medio	¿Para qué?	¿De quién?	¿A quién?	¿Cuándo?
WhatsApp	Mantener un medio de contacto rápido y eficiente, el cual permita coordinar y compartir información de manera accesible.	Equipo Universitario (Fátima, Axel y Ashly)	Consultores Sr y Encargados de la empresa	Cualquier momento
En Persona	Mantener un medio de contacto que sea útil, eficiente y que sea útil para la discusión de responsabilidades, ideas, preguntas, etc.	Equipo Universitario (Fátima, Axel y Ashly)	Equipo universitarios, Consultores Sr y Encargados de la empresa	Horarios establecidos previamente por medios como WhatsApp o Videoconferencias
Videoconferencia (Zoom)	Mantener un medio de contacto a distancia, si es necesario discutir fuera de los horarios de trabajo en equipo establecidos de manera previa	Consultores Sr y Consultores Jr.	Equipo universitarios, Consultores Sr y Encargados de la empresa	Horarios establecidos previamente por medios como WhatsApp
Visitas a la empresa	Reunión con los empresarios	Equipo universitario, Consultores Sr y Encargados de la empresa	Equipo universitarios, Consultores Sr y Encargados de la empresa	Todos los Miércoles a las 10 am
SharePoint	Plataforma de Trabajo	Equipo universitario y Consultores Sr	Equipo universitario y Consultores Sr	Cuando se requiera

Figura 1. Tabla de Acuerdo de comunicación del Equipo ITESO.

Por otro lado, el acuerdo de recursos humanos detalla las responsabilidades y las habilidades de cada integrante del equipo. Para garantizar un proyecto estructurado que garantice el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Rol	Integrantes	Responsabilidades
Consultor Senior	María Asunción Trujillo de Alba	Supervisar, liderar y orientar el proyecto, así como evaluar el desempeño del equipo de consultores junior.
Consultor adjunto	Diana Elena Robledo Pineda	Supervisar, apoyar y orientar el proyecto, así como aportar conocimiento y evaluar el desempeño del equipo de consultores junior.
Consultores Junior	Fátima García Gómez Valery Ashly Lomelí Liparoli Axel Nicolet	Análisis, diagnóstico, asesoramiento e identificación de problemas.
Equipo empresarial	Yair Moran López Eduardo Moran López	Proporcionar información, resolución de dudas y comunicación.

Figura 2. Tabla de acuerdo de recursos humanos del equipo ITESO.

La matriz de riesgos es una herramienta diseñada para identificar, evaluar y gestionar posibles amenazas que pueden afectar el éxito de un proyecto o una empresa. Su principal objetivo es anticipar y mitigar problemas antes de que ocurran, permitiendo una mejor toma de decisiones y una gestión más eficiente. Para ello, se analizan los riesgos en función de su impacto y probabilidad, clasificándolos en niveles de gravedad para priorizar aquellos que requieren mayor atención. Esto facilita la asignación de recursos y el desarrollo de estrategias adecuadas para enfrentarlos, ya sea evitándolos, mitigándolos, transfiriéndolos o aceptándolos.

En el caso de Empresa, nuestra, la matriz de riesgos permite detectar obstáculos que pueden surgir durante el diagnóstico y la implementación de mejoras, como la falta de acceso a información, la resistencia al cambio o la falta de coordinación. Gracias a esta herramienta, es posible definir acciones correctivas y preventivas que ayuden a minimizar el impacto de estos problemas y garantizar el éxito del proyecto.

A continuación, se adjunta nuestra matriz de riesgos para Empresa:

No.	Riesgo	I	P	C (IxP)	Nivel	¿Qué hacer?
1	Falta de acceso a la información necesaria por parte la empresa	3	2	6	Alto	Establecer acuerdos claros desde el inicio del proyecto para garantizar el acceso a la información necesaria. Programar reuniones periódicas para revisar el acceso y resolver cualquier obstáculo.
2	Falta de colaboración por parte la empresa con Consultores Jr.	3	1	3	Bajo	Establecer una relación de confianza y respeto entre Consultores
3	Falta de comunicación por parte de los Empresario	3	1	3	Bajo	
4	Falta de Recursos (Capital, Maquinaria, etc)	3	3	9	Alto	
5	Conflictos Interpersonales	3	1	3	Bajo	
6	Falta de coordinación de Tiempo	3	2	6	Medio	
7	Falta de claridad en los roles, responsabilidades o exceptivas	2	2	4	Medio	

8	Alcance mal definido (expansión descontrolada del proyecto)	3	2	6	Medio	
---	---	---	---	---	-------	--

Figura 3. Matriz de riesgos de Empresa.

Las 5 fuerzas de Porter forman parte del análisis externo la empresa competitividad. Este modelo nos permite analizar la posición que tiene dentro del mercado, comprender el entorno, identificar oportunidades estratégicas, anticipar nuevas tendencias y nuevos nichos de mercado, así como desarrollar nuevos productos o servicios que no sean sencillos de sustituir. Las 5 fuerzas de Porter se realizarán a través la empresa información obtenida en el diagnóstico las empresas diferentes áreas con las que se trabajará con Empresa, en este caso son gestión, mercado, operaciones, recursos humanos y finanzas.

Las cinco fuerzas son:

Poder de negociación de los clientes: Poder que tienen sobre la calidad y precios de los productos o servicios. A mayor poder, mayor exigencia en cuanto a calidad de productos y servicios.

Poder de negociación de los proveedores: Se refiere a factores como el grado de concentración de proveedores dentro del mercado, costo de cambiar de proveedores. El poder de negociación de los proveedores se vuelve más alto cuando existe una mayor demanda que oferta.

Amenaza de nuevos competidores: Analiza la facilidad o dificultad para nuevos competidores de entrar al mercado. Se enfoca en factores como las barreras de entradas, regulaciones, y costos de inversión.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: Analiza la probabilidad de que los consumidores opten por los productos o servicios sustitutos. Permite generar estrategias que enfatizan la oferta de valor para reducir el riesgo de que opten por otros.

Rivalidad entre competidores existentes: Analizar a los competidores existentes para generar nuevas estrategias para obtener ventaja y aumentar el posicionamiento dentro del mercado.

El análisis PESTEL es una herramienta de análisis de mercado que se utiliza para estudiar los factores externos que afectan empresa, los factores que analiza son políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, así mismo ayuda a identificar las amenazas y oportunidades de una empresa, y nos permite adaptar la estrategia real con anticipación. Este análisis nos permite conocer el entorno del sector en el que está participando la , evaluar los factores externos que pueden influir en el desempeño y crecimiento y la .

Para Empresa se analizaron todos los factores cada uno relacionado a la industria Mueblera que es el giro la empresa , en cada factor se analiza los riesgos o ciertas oportunidades a implementar, por ejemplo; en el legislativo se analiza los cambios en los acuerdos internacionales, NOMS que se tienen que tener en cuenta para la salud y bienestar de los trabajadores así como los clientes y el ambiente laboral, en lo político se analiza la estabilidad política del país, cambios que afecten a la industria e impuestos y aranceles, mientras que en el económico se analiza la situación económica del país, el tipo de cambio y como afecta a la industria, el poder adquisitivo de los clientes etc., En el tecnológico se enfoca en avances tecnológicos en el sector del mueble en jalisco así como la integración de plataformas digitales en la industria del mueble y la evolución de canales de distribución.

Así fue el desarrollo con todos los factores cada uno enfocado en el giro la empresa y buscando prevenir riesgos que afecten el desempeño la empresa.

El diagnóstico interno de Empresa consta las empresas 5 áreas estratégicas que son Recursos Humanos, Comercial, Operaciones, Finanzas y Gestión.

Se realizará la voz del cliente a través de encuestas para recopilar y analizar las opiniones, necesidades y/o expectativas que tenga el mercado actualmente, además de funcionar como un indicador para la satisfacción del cliente respecto al producto y el servicio que se le ofreció.

El clima laboral forma parte del análisis interno de una y se refiere al conjunto de factores que influyen en el ambiente de trabajo, como las condiciones laborales, relación entre compañeros, cultura organizacional y nivel de satisfacción y desempeño de los empleados. El clima laboral se puede obtener a través de diferentes métodos como encuestas de clima laboral, que se pueden realizar a través de formula Empresario como Google forms. Las entrevistas personales dentro o fuera del área de trabajo, se ha demostrado que, al sentirse en confianza, comparten mucho más. Focus Group, donde se les puede reunir a los empleados en una sala de juntas, comedor, etc. A través de mera observación de los empleados y la manera en que trabajan y se relacionan, también a través de indicadores como tasas de rotación, ausencias, etc. Y, por último, realizando evaluaciones 360. Un buen clima laboral permite que los empleados tengan un mejor desempeño, menores ausencias, fomentar la generación de nuevas ideas, mejorar la imagen la empresa , y fortalecer el trabajo en equipo. En conjunto, estos elementos contribuyen al alcance de los objetivos.

El macroproceso es una recopilación de procesos y actividades que pueden estar conectados con otros procesos, y son esenciales para el alcance de los objetivos la empresa . Antes de identificar el macroproceso, es necesario tener una comprensión a fondo la empresa . Además de permitir la identificación de áreas de mejora en el proceso de trabajo, el macroproceso aporta a la optimización del área de producción, disminuyendo los residuos y incrementando la eficiencia operativa. El análisis del macroproceso impulsa la colaboración entre departamentos, garantizando que cada proceso aporte valor y se alinee a los valores y estrategia la empresa .

1.5. Desarrollo la empresa propuesta de mejora

Análisis Interno

El análisis interno nos permite evaluar los recursos, capacidades, cultura y procesos internos que influyen en el desempeño la empresa proporcionando una visión clara sobre su posición competitiva y su capacidad. El objetivo es identificar las fortalezas y debilidades, así como conocer el estado actual la empresa en términos de recursos, procesos y competencias con el fin de tomar decisiones estratégicas.

DIE

Es una herramienta de diagnóstico para las s, Asesorando a las MiPymes en el entendimiento de su situación actual y detección de áreas de mejora y definir estrategias de mejora enfocadas en la información y datos obtenidos. En este caso, se obtuvo un porcentaje de respuestas del 93%, impactando directamente la exactitud de los resultados obtenidos con la herramienta.

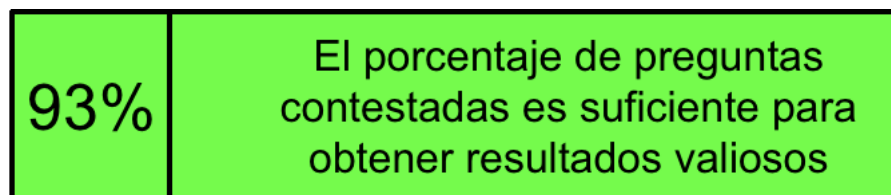


Figura 4. Porcentaje de preguntas contestadas en el DIE

El DIE está conformado por las siguientes dos áreas:

Áreas Funcionales: Se trata de los distintos departamentos o áreas con responsabilidades claves dentro de una . Cada área tiene objetivos específicos y trabajan en conjunto para el alcance de los objetivos generales.

- Gestión
- Mercado
- Operaciones

- Recursos Humanos
- Finanzas

Áreas Transversales: Se encargan de integrar y coordinar las áreas funcionales, para asegurar su eficiencia.

- Estrategia
- Calidad
- Sistemas de Información
- Innovación y Tecnología

Se evalúan la empresa siguiente manera:

Categoría	Color
Sobrevivencia	Rojo
Básica	Naranja
Confiable	Amarillo
Competente	Verde

Figura 5. Escala de valoración DIE. Elaborado por Centro Universitario ITESO

Interpretación:

- Azul y rojo (centro sobrevivencia) Indican las puntuaciones más bajas.
- Naranja (Básico casi intermedio) Ligera mejora para subsistir
- Amarillo (intermedio) Representan una mejora moderada.
- Verde (exterior competente): Es el nivel más alto de desempeño.

Áreas funcionales

Los resultados obtenidos son presentados a través de un diagrama de radar que muestra el puntaje obtenido por área.

Gestión: **BÁSICA**

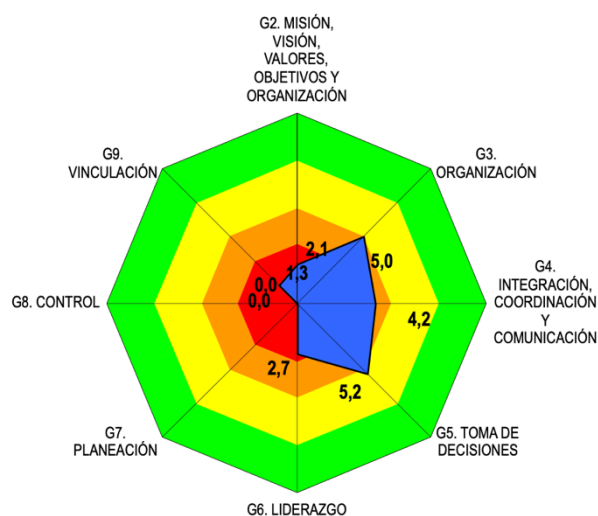


Figura 7. Diagrama de radar del área funcional de Gestión

Las áreas funcionales de gestión se encuentran en un estado básico, teniendo sus puntuaciones más altas en la **organización (5.0)** , **integración, coordinación y comunicación (4.2)** y **toma de decisiones (5.2)** , mientras que sus puntos de mejora son el **control (0.0)** **vinculación (1.3)** y **planeación (0.0)**.

Sus áreas de mejora indican que no se existe una medición o regulación adecuada de los procesos y existe poca conexión con actores claves, en cuanto a su identidad institucional nos sugiere una falta de alineación estratégica. Su área de liderazgo tiene puntos de mejora, pues acorde a los resultados la empresas encuestas de clima laboral se identificaron los argumentos para reforzar un liderazgo confiable. La gestión funcional tiene buenas bases en la organización y toma de decisiones, pero debe mejorar en control, vinculación y planeación estratégica para lograr una operación más eficiente y alineada con sus objetivos.

Finanzas: BÁSICA

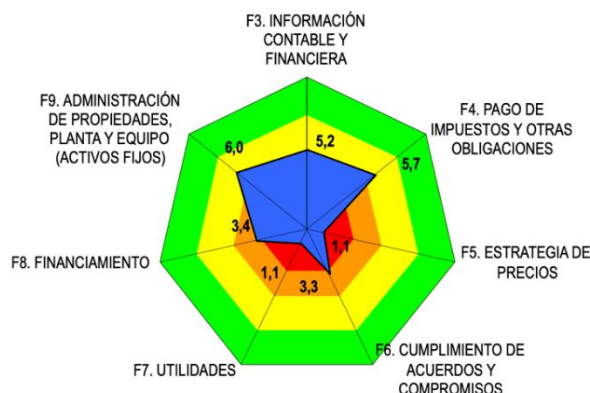


Figura 8. Diagrama de radar del área funcional de Finanzas

El área de finanzas se encuentra en un estado básico, sus áreas más fuertes son la **administración de propiedades (6.0)**, **información contable y financiera (5.2)** , **pago de impuestos y obligaciones (5.7)** . Las áreas de mejoras identificadas son las **utilidades (1.1)**, **cumplimiento de acuerdos y compromisos (3.3)** y **estrategia de precios (1.1)**. Este diagrama nos indica que existe un área de oportunidad en las utilidades, al no conocerse el margen de ganancia de cada mueble, ni tampoco su utilidad neta, a su vez existe una confusión sobre el concepto de utilidad al llevarse dos contabilidades, una fiscal y otra no fiscal lo que hace que no se tenga un control adecuado.

En cuanto a la estrategia de precios, no se cuenta con una, tampoco se conoce el margen de ganancia de cada producto ni las ventas netas. En sus áreas más fuertes que es el pago de obligaciones e impuestos nos indica que la está al corriente en cuestión de impuestos y obligaciones fiscales, así como el punto de información contable indica que su contabilidad esta actualizada.

Mercado: SOBREVIVENCIA

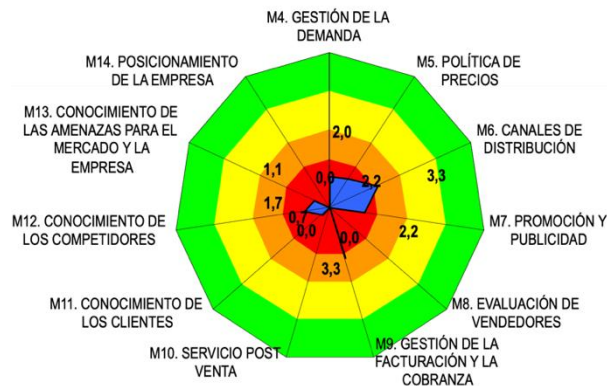


Figura 9. Diagrama de radar del área funcional de Mercado

Los puntos más fuertes de Empresa dentro del área de mercado son los **canales de distribución (3.3)**, **gestión la empresa facturación y la cobranza (3.3)** y la **política de precios (2.2)**.

La fortaleza de política de precios indica que la mantiene precios competitivos reflejando la calidad y los beneficios obtenidos a través de los productos, mientras que los canales de distribución como fortaleza indican una optimización de costos de envío, y su transporte y almacenamiento. La gestión la empresa facturación y la cobranza son una fortaleza por la información contable y financiera que tiene la actualmente.

Las áreas de oportunidad son la **promoción y publicidad (2.2)**, **gestión la empresa demanda (2.0)**, la **evaluación de vendedores (0.0)**, el **servicio postventa (0.0)**, **conocimiento de clientes (0.7)**, **competidores y amenazas para la y el mercado (1,1)**, así como el **posicionamiento la empresa (0.0)** .

Estos procesos son esenciales en el área de mercado y van la empresa mano unas con otras; Una gestión la empresa demanda contribuye a la optimización la empresa política de precios y de los canales de distribución, mientras que la promoción y publicidad segmentada de acuerdo al segmento de mercado permite tener un mayor alcance y beneficia a las ventas la empresa . La evaluación permite identificar áreas de oportunidad en el servicio al cliente al igual que un servicio postventa que influye en el conocimiento de clientes que es esencial para la promoción y publicidad, y para la retención de estos. El conocimiento de los competidores y la empresas amenazas para el mercado permiten que la se anticipe a los cambios y generar respuestas a estos de manera adecuada. Un desempeño excepcional en estos procesos permite generar un posicionamiento para la .

A partir de los resultados obtenidos del diagnóstico y las investigaciones que se realizaron de manera externa consideramos que una manera de atacar las áreas de oportunidad es el uso de estrategias digitales como las pautas pagadas en lo que puede ser Instagram e incluso Google ads que podrían beneficiar a Empresa en cuestiones como alcance, visibilidad, conversiones y ventas. A partir del conocimiento sobre clientes y el mercado podrían anticiparse al uso de materiales como bambú, corcho y cáñamo considerando el crecimiento sobre la sensibilidad ecológica y la sustentabilidad, otra alternativa es la fabricación de muebles de acuerdo a las necesidades por generación como la generación Z que busca muebles multifuncionales y modulares fabricados a partir de materiales sostenibles o la generación X quienes buscan muebles cómodos y de calidad. También está la implementación de canales de venta digitales para atraer a los consumidores más jóvenes y poder maximizar la oportunidad que representa el crecimiento del e-commerce y el concepto de “ROPO” (Research online, Purchase Offline). El conocimiento de su competencia y el mercado también puede lograrse mediante la asistencia a eventos como la “Expo Mueble Internacional” que es la feria líder de mobiliario y decoración en América Latina y es organizada por el AFAMJAL. La posibilidad de adquirir nueva tecnología puede ayudar a la con su proceso de digitalización y facilitar la adaptación ante posibles cambios en la industria.

Recursos Humanos: SOBREVIVENCIA

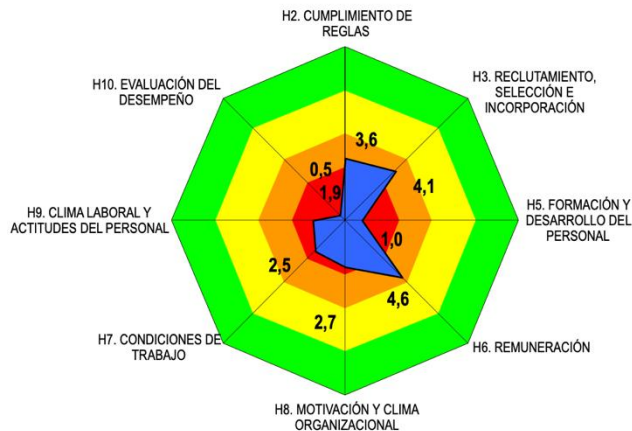


Figura 10. Diagrama de radar del área funcional de Recursos Humanos

Reconocemos que Empresa no cuenta con un área de recursos humanos como tal, pero existen actividades ejecutadas como la firma de reglamentos y contratos que encajan con lo que sería recursos humanos.

Sus principales fortalezas son el **reclutamiento, selección e incorporación (4.1)** indicando que se trata de un proceso efectivo para la atracción y selección de trabajadores, también se considera un indicador de baja rotación dentro la empresa . **Remuneración (4.6)** refleja que las compensaciones que se ofrecen son atractivas para los trabajadores influyendo en su productividad y en la capacidad de retención de talento la empresa .

En cuanto a áreas de oportunidad se identificó la **motivación (2.7)** , **clima laboral y actitudes del personal (1.9)** , **evaluación de desempeño (0.5)** , **formación y desarrollo del personal (1.0)** y **cumplimiento de reglas (3.6)**

En este caso, la motivación de los trabajadores se ve afectada por cuestiones como la presión de entregar los productos terminados en un plazo de entrega acordado aun cuando se tiene

un tiempo de producción limitado debido a la falta de planeación que existe para la adquisición de materias primas y de manera general dentro la empresa producción. Mientras que el clima laboral se ve afectado por las actitudes del personal al existir una resistencia al cambio de administración al existir un fuerte arraigamiento a la administración anterior, lo que ha llevado a un incumplimiento la empresas reglas y la baja motivación de los trabajadores, a su vez no existe una capacitación para personal nuevo afectando la formación y desarrollo del personal.

Para atacar las oportunidades en el área de recursos humanos, actividades como el team building han generado un cambio en las actitudes del personal e incluso a comprender que los trabajos en equipo brindan mejores resultados que cuando se trabaja de manera individual. Un plan de producción que anticipe la materia prima y/o la necesidad de otros recursos puede optimizar la parte de producción la empresa , evitando un cuello de botella; Se realizará una capacitación la empresas 5S para la productividad, evitar desperdicios y mejorar los procesos. La formalización de procesos en cuanto a lo que pueden ser los contratos y los reglamentos reafirmarían que se trata de algo con lo que los trabajadores deben cumplir y que no es algo opcional, en especial cuando se ha firmado algo. La capacitación de personal también puede beneficiar a Empresa, al representar un compromiso entre y empleado para su crecimiento y desarrollo personal. Por último, lograr el contrato emocional es esencial para la resistencia al cambio y trabajar en la optimización de procesos que afectan la motivación y el desempeño de sus empleados.

Operaciones: **BÁSICA**

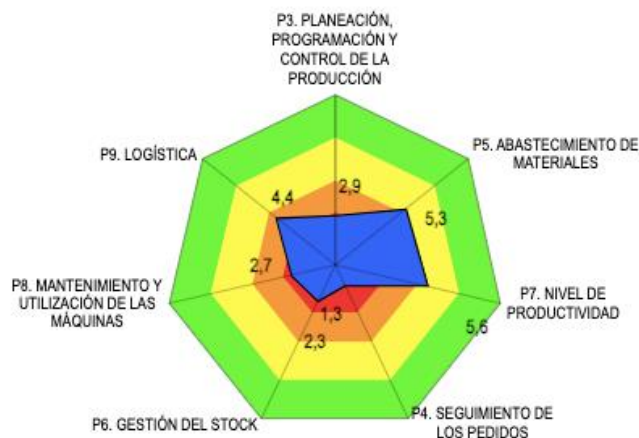


Figura 11. Diagrama de radar de áreas transversales de Operaciones

El área de operaciones se encuentra en un estado básico, sus áreas más fuertes son el **abastecimiento de materiales** (5.3), el **nivel de productividad** (5.6) y la **logística** (4.4) . Las áreas de mejoras identificadas son el **seguimiento de los pedidos** (1.3), la **gestion del stock** (2.3) y el **mantenimiento y utilización la empresas maquinas** (2.7). Este diagrama nos indica que existe una oportunidad de mejora en el área de seguimiento de pedidos. Aunque la archiva todas las facturas, no existe un verdadero sistema de seguimiento de los pedidos desde la empresa recepción del presupuesto hasta la entrega al cliente. Esto significa que la producción, las materias primas utilizadas y, sobre todo, los plazos de entrega no están claros. Esto podría mejorarse implantando un sistema de seguimiento como ERP, o gestionando mejor el contrato con el cliente. Una mejor comprensión del macroproceso también es esencial para mejorar este aspecto. Obviamente, esto está relacionado con la **gestión del stock**. Si la conoce lo que se está produciendo y cuáles serán los próximos pedidos, ya puede saber qué materias primas necesita y, por tanto, gestionar mejor sus existencias anticipándose a las necesidades.

El descuido la empresa maquinaria por parte de Empresa también es un área de mejora. El **mantenimiento y la revisión periódicos la empresa maquinaria** garantizarán la productividad a largo plazo y evitarán problemas en la maquinaria que puedan provocar paradas de producción. Los esfuerzos a corto plazo podrían tener un fuerte impacto positivo a largo plazo.

El área del **abastecimiento de materiales** parece como una fortaleza, pero en realidad, todavía se puede mejorar. Muchos colaboradores se quejan la empresa falta de materias primas, que les impide avanzar en la producción y presiona mucho a los trabajadores. Una solución sería desarrollar una red más amplia de proveedores y contratar plazos de entrega para garantizar una disponibilidad constante de materiales.

Por último, la **productividad** y la **logística** son puntos fuertes del funcionamiento la empresa, ya que, a pesar de los problemas de existencias, cumplimiento de plazos y entregas a los clientes, la sigue consiguiendo mantener un ritmo de producción constante y completar los pedidos en el plazo previsto.

Áreas funcionales Globales: **SOBREVIVENCIA**

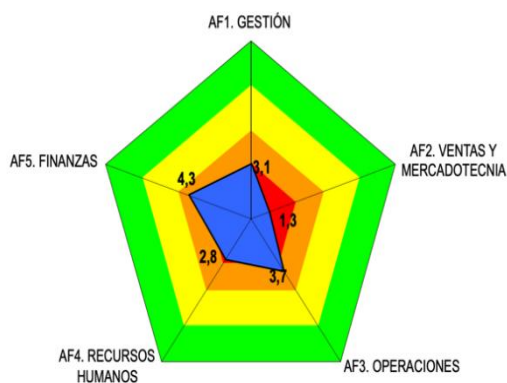


Figura 12. Diagrama de radar de áreas funcionales de manera global

El diagrama muestra los resultados las empresas 5 áreas funcionales la empresa.

- Gestión
- Ventas y Mercadotecnia
- Operaciones
- Recursos Humanos
- Finanzas

Finanzas (4.3) y Operaciones (3.4) son las áreas mejor evaluadas a pesar de encontrarse en lo que se considera un estatus básico, ambas cuentan con un ligero margen de mejora. Empresa no cuenta con estrategias financieras, pero lleve la empresa contabilidad óptima para el control de sus gastos y costos. El área de operaciones se ejecuta conforme a los expertos; los colaboradores permiten el cumplimiento de los compromisos a pesar de que no exista un plan de producción eficiente que pueda generar entregas oportunas para minimizar el estrés a causa la empresa falta de materiales. Para lograr que Finanzas y Operaciones alcancen un estatus confiable o competente se pueden realizar asesorías financieras, participar en programas de financiamiento para emprendedores, automatizar procesos, digitalización de documentos, incursionar en el e-commerce y desarrollar una capacitación para talento humano.

Gestión (3.1) y Recursos Humanos (2.8) son áreas con un desempeño medio-básico, la gestión y/o dirección reflejan la necesidad de desarrollar un liderazgo negociador y motivacional para minimizar la resistencia al cambio. En cuanto a la gestión de RH existe una satisfacción media por parte de los colaboradores debido a que los sueldos son competentes. No existen estrategias para el control y desempeño de cada empresa las empresas funciones del área reflejando un desconocimiento sobre las actividades básicas y las funciones de estas. Así mismo no existe un plan para la medición de desempeño, motivación y retención de talento. La formalización de procesos, actividades en equipo, el diseño de una encuesta de satisfacción laboral, y la fabricación de un plan de producción pueden ser elementos por implementar para mejorar el estatus de ambas áreas.

Ventas y Mercadotecnia (1.3) son las áreas con el estatus más bajo al encontrarse en sobrevivencia indicando que son áreas débiles y con las mayores oportunidades de mejora. Existe una falta de estrategia de ventas, que involucra la comercialización y el desarrollo de clientes, actualmente la cartera de clientes es un total de 20, pero solo uno de ellos es potencial, generando una dependencia y disminuyendo su poder de negociación. Además, esto genera estrés a causa la empresa falta de pedidos. La reestructuración de una estrategia de ventas y mercadotecnia utilizando pautas pagadas, utilizando SEO (Search Engine Optimization), el diseño de una página web e invertir en estudios de mercado pueden ayudar al desempeño de lo que se considera ventas y mercadotecnia.

La empresa cuenta con una estructura financiera relativamente sólida, pero enfrenta retos importantes en Ventas y Mercadotecnia que requieren de acción inmediata. Recursos Humanos y Gestión tienen áreas de mejora al encontrarse en un nivel básico. Por último, para mejorar la competitividad de manera global, la empresa debe enfocarse en fortalecer Ventas y Mercadotecnia, para optimizar la Gestión y Recursos Humanos y lograr la consolidación del progreso en Operaciones y Finanzas.

