

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Centro Universidad Empresa

Economía solidaria y trabajo digno

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
PROGRAMA INTEGRAL DE CONSULTORIA EN MYPE



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

3A03 Consultoría para la Competitividad
Proyecto de digitalización en NB.

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. En Negocios y Mercados Digitales. Graciela María López Iñiguez.
Lic. En Administración de Empresas y Emprendimiento. Ian Ignacio Corona
Hernández.

Profesores PAP:

Mtra. Sandra Irene Barrera Bravo
Mtra. Asela Angelina Burgos Campero

Tlaquepaque, Jalisco, octubre de 2023

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	1
1.2 Caracterización de la organización.....	2
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	3
1.4. Planeación de alternativa(s).....	5
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	7
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	12
1.7. Bibliografía y otros recursos	13
1.8. Anexos generales	14
2. Productos.....	31
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	31
3.1 Sensibilización ante las realidades	39
3.2 Aprendizajes logrados	41

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

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

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

El Reporte PAP consta de tres componentes:

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

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

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

Resumen

Consultoría para la Competitividad - Proyecto de digitalización en NB fue un proyecto llevado a cabo en el periodo Otoño 2023. El propósito general fue apoyar la transformación digital de NB, un pequeño negocio de uñas ubicado en Guadalajara, para mejorar su competitividad a través de la optimización de procesos con soluciones tecnológicas.

Los objetivos específicos fueron analizar los principales retos e iniciativas de mejora en los procesos de gestión de citas y registro de información de clientes, para luego diseñar e implementar soluciones viables mediante el uso de la plataforma Odoo.

La metodología de trabajo seguida fue Google Sprint, enfocada en entender al usuario, cuestionar supuestos, idear soluciones creativas y prototipar rápidamente las ideas más prometedoras.

En el periodo de trabajo con NB se lograron resultados tangibles como una reducción del tiempo de respuesta a solicitudes de cita de 2 días a 5 minutos, a través de un sistema de agenda en línea integrado con Odoo. También se sentaron bases de cambio cultural en la empresaria hacia un enfoque más ordenado en el uso de datos para la toma de decisiones.

Los entregables más relevantes fueron el sistema de citas, dashboards financieros y formatos digitales para captura sistemática de información de clientes. En conclusión, este proyecto de consultoría logró mejoras en eficiencia operativa e introdujo una visión estratégica basada en datos para potenciar la competitividad del negocio a largo plazo.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

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

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) tienen una enorme relevancia en la actual economía mexicana. Representan el 99.8% del total de empresas en el país, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019), lo cual se traduce en una gran fuente de empleo y aportación al PIB nacional. Sin embargo, por sus características de tamaño y limitados recursos financieros, este segmento empresarial enfrenta diversos obstáculos que frenan su desarrollo y sostenibilidad.

Según datos del INEGI, en Jalisco existen alrededor de 600 mil MiPyMEs que generan el 52% del empleo formal. Particularmente en Guadalajara, la capital del estado, se concentra la mayor actividad económica y el mayor número de pequeños negocios en sectores como comercio, servicios, industria y turismo.

Impulsar el crecimiento y competitividad de las MiPyMEs locales es un reto primordial, dado su impacto directo en el bienestar de miles de familias y en la dinámica productiva de la ciudad. Requiere del diseño de políticas públicas específicas, facilitación de acceso a financiamiento, integración de cadenas de valor, adopción tecnológica y modelos de negocios innovadores. El acompañamiento cercano y capacitación continua resultan clave en este proceso de fortalecimiento empresarial.

La pandemia de COVID-19 ha generado profundos cambios en los hábitos de consumo y en las preferencias de los consumidores. En particular, en el sector de servicios de belleza y cuidado personal como los salones de uñas en Guadalajara, Jalisco, se ha evidenciado la necesidad de implementar procesos digitales y remotas para adaptarse a estas nuevas demandas.

Teóricamente, la transformación digital representa un reto importante para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) de este sector en la región, que tradicionalmente han dependido de interacciones presenciales y procesos manuales.