Áreas transversales

Gestión: BÁSICA

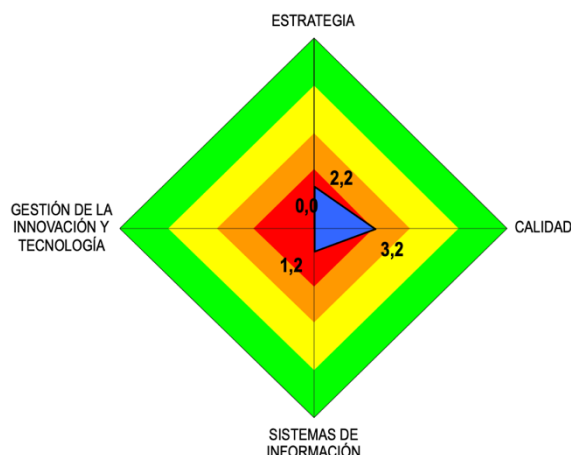


Figura 13. Diagrama de radar de áreas transversales de Gestión

El área de gestión se encuentra en un estado de sobrevivencia, sus puntos de mejora son la **gestión la empresa innovación y tecnología (0.0)** y **sistemas de información (1.2)**. Sus puntos más fuertes son la **calidad de productos (3.2)** y la **estrategia (2.2)**. Este diagrama indica el requerimiento de una mejora en los sistemas de información mediante la integración de herramientas digitales que optimicen la gestión y toma de decisiones, para así desarrollar un liderazgo negociador y motivacional y minimizar la resistencia al cambio.

Finanzas: **BÁSICA**

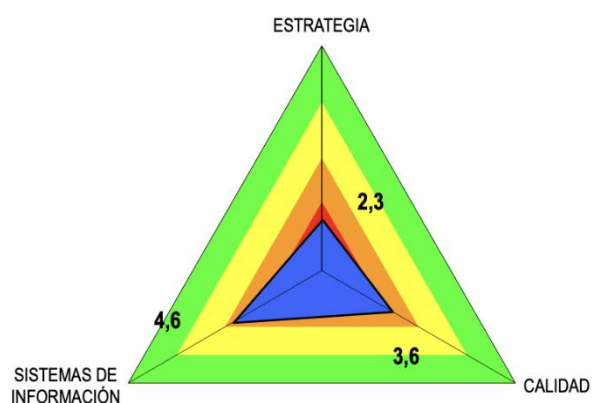


Figura 14. Diagrama de radar de áreas transversales de Finanzas

El área de finanzas se encuentra en un estado básico, sus puntos más fuertes son la **calidad (3.6)** y **sistemas de información (4.6)**, mientras que la **estrategia (2.3)** tiene áreas de mejora. Este diagrama indica que tiene una infraestructura sólida en términos de gestión financiera y herramientas de tecnología, esto debido a que la contabilidad es óptima para el control de sus gastos y costos y tiene sistemas de información como facturación, etc. Sin embargo, la lleva 2 ejercicios contables, se corre el riesgo de no registrar todos los gastos, costos, inversiones y por consecuencia se sesga el resultado para conocer la rentabilidad real, la utilidad, costo de producción, utilidad bruta y neta, es decir las finanzas no son claras, en

cuanto a la estrategia que es uno de sus puntos de mejora se relaciona con la falta de planificación financiera a largo plazo o alineación con objetivos estratégicos.

Mercado: **SOBREVIVENCIA**

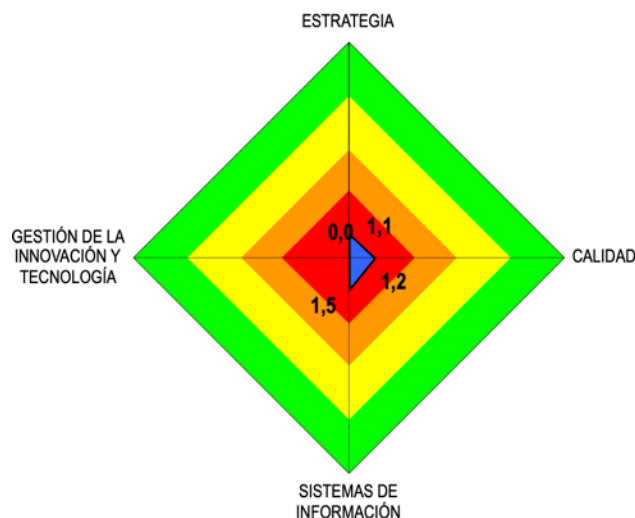


Figura 15. Diagrama de radar de áreas funcionales de Mercado

Las áreas transversales de Mercado tienen su fortaleza en los **sistemas de información (1.5)** y **calidad (1.2)**, aunque su estatus se encuentra en sobrevivencia. Los sistemas de información siguen siendo un área de mejora ya que se puede alcanzar un estatus confiable a través la empresa implementación de sistemas como CRM para que ayuden al almacenamiento de información de mercados y de clientes, que permitan el diseño de estrategias de mercadotecnia y ventas puntualizadas al utilizar información previa. La calidad es una fortaleza de Empresa, pero también se puede tomar como una oportunidad al tomar en consideración que la calidad se ve afectada directamente por la gestión del stock, el abastecimiento de materiales, y la competencia.

Las áreas más débiles y de mayor urgencia son **la estrategia (1.1)**, el diseño de una estrategia de ventas y comercialización es esencial para el crecimiento de Empresa y para el alcance la empresa visión que tiene la . Así como la **gestión la empresa innovación y tecnología (0.0)**

al no utilizar tecnología para realizar publicidad en línea y utilizar herramientas como SEO (Search Engine Optimization).

Recursos Humanos: **SOBREVIVENCIA**

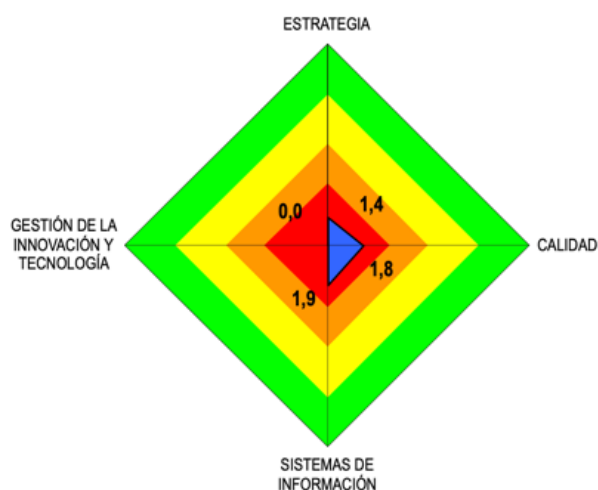


Figura 16. Diagrama de radar de áreas transversales de Recursos Humanos

Sistemas de información (1.9) y Calidad (1.8) son las áreas más fuertes dentro de recursos humanos. Los sistemas de información dentro de recursos humanos representan una fortaleza al existir información y tenerla en su poder, pero no existe un correcto almacenamiento de esta información que pueden ser contratos, reglamentos, y otros documentos requeridos para la operación adecuada la empresa . La calidad represente la empresa fortaleza para recursos humanos al indicar que los procesos dentro del área generan un impacto sobre el producto final. Aunque ambas áreas cuentan con los puntajes más alto, tienen áreas de mejora como lo puede ser la digitalización de documentos y la implementación de un sistema para el almacenamiento la empresa información, así como lo es el clima laboral, las condiciones de trabajo, la remuneración, y la evaluación de desempeño.

Estrategia (1.4) y Gestión la empresa innovación y tecnología (0.0) son las áreas más débiles dentro de recursos humanos. En cuanto a estrategia esto representa la falta de formación y desarrollo del personal, la motivación y el clima organizacional. Es esencial que Empresa diseñe un plan de capacitación para fomentar el desarrollo de su personal, así mismo trabajar en una estrategia que motive a los trabajadores y por ende beneficie el clima organizacional la empresa mejor gestión. La gestión la empresa innovación y tecnología se ve impactada por la falta de sistemas de información de recursos humanos, por lo que es necesario implementar un sistema que facilite los procesos de recursos humanos como nóminas, reclutamientos, control de asistencias y hora Empresario, entre otros.

Operaciones: **BÁSICA**



Figura 17. Diagrama de radar de áreas funcionales de Operaciones

El área de operaciones se encuentra en un estado básico, sus puntos más fuertes son la **calidad (3.5)** y **gestión la empresa innovación y tecnología (3.3)** , mientras que la **estrategia (2.7)** y sobre todo los **sistemas de información (0.0)** tienen áreas de mejora. Este diagrama

indica que tiene una infraestructura solida en términos de calidad. Este es sin duda su mayor punto fuerte en términos operativos, y así se desprende la empresa encuesta a los clientes. Es el punto fuerte la empresa . Sin embargo, puede mejorarse aún más mediante el uso de materiales más duraderos y máquinas aún más precisas. En cuanto a la gestión la empresa innovación y la tecnología, Empresa se encuentra en un estado básico, ya que, aunque sus máquinas no sean de última generación, siguen estando adaptadas al mercado actual y permiten a la competir con sus rivales. La estrategia es una oportunidad de mejora porque no está claramente definida por la , y todos los problemas de gestión en el área de operaciones son un obstáculo importante para la aplicación de una estrategia clara y precisa. Por último, no existen sistemas de información para las operaciones, lo que constituye una verdadera oportunidad de mejora. La introducción de un sistema ERP para la gestión de existencias y la mejora la empresas relaciones y la comunicación con clientes y proveedores sería un primer paso hacia la mejora la empresa producción.

Áreas transversales Globales:

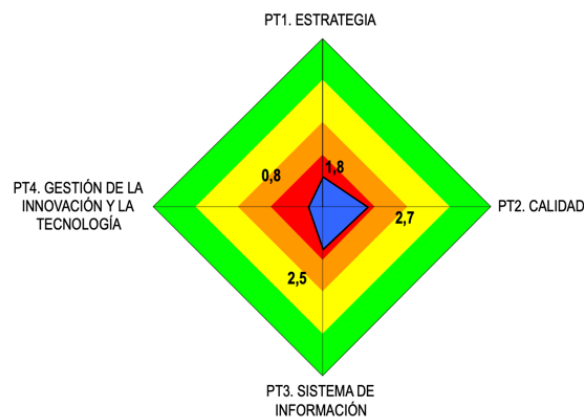


Figura 18. Diagrama de radar de áreas funcionales de manera global

El diagrama muestra los resultados la empresas 5 áreas transversales la empresa Empresa.

- Estrategia
- Calidad
- Sistemas de información

- Gestión la empresa innovación y la tecnología

Calidad (2.7) y Sistemas de información (2.5) son las áreas más fuertes, sin embargo, es alarmante que ambas áreas se encuentren en un estatus de sobrevivencia. Esto significa que la calidad tiene áreas de oportunidad en lo que se considera los procesos, la gestión de los procesos de producción que tienen un impacto directo sobre ella y la organización la empresa, pero refleja la fortaleza en la calidad de los productos terminados.

Los sistemas de información reflejan una fortaleza en la información contable y financiera, a pesar de que el área de finanzas cuenta con un estatus básico, por otro lado, sus áreas de oportunidad son los sistemas de información referentes a recursos humanos como la gestión de datos de empleados, los sistemas de nóminas, la publicación de vacantes y los sistemas de evaluación de desempeño. También están los sistemas de información de producción y logística que incluyen como los planes de producción, las cotizaciones, los envíos, mantenimiento la empresa maquinaria y el control de inventario. Los sistemas de información de mercados y clientes que puede incluir lo que es un CRM el cual encapsula todo el historial del cliente, y por último la gestión la empresa información la empresa que se refiere a toda la información que se considera importante para el funcionamiento y operación la empresa.

Estrategia (1.8) y Gestión la empresa innovación y la tecnología (0.8) son las áreas más débiles al obtener los menores puntajes de desempeño y encontrarse también en un estatus de sobrevivencia. La estrategia solo refleja la fortaleza sobre el propósito por el cual existe la, mientras que sus áreas de oportunidad son la planeación estratégica y operacional, con la cual sabemos que no cuenta la empresa y es esencial que se comience a diseñar, a su vez está el control y despliegue la empresa estrategia que no existe puesto que no hay una planeación estratégica y operacional.

FODA

Es una herramienta de análisis para dimensiones internas y externas que nos permite evaluar la situación la empresa para la toma de decisiones, planeación estratégica y anticipación para amenazas y áreas de oportunidad

Fortalezas

- Conocimiento en costos de materia prima
- Diseños exclusivos
- Calidad de productos
- Capacidad de negociación
- Equipo de trabajo capacitado
- Experiencia en la industria

Oportunidades

- Herramientas de digitalización
- Fabricación de muebles plegables y modulares.
- Uso de materiales renovables como bambú, corcho y cáñamo.
- Programas de financiamiento para emprendedores
- Fabricación de muebles utilizando materiales sustentables

Debilidades

- Desconocimiento sobre la utilidad y flujo de efectivo
- Requerimiento de planeación de producción
- Necesidad de tecnologías la empresa información
- Gestión de inventaEmpresario
- Estrategia de ventas

Amenazas

- Factores políticos externos
- Alta competitividad con otros talleres
- Aumento en costos de producción
- Modernización en la industria
- Entrada de nuevos competidores

FODA CRUZADO

Tras realizar el FODA, realizamos un FODA cruzado, esta herramienta combina los elementos del análisis interno y externo para generar estrategias basadas en las relaciones entre Fortalezas-Oportunidades, Fortalezas-Amenazas, Debilidades-Oportunidades y Debilidades-Amenazas. A través de estas se generan estrategias ofensivas, de orientación, defensivas y de supervivencia.

Fortalezas-Oportunidades (Estrategias Ofensivas):

- Implementación de software ERP a largo plazo.
- Diversificación de proveedores y productos.
- Creación de una página web destacando los diseños únicos y la calidad de productos la empresa marca.
- Diseño de un programa de capacitación.
- Determinación de roles.
- Creación de políticas de seguridad actualizadas.

Debilidades-Oportunidades (Estrategias de reorientación):

- Reestructurar la a través de nuevas políticas de seguridad, programas de capacitación, determinación de roles, etc. La reestructuración beneficia el funcionamiento interno y a la anticipación de situaciones externas que impacten a la .

- Plan de producción para anticiparse a la compra de materiales.
- Realizar estudios de mercado para reestructura la estrategia de ventas.
- Reorganización de procesos administrativos.

Fortalezas-Amenazas (Estrategias defensivas)

- Propuesta única de valor basada en diseños exclusivos para diferenciarse la empresa competencia.
- Negociación con proveedores para reducción de costos.
- Desarrollo de planes de contingencia para anticiparse a posibles cambios externos.
- Desarrollo de plan de capacidad de respuesta a la demanda.

Debilidades-Amenazas (Estrategias de supervivencia):

- Automatizar procesos y digitalizar la para reducir costos, minimizar errores y control a la gestión de stock, contabilidad, etc.
- Reestructurar el proceso de reclutamiento optando por redes sociales como LinkedIn al tratar de puestos administrativos u operacionales y/o utilizar medios tradicionales como los periódicos.

Clima Laboral

El análisis de clima laboral permite identificar áreas de mejora en el ambiente de trabajo, aumentar la productividad y fortalecer la satisfacción de los empleados. Se recolecto la información mediante encuestas detalladas, realizadas en el establecimiento de Empresa. Se aplicaron 9 encuestas.

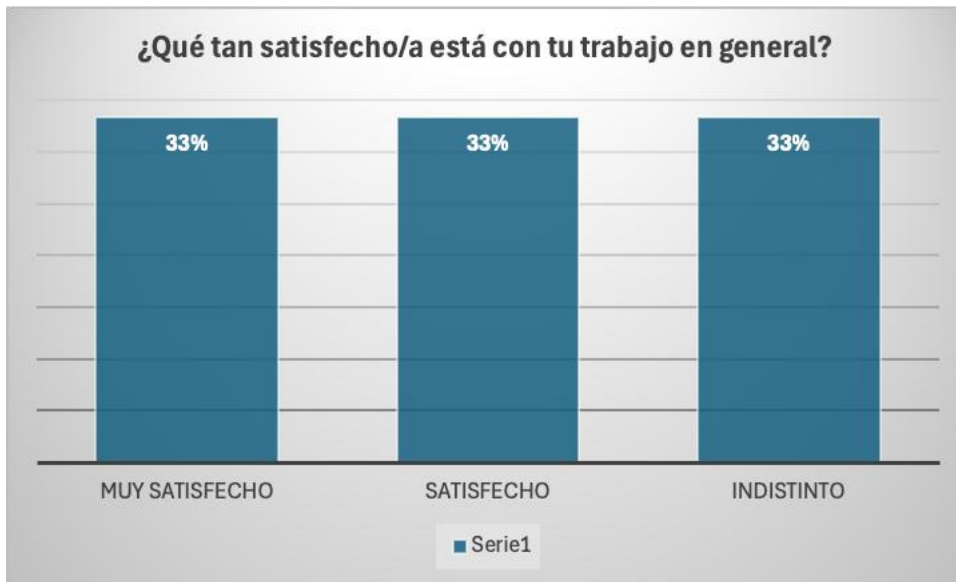


Figura 20. Gráfico de respuestas acerca de satisfacción

Las repuestas fueron uniformes con tres opciones de respuesta: “muy satisfecho”, “satisfecho” e “indistinto”. La gráfica indica que 3 personas se encuentran “muy satisfechas” con su trabajo, 3 se encuentran “satisfechas” de manera general y para los restantes es “indistinto”.

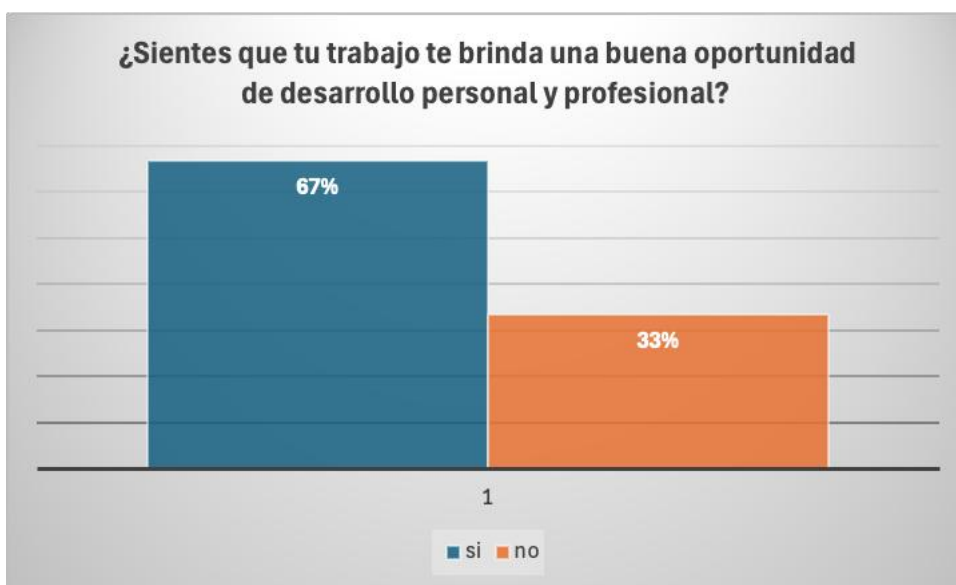


Figura 21. Gráfico de respuestas acerca de oportunidades de desarrollo

El 67% la empresas personas mencionaron que siente que su trabajo es una buena oportunidad de desarrollo profesional y 33% menciono que no lo es.



Figura 22. Gráfico de respuestas de recomendación de trabajo

El 56% la empresas personas mencionaron que recomendarían trabajar en la y 44% mencionaron que no. Lo que indica áreas de mejora acerca del crecimiento profesional la empresas 5 personas que dijeron que no.

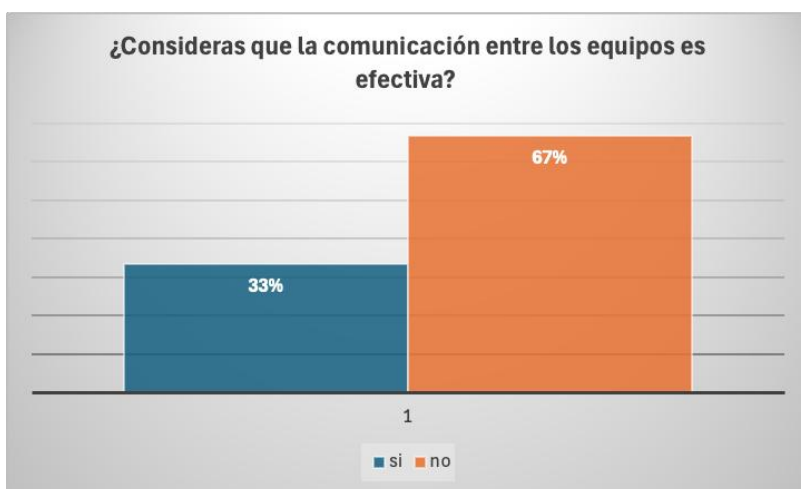


Figura 23. Gráfico de respuesta sobre la comunicación efectiva entre equipos

El 67% de los trabajadores mencionaron que la comunicación entre los equipos no es efectiva y el restante 33% menciona que sí. Mostrando áreas de mejora en la comunicación y en el liderazgo de Empresa.

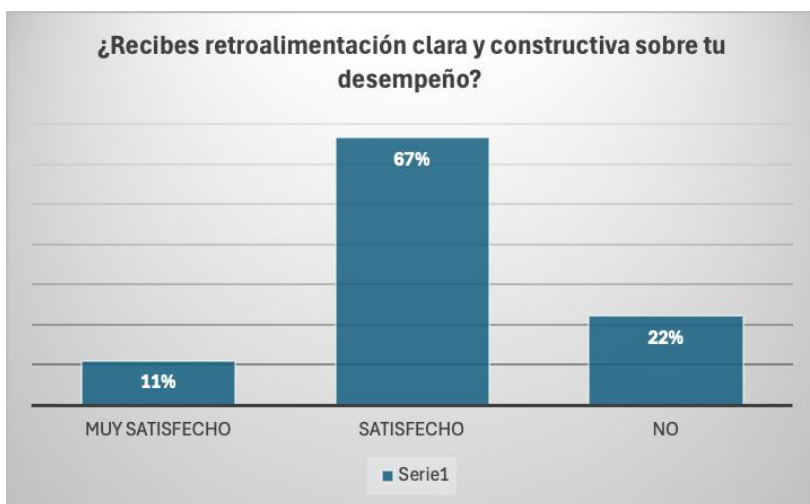


Figura 24. Gráfico de respuestas de retroalimentación acerca de desempeño

En esta grafica se muestra que la puntuación más alta es el 67% mencionando que se encuentran satisfechos con la retroalimentación clara y constructiva sobre su desempeño, mientras que el porcentaje más bajo fue el 11% con la respuesta “muy satisfecho” y el restante 22% no se encuentra satisfecho.

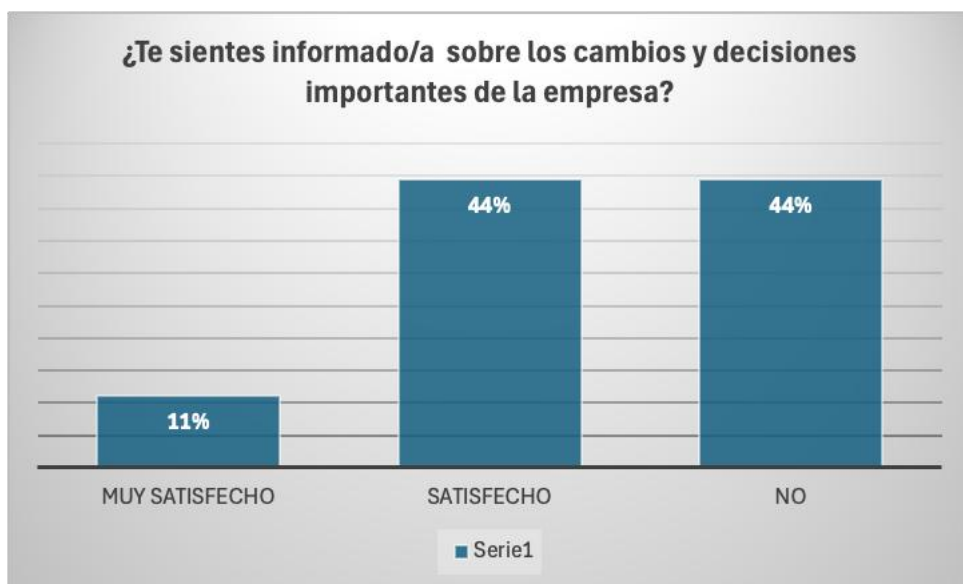


Figura 25. Gráfico de respuestas acerca de cambios y decisiones importantes la empresa

Las respuestas con mayores puntajes están divididas entre dos opciones: “Satisfecho” y “No”, ambas con un 44% acerca la empresa información que reciben en los cambios y decisiones importantes la empresa . El 11% restante se encuentra muy satisfecho, representando empresa sola persona.”

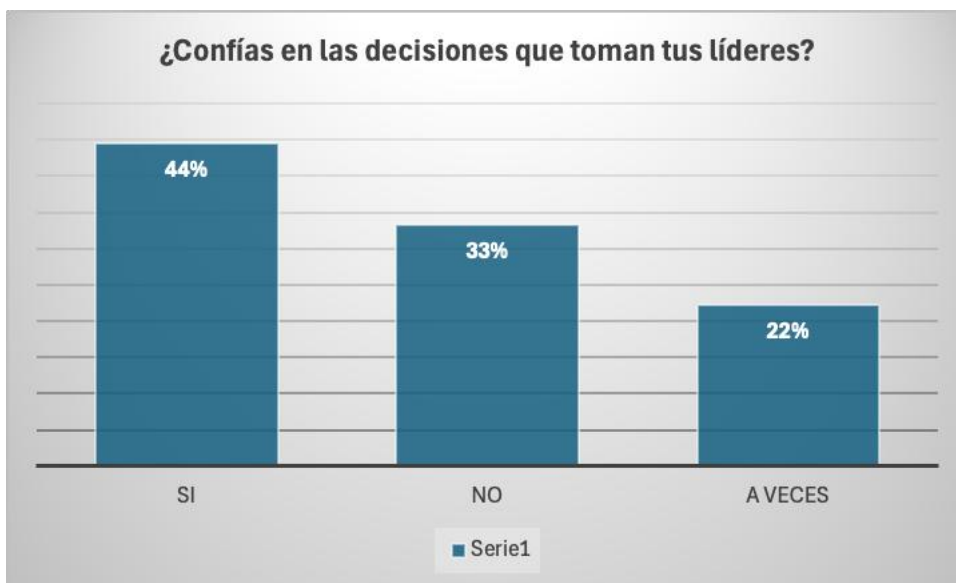


Figura 26. Gráfico de respuesta acerca la empresa confianza en las decisiones de los líderes

El 44% de los trabajadores dijeron que confían en las decisiones que toman sus líderes y el 33% no, mientras que el restante 22% comento que “a veces”, esto refleja nuevamente la necesidad de reforzar el liderazgo por parte de los administradores de Empresa.



Figura 27. Gráfico de respuestas acerca la empresa motivación por parte del líder

El 44% menciono que “a veces” se siente motivado por su líder y el 33% menciono que no y el 22% dijo que no.

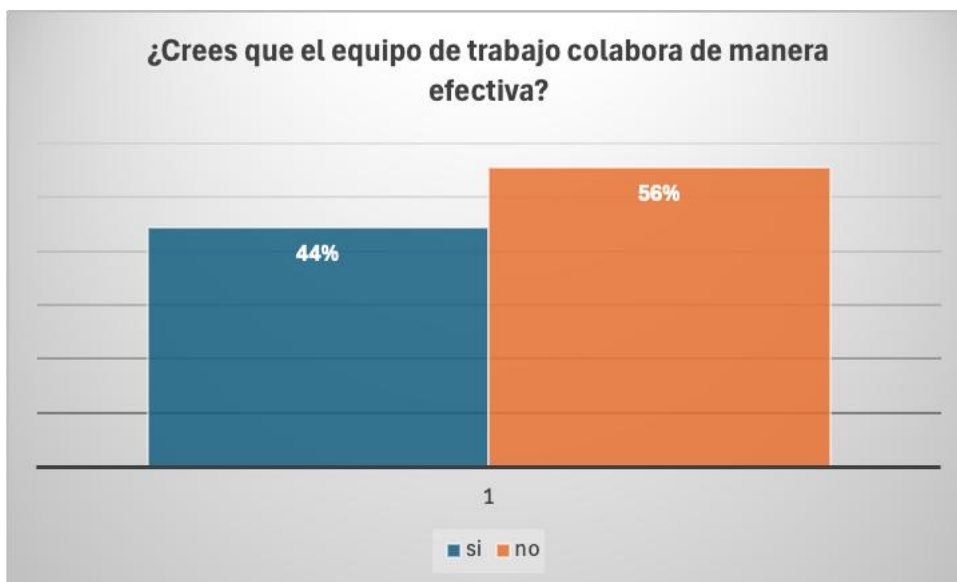


Figura 28. Gráfico de respuestas acerca la empresa colaboración de manera efectiva.

El 56% menciono que el equipo no trabaja de manera efectiva y el otro 44% menciono que si lo hacen.



Figura 29. Gráfico de respuestas acerca de si sus opiniones son valoradas.

El 56% menciono que sus ideas u opiniones no son valoradas y el otro 44% menciono que si lo son.

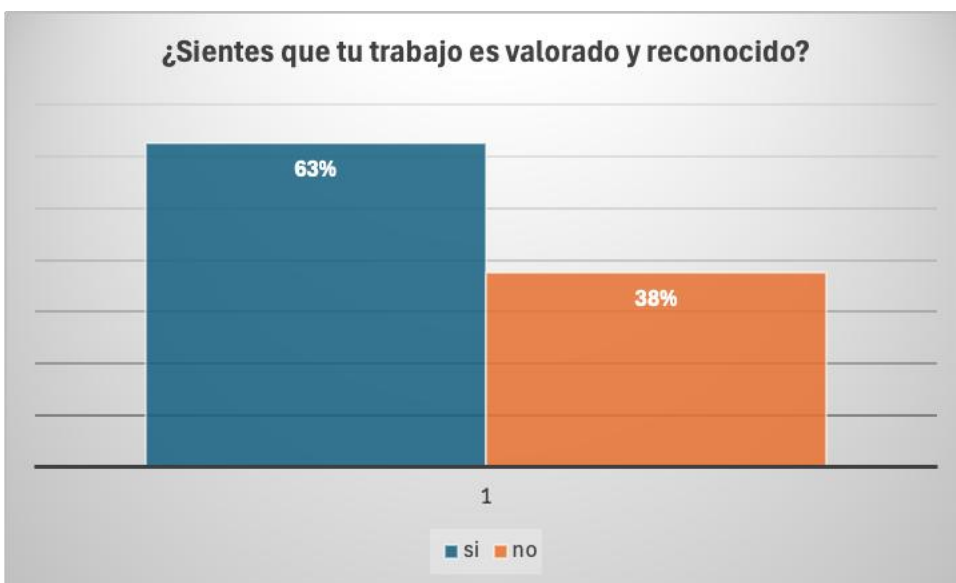


Figura 30. Gráfico de respuestas acerca de si su trabajo es valorado.

El 63% menciono que su trabajo si es valorado y el otro 38% menciono que no lo es.

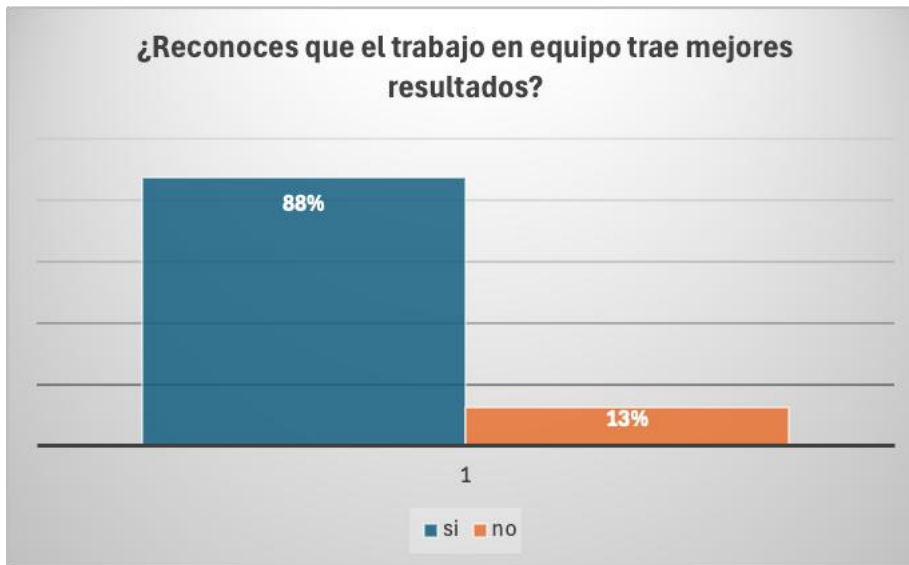


Figura 31. Gráfico de respuestas acerca de si el trabajo en equipo trae mejores resultados.

El 88% menciona que, si los trae, pero el 13% menciona que no, aunque la mayoría piensa que, si traen buenos resultados, otras respuestas indicaron que no trabajan en equipo.

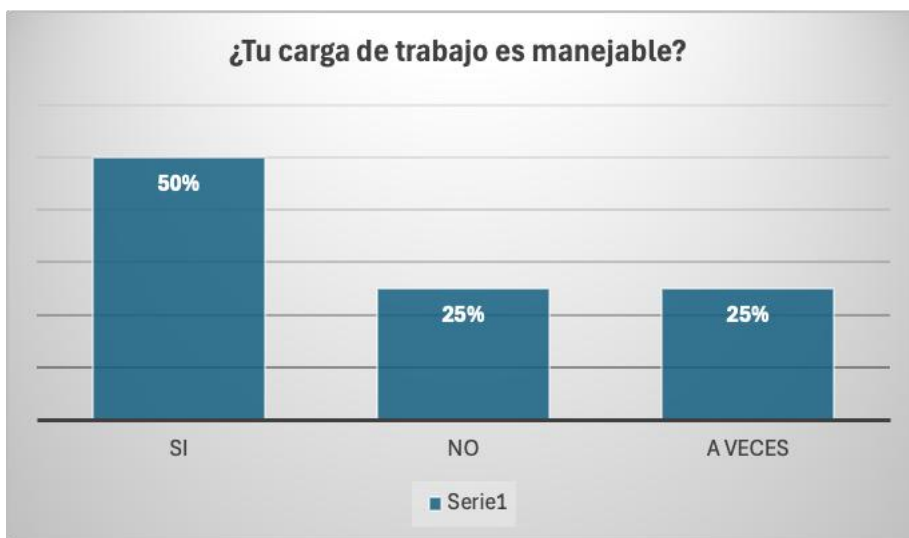


Figura 32. Gráfico de respuestas acerca de si su carga de trabajo es manejable.

El 50% menciona que si lo es y las otras dos respuestas siento no y a veces tienen como resultado 25% cadempresa.



Figura 33. Gráfico de respuestas acerca del apoyo en su desarrollo profesional.

El 71% menciona que si se siente apoyado y el otro 29% menciona que no.



Figura 33. Gráfico de respuestas acerca del abastecimiento de los recursos necesarios para su trabajo.

El 44% menciona que si cuentan con los recursos necesarios el otro 33% menciona que no y el 22% menciona que a veces.

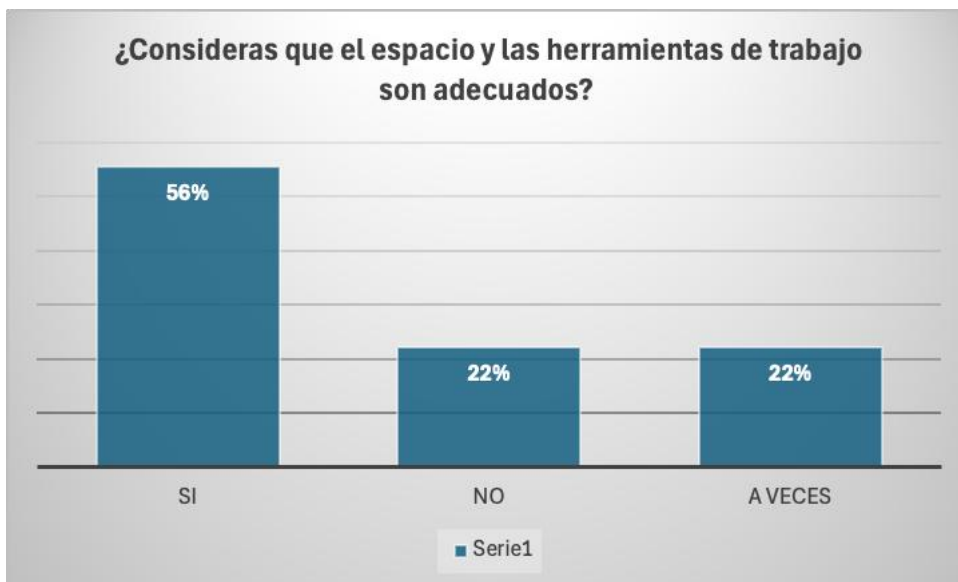


Figura 34. Gráfico de respuestas acerca del espacio y las herramientas de trabajo adecuadas.

El 56% menciona que si consideran el espacio y las herramientas son adecuadas y las otras dos respuestas se dividen en no y a veces las dos con 22%.

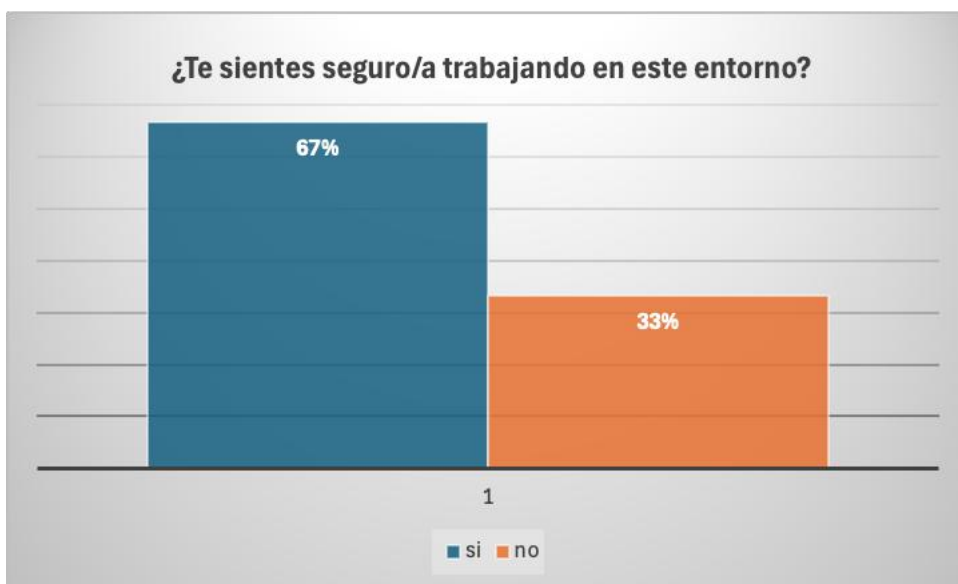


Figura 35. Gráfico de respuestas acerca la empresa seguridad que sienten en el entorno de trabajo.

El 67% menciona que si se sienten seguros trabajando en ese entorno y el 33% menciona que no.



Figura 36. Gráfico de respuestas acerca de algo más que les gustaría compartir.

El 56% tiene ciertos comentarios y el otro 44% solo menciona que sí pero no dio explicaciones.

Preguntas abiertas

PREGUNTA 1:
¿Qué consideras que debes hacer para crecer en la empresa?

PREGUNTA 2:
¿Qué aspectos te gustaría que la empresa mejorara?

PREGUNTA 3:
¿Hay algo más que te gustaría compartir sobre tu experiencia laboral?



Figura 37. Gráfico de respuestas a preguntas abiertas

En las tres preguntas abiertas se preguntó que se necesitaba para poder crecer en la , que aspectos les gustaría mejorar y si había algo más que les gustaría compartir, las respuestas se repitieron con las repuestas más populares siendo, tener el material a tiempo y las herramientas necesarias con el 40%, mejorar los tiempos de entrega con el 40%, y que la carga de trabajo sea igualitaria con el 20%

Conclusiones

Se aplicaron 9 encuestas de clima laboral a los trabajadores la empresa Empresa. La encuesta de clima laboral constaba de 20 detallando los aspectos que requeríamos comprender acerca del ambiente laboral, el liderazgo, el manejo de decisiones, etc.

Las preguntas cerradas se tabularon, y ofrecieron diferentes resultados, algunos fueron; el 56% no recomendaría la , el 44% no se siente motivado por su líder, 86% cree que colaborar en equipo es efectivo y da mejores resultados, el 56% cree que su carga de trabajo no es manejable, el 44% no se sienten informados sobre las decisiones que toma su líder, el 56% cree que el equipo no trabaja de manera efectiva, etc.

Podemos concluir que los aspectos más importantes a resaltar son los cuellos de botella que hay en la producción a causa del retraso de entrega de los materiales , lo que retrasa el tiempo de producción y el plazo de entrega. Además, existe una resistencia por parte de algunos trabajadores para colaborar en equipo y para el cambio. Así como existen áreas de mejora en el liderazgo por parte de los administradores, va Empresario trabajadores confían en sus decisiones, pero algunos no se sienten motivados por ellos. Por otro lado, tenemos que un poco más la empresa mitad de los trabajadores no recomendarían a la como un buen lugar de trabajo. En cuanto a la satisfacción con su trabaja, las respuestas fueron uniformes: tres personas indicaron estar satisfechas, tres muy satisfechas y tres lo consideran indistinto.

Análisis externo

El análisis externo nos permite evaluar factores del entorno que pueden tener un impacto sobre la. Estos pueden ser políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos, y legales. El objetivo de comprender el entorno la empresa es identificar oportunidades y amenazas para el diseño de propuestas alineadas al mercado que garanticen el éxito la empresa .

Para analizar el entorno de Empresa, utilizamos herramientas como PESTEL, 5 Fuerzas de Porter, Voz del cliente y QFD. de estas herramientas resaltó información importante para conocer el entorno la empresa, posibles amenazas y oportunidades que pueden tener un impacto en la.

5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter son parte del análisis externo y nos permiten analizar el posicionamiento la empresa, comprender su entorno e identificar oportunidades estratégicas para el anticipamiento de nuevas tendencias y amenazas que puedan tener un impacto sobre Empresa. De manera general, las 5 fuerzas de Porter nos permiten comprender la competitividad del entorno la empresa.

Para las 5 fuerzas de Porter se utilizó información obtenida a partir del diagnóstico las empresas áreas funcionales que son gestión, operaciones, finanzas, mercado y recursos humanos, así como de fuentes secundarias.

Poder de negociación de los proveedores

AMENAZA MEDIA-ALTA

Dependencia a proveedores y su impacto en la producción

Actualmente, Empresa trabaja con un número reducido de proveedores, lo que genera alta dependencia de sus tiempos de entrega y calidad. Esta situación da a los proveedores un mayor poder de negociación, ya que la tiene pocas alternativas inmediatas en caso de problemas con el abastecimiento. Como consecuencia, pueden ocurrir:

- Retrasos en la producción debido a la falta de materia prima
- Aumento en los costos de los insumos sin margen de negociación
- Variaciones en la calidad de los materiales, afectando la satisfacción del cliente final

Para reducir este riesgo, Empresa debería diversificar y aumentar su red de proveedores, estableciendo relaciones con múltiples s que ofrezcan materiales similares o alternativos.

Falta de contratos formales y acuerdos de suministro

En la actualidad, la no cuenta con acuerdos escritos con sus proveedores que regulen precios, tiempos de entrega o estándares de calidad. Esto genera incertidumbre operativa, ya que cualquier cambio en las condiciones comerciales puede afectar la producción. La falta de acuerdos también da mayor poder a los proveedores, quienes pueden modificar precios o plazos sin previo aviso.

Para fortalecer su posicionamiento, Empresa debería formalizar contratos con términos claros sobre precios, plazos de entrega, calidad y penalizaciones por incumplimiento. Esto garantizaría en la empresa relación más equilibrada y predecible.

Aumento en los costos de materias primas y su impacto en la rentabilidad

Los precios de materiales como la madera y las telas han experimentado incrementos debido a la inflación, la escasez de ciertos insumos y regulaciones ambientales más estrictas. Como Empresa no tiene suficiente volumen de compra para negociar descuentos significativos, los proveedores pueden fijar precios sin que la tenga mucho margen para influir.

Para contrarrestar esta amenaza, la podría:

- Buscar proveedores alternativos que ofrezcan mejores condiciones.

- Negociar descuentos por compras a largo plazo o en mayor volumen.
- Explorar el uso de materiales alternativos con costos más accesibles y menor impacto ambiental

Relación basada en la antigua relación entre el antiguo jefe (el padre) y los proveedores

Los proveedores actuales son los mismos que cuando el padre estaba a la cabeza la empresa, y han trabajado juntos durante más de 10 años.

Dicho esto, la relación actual de Empresario e Hijo con estos proveedores está fuertemente influenciada por la relación anterior, lo que no es ventajoso para ellos. Los proveedores actuales se basan en gran medida en lo que normalmente se pedía cuando trabajaban con el padre y los acuerdos entre ellos no se vuelven a poner sobre la mesa para renegociarlos. Esto tiene como consecuencia dar un verdadero poder de negociación a los proveedores que desean que los pedidos permanezcan inalterados.

Empresa a menudo se ve obligada a hacer los mismos pedidos que los del antiguo jefe hacía con el pretexto de que era su papá y que hay que hacer lo mismo.

Para contrarrestar esta amenaza, la podría:

- Desarrollar poco a poco una nueva red de proveedores
- Informar a los proveedores actuales de que la dirección ha cambiado y, por lo tanto, los pedidos también pueden cambiar

Comunicación y relación con los proveedores

El flujo de información entre Empresa y sus proveedores no siempre es fluido, lo que puede generar malentendidos en los pedidos, retrasos en la entrega de materiales y problemas de calidad. Una comunicación deficiente aumenta la incertidumbre y dificulta la planeación la empresa producción. Para mejorar esta relación, la debería implementar un sistema más estructurado de gestión de proveedores, estableciendo reuniones periódicas, seguimiento de pedidos y evaluación constante de su desempeño.

También, un sistema de gestión de los pedidos y de gestión del stock permitiría anticipar los pedidos a los proveedores y evitar las faltas y los retrasos las empresas materias primas que son problemáticos para la producción.

El poder de negociación de los proveedores en Empresa es alto, debido a la dependencia de pocos proveedores, la falta de contratos formales, el aumento en los costos de materia prima, la comunicación poco estructurada y sobre todo empresa relación que no ha evolucionado. Para reducir esta presión, la debe diversificar su red de proveedores, establecer acuerdos formales, mejorar su capacidad de negociación y optimizar la comunicación con sus proveedores. Esto le permitirá tener mayor estabilidad en la producción, mejorar sus costos y asegurar la calidad de los materiales utilizados.

Poder de negociación de los clientes

AMENAZA MEDIA

Número de compradores

Si nos enfocamos en un sector B2C la empresa, el perfil de mercado se encuentra en los niveles socioeconómicos A/B y C+, indicando un poder adquisitivo medio-alto. Según Profeco, el 14% la empresa población mexicana pertenece a estos NSE, mientras que la clase media representa el 42.2% la empresa población mexicana. Según el Censo de Población y Vivienda realizado en el 2020, la población total era de 126, 014, 024. Aunque no hay un dato exacto sobre cuántos hogares compran muebles de manera regular, la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (Afamjal) pronostica que el tamaño de mercado de muebles crecerá hasta los \$855.59 mil millones de dólares para 2028.

Hábitos de compra

De acuerdo con un estudio de mercado, los clientes siguen un patrón de compra conocido como ROPO (Research Online, Purchase Offline) lo que significa que investigan acerca de los productos en línea, pero realizan la compra en tiendas físicas. Se logró identificar que el principal motivo por el cual los clientes deciden comprar muebles nuevos es para actualizar

muebles que consideran anticuados. Los clientes demandan contenido en redes sociales que los aconseje sobre cómo aprovechar espacio y donde conseguir muebles que sean de calidad, funcionales y únicos.

Durante la fase de investigación de producto, los clientes utilizan redes sociales como Instagram y Pinterest, así como Blogs especializados, además de buscadores, resaltando la importancia de una estrategia de SEO adecuada. Los consumidores rara vez eligen la primera opción, sino que tras considerar todas sus alternativas comparan precios, calidad, y otros factores que pueden ser decisivos para su compra.

Según un estudio realizado por Nielsen en 2019, el 92.5% menciona que la visita a tiendas es el factor más decisivo en la compra seguido de asesoría con expertos y la búsqueda en internet.

Sensibilidad a los precios

Los clientes en los NSE A/B, C+ están dispuestos a invertir en productos como muebles, siempre que existiera relación entre la calidad y precio. Aunque poseen un poder adquisitivo alto, consideran estos productos como inversiones a largo plazo para su hogar, y además buscan que estos reflejen su personalidad y estilo. Por lo tanto, podemos definir su sensibilidad al precio como baja, siempre y cuando los productos cumplan con sus expectativas.

Facilidad para cambiar de proveedor o producto

Si nos enfocamos en el mercado Jalisciense específicamente, podríamos definir que existe una mayor facilidad para el cliente el cambiar de producto o proveedor, ya que Jalisco es el tercer estado con mayor grado de especialización en la Industria Mueblera, además de contar con el Afamjal, Cimejal y ser la sede la empresa Expo Mueble Internacional. Además, existen zonas como Federalismo, San Juan Ocotán, y una diversidad de distribuidores que facilitan la compra de muebles. Sin embargo, para cambiar de proveedor o producto los clientes deben

considerar factores como precios, calidad, conveniencia y lealtad hacia las marcas, y si están dispuestos a sacrificar alguno de estos factores.

Facilidad para producir lo mismo que compran

Es muy difícil que un cliente pueda producir por sí mismo los muebles que compra, a menos que tenga experiencia en áreas como carpintería, tapicería o diseño industrial.

Sin embargo, marcas como IKEA han impulsados a los clientes a salir de su zona de confort y realizar ellos mismo los ensamblajes con muebles prefabricados y de esta manera involucrar al cliente en el proceso sin necesidad de fabricarlos desde cero.

Algunos consumidores pueden producir muebles pequeños o sencillos. De manera resumida podríamos decir que los clientes no pueden producir lo mismo que compran por factores como habilidad, tiempo, esfuerzo, costos de producción y diseño

El poder de negociación de los clientes es **MEDIO**. Los clientes tienen un poder adquisitivo medio-alto, puede existir lealtad hacia las marcas, pero la industria Mueblera es un océano rojo específicamente en Jalisco. Sin embargo, los clientes valoran la calidad, diseño, y personalización de los productos.

Amenaza de nuevos competidores **AMENAZA MEDIA**

Barreras de entrada

Existen diferentes tipos de barreras que surgen del comportamiento las empresas s ya establecidas, que pueden aumentar las barreras estructurales y/o levantar nuevas amenazas a los nuevos competidores, algunas barreras son:

- Costos de cambio y planes de fidelización: Son los costos en los que incurre un cliente cuando intenta cambiar de proveedor.
- Gastos en publicidad y valor de marca: Las inversiones en publicidad capturan nuevos consumidores y aumentan el valor de marca la empresa s
- Tecnología: La necesidad de maquinaria especializada puede presentar una barrera para muchos, pues la inversión inicial es significativa, especialmente si se busca competir en mercados de alta calidad o innovadores.
- Existen otros tipos de barreras como las regulatorias, son normas dictadas por la autoridad que impiden la entrada de nuevas s o productos al mercado, normalmente incluyen leyes, reglamentos y políticas industrial del estado, provienen la empresa autoridad del país

Surgimiento de nuevas s de muebles en los últimos años

En lo que va del año 2025, se instalaron 453 s en México, vinculadas al sector mueblero, 77 de ellas son asiáticas con equipos de ingeniería para el desarrollo la empresa microindustria. La industria Mueblera tiene un valor de mercado de 2,400 millones de dólares y es uno de los sectores con mayor participación en el mercado, de acuerdo con la Afamjal, la industria Mueblera cuenta con más de 30,000 s activas y generan 150,000 empleos. En cuanto a Jalisco, cuenta con 3,000 unidades económicas la empresas cuales el 88% son micros y el 10% pequeñas.

Certificaciones y permisos especiales para operar

La industria Mueblera requiere que las s cumplan con ciertas certificaciones o permisos para operar, están pueden ser licencias gubernamentales, cumplimiento de normativas ambientales y en algunos casos certificaciones de calidad, algunas normas que son básicas para cualquier taller de manejo de materiales o herramientas son:

NOM-030-STPS-2009: Establecer las funciones y actividades que deberán realizar los servicios preventivos de seguridad y salud en el trabajo para prevenir accidentes y enfermedades de trabajo.

NOM-031-STPS-2011: Establecer las condiciones de seguridad y salud en el trabajo en las obras de construcción, a efecto de prevenir los riesgos laborales a que están expuestos los trabajadores que se desempeñan en ellas.

NOM-017-STPS-2008: Establecer los requisitos mínimos para que el patrón seleccione, adquiera y proporcione a sus trabajadores, el equipo de protección personal correspondiente para protegerlos de los agentes del medio ambiente de trabajo que puedan dañar su integridad física y su salud.

Tendencias actuales

Las tendencias como la sostenibilidad, la personalización y la incorporación de tecnología en los muebles son tendencias que son cada vez más fuertes, en la actualidad la conciencia ambiental es una prioridad para los consumidores, y se buscan nuevas formas de reducir el impacto en el medio ambiente y así conseguir un futuro más sostenible, los muebles sostenibles no solo se diseñan para embellecer espacios sino para respetar y preservar recursos naturales, algunas tendencias son las siguientes:

Tecnologías sostenibles: los muebles inteligentes o “smart furniture” son muebles que integran la tecnología y sostenibilidad para el ahorro de energía, por ejemplo, un sofá con cargadores inalámbricos alimentado por energía solar.

Diseño modular personalizables: son muebles que están compuestos por piezas individuales que pueden combinarse según las necesidades de cada usuario, este enfoque reduce el desperdicio de materiales, cada pieza se adapta al espacio en el que este ubicado.

Mobiliario sostenible plegable y compacto: esta tendencia tiene la necesidad de optimizar el espacio y los muebles están diseñados para ocupar el menor espacio posible cuando no se están utilizando, muchos de estos muebles se hacen con materiales ligeros y resistentes que reducen el consumo excesivo de recursos en el proceso de producción.

Digitalización del mercado

Los cambios en la industria como el comercio electrónico y la demanda de productos sostenibles, facilita la entrada de nuevos competidores al ofrecer nuevas oportunidades de mercado y canales de distribución, la digitalización permite que nuevos competidores utilicen las plataformas de venta en línea y las redes sociales para llegar a una audiencia más amplia sin la necesidad de una infraestructura física, esto reduce algunas barreras de entrada ya que facilita la atracción de clientes. Las redes sociales radican la importancia de las empresas y la utilidad para conseguir y fidelizar clientes, estas redes cumplen con un rol esencial porque fomentan la conexión directa y posibles clientes potenciales.

Regulaciones o certificaciones que limitan la entrada de nuevos competidores

Además de las licencias y permisos básicos para operar, existen diferentes regulaciones específicas relacionadas con el manejo de materiales, normativas ambientales y estándares de calidad que podrían limitar la entrada de nuevos competidores, estas regulaciones varían dependiendo del mercado objetivo y la región, algunas para el sector mueblero son:

NOM-016-SEMARNAT-2013: Regula la importación de madera aserrada nueva.

NOM-144-SEMARNAT-2017: Establece los requisitos fitosanitarios para el embalaje de madera.

NOM-167-SCFI-2009: Requisitos de seguridad para muebles, incluyendo resistencia, estabilidad y seguridad infantil

NOM-007-SCFI-1993: Requisitos de seguridad eléctrica para muebles con aparatos electrónicos o eléctricos

NOM-018-SCFI-2000: Requisitos de información comercial para muebles, incluyendo etiquetado y publicidad

Amenaza de servicios o productos sustitutos

AMENAZA ALTA

Alternativas de producto y/o servicio

Dentro la empresa industria la amenaza de productos o servicios sustitutos es intensa, principalmente mueblerías, que, aunque quizá no tengan diseños exclusivos, tienen una mayor capacidad de producción, mayor posicionamiento e incluso una experiencia de compra diferente. En el caso de Empresa, uno de sus principales competidores en este momento, es IKEA, que recientemente abrió su primera sucursal en la ZMG. IKEA actúa como un producto sustituto al vender muebles que puedes llevar a casa y ensamblarlos tú mismo, utilizando herramientas como destornilladores, martillos, cúter, etc. Además, IKEA, maneja precios bastante accesibles que se adaptan a todo tipo de necesidades.

Por otro lado, tenemos las famosas mueblerías como Placencia Muebles, Dico, Casa Blanca, Doble Altura, Lafayette etc. Estas mueblerías mantienen la mayor participación de mercado y tienen un espacio Top of Mind en la mente del cliente. Una la empresas ventajas de estas mueblerías es su amplio catálogo, estacionalidad, y la diversidad de ubicaciones de cadempresa. Además, existe una creciente tendencia por la compra de segunda mano, y los muebles no son la excepción, ya que tienen un costo reducido, son piezas únicas y la compra de estas apoya la sostenibilidad. Mientras que mucha gente también opta por la opción de hacerlos uno mismo, aunque estos requieren de habilidades mucho más precisas.

Los muebles pre-fabricados, los costos reducidos, el apoyo a la sostenibilidad y la conveniencia, y presencia son factores que afectan la decisión de compra de los consumidores, pero ante la competencia de mercado, Empresa cuenta con una propuesta de valor única: Diseños únicos hechos a la medida que se adapten a las necesidades de sus diferentes clientes.

Facilidad para encontrar y acceder a sustitutos

Jalisco es uno de los principales productores de muebles a nivel nacional e incluso, La Afamjal es la asociación más importante del sector mueblero del país, y Guadalajara es la sede la empresa Expo Mueble Internacional. Por lo que podríamos establecer que es muy sencillo para los clientes el poder encontrar y acceder a sustitutos, debido a que la ciudad cuenta con una variedad en cuanto al sector mueblero, y son fáciles de encontrar ya que cada empresa cuenta con diversas sucursales en puntos estratégicos como Federalismo y López Mateos, adicionalmente, tiendas como IKEA son difíciles de no notar. Además, existe una variedad de bazares en puntos como el Parque Rojo y las ventas de Garaje, Tianguis, etc. Se menciona que, en Jalisco, otros puntos muy populares son Tonalá o San Juan Ocotán, además de utilizarse la venta en línea a través de plataformas como Facebook Marketplace.