Adoptar soluciones tecnológicas para automatizar procesos, enable atención remota y manejar relaciones con clientes de forma virtual, implica cambios organizacionales, inversiones y desarrollo de capacidades digitales (Pérez-González, 2021).

Metodológicamente, se utilizaron herramientas cualitativas como la observación en el punto de venta, encuestas a clientes para conocer sus necesidades y preferencias, así como una entrevista a profundidad con la empresaria para comprender su perspectiva.

Históricamente, las MiPyMEs de servicios de belleza en Guadalajara y el estado de Jalisco han tenido un rol central en la economía y en la creación de empleo, especialmente si hablamos de oportunidades de trabajo para mujeres. Su resiliencia e innovación es una prioridad en la agenda pública en cuanto proyectos para la reactivación post-pandemia. Digitalizar sus procesos es estratégico tanto para su propio crecimiento como para la recuperación del tejido empresarial local y regional.

1.2 Caracterización de la organización

El proyecto se desarrolla en colaboración con NB by La empresaria Heredia, un micronegocio unipersonal de servicios de uñas, belleza y capacitación ubicado en Guadalajara, Jalisco, México.

Sus principales modelos de negocio son: el diseño y mantenimiento de uñas, los cursos que imparte sobre técnicas para aplicación de uñas, así como la venta de insumos para realizar servicios de uñas y productos especializados para belleza.

Su propósito es brindar servicios de alta calidad para el cuidado y embellecimiento de uñas, manos y pies, buscando la plena satisfacción de sus clientas. Además, la empresaria La empresaria Heredia funge como instructora certificada impartiendo cursos para capacitar nuevos profesionales de uñas.

También ha incursionado en la venta de productos e insumos para uñas y otros productos complementarios de belleza.

Su principal actividad es brindar un servicio de cuidado y embellecimiento de uñas, sin embargo, su meta es impartir cursos de calidad y actualizados para las futuras manicuristas y al mismo tiempo crear una comunidad entre las mismas, despertando la inspiración de la siguiente generación, a través de la calidad de sus diseños, la rapidez y las cualidades que brinda esta empresa desde hace más de 10 años.

La empresaria es la única persona en el equipo de NB, desempeñando todas las funciones del negocio. Se encarga directamente de los servicios de manicura, pedicura, aplicación de uñas acrílicas y gel, nail art y demás tratamientos estéticos para uñas. También de la gestión del negocio, compras, atención a clientas, y de impartir los cursos especializados.

La relación cercana con sus clientas es un elemento clave. Durante años La empresaria ha logrado consolidar una cartera fiel que busca calidad, servicio personalizado y las mejores tendencias en uñas. Conoce y llama por su nombre a cada una de sus clientas.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

A través de la etapa de pre-diagnóstico y reconocimiento inicial de la microempresa NB by La empresaria Heredia, se identificaron diversas problemáticas y áreas de oportunidad:

- No cuenta con un sitio web propio, lo que limita su presencia y alcance digital para atraer nuevos clientes. Su contacto es sólo por Instagram y WhatsApp.
- Tiene una débil estrategia de redes sociales, con menos de 500 seguidores en los perfiles de sus unidades de negocio. Esto reduce su alcance e interacción en medios digitales.
- Opera 3 unidades de negocio (servicio de uñas, venta de insumos y cursos de capacitación) sin una marca unificada, diluyendo su identidad.
- El perfil personal de la emprendedora como instructora tiene mucho más alcance que los perfiles de sus negocios. No se asocia su experiencia a la marca.
- No existe una estrategia consolidada de marketing digital y ventas para las unidades de negocio.
- Se detectan oportunidades en la gestión financiera en cuanto al control de costos, registro de clientes, planeación de inversiones y manejo de deuda.

- Su nivel de madurez digital general se evalúa como intermedio. Hay espacio para implementar soluciones tecnológicas en varias dimensiones.
- La predisposición para adoptar tecnologías es positiva, pero hace falta desarrollar conocimientos técnicos y planificación.

En síntesis, la prioridad es desarrollar activos digitales clave como el sitio web, ejecutar la estrategia comercial unificada e invertir en soluciones tecnológicas para impulsar la transformación digital de manera integral.