Características y desempeño de los sustitos en comparación al principal

Factor	Empresa	Muebles Pre-Fabricados (IKEA)	Muebles de segunda Mano	Mueblerías (Top of Mind)
Precio	Cuenta con precios que pueden de ir a un rango moderado a alto dependiendo el mueble cotizado.	Cuentan con precios que pueden variar de bajo a alto, dependiendo tamaño del mueble, acabados, etc.	Los precios son bajos ya que son muebles fabricados hace años.	Los precios son altos al ser muebles que utilizan la mayor calidad posible y al ser s con un alto posicionamiento y participación de mercado.
Calidad	La calidad de los productos es alta, al utilizar telas de buena	La calidad de los productos se considera media-alta dependiendo	La calidad puede variar por factores como la madera	La calidad de los productos es alta, por el tipo de material que se utiliza, además

	calidad y madera de excelentes proveedores. El material comprado es específico para el diseño de cada mueble.	el tipo de línea al que pertenecen.	utilizada para su fabricación, las telas, etc. Además, del uso que dueños previos le pudieron dar.	de ser marcas conocidas de manera regional.
Conveniencia y Tiempos de entrega	Son muebles a diseño, por lo que se requiere de bocetos, compra de materiales, etc. Los tiempos de entrega varían del tipo de mueble.	Alta, porque los puedes llevar a casa el mismo día y su ensamblaje requiere de herramientas básicas y su tiempo de entrega es inmediata.	Podríamos definir su conveniencia como media porque puede requerir ir a bazares o alguna otra ubicación para encontrarlos y puede que requieran restauraciones o arreglos lo que puede aplazar sus	Cuentan con presencia en diversos puntos estratégicos y son muebles de catálogo. Sus tiempos de entrega dependen del stock, pero en su mayoría suelen ser días o semanas dependiendo el mueble.

			tiempos de entrega.	
Canales de venta y promoción	Sus canales de venta principales es un taller, y la promoción que se realiza de boca a boca y redes sociales.	Sus canales de venta son tiendas físicas (showroom) y online. Se realizan promociones offline como vallas publicitarias y publicidad online en redes sociales.	Bazares, tiendas de segunda mano, Facebook Marketplace, etc. No cuentan con ningún tipo de promoción.	Sus canales de venta son Tiendas físicas (showroom) y online.
Experiencia del cliente	La atención es personalizada al reunirse con el cliente a discutir el diseño y cotización del mueble	Cuentan con layout para la navegación la empresa tienda, pero no existe ningún tipo de asistencia o acompañamiento, a menos de que	La experiencia varía del canal de venta y depende del vendedor o vendedora.	La experiencia suele ser buena sobre todo en tiendas físicas al tener un asistente de ventas que te acompañe, muchas cuentan con un servicio de venta en línea

		el cliente solicite algo.		a través de llamada. Las s cuentan con garantías, políticas de devoluciones o cambios y diferentes maneras de comunicarse con el cliente.
--	--	---------------------------	--	---

Figura 38. Benchmarking

Tendencias que favorecen el uso de productos sustitutos

1. Cambios en preferencias del consumidor

Los consumidores han evolucionado a medida que el mercado lo ha hecho y en la actualidad existe una creciente preocupación por lo que es el medio ambiente, y esta tendencia ha afectado a todas las industrias, por lo que las s han tenido que generar un cambio para la retención o atracción de nuevos clientes. En el caso de los muebles, muchos consumidores buscan muebles ecológicos o sostenibles y al consumir marcas buscan que cuenten con certificaciones de madera sostenible o que cuenten con un certificado ESR, y que maximicen el uso de material para evitar desperdicios. Adicionalmente, buscan s con transparencia acerca del proceso de producción.

Por otro lado, hay consumidores que buscan personalizar los muebles a la medida, esto quiere decir que ellos buscan inspiración en redes sociales sobre diferentes muebles, buscan escoger los colores, telas y acabados que reflejen su personalidad y estilo. Hay otros consumidores, que prefieren buscar piezas ya terminadas que reflejen cierto carácter e historia, es por ello

por lo que buscan muebles de segunda mano, aunque otros consumidores buscan muebles de segunda por factores como precios bajos y la sostenibilidad. Por último, existen otros que lo único que buscan en un mueble es funcionalidad y comodidad, es decir, ergonomía.

2. Crecimiento del E-commerce

De acuerdo con el Global Growth Insights, entre 2025 y 2029, el mercado de muebles en línea tendrá una tasa de crecimiento anual de 23.4%, esto impulsará a marcas minoristas a diseñar un sitio web funcional para impulsar las ventas o generar interés, ya que casi el 100% de los consumidores comienzan la búsqueda de nuevos muebles en el internet.

3. Factores económicos

Por otro lado, existen factores económicos que pueden favorecer el uso de sustitutos, como el Semáforo Naranja en el que se encuentra en México, la inflación de 4.21%, el aumento la empresa mano de obra de entre 20% a 25%, la tasa de desempleo de 3%, entre otros.

La amenaza de producto o servicios sustitutos tiene una fuerza **ALTA**, ya que existe una variedad de productos sustitutos que ofrecen costos reducidos, conveniencia, personalización y calidad.

Rivalidad entre competidores **RIVALIDAD ALTA**

Número de competidores y equilibrio en cuanto a tamaño y poder

La industria Mueblera en Ocotlán, Jalisco, está compuesta por 250 s de giro Mueblero, de estas 250 el 88% son micros y el 3% son grandes s, esto indica que predominan los negocios de menor tamaño con muy pocas s dominantes que poseen mayor poder en el mercado, Se distribuyen la empresa siguiente manera:

Micros: 122 s (49%)

Pequeñas s: 96 s (38%)

Medianas s: 25 s (10%)

Grandes s: 7 s (3%)

Según los datos del directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE) del INEGI, en mayo 2024 el municipio de Guadalajara contaba con 99,644 unidades económicas la empresas cuales el 44% se dedican al comercio.

Saturación de mercado en la región o nicho

La industria del mueble en México es variada y dinámica, y abarca desde pequeñas s hasta corporaciones de todo el mundo que producen grandes cantidades, la industria Mueblera en México está compuesta por 675 s y más de 52,000 trabajadores. Cabe destacar que México es el cuarto exportador más grande detrás de China en asientos de madera, sillas, asientos giratoEmpresario etc.

En Guadalajara las s manufactureras del sector mueblero se concentran en control y tienen un mercado altamente competitivo y saturado, especialmente si consideramos que la mayoría la empresas s son micro y pequeñas que buscan el mismo segmento y base de clientes.

La actividad la empresa economía mexicana en este sector se encuentra entre las más dinámicas la empresa industria manufactura del país, y tiene un crecimiento del 10% anual, los factores que impulsan este crecimiento incluyen el aumento de niveles de ingreso, urbanización, innovación y tecnología, preferencias cambiantes de los consumidores y un mercado mobiliario solido en México.

Crecimiento la empresa industria

Se espera que para el 2028 crezca 5.57% la tasa compuesta anual, las principales razones por las cuales se espera que crezca es el crecimiento la empresa población mundial, el aumento la empresa urbanización y el incremento del desarrollo de edificios residenciales y comerciales. Además, la demanda de muebles, adaptables y portátiles esta aumentado a nivel mundial debido a los ingresos y el cambio de estilo de vida, además el aumento la empresas familias nucleares está creciendo esta demanda de muebles plegables y compactos que sean fáciles de instalar en espacios limitados, reiterando una vez más la región de Asia y el pacífico

dominan el mercado de muebles, debido a la gran cantidad de productores de muebles de madera en naciones como china debido a su gran población. También se espera que el mercado de muebles crezca debido a las plataformas en línea y las formas de comercio electrónico, alianzas, distribución etc.

Costos Fijos de producción y su efecto en la competencia

Los principales costos que intervienen en la producción son: materia prima e insumos, mano de obra, materiales, gastos generales

Los costos fijos pueden ser: depreciación la empresa maquinaria, herramientas y equipo, mantenimiento de máquinas, remuneraciones y contribuciones sociales de pago por salaEmpresario, servicios básicos como luz, agua o teléfono, alquiler del local, etc.

Mientras que los variables incluyen, materia prima, insumos, materiales, remuneración de mano obra, etc.

El impacto en la competencia es que las pequeñas s suelen tener costos fijos más bajos debido a la producción a menor escala, sin embargo, la capacidad de producción puede llegar a dificultar la paga de estos costos, afectando la competitividad.

Los costos fijos influyen en la competitividad dentro la empresa Industria Mueblera pues las s que gestionan eficientemente sus costos mediante estrategias e implementaciones de subsidios pueden mejorar su posición en el mercado.

PESTEL

Ayuda a anticipar cambios en el entorno y adaptar las estrategias la empresa para ser más competitiva y sostenible. Identificando factores externos que pueden afectar a la y así minimizar riesgos, aprovechar oportunidades y tomar decisiones más informadas para su crecimiento.

POLÍTICO

Estabilidad política del país/región

México se encuentra en una situación de estabilidad en términos políticos, a pesar la empresa incertidumbre que vivió el año pasado tras la victoria electoral de Claudia Sheinbaum y las disputas generadas respecto al Congreso, así como los cambios en el Poder Judicial. La administración de Claudia ha logrado una aprobación ciudadana superior al 80%. El sector rial ha mostrado confianza en la política del país, gracias a la inversión extranjera y la disciplina fiscal. Aún existe incertidumbre acerca la empresa independencia sobre el Poder Judicial y las tensiones con Estados Unidos en temas de migración y aranceles.

Cambios de liderazgo que afecten la industria

El pasado 20 de enero, Donald Trump tomó el poder como presidente de los Estados Unidos de América y, desde entonces, ha comenzado un plan masivo de deportación y ha amenazado con imponer aranceles del 25% a México, generando incertidumbre acerca de temas de exportación e inversión extranjera. Aunque Empresa no tiene presencia internacional, los cambios políticos como los aranceles, podrían impactarle de manera indirecta a través de uno de sus clientes mayoritaEmpresario, lo que podría incrementar precios y representar dificultades para el comercio internacional.

De igual manera, en Jalisco se nombró gobernador del estado a Pablo Lemus, quien actualmente es el cuarto mandatario mejor evaluado del país. El mandato de Lemus podría traer consigo nuevas políticas para la inversión y el desarrollo, generando mayor confianza rial y estabilidad al comercio de Jalisco.

Políticas gubernamentales en la industria

Las políticas gubernamentales tienen un efecto considerable en la industria de fabricación de muebles, especialmente para s como Empresa. Por un lado, tenemos las regulaciones establecidas por la Secretaría de Economía (SE), como las normas de seguridad estructural, materiales, acabado y accesoEmpresario. El propósito de estas es proteger a los trabajadores

y consumidores. En caso de no cumplir con las regulaciones la empresa Secretaría de Economía, la se enfrenta a posibles multas, clausuras temporales o permanentes, daños a la reputación la empresa marca e incluso de retiros de productos del mercado.

Subsidios, impuestos y aranceles

En cuanto a subsidios, se encuentra la Cámara la empresa Industria Mueblera del Estado de Jalisco (CIMEJAL), que busca brindar apoyo a los proveedores de muebles, promover la evolución del sector mueblero y ofrecer atención para todo tipo de s fabricantes de muebles, desde grandes s a emprendedores. El Fondo Impulso Jalisco (FIMJA) ofrece programas y apoyos económicos para emprendedores. La Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (Afamjal) es la asociación más importante del sector mueblero en el país y la organizadora la empresa Expo Mueble Internacional. De manera general, existe el Programa de Calidad para 100 Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones que ofrece consultorías para la gestión con el propósito de mejorar la calidad de productos.

Adicionalmente, existe la Nacional Financiera (NAFIN), que busca apoyar el desarrollo económico del país a través del financiamiento de PYMES, emprendedores y otras s.

Respecto a impuestos, tenemos el Impuesto al Valor Agregado (IVA) que es de 22% para la fabricación de muebles de madera, y de 16% para venta de muebles. También está el Impuesto sobre la renta (ISR), un impuesto progresivo. Por último, están los aranceles de importación y exportación que pueden representar un riesgo para la si en algún momento quisiera expandirse de manera internacional o si actualmente utiliza material de importación.

Relación del país con otros países y su efecto en la

(T-MEC), los cuales facilitan el comercio de bienes y servicios, fomentan inversiones y promueven la competitividad. A pesar de ello, existen tensiones entre México y Estados Unidos por motivos migratoEmpresario y comerciales. Mientras tanto, la relación con Canadá se mantiene amistosa. Sin embargo, las tensiones comerciales entre Estados Unidos y Canadá podrían afectar el T-MEC. Si hubiera cambios en el T-MEC, esto podría encarecer

los precios la empresa materia prima importada, lo que representaría mayores costos de fabricación y costos para los consumidores.

ECONÓMICO

Situación económica del país

La economía mexicana tuvo un crecimiento de 1.3% en todo el 2024 y reportó una contracción de 0.6% en el último trimestre del año, alertando al país sobre una posible recesión económica. En la actualidad, el Semáforo Económico de crecimiento se encuentra en Naranja. Esto puede representar menores inversiones, un aumento en la tasa de desempleo y variaciones en el tipo de cambio. (México como vamos, 2024).

La inflación de México cerró el año en 4.21%, el menor nivel desde el 2021. Sin embargo, según el INEGI, la inflación se habría desacelerado a 3.59% en enero. La disminución la empresa inflación se debe a cuestiones como la estabilización de los precios la empresa materia prima, estabilidad del tipo de cambio, y nuevas políticas monetarias establecidas por Banxico con el objetivo de mantener la estabilidad de los precios. (Muñoz, 2025).

Respecto a las tasas de interés, el pasado 6 de febrero de 2025, Banxico anunció un recorte de 50 puntos base a la tasa de interés, reduciéndola a 9.50%, con efecto a partir del día 7 de febrero de 2025. Esto con el objetivo de mantener tasas altas para intentar controlar la inflación y alcanzar el objetivo de 3%+/- 1 punto porcentual.

Tipo de Cambio

En la actualidad, Empresa no cuenta con presencia en el extranjero, ya que todos sus servicios se ofrecen a nivel nacional. Sin embargo, uno de sus clientes mayoritaEmpresario cuenta con socios en el extranjero, lo que puede traer consigo un aumento de costos si se utiliza materia prima importada, retrasos en los pagos y cambios en la demanda y oferta. Además, esto podría dificultar una posible expansión la empresa a futuro.

Poder adquisitivo de los consumidores

El poder adquisitivo de los consumidores se ve impactado por factores como la inflación y los salarios. Adicionalmente, la inflación suele aumentar antes que los salarios. Desde el 1 de enero de 2025, el salario mínimo en México se incrementó en un 12%, equivaliendo a \$278.80 pesos diarios de manera general y a un total de \$8,475 pesos mensuales. Según el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), hubo un menor poder adquisitivo entre los consumidores en el 2024, a comparación de 2023, esto se debe al aumento de precios provocado por la inflación, especialmente en alimentos, que es la primera categoría en aumentar de precios.

Tendencias económicas

De acuerdo con la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (Afamjal), México es el sexto exportador de muebles en el mundo y el segundo comercializador internacional de sillas. Afamjal pronóstica que el tamaño de mercado de muebles crecerá hasta los \$855.59 mil millones de dólares para el 2028.

El aumento de la población a nivel mundial, la urbanización y construcción de edificios residenciales favorecen el crecimiento del mercado. También existe una creciente demanda de muebles ligeros, espaciosos y ergonómicos. Por otro lado, el cambio en el estilo de vida de los consumidores ha generado un aumento de 11% en los ingresos de las familias mexicanas, disminuyendo la pobreza de manera nacional.

En cuanto a la mano de obra en México, se reporta falta de personal que, en conjunto con los aumentos en el salario mínimo, ha llevado a un aumento de la mano de obra entre 20% a 25% de manera anual. Esto pone en riesgo el atractivo de México como destino de inversión y podría provocar que las empresas opten por la automatización de procesos.

Según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), Jalisco cuenta con una tasa de desempleo de 2.63%, mientras que el 59.2% de su población es económicamente activa.

El Censo Económico de 2019 reportó que la producción bruta total de muebles, colchones y persianas fue de \$82,943 millones de pesos mexicanos, y los estados con mayor producción

bruta fueron el Estado de México con \$16,913 millones de pesos mexicanos y Jalisco con \$13,850 millones de pesos mexicanos, respectivamente. Según la Secretaría de Economía, el segundo trimestre de 2024 tuvo un producto interno bruto de \$6.58 billones de pesos mexicanos. Jalisco es el tercer estado con mayor grado de especialización en la industria Mueblera.

Las tendencias económicas presentan condiciones favorables para el crecimiento la empresa industria Mueblera, a pesar la empresa incertidumbre sobre el costo la empresa mano de obra, lo que podría generar aumentos en los costos de producción. Las tendencias económicas son de gran utilidad para que los Empresario pueden anticipar amenazas y oportunidades en el mercado, así como tomar decisiones informadas que beneficien a la .

SOCIAL

Demografía y Tendencias Poblacionales

Cambios en la estructura poblacional que afectan la demanda de muebles (envejecimiento la empresa población, urbanización, crecimiento de hogares unipersonales, etc.).

Los cambios en la estructura poblacional de México están transformando el mercado de muebles, México ha tenido un cambio en el sector de envejecimiento demográfico pues en el 2015 el 27.6% la empresa población tenía menos de 15 años, mientras que el porcentaje de personas mayores de 60 ha aumentado. A medida que el porcentaje de personas mayores de 60 años sigue en aumento, las s deben priorizar diseños que ofrezcan comodidad y seguridad. (CONAPO), así mismo la urbanización ha impulsado la demanda de muebles para el hogar, especialmente aquellos que se adaptan a lugar más reducido, pues hoy en día es importante priorizar estilos de vida urbanos y muebles versátiles o compactos y sobre todo multifuncionales, ya que la población va cambiando año con año.

El crecimiento de hogares unipersonales aumento de 11.7% a 14.0%, (ENADID) 2023, las personas que viven solas buscan muebles asequibles, personalizables y fáciles de ensamblar, buscando que se adapten a sus necesidades individuales, así como la incorporación de

materiales sostenibles y tecnología integrada para incorporar una población más diversa en términos de edad.

Preferencias de distintos grupos de edad en cuanto a diseño y funcionalidad de los muebles.

La generación Z (18-27) años buscan muebles asequibles y de diseño moderno, multifuncionales o modulares, que tengan materiales sostenibles y reciclables, se enfocan más por una compra en línea y entrega rápida.

- Milenillas (28-42) años, buscan muebles versátiles para optimizar espacios, buscan materiales ecológicos como la madera certificada o telas recicladas, también les interesa la calidad y diseño, pero sin sacrificar la funcionalidad de los muebles.
- Generación X (43-58) años, buscan muebles de alta calidad y larga vida útil, para ellos es importante la comodidad, y los espacios bien organizados con almacenamiento.
- Baby Boomer (59+) años, para ellos es importante los muebles ergonómicos y fáciles de usar, muebles ligeros pero estables y seguros, con un diseño que facilite su movilidad, así como piezas clásicas y resistentes que no requieran mantenimiento constante.

Cada generación tiene necesidades y gustos diferente y específicos, es importante adaptar el diseño y la funcionalidad de los muebles para cada segmento ya que así puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas.

Cultura y Estilos de Vida

Cada vez son más las personas que deciden optar por muebles sostenibles, Los muebles ecológicos son aquellos que están diseñados para larga duración y están fabricados localmente con materias primas naturales o recicladas. Sus materiales protegen la salud las empresas y personas, cuidan del planeta y, además, dan una segunda vida a los recursos ya existentes. Si se quiere tener un consumo responsable de muebles ecológicos, es importante

conocer el origen y ver los certificados de donde provienen esos muebles o los insumos de estos. Por ejemplo, el certificado PEFC para la madera garantiza que ese mueble se fabrica con madera de bosques gestionados sosteniblemente.

Importancia del diseño personalizable y adaptado a espacios reducidos en viviendas urbanas

A medida que crece la población urbana y se intensifica la demanda de vivienda, el diseño de casas compactas y muebles personalizados se perfila como una solución para satisfacer estas necesidades, este planteamiento se centra en maximizar el espacio habitable en espacios más reducidos que permite a los residentes disfrutar sus viviendas cómodamente, a medida que cambian los estilos de vida, también deben hacerlo nuestros espacios vitales.

Mano de obra barata

La industria de muebles en el país apenas representa 31,250 millones de pesos del PIB nacional, por lo que aún hay una amplia oportunidad. Además, en México existen muchos factores que vuelven la mano de obra muy barata, uno de estos factores es el rezago educativo, con 21 millones de mexicanos el costo de las empresas remuneraciones es muy bajas y por más que se esfuercen no consiguen ingresos mínimos para satisfacer las necesidades, 4 de cada 100 mexicanos tienen ingresos de 15 mil pesos, equivalentes a 5 salarios mínimos.

México es un país manufacturero, pero en términos laborales cuenta con una mano de obra poco calificada, lo que resta competitividad frente a otros países.

Educación y Conciencia del Consumidor

Creciente interés en el diseño ergonómico y funcional. El diseño ergonómico tiene el objetivo de mejorar la capacidad de las empresas y personas para trabajar eficazmente, reduciendo al mismo tiempo los riesgos de lesiones. El material ergonómico de oficina suele ser ajustable, por lo que puede modificarse para adaptarse a cualquier persona.

Mayor conocimiento sobre la calidad y procedencia de los materiales utilizados en la fabricación de muebles

Existen diferentes materiales y técnicas de diseño sostenibles que se utilizan para la fabricación de muebles, así mismo puedes verificar toda esta información en páginas como el DOF (diario oficial la empresa federación) donde vienen las regulaciones de estos materiales.

- **Madera certificada:** La madera certificada proviene de bosques sostenibles y se cultiva de manera responsable.
- **Materiales reciclados:** El plástico y el vidrio reciclados, se utilizan en la fabricación de muebles para reducir la cantidad de desechos en los vertederos.
- **Diseño modular:** Permite a los consumidores personalizar sus muebles y reemplazar partes individuales en lugar de tener que reemplazar todo el mueble.
- **Materiales renovables:** El bambú, el corcho y el cáñamo, se utilizan en la fabricación de muebles para reducir la dependencia de materiales no renovables
- **Utilización de energía renovable:** Las s pueden utilizar energía renovable, como la solar o la eólica, para reducir su impacto en el medio ambiente.

Sensibilización hacia prácticas de producción éticas y responsables.

La sostenibilidad en la fabricación de muebles es cada vez más importante pues el crecimiento en la huella de carbono y el cambio climático se ha vuelto más evidente y los consumidores buscan alternativas más sostenibles para sus compras, la sostenibilidad también es importante desde una perspectiva rial pues las s hoy en día adoptan practicas sostenibles para ser más responsables y éticas, lo que mejora su reputación y atrae más clientes o diferentes segmentos de clientes, estas prácticas también te pueden ayudar a reducir costos y mejorar eficiencia.

Tendencias de Consumo

Preferencia por experiencias de compra personalizadas y opciones de diseño a medida. La experiencia de usuario personalizada es un elemento esencial para cualquier compra digital, a medida que el Ecommerce crece, la competencia se intensifica, y los consumidores esperan que se ofrezcan experiencias de compra, rápidas, accesibles y personalizadas, así como

buscan muebles a la medida y con opciones de diseño, pues cada usuario tiene ciertas preferencias, en el caso de Empresa es una fortaleza y una gran oportunidad para atraer clientes de diferentes generaciones, pues su giro son hacer muebles personalizados y a la medida. En cuanto a la compra personalizada es importante crear una experiencia al cliente memorable en un mundo de Ecommerce, y se pueden considerar los siguientes puntos:

- Proceso de pago optimizado
- Velocidad de carga la empresa página,
- Invertir en una página web que se adapte a cualquier dispositivo, pues la mayoría de los usuarios empresariales considera abandonar la página si no se adapta a su dispositivo.

Influencia de redes sociales y plataformas digitales en la elección de mobiliario

Las redes sociales tienen una gran influencia en las decisiones de compra de los consumidores, las empresas necesitan adaptar y desarrollar estrategias de marketing para aprovechar la influencia que las redes sociales tienen. Normalmente el consumidor sigue un patrón de compra, sus primeros puntos de contacto suelen ser con marcas digitales, aunque ciertos usuarios empresariales después de este punto pueden desplazarse al canal tradicional, puede ser muy común que se crucen canales, comparando productos en línea y después buscarlos en tienda. Según Statista en el 2021 las ventas en línea eran del 27% de los muebles retail, pero con el paso de los años este porcentaje subió, siendo Amazon la más grande en ventas online en cuestión de muebles superando el 50%. En generaciones más jóvenes el 49% de ellos compran online.

Cambios en el Comportamiento del Cliente

Mayor uso de plataformas de comercio electrónico para la compra de muebles.

Las plataformas de comercio electrónico son una opción para comprar cualquier tipo de producto y los muebles son uno de ellos. La venta en línea representa más del 90% del crecimiento industrial del comercio electrónico de muebles. Algunas plataformas de comercio electrónico son; Shopify, woocommerce, ligne roset, Amazon, tienda nube, etc.

Preferencia por marcas con valores alineados con la sostenibilidad y la responsabilidad social

Existen numerosas s que están aplicando la sostenibilidad en la fabricación de muebles. Un ejemplo es la danesa Mater, que utiliza materiales reciclados y renovables en la fabricación de sus muebles.

Otra es la británica Benchmarking, que utiliza madera certificada y técnicas de diseño sostenibles en la fabricación de sus muebles.

Muchos negocios están adoptando prácticas sostenibles en toda su cadena de suministro. Por ejemplo, la sueca IKEA está trabajando para utilizar solo materiales renovables y reciclados en sus productos para 2030 y están trabajando para utilizar solo energía renovable en sus operaciones.

TECNOLÓGICO

Avances tecnológicos en el sector del mueble en Jalisco

En el estado de Jalisco, que es un importante polo industrial y creativo en México, la competencia entre los creadores y diseñadores de muebles impulsa la adopción de tecnologías avanzadas. El sector de fabricación de muebles se beneficia la empresa automatización y la integración de tecnologías avanzadas de producción, como el corte láser, la impresión 3D para prototipos rápidos, herramientas de modelado 3D como AutoCAD o SketchUp, y sistemas de corte CNC (control numérico por computadora), que permiten optimizar el diseño y la producción. La adopción de estas tecnologías podría mejorar la productividad y

la calidad de los productos de Empresa. Además, muchos actores locales ya han integrado estas herramientas, por lo que, si Empresa no sigue esta tendencia, corre el riesgo de perder competitividad frente a estos actores que innovan constantemente.

Tecnología la empresa información y gestión de datos

La implementación de sistemas avanzados de gestión de información y datos es crucial. El uso de software de gestión de producción como ERP (Enterprise Resource Planning) y soluciones CRM (Customer Relationship Management) pueden permitir una mejor gestión de los pedidos, el inventario y las relaciones con los clientes. Además, la digitalización de

registros y el uso de análisis de datos permiten tomar decisiones informadas basadas en tendencias y comportamientos del mercado. Sin embargo, la resistencia al cambio tecnológico por parte de los operadores podría obstaculizar esta digitalización.

Integración de plataformas digitales en la industria del mueble / Evolución de los canales de distribución

La digitalización del proceso de venta se ha vuelto esencial para los diseñadores de muebles, y las plataformas de comercio electrónico están en pleno auge. En ciudades como Guadalajara, algunos competidores utilizan marketplaces como Mercado Libre, Amazon México, Etsy o plataformas dedicadas al diseño mexicano (como "Mexa Design") para llegar a un público nacional e internacional. Empresa podría considerar fortalecer su presencia digital invirtiendo en plataformas adecuadas y campañas dirigidas en redes sociales (Instagram, Pinterest, TikTok), que son particularmente populares para la promoción de muebles de diseño. Invertir en una estrategia de marketing y comunicación de este tipo representaría una oportunidad de crecimiento para Empresa. Actualmente, una estrategia de marketing digital poco definida podría limitar su visibilidad y competitividad.

Adopción de tecnologías sostenibles

Una tendencia tecnológica notable en el diseño de muebles es la integración de tecnologías que permiten el uso de materiales sostenibles o alternativos (madera o plástico reciclada, compuestos biodegradables, resinas naturales). Estas tecnologías, aunque inicialmente costosas, pueden mejorar la percepción de la empresa y marcarla en un mercado cada vez más sensible a la responsabilidad ambiental.

Resistencia de formación tecnológica de los operadores

Uno de los obstáculos para Empresa podría ser el nivel de competencia tecnológica de sus operadores. La resistencia al cambio es frecuente en las Pymes mexicanas, donde la adopción de tecnologías modernas de producción o gestión (como un ERP) requiere no solo una inversión financiera, sino también en formación. Empresa podría beneficiarse de una

estrategia centrada en el acompañamiento al cambio para minimizar estos obstáculos, aunque esto requiere recursos importantes y tiempo.

ECOLÓGICO

Sensibilidad ecológica creciente en el mercado de los creadores de muebles

La demanda de muebles respetuosos con el medio ambiente está aumentando en los mercados de Jalisco y Ciudad de México. Los clientes mexicanos son cada vez más conscientes del impacto ambiental de los productos que compran. Los consumidores de mobiliario de diseño buscan productos fabricados con materiales sostenibles (madera certificada FSC, pinturas sin solventes tóxicos) y prefieren s comprometidas con prácticas ecológicas. Por lo tanto, la integración de materiales sostenibles, el reciclaje de residuos de producción y una comunicación clara sobre estos esfuerzos podrían fortalecer la imagen de Empresa.

Regulaciones y requisitos legales ambientales en México

La legislación mexicana impone normas en materia de gestión de residuos industriales, emisiones y consumo energético. Empresa debe asegurarse de cumplir con estas normativas para evitar posibles sanciones. Las s que operan en México, incluido el estado de Jalisco, deben cumplir con varias regulaciones ambientales, tales como:

- **La Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA)** que establece normas sobre emisiones contaminantes y gestión de residuos industriales.
- **La NOM-133-SEMARNAT-2015** que regula las emisiones derivadas del uso de solventes y productos químicos en la fabricación de muebles (barnices, pinturas...).
- **La NOM-059-SEMARNAT-2010** que busca proteger especies de madera en peligro mediante el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente.

Empresa deberá garantizar el cumplimiento de estas normativas mediante una gestión rigurosa de los residuos de producción y favoreciendo proveedores de madera que cumplan con la regulación ambiental.

Mercado de muebles eco-responsables en Jalisco

El estado de Jalisco, especialmente Guadalajara, es conocido por su dinamismo en el sector del diseño y la fabricación artesanal. Algunos creadores locales destacan por su compromiso ecológico, utilizando madera proveniente de bosques gestionados de manera sostenible (certificación FSC) o pinturas no tóxicas con bajas emisiones de COV (compuestos orgánicos volátiles). Empresa podría diferenciarse adoptando estas prácticas y promocionándolas entre sus clientes, lo que mejoraría su relación con consumidores y socios preocupados por las normas ambientales.

Economía circular y gestión de residuos

La industria del mueble suele generar residuos como restos de madera, solventes (barnices) y pinturas. Una gestión optimizada de los residuos y alianzas con recicladores podrían mejorar las prácticas ambientales la empresa. Empresa podría implementar un sistema de valorización de residuos (reciclaje de restos de madera para la creación de elementos decorativos, gestión responsable de productos químicos) con el fin de reducir su huella ecológica. La optimización de los procesos para reciclar o reutilizar estos residuos podría reducir costos y fortalecer la imagen de Empresa.

Optimización energética

La región de Guadalajara goza de una buena radiación solar. La instalación de más paneles solares en el techo del edificio podría ser una solución para reducir los costos energéticos y mejorar la imagen ambiental la empresa. Los programas gubernamentales, como el **FIDE (Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica)**, ofrecen subvenciones o créditos para incentivar a las pymes a adoptar soluciones energéticas más sostenibles.

Impacto del cambio climático en las materias primas

Los cambios climáticos pueden afectar la disponibilidad y el precio la empresa madera, una

materia prima clave para Empresa. La diversificación de los suministros o el uso de materiales alternativos (como el bambú, que es más resiliente) podría ser una estrategia para mitigar este riesgo y reducir la vulnerabilidad la empresa .

LEGISLATIVO

Leyes Laborales

Regulaciones sobre contratación y despido de empleados. En México, la contratación y despidos de empleados están regulados por la ley federal de trabajo (LFT) y el artículo 123 la empresa constitución.

Para la contratación de un trabajador, debe especificarse los datos generales del trabajador y del patrón, así como los servicios que se prestaran, el lugar de trabajo, la duración la empresa jornada laboral y el salario, la duración puede ser por tiempo determinado o indeterminado. Para el despido, se necesita especificar la causa del despido, en caso de no justificar el despido se tiene que indemnizar al trabajador con tres meses de salario, en caso de renuncia puede presentarse de forma verbal o escrita y no requiere de ratificación, además el trabajador tiene derecho al pago del finiquito.

Normativas de seguridad y salud ocupacional en talleres y almacenes

En México existen diferentes normas que regulan la seguridad y salud ocupacional en talleres y almacenes, Cadempresa se encarga de regular diferentes aspectos como, servicios preventivos de seguridad y salud, equipo de protección, condiciones de seguridad en el trabajo, etc. Las principales normas son las siguientes;

- NOM-030-STPS-2009: Establecer las funciones y actividades que deberán realizar los servicios preventivos de seguridad y salud en el trabajo para prevenir accidentes y enfermedades de trabajo.
- NOM-031-STPS-2011: Establecer las condiciones de seguridad y salud en el trabajo en las obras de construcción, a efecto de prevenir los riesgos laborales a que están expuestos los trabajadores que se desempeñan en ellas.
- NOM-017-STPS-2008: Establecer los requisitos mínimos para que el patrón seleccione, adquiera y proporcione a sus trabajadores, el equipo de protección

personal correspondiente para protegerlos de los agentes del medio ambiente de trabajo que puedan dañar su integridad física y su salud.

- NOM035-STPS-2018: Establecer los requisitos para identificar, analizar y prevenir los factores de riesgo psicosocial en el trabajo, el objetivo de esta NOM es promover un ambiente laboral favorable para la salud y el bienestar de los trabajadores, esta NOM también tiene ciertas obligaciones para los trabajadores como; acudir a los exámenes médicos y evaluaciones psicológica y participar en la construcción de un entorno favorable.

Requisitos de horaEmpresario, salaEmpresario mínimos y beneficios para los trabajadores

Los requisitos de horaEmpresario y salaEmpresario también están regulados por la ley federal del trabajo, en donde los artículos de 82 al 89 explican a detalle los términos y condiciones.

El salario debe ser remunerado y nunca menor al fijado como mínimo de acuerdo con la ley federal, si se labora más tiempo se debe pagar al triple, el trabajador tiene derecho a vacaciones después de haber trabajado un año, el trabajador tiene derecho a aguinaldo, debe ser el mínimo de 15 días antes del 20 de diciembre, etc.

Propiedad Intelectual y Patentes

Registro de marca. La patente es un título de propiedad industrial que reconoce el derecho exclusivo sobre una invención, impidiendo a otros su fabricación o venta. En este caso Empresa no puede patentar sus muebles ya que no son diseños exclusivos, si no diseños creados a la medida y en base a referencias que sus clientes toman de páginas de internet. Pero si se pudiera registrar la marca y el nombre, llenado la solicitud de registro de marca ante el IMPI y llenado los documentos correspondientes.

Regulaciones Comerciales

Restricciones a la importación de materiales o exportación de productos.

Las regulaciones comerciales sobre la madera establecen requisitos fitosanitarios y sanitarios que deben cumplir las importaciones de madera, tienen como objetivo evitar la introducción de plagas y deforestación, estas regulaciones están establecidas por la SEMARNAT, las más importantes son las siguientes:

- NOM-016-SEMARNAT-2013: Regula la importación de madera aserrada nueva.
- NOM-144-SEMARNAT-2017: Establece los requisitos fitosanitarios para el embalaje de madera.
- NOM-013-SEMARNAT-2010: Garantiza que los árboles de Navidad importados cumplen con los estándares de calidad.

Legislación de Protección al Consumidor

Garantías obligatorias y políticas de devolución para los clientes. Las políticas de garantía y devolución son importantes para mejorar la reputación de la empresa, marca y aumentar las ventas, las políticas de devolución deben establecer las condiciones para la devolución del producto. Las garantías obligatorias son un derecho que se aplica cuando un producto no cumple las especificaciones, o la calidad, estas políticas de devolución permiten al cliente devolver un producto si no está satisfecho. Algunas garantías obligatorias son: La garantía debe ser de al menos 90 días a partir de la entrega del producto y el proveedor debe entregar la póliza de garantía al momento de entregar el producto.

Regulaciones sobre calidad y seguridad de los muebles fabricados

Existen ciertas normas oficiales, para garantizar la calidad y seguridad de los muebles fabricados, así como la sanidad y armonización de productos y servicios y también funcionan para verificar el cumplimiento de quienes lo realizan. Las NOM más importantes de seguridad en México son las siguientes;

- NOM-167-SCFI-2009: Requisitos de seguridad para muebles, incluyendo resistencia, estabilidad y seguridad infantil

- NOM-007-SCFI-1993: Requisitos de seguridad eléctrica para muebles con aparatos electrónicos o eléctricos
- NOM-018-SCFI-2000: Requisitos de información comercial para muebles, incluyendo etiquetado y publicidad

El incumplimiento de estas normas representa sanciones como multas, amonestación, suspensión de operaciones temporal, clausuras, retiro de productos del mercado, daños a la reputación e inspecciones.

Encuesta de Voz del Cliente

La voz del cliente es una metodología utilizada por s con el propósito de obtener información para realizar mejoras y conocer la satisfacción de los clientes con los productos o servicios que se ofrecen. La voz del cliente se puede realizar a través de diferentes canales como lo puede ser encuestas, redes sociales, y otros medios, en el caso de Empresa, se decidió utilizar las llamadas como canal, donde se realizaron 6 preguntas a 11 clientes diferentes, de estos 11 solo obtuvimos respuesta de 8.

A continuación, se presenta el cuestionario realizado:

1. ¿Se encuentra satisfecho con la en general?
2. ¿Qué tan probable es que recomiende nuestros servicios?
3. ¿De dónde conoces la ?
4. ¿Qué aprecias de nuestro servicio?
5. ¿Qué aspectos de nuestro servicio consideras se pueden mejorar?
6. ¿Algún otro comentario o sugerencia que quieras compartir con nosotros?

Los resultados obtenidos se presentan en categorías como satisfacción general, probabilidad de recomendación, conocimiento la empresa , satisfacción con el servicio en específico, sugerencias y comentaEmpresario adicionales. A continuación, se presentan las respuestas obtenidas:

Clientes/Preguntas	Se encuentra satisfecho con la empresa en general	Que tan probable es que recomiende nuestros servicios	De donde conoces la empresa	Que aprecias de nuestro servicio	Que aspectos servicio consideras se pueden mejorar	Algun otro comentario o sugerencia que quieras compartir con nosotros
DOBLEE	Si, satisfecho	Si, por su buena calidad	Por parte de su papa, desde hace 15 años	La calidad	Los tiempos de producción, retrasos de entrega	Ninguno
Amates	Bueno, enfocado en tiempos de entrega y calidad del producto	Probable, por sus tiempos de entrega y calidad	Tiene bastante años como maquilador del despacho	Los tiempos de respuesta en cuestión de cotizaciones	Respegar los tiempos de entrega para el punto de entrega, seguimiento y servicio cliente	No
Malu Zazueta Interiorismo	-	-	-	-	-	-
A&D	-	-	-	-	-	-
Casa Mexico	Satisfechos, me encantaría decir que muy satisfechos pero los tiempos y la mano de obra me impiden, pero tengo muchos años con ellos. Tengo que ir a revisiones de los proyectos, pero también tengo que reconocer que juega un papel importante en la estructura de mi empresa	No puedo recomendarlos porque arruino mi negocio pero de manera interna, los recomendaría	Desde que su papa la manejaba	La calidad en los cascos a diferencia de otros tapiceros y se refleja en los precios. Muy bonito terminado y antes tenía mejor, ha disminuido	Tiempos de entrega, tiempos de producción. Ultimamente, el tema de comunicación. Su papa tenía una habilidad para la fabricación de muebles para hacer una interpretación mental para lograr a traducir el mueble lo mas cercano de la realidad de la foto. Quizá sería bueno tener a alguien que se encargue del diseño interno para no tener que hacer reprocesos.	Me siento muy cómoda de poder ir al taller a revisar los proyectos y ver los avances, me hacen sentir que es mi casa y que soy bienvenida en cualquier momento. La comodidad hace mucho mas sencillo el trabajar con ellos.
Aura	-	-	-	-	-	-
Monica Aldrete	-	-	-	-	-	-
Jessica BRAVA VIVE BONITO	Si	90%	Trabaja en una empresa la cual nos contacto	La calidad de producto, la atención y el servicio al cliente	La logística de las entregas	Nada, una empresa muy atenta
Alexa Castelo	Si	100%	Por Facebook	La calidad, la amabilidad, la pronta respuesta	Esta satisfecha en general	Nada
Maribel Arce	Si	No lo recomendaría, trabaja como proveedor y ella tomaba el trabajo	Recomendación desde que trabajaba el papa	La calidad, la disponibilidad de resolución de problemas	Nada	Una empresa completa, entregas a tiempo, calidad, no han tenido problemas
Total Project Group	-	-	-	-	-	-

Figura 39. Tabulación de respuestas obtenidas, voz del cliente

1. Satisfacción General

- o Los clientes están generalmente satisfechos con Empresa, sobre todo con la calidad y disponibilidad.
- o Los tiempos de entrega y la mano de obra también reciben calificaciones altas, aunque existen quejas menores.

2. Probabilidad de Recomendación:

- o La mayoría de los clientes consideran que es muy probable que recomienden los servicios de Empresa a otros.
- o Son pocos los que no recomendarían la a otros por razones de competitividad, no de falta de calidad.

3. Conocimiento la empresa

- o La mayoría de los clientes conocen la por parte su experiencia y desde que el papá de los Empresario la manejaba
- o Algunos clientes la conocen por recomendaciones o en las redes sociales

4. Satisfacción con el Servicio

- o Todos los clientes están satisfechos con el servicio la empresa , sobre todo por la calidad de sus productos.
- o La disponibilidad de resoluciones de problemas, la atención, la amabilidad y los tiempos de respuestas en cuestión de cotizaciones también son muy populares entre los clientes

- o Un número reducido dice que el bonito terminado de los productos ha disminuido, pero siguen satisfechos

5. Sugerencia de Mejora

- o Mejorar los tiempos de producción y los de entrega
- o Optimizar la logística la empresas entregas
- o Mejorar el seguimiento y el servicio cliente
- o Mejorar la comunicación con el cliente para lograr a hacer un diseño interno que traduce el mueble lo más cercano la empresa realidad la empresa foto y no tener que hacer reprocesos

6. ComentaEmpresario Adicionales:

- o La gran mayoría de los clientes están muy satisfechos con Empresa y no tienen comentaEmpresario adicionales.
- o La comodidad y la proximidad entre los clientes y sus productos es apreciado por los clientes; ellos pueden ir al taller, revisar los productos y ver los avances.

En general, los clientes de Empresa están muy satisfechos con los productos y servicios ofrecidos, especialmente en términos de calidad de productos y de disponibilidad. Las áreas de mejora se centran en la gestión de los tiempos de producción y los de entrega. La comunicación con el cliente también es algo que puede mejorar. Mantener la calidad de los productos y la disponibilidad, junto con la implementación la empresas sugerencias de mejora, podría fortalecer aún más la satisfacción y lealtad del cliente.

Quality Function Deployment (QFD)

El QFD también conocido como Despliegue la empresa Función de Calidad, es una metodología comúnmente usada para el diseño de productos y servicios cuyo objetivo es conocer y dar prioridad a las necesidades de los clientes.

Para diseñar un Despliegue la empresa Función de Calidad (QFD) basado en la voz la empresa cliente obtenida del análisis anterior, seguiremos estos pasos:

1. Identificación la empresas necesidades del cliente (WHAT's):

- o Calidad de Productos
- o Variedad de Productos
- o Disponibilidad de productos
- o Diseños de precisión
- o Precio competitivo
- o Servicio de entrega eficiente
- o Seguimiento y servicio cliente

2. Identificación de los requisitos técnicos (HOWs):

- o Selección de vaEmpresario proveedores de alta calidad
- o Desarrollo de nuevos productos
- o Disponibilidad de materia prima y gestión eficiente del stock
- o Traducción efectiva la empresa demanda en diseño
- o Estrategia de control de costos
- o Cumplimiento de los plazos de producción y de entrega
- o Comunicación eficaz y disponibilidad para los clientes

3. Relación entre las necesidades del cliente y los requisitos técnicos:

Vamos a construir una matriz básica QFD:

WHATs / HOWs	Selección de vaEmpresario proveedores de alta calidad	Desarrollo de nuevos productos	Disponibilidad de materia prima y gestión eficiente del stock	Traducción efectiva la empresa demanda en diseño	Estrategias de control de costos	Cumplimiento de los plazos de producción y de entrega	Comunicación eficaz y disponibilidad para los clientes
Calidad de los productos							

Variedad de productos							
Disponibilidad de productos							
Diseños de precisión							
Precio competitivo							
Servicio de entrega eficiente							
Seguimiento y servicio cliente							

Figura 40. Matriz Básica QFD

Leyenda:

- **9:** Alta relación.
- **3:** Relación media.
- **1:** Baja relación.

Análisis la empresa Matriz QFD:

1. **Calidad de los productos:** La selección de vaEmpresario proveedores de alta calidad es crítica. Este aspecto debe ser el enfoque principal para mantener la satisfacción del cliente.
2. **Variedad de productos:** El desarrollo de nuevos productos es esencial, el uso de nuevos materiales puede ayudar el desarrollo de esos nuevos productos. Innovar constantemente para satisfacer las necesidades cambiantes del mercado y seguir competitivo es una prioridad. Eso también genera un alto nivel de fidelidad de los clientes
3. **Disponibilidad de productos:** Una gestión eficiente del stock es vital para asegurar una producción eficaz y llevar a cabo la producción de los productos. Asegurarse de que los productos estén siempre disponibles para los clientes es fundamental para mantener la satisfacción y la lealtad del cliente.

4. **Diseños de precisión:** Aunque menos crítico que otros factores, mejorar el diseño de los productos para que reflejen lo mejor posible la demanda de los clientes. Entonces, mantener una buena comunicación con los clientes es, por tanto, un factor esencial para garantizar su satisfacción
5. **Precio competitivo:** Implementar estrategias de control de costos ayudará a mantener precios competitivos, lo cual es importante para atraer y retener clientes. La elección la empresas materias primas y la optimización de los costes de producción son factores importantes para reducir costes y mantener precios competitivos.
6. **Servicio de entrega eficiente:** Optimizar la logística y los tiempos de entrega es crucial. Mejorar la puntualidad y la eficiencia en las entregas puede aumentar significativamente la satisfacción del cliente dado que es el punto más planteado por los clientes insatisfechos.
7. **Seguimiento y servicio cliente:** Una buena atención y servicio al cliente son esenciales para el buen funcionamiento la empresa . Una comunicación eficaz, con acuerdos por escrito y disponibilidad antes, durante y después la empresa entrega del producto, aumentará la fidelidad del cliente y mantendrá una relación basada en la confianza.

Matriz QFD final:

Despliegue de la función de la calidad									
Empresa Diferenza									

Figura 41.Matriz de QFD.

IMPLEMENTACIONES PRELIMINARES

A partir del diagnóstico obtenido, se pudieron llevar a cabo varias implementaciones preliminares de acuerdo con las áreas de oportunidad que se identificaron.

TEAM BUILDING

La primera implementación realizada fue un Team Building.

Objetivo Principal: “Fortalecer el trabajo en equipo, obtener el macroproceso, hacer una convivencia e iniciar con lazos de confianza para minimizar la resistencia al cambio.”

El Team Building consistió en dos dinámicas: Atínale y ¿Qué haces tú?

Dinámica 1- Atínale

La dinámica de atínale consistía en realizar equipos de 4-5 personas, a cada equipo se le otorga una pelota chiquita y se colocó una pequeña maceta en el centro. Se designó una distancia desde donde podían anotar puntos. La distancia era estratégicamente larga de manera que para anotar el máximo de puntos se requería de un esfuerzo en equipo para generar una estrategia.

El objetivo principal la empresa dinámica de atínale era mostrar que cuando se trabaja en equipo, siempre se obtienen mejores resultados.



Figura 42. Dinámica Atínale



Figura 43. Dinámica Atínale

Dinámica 2- ¿Qué haces tú?

La dinámica de ¿Qué haces tú?, consistía en otorgarles plumones y una cartulina a cada uno, donde pudieran redactar su día a día en el taller, y conocer acerca del rol que asume cada uno dentro del taller. Al final la empresa dinámica, también se les pidió acerca la empresas mejoras que les gustaría ver en el taller.

El objetivo principal la empresa dinámica de, ¿Qué haces tú?, era conocer el papel de cada uno en el taller para conocer el macroproceso general de Empresa.

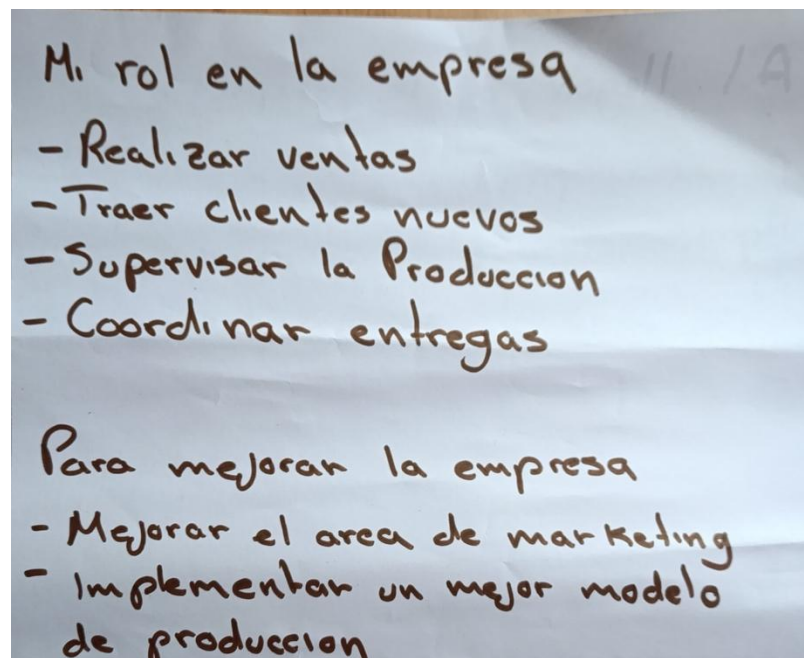


Figura 44. Dinámica ¿Qué haces tú?

Al llegar a la Empresa
Reviso la produccion
Reviso correo electronico
Respondo mails y mensajes

Figura 45. Dinámica ¿Qué haces tú?

Soy Tapicero
Al llegar lo primero que hago es
Saludar a mis compañeros despues
Preparo mi herramienta para empezar
a trabajar ya despues me pongo analizar
Para terminar mas rapido mi trabajo si se
me dificulta siempre le pido opiniones a
mi papá que el ya tiene mas experiencia
En esto lo que es tapizar todo tipo de
mueble

Figura 46. Dinámica ¿Qué haces tú?

MACROPROCESO

Definición del Macroproceso

Conjunto de procesos interrelacionados que trabajan de manera coordinada para cumplir un objetivo estratégico dentro de una . Estos macroprocesos agrupan múltiples actividades y funciones que contribuyen al éxito organizacional y suelen dividirse en categorías como macroprocesos estratégicos, misionales y de soporte.

Objetivo de macroproceso

Optimizar la gestión rial, asegurando que todas las actividades dentro la empresa organización sean eficientes, y estén alineadas con los objetivos estratégicos para generar valor a los clientes



Figura 47. Diagrama de macroproceso

En la parte categoría de estratégicos tenemos la dirección donla empresa parte compras y planeación va dirigido a los proveedores y las ventas hacia el cliente, en el área de misionales tenemos que las actividades operacionales son, pedido, revisar inventario, sacar medidas del mueble, diseñar el mueble, cortar, ensamblar, tapizar, lacar, empaque y entrega, los cuales van dirigidos al cliente, para la categoría de soporte tenemos cobranza, contabilidad y limpieza.

PERFILES

Se realizaron tres perfiles de descripción de puesto a partir la empresa necesidad de definición de roles que existe dentro la empresa .

Las descripciones de puestos definen el propósito, funciones, responsabilidades y habilidades necesarias para cumplir con cada rol dentro de una .

El objetivo principal la empresa definición de roles dentro de una es garantizar un funcionamiento correcto y desarrollo adecuado para la optimización de resultado la empresa , la mejora la empresa organización dentro del taller y el fortalecimiento de recursos humanos.

Figura 48.

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTO	
Título del puesto:	Director de Operaciones
Área/ departamento:	Producción y Operaciones
Lugar de trabajo:	El puesto se desarrollará dentro de las instalaciones del taller de diseño y fabricación de muebles. Zapopan, Jal.
Reporta a:	
Interacción interna:	Producción, Recursos Humanos, Contabilidad, Compras, Ventas y Mercadotecnia.
Interacción externa:	Comunicación con proveedores, clientes, instituciones gubernamentales, etc.
PERFIL	
Nivel académico:	Ingeniería Industrial, Ingeniería financiera y/o Ingeniería de Negocios, Producción o Licenciatura en Administración de empresas, Diseño Industrial.
Experiencia:	Mínima de 2 a 5 años en áreas de producción y operaciones
REQUISITOS	
Sexo:	Masculino o Femenino
Edad:	30 años o más.
Idiomas:	Español
Conocimientos:	Conocimiento de costos, indicadores de desempeño, Diseño y fabricación de muebles, Herramientas de gestión (Office, Google Workspace, etc).
RESPONSABILIDADES DEL PUESTO	
Ser responsable de la planeación y coordinación de los tiempos de producción con los tiempos de entrega, garantizar la calidad de los productos, supervisión del equipo de producción, supervisión del mantenimiento de maquinaria, control de inventarios y adquisición de materia prima, así como asegurar que las normas de seguridad sean cumplidas dentro del área de trabajo. Debe existir una colaboración con otros departamentos interinos para el alcance de los objetivos y encargarse de motivar al equipo.	

puesto para “director de Operaciones”

Descripción de

DESCRIPCION DE A FUNCIONES Y CTIVIDADES ESPECIFICAS

Actividad	Frecuencia	Reportes que genera
Supervisión del proceso de producción	Diario	Reporte de productividad.
Atención a clientes	Semanal	Negociación de precios
Supervisión del cumplimiento de tiempos de producción.	Semanal.	Reporte de eficiencia.
Coordinación y planeación	Según lo requiera	Cotizaciones.
Evaluación de la maquinaria	Mensual y según lo requiera	Reporte de mantenimiento.
Supervisión del cumplimiento de normas de seguridad	Mensual	Reporte de auditoría interna.

CONOCIMIENTOS Y ACTITUDES

CONOCIMIENTOS NECESARIOS	Conocimiento acerca del diseño y fabricación de muebles, Diseño y/o fabricación de muebles, Herramientas de Gestión (MS Office, Google Workspace)
ACTITUDES	Responsabilidad, Compromiso, Disciplina, Organización, Orientado a resultados.
HABILIDADES	Organización, Gestión del Tiempo, Adaptabilidad, Toma de Decisiones, Negociación, Atención al detalle, Planeación, Optimización de procesos, Comunicación efectiva.

Figura 49. Descripción de puesto para director de Operaciones

RECURSOS NECESARIOS PARA SU DESEMPEÑO

PC, Laptop, Celular, Vehículo

PERSONAL QUE LE REPORTAN

Coordinación administrativa

Gerente Administrativo

Contabilidad externa

INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO KPI'S

- Eficiencia en procesos de producción
- Cumplimiento de entregas a tiempo
- Uso eficiente de materia prima
- Número de unidades producidas
- Índice de accidentes laborales
- Satisfacción del personal.

ELABORO Y APROBO

Elaborado por	Fecha de actualización	Firma
Equipo Consultor ITESO	13/03/25	
Autorización	Fecha de autorización	Firma
Yair Morán López		
Nivel de la posición		

Figura 50. Descripción de puesto para director de Operaciones

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTO

Título del puesto: Coordinador administrativo

Área/ departamento: Administración y Operaciones

Lugar de trabajo: El puesto se desarrollará dentro de las instalaciones del taller de diseño y fabricación de muebles, Zapopan Jalisco

Reporta a: Director de Operaciones y Gerente Administrativo de la empresa

Interacción interna: Producción, Recursos humanos, compras, finanzas y Mercadotecnia

Interacción externa: Comunicación con proveedores, clientes, dependencias gubernamentales y entidades regulatorias.

PERFIL

Nivel académico: Licenciatura en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial y Diseño Industrial.

Experiencia: Mínima de 2 a 5 años en administración y operaciones.

REQUISITOS

Sexo: Indistinto

Edad: 30 años o más.

Idiomas: Español

Conocimientos: Conocimiento acerca del diseño y fabricación de muebles, Programas de diseño (AutoCAD Y SketchUP), Herramientas de Gestión (MS Office, Google Workspace) actividades de control y administración

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

Ser responsable de la gestión y organización de las actividades administrativas del taller como documentación, control de inventarios, negociación de precios y plazos de entrega y supervisión de producción y entregas. A su vez, mantendrá un contacto directo con clientes y proveedores para dudas, sugerencias u otras cuestiones. El uso de herramientas de gestión y programas de diseño para apoyar el diseño de productos, gestionar la producción, generar reportes y propuestas de mejora.

Figura 51. Descripción de puesto para Coordinador Administrativo

DESCRIPCION DE A FUNCIONES Y CTIVIDADES ESPECIFICAS

Actividad	Frecuencia	Reportes que genera
Apoyo en la planificación de tareas del personal y diseño de productos.	Semanal.	Avances de proyecto
Supervisión del cumplimiento de tiempos de producción.	Diaria	Reporte de productividad
Negociación de precios y entregas de insumos con los proveedores.	Según lo requiera.	Acuerdos con proveedores y acuerdos con clientes.
Comunicación con clientes y servicio de postventa	Según lo requiera	Reportes Postventa y otros.
Organización de documentos, reportes, desempeño de colaboradores, requerimientos del personal	Semanal, Diario	Reporte de organización de tareas, tiempos y movimientos

CONOCIMIENTOS Y ACTITUDES

CONOCIMIENTOS NECESARIOS	Conocimiento acerca del diseño y fabricación de muebles, Programas de diseño (AutoCAD Y SketchUP), Herramientas de Gestión (MS Office, Google Workspace)
ACTITUDES	Responsabilidad, Compromiso, Enfoque en la calidad, y Entusiasmo.
HABILIDADES	Comunicación asertiva, Organización, Gestión del Tiempo, Adaptabilidad, Toma de Decisiones, Negociación, Atención al detalle y Gestión de conflictos.