Sin embargo luego de la investigación:

A través del diagnóstico colaborativo realizado con la emprendedora de NB, se identificó como problemática central su intención de transicionar el modelo de negocio para enfocarse en la impartición de cursos sobre técnicas de uñas, en lugar de proveer directamente los servicios de diseño y mantenimiento de uñas.

Este cambio podría implicar una disminución de clientas actuales al dejar de brindar los servicios que esperan de NB. En un mercado altamente competitivo, resulta clave mantener la satisfacción y lealtad de las clientas en esta transición.

Por ello, se determinó como área prioritaria a fortalecer la experiencia de cliente, estandarizando procesos para mantener la calidad percibida. Asimismo, se debe trabajar para consolidar la marca y diferenciadores de NB vinculados a la expertis de su fundadora.

El diagnóstico colaborativo se realizó a través de entrevistas con la emprendedora, observación en el punto de venta, encuestas a clientas y análisis financiero. Esto permitió entender integralmente el negocio y diseñar una estrategia enfocada en mejorar la experiencia de cliente y comunicación de la marca para facilitar la transición al nuevo modelo.

De este modo, el reto es lograr que, incluso al cambiar el enfoque del negocio, las clientas sigan eligiendo NB por la calidad, servicio personalizado y valor diferencial que representa la experiencia formativa de su fundadora.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Durante la etapa de diagnóstico colaborativo con la emprendedora La empresaria Heredia, se llevaron a cabo diversas actividades, tales como entrevistas a profundidad, observación en el punto de venta y encuestas a clientas, todas ellas bajo un enfoque cualitativo. Esta metodología resultó esencial para obtener una comprensión integral de los procesos existentes, así como de las necesidades y expectativas desde múltiples perspectivas. Además, contribuyó a establecer una sólida confianza y validación conjunta de los hallazgos.

Entre los principales hallazgos, destacó la necesidad de mejorar la experiencia de servicio al cliente y estandarizar los procesos operativos. Estos cambios se consideraron esenciales en vista de la planificada transición de la emprendedora hacia un modelo de negocio centrado en la capacitación, lo que implicaría un alejamiento gradual de la atención personalizada a las clientas.

Ante este desafío, se propuso y validó con la emprendedora la creación de un prototipo de la experiencia de servicio, que incorporaría herramientas digitales para la gestión de clientes, ventas y finanzas. Esta alternativa brindaría la oportunidad de realizar iteraciones ágiles, experimentar con diversas opciones tecnológicas en un entorno controlado y recopilar retroalimentación de usuarios reales. Este proceso se consideró crucial para el diseño de los procesos y la selección de las soluciones digitales óptimas antes de una implementación a gran escala.

El plan de trabajo detallado incluyó una serie de pasos. En septiembre, se llevaron a cabo cinco entrevistas a profundidad con clientas actuales de los diferentes servicios con el propósito de mapear sus necesidades, preferencias y expectativas con relación a la experiencia de servicio. Al mismo tiempo, se realizó un análisis de cuatro competidores directos para identificar buenas prácticas en sus procesos y atención al cliente.

En octubre, basándose en los conocimientos adquiridos, se seleccionaron las herramientas tecnológicas más adecuadas para la gestión de clientes, ventas y finanzas tras un análisis comparativo de al menos cinco opciones y pruebas prácticas de cada una. Posteriormente, se mapeó y documentó la experiencia del cliente paso a paso, incorporando el uso de estas soluciones digitales en los puntos clave.

Finalmente, en noviembre, se llevaron a cabo pruebas del prototipo con al menos nueve clientas actuales y la emprendedora. Esto permitió recopilar retroalimentación real y realizar iteraciones rápidas para mejorar la experiencia de servicio y el uso de las tecnologías, según fuera necesario.

Este enfoque integral tuvo como objetivo reforzar la calidad y consistencia de la experiencia de servicio al cliente, así como estandarizar y optimizar procesos operativos clave. Además, buscó reunir información concreta de usuarios reales que resultaría fundamental para el diseño de una solución tecnológica escalable destinada a impulsar el nuevo modelo de negocio centrado en la capacitación.