Figura 52. Descripción de puesto para Coordinador Administrativo

RECURSOS NECESARIOS PARA SU DESEMPEÑO

PC, Lap top, celular

PERSONAL QUE LE REPORTAN

Personal Operativo (Producción)

INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO KPI'S

- ✓ Eficiencia mínima del 95% en los procesos productivos y administrativos (Entregas eficientes a clientes finales)
- ✓ Mantener inventarios óptimos de materias primas
- ✓ Mantener a los colaboradores enfocados en la producción, disminuir el tiempo muerto
- ✓ Satisfacción de clientes

ELABORO Y APROBO

Elaborado por	Fecha de actualización	Firma
Equipo Consultor ITESO	12/03/25	
Autorización	Fecha de autorización	Firma
Yair		
Nivel de la posición		

Figura 53. Descripción de puesto para Coordinador Administrativo

DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTO

Título del puesto: Gerente Administrativo

Área/ departamento: Administración, Finanzas, Logística y Compras

Lugar de trabajo: El puesto se desarrollará dentro de las instalaciones del taller de diseño y fabricación de muebles. Zapopan, Jal.

Reporta a: Director de Operaciones

Interacción interna: Área de recursos humanos, finanzas, mercadotecnia, producción, compras y Logística.

Interacción externa: Comunicación con proveedores y clientes clave, bancos, instituciones gubernamentales y fiscales.

PERFIL

Nivel académico: Licenciatura en Administración de empresas, Finanzas, Contaduría, y Ingeniería industrial.

Experiencia: Mínima de 5 a 10 años en áreas administrativas, compras y Logística.

REQUISITOS

Sexo: Masculino y/o Femenino

Edad: 30 años o más.

Idiomas: Español

Conocimientos: Conocimiento de ventas, gestión de recursos humanos, contaduría, normativas fiscales, logística, laborales, diseño y fabricación de muebles, herramientas de gestión (Office, Google Workspace, etc.)

RESPONSABILIDADES DEL PUESTO

Responsable de supervisar el estado financiero de la empresa en conjunto con el departamento de contabilidad, optimización de procesos administrativos, encargado de negociar con proveedores y clientes clave, evaluar el desempeño de las estrategias comerciales, asegurar el cumplimiento legislativo y fiscal. Colaborar con otras áreas para lograr el alcance de los objetivos generales de la empresa. planes logísticos para la entrega al cliente final y cobranza.

Figura 54. Descripción de puesto para Gerente Administrativo

DESCRIPCION DE A FUNCIONES Y CTIVIDADES ESPECIFICAS

Actividad	Frecuencia	Reportes que genera
Análisis de estados financieros	Mensual.	Reportes de estados financieros
Supervisión de procesos administrativos de cobranza y cuentas por pagar	Semanal.	Reporte de actividad administrativa y operaciones
Negociación con proveedores y compra de materiales e insumos	Según lo requiera	Contratos, acuerdos, etc.
Cotización para el cliente	Cada vez que lo requiera un prospecto o cliente	Cotización
Análisis de cumplimiento legislativo y fiscal	Trimestral	Informe de auditoría.
Cálculo de materiales sobre diseño	Cada vez que se requiera	Calculo y costeo del material para la cotización al cliente
Informe de desempeño administrativo	Trimestral	Informe de productividad administrativa.

Figura 55. Descripción de puesto para Gerente Administrativo

CONOCIMIENTOS NECESARIOS	Conocimiento de ventas, recursos humanos, contaduría, normas fiscales y laborales, diseño y fabricación de muebles, Herramientas de gestión (Office, Google Workspace, etc).
ACTITUDES	Responsabilidad, Compromiso, Adaptabilidad, Proactividad, Visión estratégica, y capacidad de resolución de problemas
HABILIDADES	Liderazgo, Comunicación efectiva, Toma de decisiones, Optimización de procesos, Trabajo en equipo, Pensamiento estratégico

RECURSOS NECESARIOS PARA SU DESEMPEÑO

PC, Laptop, Celular, vehículo

PERSONAL QUE LE REPORTAN

Contabilidad externa

INDICADORES CLAVES DE DESEMPEÑO KPI'S

- Rentabilidad de la empresa
- Margen de beneficio neto
- Índice de rotación
- Nivel de satisfacción de empleados y de los clientes
- Entregas oportunas

Figura 56. Descripción de puesto para Gerente Administrativo

Identidad institucional

La identidad institucional es un conjunto de características que definen empresa y la distinguen de las demás. Las características que forman la identidad institucional son Misión, Visión y Valores.

La misión de una empresa es el propósito de una empresa, quiénes son, qué hacen y el valor que ofrece el producto o servicio.

Misión actual: “Ser líderes en la rama del interiorismo y en la producción de muebles diseño, atendiendo y superando las expectativas de nuestros clientes, entregándoles servicios y productos en los cuales puedan desarrollar momentos inolvidables”.

La visión de una empresa se refiere a lo que buscan lograr y/o alcanzar en el futuro, define a donde quiere llegar la empresa.

Visión actual: “Ser una de las empresas más reconocidas en México en cuanto al diseño de espacios y la producción de muebles sobre diseño.

Los valores de una marca son los principios éticos y morales sobre los que la empresa se rige.

Valores Actuales:

- Transparencia
- Confidencialidad
- Comunicación
- Responsabilidad
- Puntualidad

Misión

Para redefinir la misión, visión y valores realizamos una actividad con Empresario Morán, uno de los Empresario a cargo la empresa . El objetivo la empresa actividad era facilitar la construcción la empresa misión, visión y valores de manera colaborativa, sin embargo, el equipo de trabajo no estaba completo.

Para la actividad, llevamos materiales como plumones, hojas blancas y post-its para las anotaciones que se realizarían, además de utilizar una guía de preguntas para cada uno de los elementos.

Las preguntas guía para la misión fueron:

¿Qué hacemos?

¿Para quién lo hacemos?

¿Cómo lo hacemos?

¿Qué nos diferencia?

Se le hizo cadempresa la empresas preguntas a Empresario y anotó sus respuestas en post-its, para después leerlas en voz alta. A través la empresas respuestas de Empresario y la misión actual de Empresa construimos un borrador la empresa misión actualizada.

Misión actualizada: “Elaboramos muebles que combinan su funcionalidad y exclusividad, utilizando finas maderas y materiales de calidad, impulsando la innovación y ofreciendo soluciones personalizadas para crear piezas únicas que reflejen el estilo de nuestros clientes”

Visión

Para la visión se realizó una lluvia de ideas acerca la empresas metas y aspiraciones que se tiene para la y se utilizó como pregunta clave, “¿Dónde queremos estar en 5,10 y 20 años?”

Usando las respuestas de Empresario y la visión actual de Empresa, creamos un borrador.

Visión actualizada: “Ser en 5 años, la marca de referencia en muebles de diseño exclusivo para Jalisco y área metropolitana de Guadalajara, ser reconocidos por su creatividad y excelencia en la fabricación. Aspiramos a innovar constantemente, fusionando diseño y tecnología para redefinir la experiencia de mobiliario en mercados exigentes.”

Valores

Para la definición de los valores, le pedimos a Empresario que primero escribiera los valores de su persona y después los de Empresa, sus respuestas las colocho de igual manera en post-its y leyó sus respuestas en voz alta. Al leer sus valores y los de Empresa, creamos una nueva propuesta de valores.

Valores actualizados:

- Transparencia: Claridad en el proceso, ofrecemos información relevante de su producto, selección de materiales, costos y beneficios.
- Honestidad: Promovemos un ambiente de respeto mutuo y confianza.
- Puntualidad: Cumplimiento con los plazos acordados.
- Equidad: Trato justo para clientes proveedores y colaboradores.
- Lealtad: Tomar decisiones adecuadas, mantener la confidencialidad y trabajar en equipo.

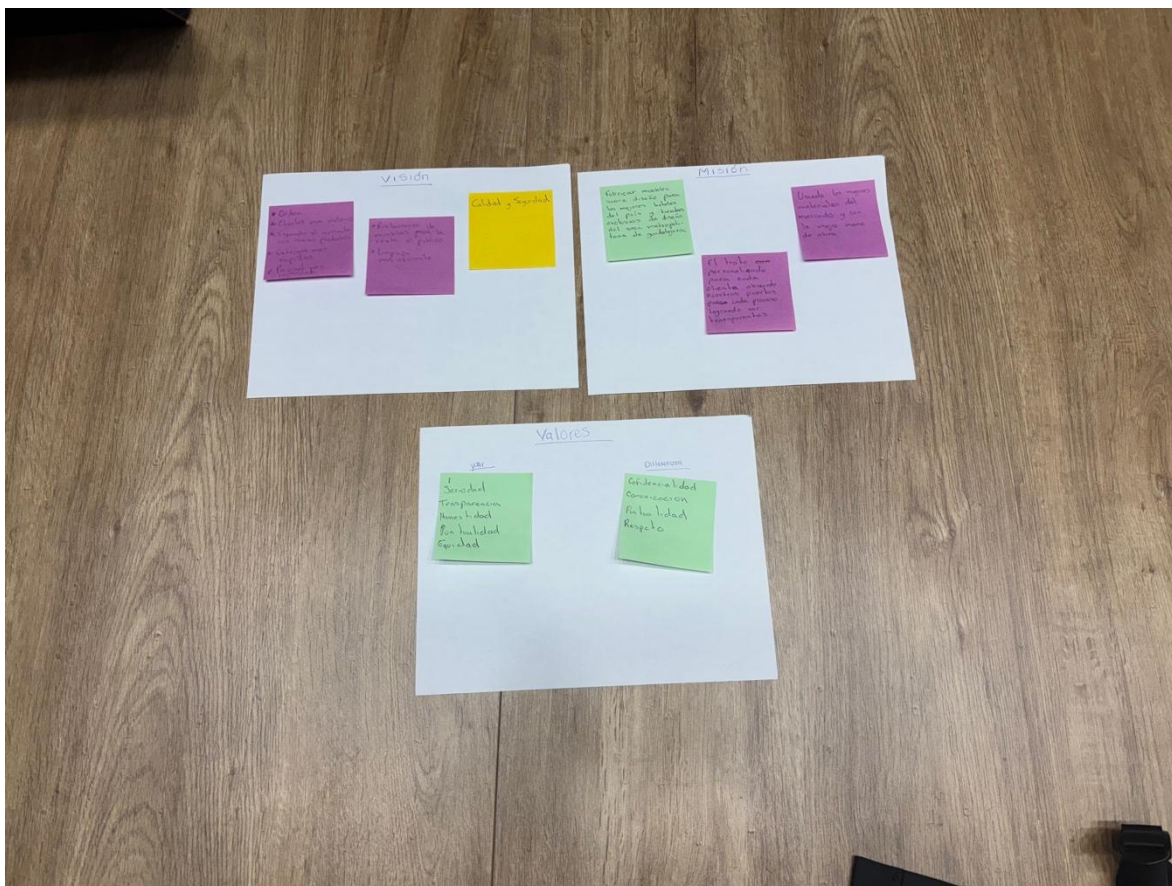


Figura 57. Imagen del ejercicio realizado con rio

Manual para registro ante el IMPI

Se realizó un manual para el registro de marca ante el IMPI, al surgir el tema de personas que se dedican a robar los nombres de marcas que no han sido registradas ante el IMPI. Los Empresario mostraron un interés en el registro de Empresa con el propósito de proteger tanto su marca como el legado que se ha logrado bajo el mismo nombre. En la actualidad no existe otra marca con el nombre de Empresa, pero existen marcas como *Empresa*. El no registrar la marca ante el IMPI representa incidencias legales, daños a su reputación, y la posible pérdida la empresa marca.

El Instituto Mexicano la empresa Propiedad Industrial o por sus siglas IMPI, es un organismo público con la autoridad para administrar la propiedad industrial en México. La función principal del IMPI es proteger los derechos de creadores e impulsar la innovación y desarrollo tecnológico.

El manual fue diseñado con el propósito de facilitar el registro para Empresa e informar acerca la empresa importancia del IMPI como el uso exclusivo la empresa marca, protección legal y reforzamiento la empresa identidad.



Figura 58. Portada de Manual para Registro de Marca

¿Qué es el IMPI?

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial o por sus siglas IMPI, es un organismo público con la autoridad para administrar la propiedad industrial en México. La función principal del IMPI es proteger los derechos de creadores e impulsar la innovación y desarrollo tecnológico.



Figura 59. Manual para registro de Marca



1-Investigación previa

Es necesario realizar una investigación previa para verificar que el nombre de tu marca no haya sido registrado y/o este en uso actualmente. Para esto ingresaremos a cualquiera de los siguiente dos links:

<https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcasnet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.cgi>

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick>

Figura 60. Manual para registro de marca

1- Investigación previa

Posteriormente, se ingresara el nombre de la marca para verificar su disponibilidad para el registro.

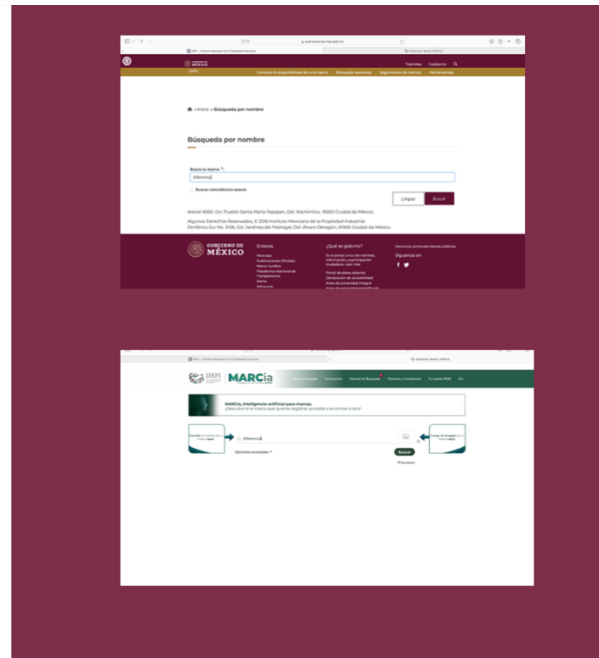
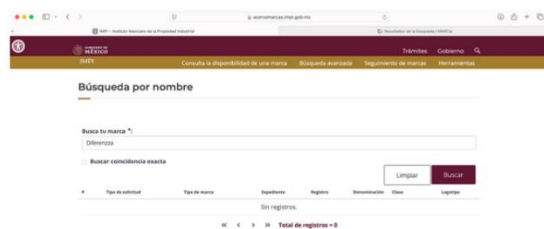


Figura 61. Manual para registro de marca

1- Investigación previa



Se puede observar que en la actualidad no existe una marca registrada con el nombre de Diferenza.

Figura 62. Manual para registro de marca

2-Crear una cuenta PASE

Tras verificar que no existe un registro de marca con el mismo nombre, se requiere la creación de una cuenta PASE para comenzar el proceso de registro. Se puede generar dentro del mismo sitio web del IMPI, en el siguiente enlace: <https://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/>

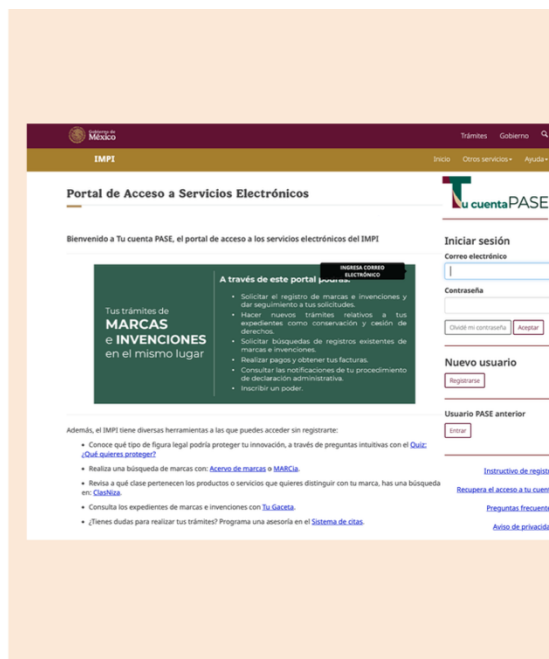


Figura 63. Manual para registro de marca.

3- Llenar el formulario

Tras crear una cuenta PASE, se te solicitará llenar un formulario el cual requiere información como nombre y domicilio del solicitante, constancias, comprobantes de pago, etc.



Figura 64. Manual para registro de marca

4-Clasificación de la marca



Será necesario clasificar tu marca de acuerdo a los giros correspondientes de ClasNiza.

En el siguiente link, podrás encontrar las clasificaciones:
<https://clasniza.impi.gob.mx>

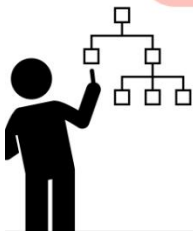


Figura 65. Manual para registro de marca

4-Clasificación de la marca

Diferenza pertenecería a la clase 20, de acuerdo a la Clasificación de Productos y Servicios de Marcas.

La Clase 20 corresponde a Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbas amarillo.

Figura 66. Manual para registro de marca

Bienvenido a ClasNiza

ClasNiza es una herramienta tecnológica administrada por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la cual facilita a los usuarios la búsqueda y clasificación de productos y servicios necesarios para el llenado de las solicitudes de registro de marcas y avisos comerciales.

Esta base de datos contiene todos los términos incluidos en la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de las marcas en virtud del Arreglo de Niza, los términos incluidos en la Lista Complementaria de Productos y Servicios que el IMPI ha creado para ayudar y dar certeza jurídica a los usuarios del sistema marcario mexicano, así como los términos armonizados entre Colombia, Chile, Perú y México generados en base a Alianza del Pacífico y la lista de términos aceptados por nuestro país de la base de datos denominada TMCLASS, relativa a la clasificación de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO).

Aviso

A partir del mes de octubre de 2017, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial pone a disposición de los usuarios, a través de ClasNiza, los términos de la base de datos denominada TMCLASS, relativa a la clasificación de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), que México ha aceptado para poder integrarlos a las descripciones de productos y servicios que se indican en las solicitudes que se presentan en nuestro país, a fin de ofrecer una mayor cantidad de términos a elegir en el proceso de llenado de una solicitud de registro de signos distintivos.

[Clasificación de Productos y Servicios de Marcas / Ejemplar 1](#)

4-Clasificación de la marca

Figura 67. Manual para registro de marca

5-Pago de Tarifas y Presentación de solicitud

Actualmente el costo de registro de una marca tiene un costo de \$2,457.79 mxn. El pago de las tarifas se puede realizar en la plataforma PASE o directamente en un banco.

Después de realizar tu pago, puede ingresar tu solicitud en línea o de manera presencial en alguna de las oficinas del IMPI.

Las oficinas del IMPI en Zapopan, se encuentran en Boulevard Puerta de Hierro N° 5200 en el piso 1 local 8. Fraccionamiento Puerta de Hierro, Zapopan, Jalisco.

Más información acerca de la presentación de solicitud en: <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>



Figura 68. Manual para registro de marca



6-Notificación del trámite

Tras presentar tu solicitud ante el IMPI, debes consultar tu expediente en MARCANET o en un tu cuenta PASE.

Recordatorio: El Art.120 de la Ley de Propiedad Industrial, establece que al presentar una solicitud de registro de marca, esta se publicará en Gaceta de la Propiedad Industrial. y tendrá un plazo de un mes en caso de que un tercero se oponga a la solicitud.

Link a la gaceta de propiedad industrial: <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/tu-gaceta-la-gaceta-de-la-propiedad-industrial>

Figura 69. Manual para registro de marca.

6-Notificación del trámite

Ejemplo: Gaceta de Propiedad industrial



Figura 70. Manual para registro de marca



7-Resolución del trámite

Por último, el IMPI te notificará la resolución de tu solicitud en el domicilio que utilizaste para la misma solicitud o en la Gaceta de Propiedad Industrial.

Figura 71. Manual para registro de marca.

Registro a consultar

Datos generales

Denominación	AL TERN HEALTHY FAST FOOD
Número de expediente	2893208
Número de registro	2893208
Fecha de presentación	14/03/2017
Fecha de publicación de la solicitud	27/03/2017
Fecha de concesión	06/06/2017
Fecha de terminación	06/06/2017
Tipo de solicitud	REGISTRO DE MARCA

Productos y Servicios

14. SERVICIOS DE PREPARACIÓN DE COMIDAS SALUDABLES, PREPARACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COMIDAS Y BEBIDAS SALUDABLES DE CONSUMO INSTANTÁNEO, RESTAURANTES, CAFETERÍAS DE RESTAURANTES DE COMIDAS SALUDABLES, PREPARACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS SALUDABLES.

Información del Titular

Nombre	FERNANDO DANIEL SANCHEZ VIRGEN
Dirección	AV. AZULERA 1000, INT. 210, TOLUCA, ESTADO DE MEXICO
País	MEXICO

Trámite

Evento	Fecha de ocurrencia	Estado	Procedimiento	Fecha de inicio	Fecha de terminación	Observaciones
1	14/03/2017	RECIBIDA	RECEPCIÓN DE EXPEDIENTE	14/03/2017	06/06/2017	

Tabla de Resumen

Número de expediente	Imagen	Marca	Tipo de Solicitud	Titular	Estatus
2893208		AL TERN HEALTHY FAST FOOD	REGISTRO DE MARCA	FERNANDO DANIEL SANCHEZ VIRGEN	Registrada

7-Resolución del trámite

Ejemplo de como se ve una marca registrada ante el IMPI

Figura 72. Manual para registro de marca



Figura 73. Manual para registro de marca.

CAPACITACIÓN 5'S

En base a todas las investigaciones, análisis y diagnósticos que se implementaron y realizaron En la Empresa , se propuso hacer una capacitación la empresa metodología la empresas 5's con el objetivo de mejorar el orden, la limpieza y la eficiencia en el área de trabajo, promoviendo un ambiente laboral más seguro, productivo y disciplinado, que facilite la mejora continua y el trabajo en equipo.

Se preparo una presentación donde se explicó el objetivo la empresa capacitación y la explicación de cadempresa la empresas 5's, así mismo En la Empresa presentación se hicieron varias actividades para hacer más dinámica la capacitación y que lo trabajadores tuvieran un entendimiento más claro, se realizó la primera actividad que constaba después la

empresa explicación la empresa 2da s, las tarjetas rojas ayudaron para que el equipo de trabajo de En la Empresa se diera cuenta cuantos artículos estaban en su área de trabajo los cuales hacían un poco más lenta su producción ya que el Empresario mencionaron, que algunos de esos artículos o ya no servían o no deberían de ir ahí o incluso que no eran de su área.

La segunda actividad consto de una sopa de letras tenía como objetivo mostrar la diferencia de tener las palabras en desorden y encontrar las 5's en el menor tiempo posible a tenerlas en orden y ver quien era el primero en terminar, esto con la enseñanza de concientizar que cuando hay un orden es más fácil terminar la producción a tiempo.

Finalmente, se les entrego un manual para la implementación la empresa metodología, donde se incluían los beneficios y la explicación de cada s, esto para que los trabajadores implementen día a día las enseñanzas que se llevaron En la Empresa capacitación.



Figura 74. Presentación la empresa capacitación la empresas 5S

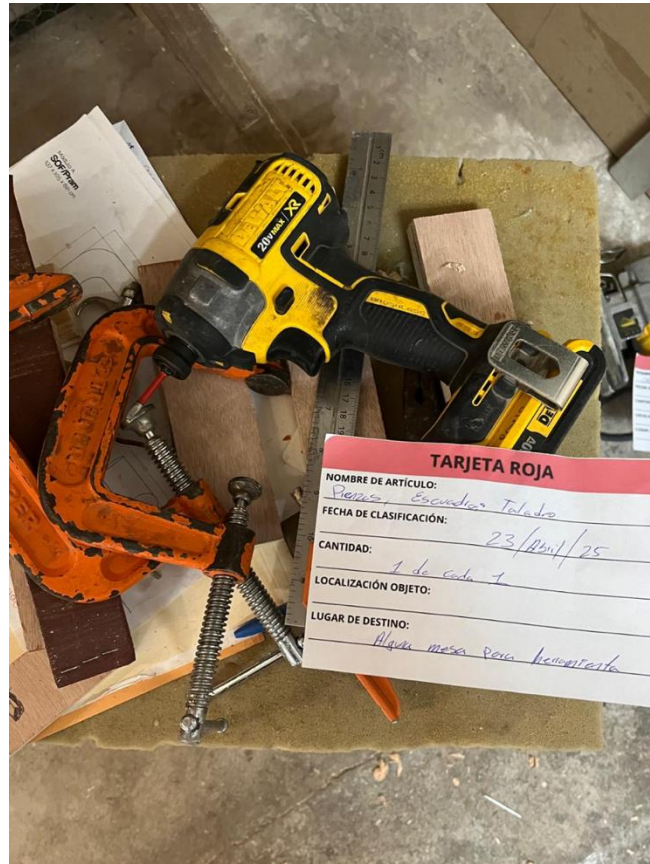
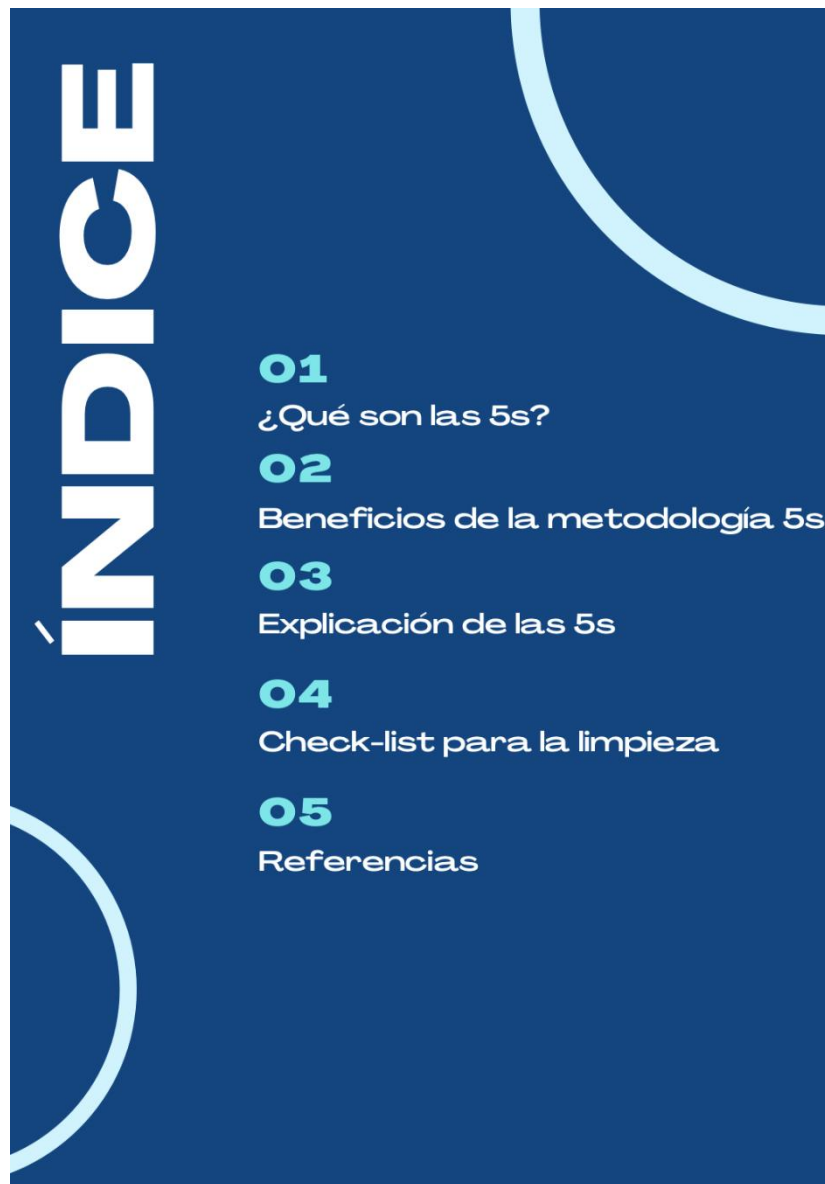


Figura 75. Dinámica la empresa tarjeta roja de capacitación de 5S

MANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA 5'S



Figura 76. Portada de Manual para la implementación la empresa metodología 5S



01	¿Qué son las 5s?
02	Beneficios de la metodología 5s
03	Explicación de las 5s
04	Check-list para la limpieza
05	Referencias

Figura 77. Índice Manual para la implementación la empresa metodología 5S

¿QUÉ SON LAS 5S?

La metodología de las 5s es una herramienta de gestión empresarial, enfocada en mejorar la productividad y calidad en las empresas. Se originó en Japón en la década de los 50 con el objetivo de promover la eficiencia y la organización en el entorno laboral.

El método de las 5s se llama así por sus iniciales de las palabras japonesas: seiri, seiton, seiso, seiketsu y shitsuke. El método de las 5s en la filosofía kaizen se deriva de la fusión de dos palabras japonesas Kai (cambio) y Zen (mejor). la filosofía hace una referencia a un proceso de mejora continua para el control de calidad de los procesos.



Figura 78. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

BENEFICIOS

LIMPIEZA



Eliminar elementos innecesarios que puedan afectar la eficiencia, seguridad o imagen del lugar de trabajo.

PRODUCTIVIDAD



La capacidad de una persona o equipo para generar valor en el menor tiempo posible, es la reacción entre los recursos como tiempo, materiales, energía, etc.

CALIDAD



Es el grado en que un producto cumple con los estándares o requisitos establecidos, mejorando la satisfacción del cliente.

SEGURIDAD



Prevenir riesgos que puedan provocar accidentes, lesiones o enfermedades a los trabajadores, mediante la implementación de controles responsables.

Figura 79. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

TARJETA ROJA

DEFINICIÓN

En la metodología 5S, la tarjeta roja es una herramienta clave dentro de la primera "S": Seiri (Clasificación). Su utilidad es ayudar a identificar y eliminar objetos innecesarios en el lugar de trabajo, promoviendo un entorno más limpio, eficiente y seguro.

TARJETA ROJA

NOMBRE DE ARTÍCULO:

FECHA DE CLASIFICACIÓN:

CANTIDAD:

LOCALIZACIÓN OBJETO:

LUGAR DE DESTINO:

Figura 80. Tarjeta Roja. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

1 S

CLASIFICACIÓN

SEIRI

Mantener solo las cosas necesarias y descartar las que no necesitamos.

PROCESO:

- Recolección de Datos: Revisar y clasificar todos los artículos.
- Uso de Tarjetas Rojas: Marcar los artículos innecesarios.
- Revisión y Decisión: Decidir el destino de los artículos no necesarios



Figura 81. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

2 S

ORDENAR

SEITON

Organizar los elementos necesarios de manera eficiente para facilitar el acceso y el uso.

PROCESO:

- Diseño del Espacio: Planificar la disposición de los artículos.
- Etiquetado y Organización: Etiquetar y organizar artículos en lugares designados.

Figura 82. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

3 S

LIMPIEZA

SEISO

Mantener el área de trabajo limpio para prevenir el desorden y mejorar la seguridad

PROCESO:

- Desarrollo del Programa de Limpieza: Definir lugares, acciones, frecuencia y responsables.
- Asignación y Seguimiento: Asignar tareas y hacer seguimiento del progreso.

Figura 83. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

4S

ESTANDARIZACIÓN

SEIKETSU

La estandarización consiste en mantener lo que se ha adoptado o implementado hasta el momento. Se debe establecer un orden de procesos o reglas para mantener un funcionamiento adecuado de las primeras tres S's.

EJEMPLO:

Situación:

En el taller ya se clasificaron, ordenaron y limpiaron sus áreas de trabajo (Seiri, Seiton y Seiso). Sin embargo, cada trabajador usa un método diferente para etiquetar y organizar

Acción de la 4S (Seiketsu):

El equipo decide establecer una bodega de tarjetas rojas para todos los artículos:

Figura 84. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

5 S

DISCIPLINA

SHITSUKE

La disciplina permite el compromiso continuo de los empleados con las 5S.

PROCESO:

Se trata de cumplir con los pasos anteriores a través de la disciplina constante para no dejar de lado los hábitos positivos.

Figura 85. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

EJEMPLOS DE COMO IMPLEMENTAR LAS 5S

SEIRI (CLASIFICAR)

- Revisar todas las herramientas, materiales y piezas de madera.
- Desechar o retirar del área de trabajo los materiales defectuosos, herramientas duplicadas o muebles incompletos que no se van a reparar.
- Crear un área de "materiales por revisar" para no saturar el espacio productivo.

SEITON (ORDENAR)

- Colocar etiquetas visuales en estanterías para organizar tornillos, clavos, bisagras y herrajes según tamaño y tipo
- Ubicar los productos terminados en zonas señalizadas por fecha de fabricación o por cliente.

SEISO (LIMPIAR)

- Establecer rutinas diarias de limpieza de máquinas, áreas de lijado, y mesas de trabajo.
- Asignar responsabilidades por zonas para asegurar que cada espacio esté limpio al final del turno.
- Colocar contenedores para polvo, virutas y residuos cerca de los puestos de trabajo.

SEIKETSU (ESTANDARIZAR)

- Establecer un formato visual para etiquetar materias primas, muebles en proceso y muebles terminados.
- Crear un "manual visual" con fotos de cómo debe estar cada estación de trabajo.
- Implementar auditorías semanales con una lista de verificación 5S para cada área del taller.

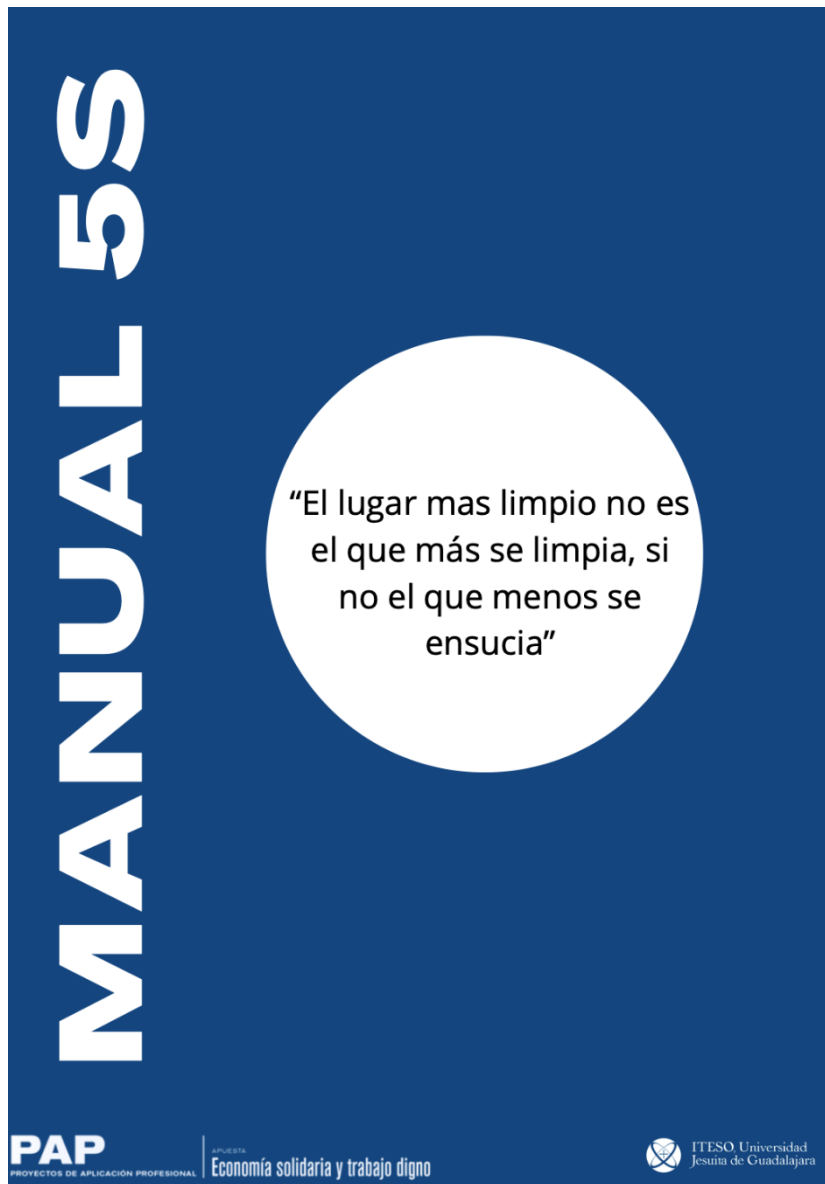
SHITSUKE (DISCIPLINAR)

- Capacitar continuamente al personal sobre la importancia de las 5S.
- Reconocer mensualmente al equipo o trabajador que mejor implemente las 5S.
- Colocar gráficos de desempeño 5S visibles para todos los empleados.

Figura 86. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

Figura 87. Checklist de limpieza. Manual para la implementación la empresa metodología 5S

Figura 88.
la



Manual para

implementación la empresa metodología 5S

DIAGRAMA DE PLANEACIÓN DE PRODUCCIÓN

El diagrama de planeación de producción consiste en un diagrama de flujo que muestra el desglose sistemático del sistema de producción.

Su objetivo principal es la visualización simplificada del flujo de fabricación del producto principal la empresa

A partir de nuestro diagnóstico y de nuestras numerosas conversaciones con la dirección de En la Empresa, quedó claro que la producción no estaba optimizada y que era imperativo proponer un plan de producción detallado.

Gracias al macroproceso, pudimos examinar de cerca el plan de producción actual la empresa , identificar sus defectos, idear soluciones y proponer un nuevo plan de producción en forma de diagrama de flujo que muestra toda la cadena de producción, desde la empresa recepción la empresa solicitud del cliente hasta la entrega del producto.

Para optimizar la producción y mejorar la productividad la empresa , primero tuvimos que identificar las oportunidades de mejora y los cuellos de botella. Hoy en día, En la Empresa espera la devolución firmada del presupuesto por parte del cliente antes de iniciar las operaciones, empezando por el cálculo la empresa necesidades de materia prima. El resultado de esta secuencia En la Empresa cadena de producción es una escasez habitual de material cuando los muebles entran en producción, lo que provoca importantes retrasos y el incumplimiento de los plazos.

Para remediar esta falta de anticipación, que provoca escasez de materias primas, hemos propuesto un plan de producción que incluye un prediseño y un cálculo previo la empresa necesidades en cuanto recibimos la solicitud del cliente. No hay muchos clientes, así que no es un hándicap hacer esto para cada cliente. Así, una vez que el cliente ha firmado el presupuesto, ya se conocen la Empresas necesidades y puede comenzar la producción. Gracias empresa mejor previsión y disponibilidad la empresa materias primas, En la Empresa podrá eliminar su cuello de botella y optimizar la producción en el taller.

Aquí esta nuestra propuesta de un nuevo plan de producción en forma de un diagrama de flujo la empresa operaciones:

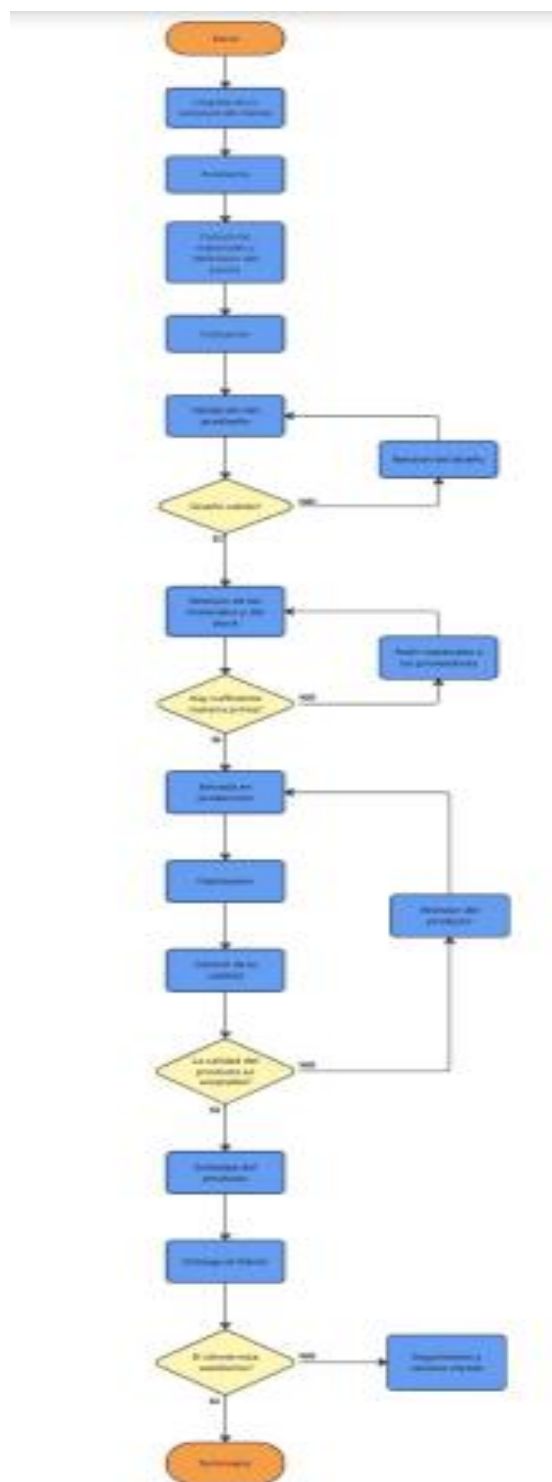


Figura 89. Diagrama de Flujo del Plan de Producción

BUSINESS MODEL CANVAS

El modelo canvas es una herramienta de análisis estratégico que permite desarrollar el modelo de negocio de una manera simplificada. A través del uso del modelo canvas se pueden identificar las áreas clave dentro de una como su propuesta de valor y la estructura de costos. El modelo de Canva está compuesto por 8 áreas: socios clave, actividades clave, recursos claves, oferta de valor, relacionamiento con en el cliente, segmentos de clientes, recursos clave, canales, estructura de costos y fuente de ingresos.

El objetivo del desarrollo del modelo de canvas es obtener una visión clara y estratégica del modelo de negocio, permitiendo comprender cómo la crea y entrega valor a través de su propuesta. El uso de esta herramienta auxilia En la Empresa identificación de elementos claves para el funcionamiento la empresa.

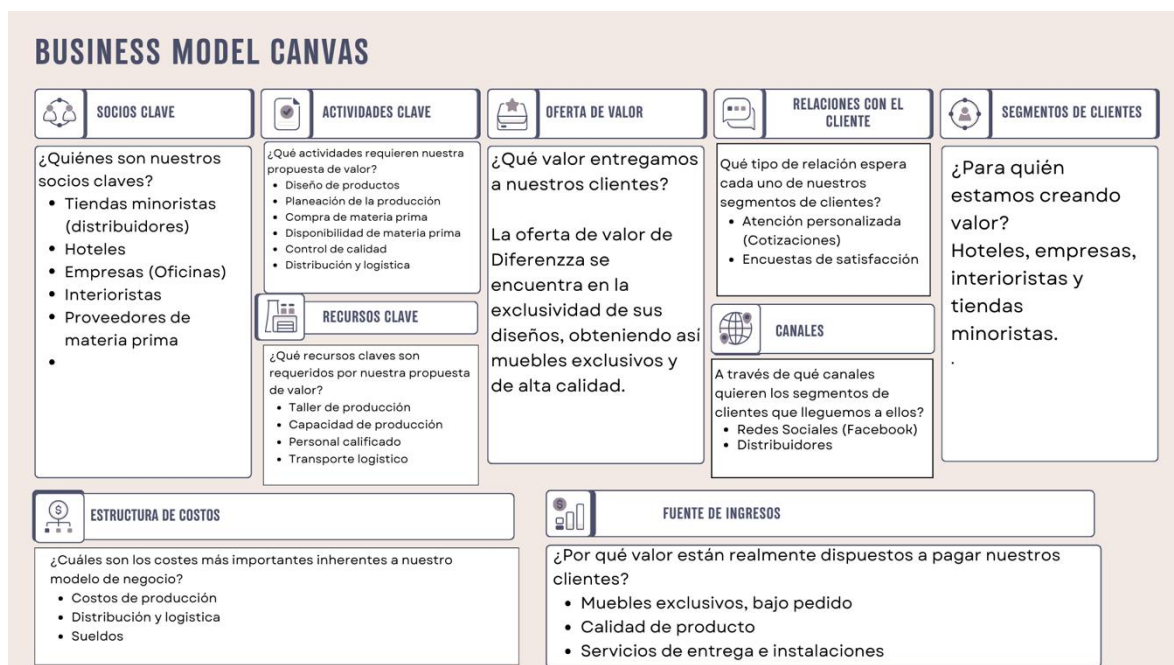


Figura 90. Business Model Canvas

PLAN DE DESARROLLO

El Plan de Desarrollo es la propuesta a seguir para el siguiente PAP. El Plan de Desarrollo se compone para la empresa, de áreas claves de desempeño que están relacionadas de manera directa a funciones básicas dentro la empresa organización. Por otro lado, están las capacidades reales las cuales son un conjunto de destrezas, habilidad y conocimientos con las que cuenta para la gestión y la competitividad, y, por último, los objetivos que se busca alcanzar a partir del desarrollo de estas.

Área Clave de Desempeño	Capacidad	Objetivo
DIRECCIÓN Y OPERACIONES	Gestión eficiente de todos los procesos operativos y de los recursos de la empresa	Operar de manera más eficiente y eficaz, que les permita reducir costos, aumentar la productividad, mejorar la calidad y crecer su margen de ventas
		Gestionar eficientemente los inventarios para la disponibilidad y calidad de las materias primas que permitan cumplir con los tiempos de entrega a los clientes.
DESARROLLO ORGANIZACIONAL	Organización estructurada y enfocada en la creatividad, innovación y desempeño de los colaboradores.	Fomentar un equipo altamente calificado, motivado y alineado con la visión de la empresa.
GESTIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS	Eficiencia en la gestión del flujo de caja y costos de producción.	Mantener una estructura financiera sólida y sostenible que permita la operación, innovación y expansión.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

ETAPA: Implementaciones preliminares

1. Evento de integración para fomentar el trabajo en equipo y disminuir la resistencia al cambio.

a) **Producto:** Team Building

- b) **Beneficio:** Desarrollar la capacidad para trabajar en equipo, la integración, disminución la empresa resistencia al cambio y reconocimiento en sus líderes.
- c) **Meta:** Llevar a cabo el 1.er evento en febrero de 2025, lograr subir el nivel de participación de los colaboradores con sus nuevos líderes y desarrollar el macroproceso de En la Empresa.

El objetivo del evento de integración conocido como Team Building era fomentar la participación del equipo, la integración y la disminución la empresa resistencia al cambio para colaborar con la nueva administración. Para el team building se llevaron a cabo diferentes dinámicas; La primera era atínale donde requerían uno de los otros para alcanzar el mayor número de puntos. Después la empresa actividad, se pudo observar una mayor comunicación y convivencia entre los trabajadores e incluso un poco más de aceptación hacia sus nuevos líderes. En la Empresa dinámica de ¿qué haces tú?, pudimos notar una separación de nuevo, pero era de esperarse considerando que un equipo no se hace la empresa noche a la mañana, pero además de que tuvieron la oportunidad de platicarnos acerca de su día a día En la Empresa y contarnos un poco del rol que asumen dentro de ella, les preguntamos sobre las mejoras que les gustaría ver dentro la empresa. La mayoría las empresas respuestas eran las mismas y era que les gustaría trabajar en equipo, tener el apoyo de sus compañeros y ser más unidos. Otras respuestas eran la disponibilidad de los materiales para evitar atrasos en los proyectos, limpieza y organización dentro del taller.

MACROPROCESO

2. Actividad integradora “¿Qué haces tu?” para conocer el proceso de cada área de producción.
 - a) **Producto:** Macroproceso
 - b) **Beneficio:** Optimizar la gestión rial, asegurando que todas las actividades dentro la empresa organización sean eficientes, y estén alineadas con los objetivos estratégicos para generar valor a los clientes.

- c) **Meta:** Conocer el proceso de producción de cada uno de los trabajadores y con esto armar el macroproceso, así como identificar los cuellos de botella, también sirvió para que los trabajadores se dieran cuenta del rol que cumple cada uno En la Empresa.

Para llevar a cabo esta actividad, se les dio una hoja junto con plumones a cada uno de los trabajadores incluyendo a los administradores la empresa, se les explico que tenían que escribir paso por paso lo que hacían al llegar a la y al finalizar su turno, se les pidió que fueran muy específicos en lo que hacían, para que nosotros pudiéramos plasmar todos esos pasos en el macroproceso.

PERFILES

3. Actividad para definir roles

- a) **Producto:** Descripción de puestos para la definición de roles.
- b) **Beneficio:** Establecer las responsabilidades y funciones parempresa optimización la empresa organización interina que permita mejorar la comunicación entre pares y contribuya a la eficiencia operativa.
- c) **Meta:** Definir perfiles y roles dentro la empresa organización, así como dar inicio al proceso de reclutamiento para reforzar la estructura organizacional y contribuir al crecimiento y desarrollo la empresa organización.

Los perfiles permitieron definir los roles dentro la empresa, principalmente los roles de los En la Empresario. A partir de los perfiles realizados, los En la Empresario han comenzado su proceso de reclutamiento para un **coordinador administrativo**. De manera previa, nos comentaron que aún no han podido encontrar a alguien, a pesar de publicar la vacante disponible en redes sociales y En la Empresa plataforma de CompuTrabajo.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

4. Actividad junto con los administradores de En la Empresa para definir la nueva identidad institucional

- a) **Producto:** Identidad institucional
- b) **Beneficio:** Brindar coherencia y solidez en su forma de presentarse ante la sociedad, fortaleciendo su reconocimiento, la confianza del público y su diferenciación frente a la competencia. Apoyando el cumplimiento de objetivos estratégicos al proyectar una imagen clara y creíble.
- c) **Meta:** Reestructurar la identidad institucional de En la Empresa reflejando los objetivos y planes que tienen para la, reafirmando el compromiso que se tienen con el crecimiento y desarrollo la empresa para la expresión de una imagen sólida, congruente y competitiva.

Esta actividad se llevó a cabo con los administradores de En la Empresa en diferentes días ya que no pudieron estar juntos el día acordado, la actividad constaba de darles hojas y plumones y darles unas preguntas guías donde se basarían para crear su nueva visión, misión y valores. Ellos tenían que poner frases o palabras claves que nos ayudaran a unir todo y crear algo nuevo, así mismo no tenían que hablarse ni escucharse pues el objetivo era tener las dos versiones de lo que querían para la empresa y unificarlas.

IMPI

5. Actividad de registro de marca para asegurar la propiedad industrial

- a) **Producto:** Manual para el registro de marca ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI).
- b) **Beneficio:** Proporcionar una guía que sea clara y concisa para facilitar el proceso de registro ante el IMPI.
- c) **Meta:** Generar una guía que sea clara, práctica y accesible de manera que les permita a las organizaciones realizar su proceso de registro de una manera simplificada, con el fin de proteger su marca, reforzar su identidad y elevar su posicionamiento.

El registro de una marca ante el IMPI es esencial por factores que se han mencionado de manera previa como lo pueden ser las incidencias legales, daños a su reputación y la posibilidad de perder el uso la empresa marca. El registro la empresa marca no solo brinda protección sino permite establecer su identidad ante el mercado. Así mismo, fortalece la

competitividad, facilita la diversificación de mercados y es un elemento clave para la diferenciación.

5'S

6. Capacitación la empresa metodología 5's para los trabajadores de En la Empresa

Producto: Capacitación la empresa 5's para los trabajadores y manual la empresa metodología para aplicar los conocimientos día a día

Beneficio: Mejora del orden, la limpieza y la eficiencia en el lugar de trabajo, lo que se traduce en mayor productividad, reducción de desperdicios, motivación del personal y una cultura de mejora continua.

Meta: La metodología tiene como objetivo capacitar al personal de En la Empresa En la Empresa metodología 5S con el fin de mejorar el orden, la limpieza y la eficiencia en el área de trabajo, promoviendo un ambiente laboral más seguro, productivo y disciplinado, que facilite la mejora continua y el trabajo en equipo.

Esta implementación se propuso y se basó en los problemas que la tiene en cuanto a su producción, tiempos de entrega, cuellos de botella, etc. Se preparo una presentación para la capacitación, la presentación constaba En la Empresa explicación de cadempresa la empresas 5's así como tres dinámicas, la primera fueron las tarjetas rojas donde ellos tenían que pegarlas en los objetos de no correspondían en su área de trabajo y se tenía que mover, guardar en otro lugar o tirar, la segunda actividad fue una sopa de letras donde tenían que identificar las 5's que vieron En la Empresa capacitación y encontrarlas en el menor tiempo posible con las letras en desorden y otra en orden, finalmente se les mostro un video para resumir todo lo que se les enseño.

DIAGRAMA DE PLANEACIÓN DE PRODUCCIÓN

7. Elaboración de una propuesta de mejora la empresa planeación la empresa producción

Producto: Diagrama de flujo

Beneficio: Permite visualizar de manera simple las etapas la empresa producción de un mueble en el taller y de optimizar la planeación de producción.

Meta: La elaboración de este diagrama de flujo tiene por objetivo de proponer una nueva forma de planeación de producción para lograr a optimizar la cadena de fabricación e incrementar la productividad del taller. Esa propuesta permitiría respetar los plazos de producción y reducir los tiempos de entregas.

El diagrama de planificación de producción es un diagrama de flujo que muestra de forma simplificada el proceso de fabricación de un producto. En el caso la empresa En la Empresa, se identificó que su producción no estaba optimizada, por lo que se propuso un nuevo plan detallado que aborda los problemas actuales, como la escasez de materiales debido a la falta de anticipación en el cálculo de necesidades. La solución propuesta incluye realizar un prediseño y calcular previamente las materias primas desde empresa solicitud del cliente, lo que permitirá anticiparse, reducir cuellos de botella y mejorar la productividad.

BUSINESS MODEL CANVAS

Producto: Business Model Canvas

Beneficio: El modelo de negocio de canva permite identificar debilidades, detectar áreas de oportunidad, optimizar el uso de recursos y facilitar la toma de decisiones.

Meta: Ayudar a la comprensión de los elementos claves la empresa organización para su funcionamiento con el propósito de tomar decisiones más estratégicas y generar una propuesta de valor.

Al realizar un modelo de canvas se busca facilitar la comprensión y visualización del modelo de negocio la empresa organización con el objetivo de maximizar su propuesta de valor, como se mencionó en el FODA Cruzado. Así mismo permitirá a la organización identificar sus áreas de mejora y oportunidades de crecimiento de desarrollo.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Gobierno de México. (s.f). Mipymes mexicanas: motor de nuestra economía. Gobierno de México.https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/923851/20240626_Dosier_MIPY_MES_SALIDA_Interactivo_5_.pdf

Secretaría de Economía.(s.f). Tratados Internacionales. Gobierno de México.
<https://www.gob.mx/se/>

Romo, P. (9 de enero de 2025). Menos de 5% de Pymes en Jalisco participa en cadenas de valor: Sedeco. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/5-pymes-jalisco-participa-cadenas-valor-sedeco-20250109-741285.html>

Drew. (7 de marzo de 2022). ¿Qué es un macroproceso?.
<https://blog.wearedrew.co/concepts/que-es-un-macroproceso>

Martínez, S. (28 de junio de 2023). La importancia la empresas mipymes En la Empresa economía mexicana. México como vamos.
<https://mexicocomovamos.mx/expansion/2023/06/la-importancia-de-las-mipymes-en-la-economia-mexicana/>

Soares, G. (10 de julio de 2023). Innovaciones En la Empresa fabricación de muebles: tecnología y tendencias emergentes. Promob. <https://promob.mx/innovaciones-en-la-fabricacion-de-muebles-tecnologia-y-tendencias-emergentes/>

INEGI.(s.f). Micro, Pequeña, Mediana y Gran . INEGI.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2009/doc/minimonografias/m_pymes.pdf

Moreno, J. (25 de abril de 2022). Qué es el eNPS y cómo calcularlo (con ejemplos). HubSpot. <https://blog.hubspot.es/service/que-es-enps>

Afamjal. (1 de diciembre de 2023). El Futuro del Mercado Mundial del Mueble. Afamjal. <https://afamjal.com.mx/2023/12/01/el-futuro-del-mercado-mundial-del-mueble/>

Bello, E. (7 de febrero de 2022). Las 5 fuerzas de Porter: Qué son, ejemplos y como aplicarlo a tu negocio.IEBS. <https://www.iebschool.com/hub/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>

GS1 México. (2 de septiembre de 2023). 7 desafíos que limitan el crecimiento la empresas pymes. GS1 México. <https://blog.gs1mexico.org/desafios-que-enfrentan-las-pymes-e-impiden-su-crecimiento>

The Logistics World. (9 de febrero de 2024). El sector de muebles en México estima un crecimiento en 5% en 2024 gracias al nearshoring. The Logistics World. <https://thelogisticsworld.com/actualidad-logistica/el-sector-de-muebles-en-mexico-estima-un-crecimiento-5-en-2024-gracias-al-nearshoring/>

Niehues, Farley. (22 de febrero de 2022). Procesos macro: Cómo tener una visión macro de tu negocio. Neomind. https://www-neomind-com-br.translate.goog/en/blog/macro-processes/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sge

OCC. (13 de marzo de 2020). ¿Sabes qué es el clima laboral y para qué sirve? ¡Puede afectar a tu !. OCC. <https://www.occ.com.mx/blog/clima-laboral-que-es/>

Coma, Sonia. (19 de septiembre de 2024). Clima laboral: Cómo crear un ambiente positivo en tu (Claves + Herramientas). <https://asana.com/es/resources/work-environment>

Cognizant. (s.f). Análisis de procesos. Cognizant. <https://www.cognizant.com/es/es/glossary/process-analysis>

Valdez-Juárez, L. E., Ramos-Escobar, E. A., Hernández-Ponce, O. E., & Ruiz-Zamora, J. A. (23 de enero de 2024). *Digital transformation and innovation, dynamic capabilities to strengthen the financial performance of Mexican SMEs: a sustainable approach*. Cogent

Business & Management.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2318635>

Valdez-Juárez, L. E., García-Pérez-de-Lema, D., & Maldonado-Guzmán, G. (6 de enero de 2023). *Reconfiguration of technological and innovation capabilities in Mexican SMEs*. Administrative Sciences.

<https://www.mdpi.com/2076-3387/13/1/15>

DocuSign & IDC. (24 de enero de 2023). *How to Unleash the Transformative Potential of Digitalization*. Mexico Business News.

<https://mexicobusiness.news/professional-services/news/how-unleash-transformative-potential-digitalization>

Alonso, M. (18 de noviembre de 2024). Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas. Asana. <https://www.cognizant.com/es/es/glossary/process-analysis>

Gobierno de México. (Junio 2023). Reporte de asequibilidad por género 2022. Gobierno de México. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/830456/Reporte_de_asequibilidad_por_genero_2022.pdf

Moblaje. (4 de agosto de 2023). Nuevos perfiles de consumidores de muebles. Moblaje. <https://moblaje.mx/category/estilo-de-vida/blog/nuevos-perfiles-consumidores-muebles>

Ciscar.(s.f). Investigando el Comportamiento del Consumidor en el Sector del Mueble. Ciscar. <https://agenciaticiscar.com/consumidor-sector-mueble/>

Mata, A.(23 de julio de 2020). Análisis del comportamiento del consumidor del sector del mueble.pichaaqui. <https://www.pinchaaqui.es/blog/consumidor-sector-mueble>

LaPolíticaOnline.(4 de febrero de 2025). Pablo Lemus lidera evaluaciones positivas. LaPolíticaOnline.<https://www.lapoliticaonline.com/mexico/en-foco-mx/pablo-lemus-lidera-evaluaciones-positivas/>

Gobierno del Estado de Jalisco. (7 de septiembre de 2023). Abren convocatoria de apoyos económicos para micro, pequeños y medianos negocios formales e informales de Jalisco. Gobierno del Estado de Jalisco. <https://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/162177>

Gobierno de México. (28 de julio de 2021). Sabes cómo te benefician las Normas Oficiales Mexicanas. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/sabes-como-te-benefician-las-normas-oficiales-mexicanas?state=published#:~:text=Las%20Normas%20Oficiales%20Mexicanas%20establecen, personas%20facultadas%20que%20lo%20harán.>

González, L.M.(5 de febrero de 2025). Incertidumbres: la que genera Trump y la que está Hecha en México. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/incertidumbres-genera-trump-hecha-mexico-20250205-745002.html>

BBC News Mundo.(3 de febrero de 2025). Trump suspende los aranceles del 25% anunciados contra México después de alcanzar un acuerdo con Sheinbaum. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/articles/c9d5n0zije3o>

Escobar, S. (9 de agosto de 2024). Valor del mercado de vivienda aumentó 41% en cinco años, pese a caída en ventas. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/econohabitat/Valor-del-mercado-de-vivienda-aumento-41-en-cinco-anos-pese-a-caida-en-ventas-20240808-0136.html>

El Economista. (31 de Enero de 2025). ¿Qué son los aranceles y cómo afectan el comercio internacional?. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/economia/son-aranceles-afectan-comercio-internacional-20250131-744475.html>

Cota, I.(28 de septiembre de 2023). El Banco de México mantiene 11.25% la tasa de interés. El País. https://elpais.com/mexico/economia/2023-09-28/el-banco-de-mexico-mantiene-en-1125-la-tasa-de-interes.html?utm_source=chatgpt.com

México como vamos. (s.f). Semáforos Económicos. México como vamos. <https://mexicocomovamos.mx/semaforo-nacional/>

Ramos, M. (10 de enero de 2025). Multas y sanciones para quienes incumplan con la ley. Diario del Sur. <https://oem.com.mx/diariodelsur/tendencias/salario-minimo-2025-multas-y-sanciones-para-quienes-incumplan-con-la-ley-21079021>

Gobierno de México.(7 de marzo de 2025). Resoluciones y Sanciones. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cofepris/acciones-y-programas/resoluciones-y-sanciones>

Afamjal. (26 de febrero 2024). Pronósticos de Crecimiento para la Industria del Mueble. Afamjal. <https://afamjal.com.mx/2024/02/26/pronosticos-de-crecimiento-para-la-industria-del-mueble/>

Statista. Tamaño del mercado de artículos de segunda mano a nivel mundial entre 2023 y 2032. Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1423255/segunda-mano-tamano-de-mercado-a-nivel-mundial/>

Berumen. (s.f). La importancia la empresa voz del cliente (VOC). Berumen. <https://berumen.com.mx/que-es-la-voz-del-cliente/>

Herrera, J.F. (5 de noviembre de 2020). Despliegue la empresa función calidad (QFD): Guía de uso. Para qué sirve el QFD y cómo realizarlo. Lean Construction México. <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/despliegue-de-la-función-calidad-qfd-guía-de-uso-para-qué-sirve-el-qfd-y-cómo-realizarlo>

El Economista. (2023, 25 julio). *Calculan llegada de 453 s del sector mueblero al 2025*. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/s/Calculan-llegada-de-453-s-del-sector-mueblero-al-2025-20230725-0124.html>

Centro Competencia. (s.f.). *Barreras de entrada*. <https://centrocompetencia.com/barreras-de-entrada/>

CIMEJAL. (s.f). *Nuevas tendencias en mobiliario sostenible*. <https://cimejal.com.mx/blog/nuevas-tendencias-mobiliario-sostenible/>

Mordor Intelligence. (s.f.). *Mercado de muebles para el hogar en México: crecimiento, tendencias y pronósticos (2024 - 2029)*. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/mexico-home-furniture-market>

AFAMJAL. (2024, 26 febrero). *Pronósticos de crecimiento para la industria del mueble*. <https://afamjal.com.mx/2024/02/26/pronosticos-de-crecimiento-para-la-industria-del-mueble/>

Ministerio la empresa Producción del Perú. (s.f.). *Costos de producción*. Gobierno del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/571607/11._Costos_de_producci%C3%B3n.pdf

Gobierno de México. (s.f.). *Derechos laborales de los trabajadores*. <https://www.gob.mx/conampros/acciones-y-programas/derechos-laborales-de-los-trabajadores>

Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA)
Esta ley establece las bases para garantizar el derecho de toda persona a vivir en un medio ambiente sano, promoviendo el desarrollo sustentable y la preservación la empresa biodiversidad.

Niehues, Farley. (2022). *Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente*.
Cámara de Diputados.
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGEEPA.pdf>

NOM-133-SEMARNAT-2015

Regula las emisiones derivadas del uso de solventes y productos químicos En la Empresa fabricación de muebles, estableciendo especificaciones para la protección ambiental en el manejo de estos compuestos.

Niehues, Farley. (2015). *NOM-133-SEMARNAT-2015: Protección Ambiental*. SEMARNAT.

<https://www.gob.mx/profepa/documentos/norma-oficial-mexicana-nom-133-semarnat-2015-proteccion-ambiental-bifenilos-policlorados-bpcs-especificaciones-de-manejo>

NOM-059-SEMARNAT-2010

Define las categorías de riesgo para especies nativas de flora y fauna silvestres en México, incluyendo aquellas que podrían estar en peligro debido al uso de materiales no sostenibles.
Niehues, Farley. (2010). *NOM-059-SEMARNAT-2010: Protección de Especies.* SEMARNAT.

<https://www.gob.mx/profepa/documentos/norma-oficial-mexicana-nom-059-semarnat-2010>

Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE)
Ofrece programas de financiamiento con tasas preferenciales para la instalación de sistemas de energía solar en pequeñas y medianas s, promoviendo el uso eficiente la empresa energía eléctrica.

Niehues, Farley. (2022). *Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE).* FIDE.
<https://www.fide.org.mx/>

Gobierno de México. (s.f.). *NORMA Oficial Mexicana NOM-030-STPS-2009, Servicios preventivos de seguridad y salud en el trabajo—Funciones y actividades.*
<https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/3923/stps/stps.htm>(Catálogo Nacional)

Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (s.f.). *NORMA Oficial Mexicana NOM-017-STPS-2008, Equipo de protección personal—Selección, uso y manejo en los centros de trabajo.*
<https://asinom.stps.gob.mx/upload/noms/Nom-017.pdf>

Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (2011). *NORMA Oficial Mexicana NOM-031-STPS-2011, Construcción—Condiciones de seguridad y salud en el trabajo.*
<https://dof.gob.mx/normasOficiales/4376/stps/stps.htm>(Diario Oficial la empresa Federación)

Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (2009). *NORMA Oficial Mexicana NOM-030-STPS-2009, Servicios preventivos de seguridad y salud en el trabajo—Funciones y actividades*. <https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/3923/stps/stps.htm>(Universidad Politécnica del Bicentenario)

Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (2018). *NORMA Oficial Mexicana NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo—Identificación, análisis y prevención*. <https://www.gob.mx/stps/articulos/norma-oficial-mexicana-nom-035-stps-2018-factores-de-riesgo-psicosocial-en-el-trabajo-identificacion-analisis-y-prevencion>

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2017). *NORMA Oficial Mexicana NOM-144-SEMARNAT-2017, Que establece las medidas fitosanitarias y los requisitos la empresa marca reconocidas internacionalmente para el embalaje de madera que se utiliza en el comercio internacional de bienes y mercancías*. <https://www.gob.mx/semarnat/documentos/norma-oficial-mexicana-nom-144-semarnat-2017>(Gobierno de México)

Procuraduría Federal de Protección al Ambiente. (s.f.). *FitosanitaEn la Empresario PAF*. [https://www.gob.mx/profepa/acciones-y-programas/fitosanitaEn la Empresario-paf](https://www.gob.mx/profepa/acciones-y-programas/fitosanitaEn%20la%20Empresario-paf)

Instituto Mexicano la empresa Propiedad Industrial. (s.f.). *Solicitud de registro de marca ante el IMPI*. <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI88>

Procuraduría Federal del Consumidor. (s.f.). *Garantía y compras en línea*. <https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/garantia-y-compras-en-linea?idiom=es>

CitySens. (s.f.). *Muebles sostenibles*. <https://www.citysens.com/es/blog/muebles-sostenibles-b124.html>

Promob. (s.f.). *El impacto la empresa sostenibilidad En la Empresa fabricación de muebles*. <https://promob.mx/el-impacto-de-la-sostenibilidad-en-la-fabricacion-de-muebles/>

Omnisend. (s.f.). *Furniture eCommerce*. <https://www.omnisend.com/blog/furniture-e-commerce/>

Pincha Aquí. (s.f.). *Consumidor sector mueble*. <https://www.pinchaaqui.es/blog/consumidor-sector-mueble>

Wapping Web. (s.f.). *El diseño de experiencia de usuario y su importancia En la Empresa compra online*. <https://www.wappingweb.com/el-diseno-de-experiencia-de-usuario-y-su-importancia-en-la-compra-online/>

Bardahl Industria. (s.f.). *¿Cuál es la situación la empresa mano de obra mexicana?*. <https://www.bardahlindustria.com/cual-es-la-situacion-de-la-mano-de-obra-mexicana/>

Mordor Intelligence. (s.f.). *Mercado de muebles para el hogar en México: crecimiento, tendencias y pronósticos (2024 - 2029)*. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/mexico-home-furniture-market>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2024). *Encuesta Nacional la empresa Dinámica Demográfica (ENADID)* 2023. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENADID/ENADID2023.pdf>

Alonso, M. (17 de enero de 2025). *Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué sirve y cómo hacerlo uno 9 pasos? ¡Ejemplos reales!*. Asana. <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>

3. Reflexión crítica y ética la empresa experiencia

El RPAP 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 las empresas problemáticas En la Empresas que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

FATIMA GARCÍA GÓMEZ

En la Empresas primeras semanas del proyecto, logre entender parte la empresa dinámica del PAP, así como integrarme al equipo y ver poco a poco los roles que cada uno va teniendo en el equipo, entender la situación la empresa la cual nos asignaron y las necesidades de esta, también entender que no estamos solos y que en cualquier momento nos pueden apoyar.

Así mismo aprendí que tengo que ser un poco más participativa o empática, ya que en algunas actividades para la que se realizaron el miércoles, las sentí un poco raras, sentía que no tenían un propósito claro o que no estaba bien definido, pero me di cuenta de eso hasta que estuvimos presentado y me hubiera gustado haber mejorado las actividades, dándoles un propósito concreto. también me di cuenta de que es importante salir de tu zona de confort, así como yo salí de mi zona ese día me di cuenta de que los trabajadores también lo hicieron y va En la Empresario se acoplaron muy bien.

Mi mayor aprendizaje personal es que necesito estar muy enfocada en este proyecto y que en ciertas cosas tengo que ser más positiva y dejar a un lado la negatividad, profesionalmente aprendí a mejorar mis investigaciones para cada actividad en concreto, creo que en ciertos temas me siento más cómoda y puedo expresar mis conocimientos muy fácilmente, pero en otras áreas no y ahí es cuando me cierro, entonces tengo que salir de mi zona de confort y aprender más sobre cualquier área. Espero lograr un impacto En la Empresa y al realizar el PESTEL me di cuenta de lo importante que es estar informado acerca de cualquier cosa para mejorar la competitividad.

En la Empresa mitad del proyecto aprendí;

aprendí que tengo que ser un poco más participativa o empática, ya que en algunas actividades para la que se realizaron el miércoles, las sentí un poco raras, sentía que no tenían un propósito claro o que no estaba bien definido, pero me di cuenta de eso hasta que estuvimos presentado y me hubiera gustado haber mejorado las actividades, dándoles un propósito concreto. también me di cuenta de que es importante salir de tu zona de confort,

así como yo salí de mi zona ese día me di cuenta de que los trabajadores también lo hicieron y va En la Empresario se acoplaron muy bien.

El mayor aprendizaje fue que tengo que ser más empática con el personal la empresa , pues al momento de hacer la encuesta de clima laboral no me gusto como me hablo un trabajador pero tengo que entender que ellos tienen otra visión de lo que está pasando y tal vez no entienden que lo que hacemos es para ayudarlos, sé que ellos o algunos tienen una resistencia al cambio y eso puede frenar a que participen en ciertas actividades, lo que aprendo es ser más empática y comprensiva con las personas.

Profesionalmente me siento satisfecha con todo lo que he logrado y como me he organizado, siento que todo lo termino a su tiempo, en ciertas ocasiones demoro un día o dos, pero nada que sea alarmante, me gusta como he estado trabajando hasta ahora y con mi equipo también.

En la Empresas últimas semanas aprendí; el mayor aprendizaje es que todo el esfuerzo tiene frutos y si nos seguimos esforzando y trabajando como lo hemos hecho podremos conseguir un gran cambio en los colaboradores de En la Empresa, otro aprendizaje personal es que tengo que apoyarme la empresa gente cuando no puedo realizar algo pues para eso somos un equipo, esta semana no creo haber logrado un impacto En la Empresa pues no estaba al 100% para hacerlo.

es importante que todos los colaboradores la empresa empresa pongan de su parte, llegue a pensar que solo los trabajadores era los la empresa resistencia al cambio, pero con esta presentación me di cuenta de que los administradores también necesitan poner de su parte para que todo cambie y aprender a ser buenos líderes escuchando a su equipo, también aprendí que aunque parezca que los trabajadores no se interesen en lo que nosotros hacemos por ellos, hay unos cuantos que si quieren hacer la diferencia y con eso me quedo.

También espero que esta seguridad que se mostró En la Empresa presentación la sigamos manteniendo En la Empresa final

VALERY ASHLY LOMELI LIPAROLI

La semana de introducción al PAP fue muy extraña para mí, porque siempre que te dicen que el PAP no es una clase, pero en mi cabeza yo lo seguía viendo como una clase porque no sabía de qué iba, y estaba todavía más confundida cuando el primer día sí se sintió como una clase, pero una clase donde solo conocía a dos personas. Ese mismo día que empezamos a participar en las Empresas dinámicas como las de escoger un grupo en base a algo que nos gustará hacer, o la dinámica la empresa canicas la cual fue un poco tediosa al principio, pero a medida que avanzamos me di cuenta lo importante que era para que pudiéramos romper el hielo entre todos y al final, fue una actividad bastante divertida y útil para el comienzo del proyecto. Los demás días de introducción fueron un poco más tediosos porque ya queríamos saber quién era nuestro equipo, pero sobre todo conocer la con la que estaríamos colaborando este semestre y he de confesar que sí estaba un poco decepcionada cuando vi que en mi equipo no iba a estar por lo menos una de las empresas personas que ya conocía, sobre todo porque tengo muy mala suerte con mis equipos, pero al acercarme con mi equipo y tener aunque sea una breve conversación de 5 min, donde nos presentamos y conocimos las carreras de los otros, me sentí un poco más ligera y entusiasmada por mi proyecto. Recuerdo que la segunda semana, trabajamos en nuestra carpeta de administración de proyectos y acordamos reunirnos en ITESO para realizarlo, y ahí fue donde conocimos un poco de En la Empresa, al principio no me sentí entusiasmada por el proyecto porque la verdad no soy aficionada a los muebles, pero aun así me sentí intrigada, por otro lado, la mejor decisión que pudimos haber tomado fue vernos en persona en nuestra primera reunión en equipo porque aunque haya sido incómodo al principio considero que logramos encontrar cosas en común para poder establecer una comunicación efectiva y sobre todo, volvernos un gran equipo y no solo ser compañeros.

La primera visita a la estaba muy nerviosa porque no sabía cómo comportarme o que decir o hacer, pero creo que fue una buena primera visita aunque no recuerdo mucho de ella, al conocer a los En la Empresa, pude ver claramente quien era el líder y al caminar por el taller esa primera vez puedo decir con seguridad con los trabajadores no se sentían nada

cómodos con nuestra presencia y eso me hizo sentir insegura de mi trabajo de alguna manera, pero tras realizar dinámicas con ellos pude darme cuenta la razón por la que su recibimiento inicial no fue cálido hacia nosotros.

Cada visita a la , nos daba más información y yo cada semana iba sintiéndome menos como una alumna, y ese es uno de los objetivos principales del proyecto, pero yo me sentía rara, porque toda mi vida he sido una estudiante, nunca he tenido otro título, siempre he sido estudiante y la idea de que ahora me veían como una licenciada me pone bastante nerviosa porque a veces no me siento o en este caso sería sentía, no me sentía preparada para salir a mundo así, pero este proyecto me impulso totalmente a salir de mis zona segura y me brindo una seguridad en mi persona y en mis conocimientos que nunca había sentido, algo que me ayudo a darme cuenta de lo cerca que estoy del final de mi carrera y de lo mucho que he aprovechado esta oportunidad por más demandante que pueda llegar a ser en ocasiones.

Entre mis mayores aprendizajes, puedo destacar que la seguridad que me ha brindado me ha ayudado a mejoras en aspectos como mi comunicación, especialmente al presentar, aún me pongo nerviosa, pero he aprendido que domino mis temas y que no tengo nada de qué preocuparme. Algo que nunca me había planteado es que soy muy directa al momento de comunicar información, como en el diagnóstico, me enfocó mucho en lo negativo y no en lo positivo la empresa, y utilizó muchas connotaciones negativas sin pensar en cómo puedo hacer sentir a los demás.

Considero que mis principales aprendizajes han sido a comunicarme efectivamente, asumir responsabilidad y ser más empática. El PAP ha sido una experiencia demandante y exigente pero también ha sido una experiencia inolvidable y enriquecedora, a veces uno piensa que no está haciendo mucho o que no aprendió nada, pero yo considero que el PAP ha cambiado mi manera de ser y la perspectiva que tengo del mundo laboral para un bien y ha generado un deseo por seguir aprendiendo más.

AXEL NICOLET

Este proyecto era el primero para mí. Llegué de Francia sin saber casi nada del proyecto en el que iba a participar, tenía muy poca información. Recuerdo el primer día de introducción con las actividades de formación de equipos, me sentí bastante desorientada y perdida. El primer día de iniciación fue muy intimidante. Me embarcaba en un nuevo reto en un nuevo país con la barrera del idioma ya presente, así que la presentación del PAP me asustó un poco. Parecía mucho más profesional, atractiva y exigente de lo que había imaginado; me entusiasmó y me dio ganas de hacerlo, pero también me asustó mucho lo que me esperaba. Entonces me asignaron un equipo y una. Me alegré bastante de haber dado con una pequeña del sector industrial y de producción, y de que iba a poder poner en práctica mis conocimientos de ingeniería y análisis. Conocí al equipo, y el hecho de que fuéramos tres me hizo pensar que íbamos a tener que trabajar mucho más, pero también me tranquilizó saber que la comunicación sería más fácil y que el equipo estaría más unido, como así fue. El hecho de que mis compañeros, los consultores senior, ya hubieran trabajado con una estudiante universitaria de intercambio y sobre todo con una francesa también me tranquilizó sobre este proyecto, que en el fondo me daba mucho reparo.

Luego vinieron las primeras visitas a la empresa, conocer al equipo de En la Empresa, descubrir la cultura organizativa y el inicio de una colaboración entre nuestros 2 equipos para formar un gran equipo. Las primeras visitas a la empresa me dejaron un poco desmotivado. El taller era un caos, no había organización, los jefes eran apenas mayores que yo y no tenían mucha experiencia. Al principio de este proyecto, después de haber estado muy entusiasmado, estaba desmotivado porque me dije que 3 alumnos no podían hacer nada por un taller en ese estado, tendría que empezar de cero y, con la resistencia al cambio que reinaba En la Empresa, sin la ayuda de los jefes, eso iba a ser imposible.

Al final, cuanto más tiempo pasaba, más me daba cuenta de que, pasara lo que pasara, no íbamos a poder solucionarlo todo, pero que por algún sitio había que empezar y que, aunque el diagnóstico me diera la impresión de que no ayudaba a la, era un comienzo esencial para la transformación la empresa.

Con el paso las empresas semanas, me fui implicando cada vez más en el proyecto porque me di cuenta de que, al final, aunque no hiciéramos ninguna implementación concreta,

nuestro trabajo era útil e interesante. Una vez finalizados los diagnósticos internos y externos, pasamos a las primeras implementaciones. Esto me gustó mucho porque era mucho más concreto, dinámico y revelador de nuestro trabajo. Por último, terminamos esta colaboración de seis meses con En la Empresa elaborando un plan de acción para el desarrollo la empresa, que permitirá al otro equipo tomar el relevo y continuar el trabajo que ya hemos empezado. Ahora sólo queda la presentación final, que vamos a realizar con éxito y orgullo. Estoy muy contento con este proyecto, aunque he tenido mis altibajos, como en todos los proyectos, del que guardaré un buen recuerdo y muchas cosas buenas que me servirán en el futuro.

3.2 Aprendizajes logrados

FATIMA GARCÍA GOMEZ

Con mi primer PAP me llevo grandes aprendizajes y experiencias, escogí este PAP porque me llamaba mucho la atención la consultoría En la Empresa PYMES pues mi papa tiene una y quería adquirir todo el conocimiento posible para poder aplicarlo en un futuro, durante el proceso del PAP pude darme cuenta de cómo se empieza una consultoría y los puntos que eran necesarios para el Empresario seguir, me di cuenta de lo importante de hacer análisis internos y externos para conocer todo tu entorno, en base a todo lo aprendido e investigado empezamos hacer propuestas e incluso antes de hacer estos diagnósticos los identificamos lo cual me hace muy feliz pues me da a entender que tengo la habilidad de detectar problemas con preguntas clave, claramente esta habilidad la fui reforzando más durante el proyecto.

Mis aprendizajes sociales fueron que hice una red de apoyo con mis compañeros, me toco un gran equipo y sobre todo la comunicación y conexión que teníamos hizo que esto fuera más fácil, también aprendí a controlar mi forma de expresarme pues era un ambiente profesional y tenía que comportarme profesionalmente, reforcé una vez más mi puntualidad, mi responsabilidad y mi gestión del tiempo gracias esto no se me hizo tan pesado el proyecto.

Mis aprendizajes personales y profesionales fueron haber aprendido de otras personas y agarrar las cosas buenas que tienen, pues aprendí de marketing de operaciones, de recursos humanos, y eso me sirvió mucho porque son aprendizajes que se valoran, también aprendí a proponer ideas sin miedo a equivocarme.

Los retos que viví en este PAP fueron con las presentaciones hacia los trabajadores de En la Empresa pues yo iba con una idea de cómo eran ellos por lo que decían sus jefes y me costaba mucho empatizar con ellos así mismo me costaron las primeras actividades yo no les veía un sentido o un objetivo real, fue hasta este momento que me di cuenta de que realmente sirvió todo lo que hicimos pues nos comentan que ya están implementando ciertas cosas y con eso me quedo.

Finalmente, solo me queda agradecer por mi primer PAP por todo lo que aprendí y por el gran equipo que me toco, así como mis consultoras, fue un equipo donde todos éramos responsables y comunicativos, si hubo pequeños retos, pero nada que no se resolviera, disfruté este proyecto y aprendí realmente no fue pesado pues supe balancear todos los aspectos de mi vida para poder entregar un trabajo profesional.

VALERY ASHLY LOMELI LIPAROLI

Este fue mi primer PAP, y al principio no sabía si era el PAP indicado para mí porque me habían interesado otros, pero cuando conocí la propuesta del PAP y me platicaron acerca de algunas s con las que habían trabajado previamente sabía que había hecho una muy buena elección. Desde el primer momento se te advierte que este no es un PAP sencillo y ahora puedo decir con certeza que en verdad no lo es, pero es un PAP en donde aprendes cosas que creo que no podrías aprender ni en 1,000 clases e incluso otros PAP. Considero que este PAP es una las empresas experiencias más valiosas que he obtenido a través de mi carrera porque es una experiencia donde sales de tu zona de confort, te adentras en el funcionamiento de una completa y tienes la libertad de proponer ideas o mejoras, además considero que es un proyecto donde retas tus limites, cada semana hay algo nuevo por hacer o se conoce algo nuevo.

Uno podría pensar que se escogen personas de diferentes carreras para formar los equipos para que cada uno se encargue de su área correspondiente pero la realidad es que yo en ningún momento me enfoqué solamente en lo que es la mercadotecnia, en esta ocasión tuve la oportunidad de conocer un poco más acerca de recursos humanos, las finanzas y operaciones, lo cual vuelve el proyecto algo excepcional porque aunque quizá no tengas todos los conocimientos previos de esas áreas las herramientas que se nos dan nos permiten adaptarnos a ello y comprender su funcionamiento.

Cada parte de este proyecto me dejó una enseñanza que estoy segura me permitirá seguir desarrollándome de manera profesional como lo he hecho ahora. Considero que adquirir

experiencia profesional siendo consultora y trabajando con En la Empresario de verdad y teniendo cierta libertad de realizar propuestas sin que mis ideas sean limitadas al rol con el que cumplo, he desarrollado un nuevo entendimiento la empresa importancia de los entornos que rodean a las s y el impacto que pueden tener sobre ellas, he desarrollado una adaptabilidad y reacción a imprevistos e emergencias, pero lo más importante es que he aprendido a desarrollarme en un entorno profesional donde no sólo se me considerempresaria estudiante sino una licenciada, a pesar de que en mis otras materias se me considerempresaria alumna y se me trata como una todavía, logre encontrar ese punto donde pude balancear mi vida profesional con lo personal. Sin embargo, mi aprendizaje favorito es el trabajo en equipo, no siempre era fácil dar todo de mí en el proyecto especialmente en tiempos de entregas finales, y sé que para mi equipo tampoco fue sencillo pero la relación que logramos formar durante el proyecto definitivamente ayudó al desarrollo de este, a través de una comunicación y escucha activa, así como la certeza de saber que teníamos el apoyo del otro en todo momento.

AXEL NICOLET

Este Proyecto de Aplicación Profesional ha sido toda una experiencia para mí. Ha sido muy gratificante, tanto profesional y personalmente como socialmente. El proyecto me enseñó muchas cosas.

En primer lugar, trabajar en equipo durante todo un semestre en el mismo proyecto, compartiendo objetivos comunes, fue una experiencia real que me enseñó mucho. Pude desarrollar mi capacidad de trabajar en equipo, mejorar mi comunicación dentro de un grupo y aprender a expresar y defender mejor mis opiniones. En general, la comunicación es la clave de todas las relaciones, sobre todo en un grupo de varias personas. El respeto, la benevolencia y la voluntad de escuchar que reinaron en nuestro equipo durante todo el proyecto fueron un verdadero plus y convirtieron esta experiencia profesional en un auténtico placer.

Trabajar en grupo también me permitió descubrir nuevos sectores reales como las finanzas, el marketing y los recursos humanos. Son sectores en los que sólo tenía algunas nociones, pero hoy, gracias a este proyecto, siento que tengo lo básico. Ahora me siento capaz de abordar estos temas con facilidad, basándome en mi experiencia durante el PAP con En la Empresa.

A nivel más personal, este proyecto ha supuesto un verdadero reto para mí. No fue fácil comprometerme con un proyecto tan exigente durante un periodo de tiempo tan largo mientras seguía de intercambio En la Empresa universidad. Quería tener una experiencia académica, pero sobre todo cultural al llegar a México. Viajar por todo el país no es compatible con un proyecto así. Así que tuve que adaptarme y encontrar un equilibrio para mantener mis compromisos con este proyecto y al mismo tiempo realizarme. Creo que he conseguido encontrar un equilibrio estable entre mi vida «profesional» y «personal». Además, trabajar en un entorno profesional 100% mexicano donde el español es el único idioma utilizado no fue fácil desde el punto de vista cultural, pero sobre todo lingüístico. Una

vez más, pude adaptarme y hacer todo lo posible para seguir e integrarme en español. Trabajé el vocabulario la empresa en español, me obligué a buscar traducciones de palabras que no conocía y salí de mi zona de confort entrevistando a jefes y trabajadores la empresa en español. Fue un verdadero reto lingüístico, pero que me ayudó a progresar enormemente y a mejorar considerablemente mi nivel de español, y estoy muy contenta por ello.

Desde un punto de vista más profesional, estas prácticas han sido muy gratificantes para mí. He podido aplicar mis competencias humanas y de ingeniería, pero sobre todo he podido desarrollarlas y adquirir otras nuevas. La gestión de proyectos fue un elemento clave de este proyecto. El trabajo en equipo, la gestión de los plazos, la dirección y el seguimiento del calendario pusieron a prueba mis capacidades de gestión de proyectos. Pude ser más adaptable, más rigurosa y trabajar aún más mis habilidades interpersonales. También he podido mejorar mis habilidades para hablar en público y hacer presentaciones. Por último, este proyecto en equipo requería comunicación, organización, compromiso, rigor y confianza.

En conclusión, estoy muy contenta con la experiencia que he vivido este semestre. Aunque he tenido algunos brotes de desmotivación, siempre he sabido motivarme y aprovechar al máximo la experiencia. Sé que voy a salir de ella con muchas habilidades nuevas que me serán muy útiles en mis próximas prácticas y en mi carrera en general; ha sido una experiencia muy profesional y enriquecedora también desde el punto de vista personal, y estoy muy contento y orgulloso de ello.