A lo largo de las semanas de trabajo con la empresaria La empresaria Heredia, se aplicaron diversas herramientas, como entrevistas, encuestas, mystery shopper y el diagnóstico PLAi. Esto permitió identificar como problemática central la necesidad de fortalecer la experiencia de servicio al cliente y estandarizar procesos operativos, en preparación para la transición al modelo de negocio centrado en la capacitación.

Con el fin de lograr una mayor agilidad e innovación en el proyecto, se utilizó la metodología Google Sprint. Durante la semana 4, se envió un mystery shopper y se llevó a cabo la primera entrevista con la emprendedora como primer acercamiento.

En la semana 5, se analizó la información recopilada y se creó un primer borrador del lienzo del modelo de negocio y el mapeo del proceso comercial. Gracias a la aplicación de Sprint, se desarrolló el mapa del viaje del cliente, lo que permitió identificar el problema raíz y enfocarse en la solución.

La semana 6 se centró en investigar y proponer opciones de sistemas CRM que podrían implementarse para resolver la necesidad detectada.

En la semana 7, se llevó a cabo una reunión con la emprendedora para recopilar información sobre sus finanzas y comprender cómo las gestionaba en ese momento. Al mismo tiempo, se realizó un benchmarking externo.

La semana 8 se dedicó a formular encuestas dirigidas a clientas de los diferentes servicios con el propósito de comprender sus necesidades y expectativas, y así construir perfiles de cliente o buyer persona.

Este proceso permitió validar la alternativa de desarrollar un prototipo de la experiencia de servicio que incorpora herramientas digitales antes de una implementación a gran escala. Esto posibilitó la realización de iteraciones ágiles y la obtención de retroalimentación real de usuarios.

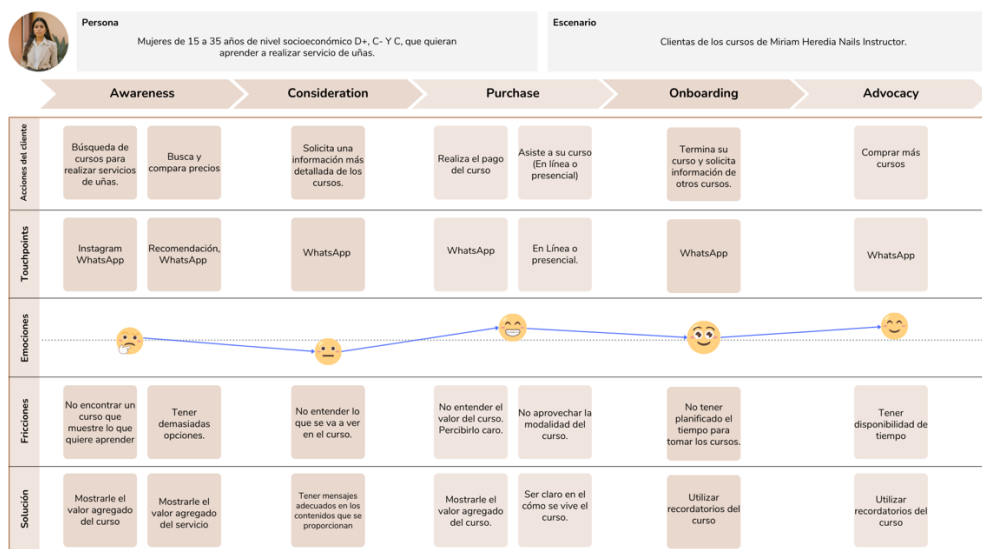
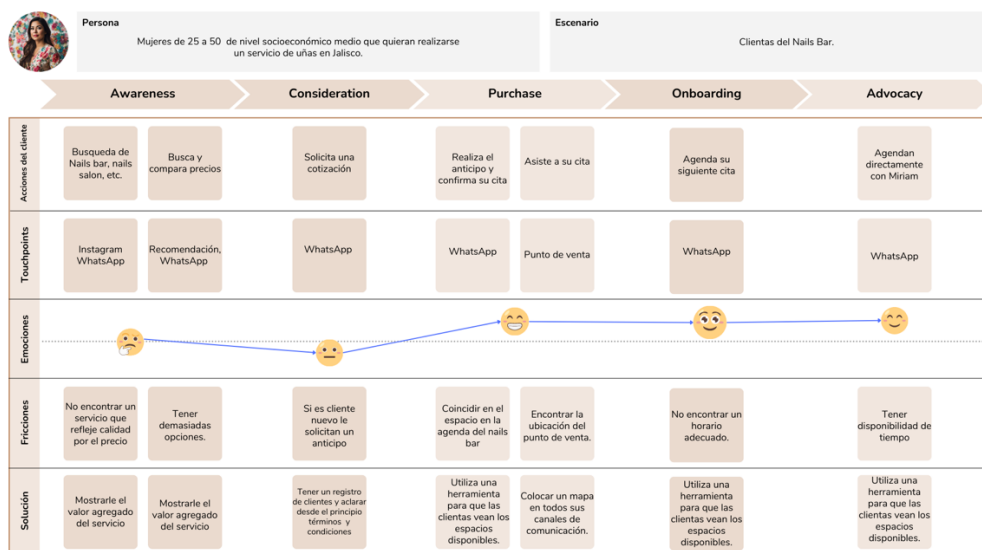
El plan contempló, en septiembre, la realización de entrevistas a profundidad, análisis de competidores y la comprensión de los perfiles de cliente. En octubre, se seleccionaron las tecnologías y se mapeó la experiencia del cliente. Finalmente, en noviembre, se llevaron a cabo pruebas del prototipo con usuarios reales.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Para entender el problema y las necesidades del cliente, se realizaron las siguientes actividades:

Entrevistas con el cliente para conocer sus requerimientos y objetivos.

- Análisis de la competencia mediante benchmarks para identificar tendencias y mejores prácticas.
- Investigación sobre los usuarios finales a través de customer journeys, encuestas y creación de buyer personas. Esto reveló diferencias en las necesidades de cada segmento de cliente.





DIANA DÍAZ

EDAD	35 años
SEXO	Mujer
OCUPACIÓN	Comerciante
UBICACIÓN	Zapopan, Jalisco

PERSONALIDAD

Creativo

Sentimental

extrovertido Introvertido

BIOGRAFÍA

Es emprendedora, tiene su propio negocio Apasionada por la moda, se arregla todos los días para verse bien y cuida mucho su imagen. Acude al salón de uñas cada 15 días. Disfruta pasar tiempo con su familia y amigos cuando no está en trabajando.

MOTIVACIONES

- Verse bien y sentirse segura con su apariencia.
- Tener éxito con su negocio.
- Pasar tiempo de calidad con su familia y amigos.
- Consentirse y relajarse.

OBJETIVOS

Quiere verse bien y estar a la moda. Busca productos de belleza y moda que la ayuden a conseguir esto.

DOLORES

No tener tiempo suficiente para arreglarse y verse bien. Sentir que su look está pasado de moda.

GUSTOS Y AFICIONES

Ver películas
Pasar tiempo con amigos y familia.
Comprar ropa y accesorios de moda.
Probar nuevos restaurantes.

HABILIDAD

Internet ★★★★★

Organización y planificación ★★★★★

Sentido estético ★★★★★

Habilidades sociales ★★★★★

REDES SOCIALES

MARCAS

MANGO L'ORÉAL
MAC Nike Levi's



KARLA LÓPEZ

EDAD	25 años
SEXO	Mujer
OCUPACIÓN	Técnica en uñas
UBICACIÓN	Zapopan, Jalisco

PERSONALIDAD

Creativo

Sentimental

extrovertido Introvertido

BIOGRAFÍA

Es dueña de su propio negocio de manicura en Guadalajara. Apasionada por la nail art, constantemente toma cursos para aprender nuevas técnicas y estar al día en tendencias. Muy activa en redes sociales donde promociona su trabajo y busca inspiración. Soltera, vive con su hermana y en su tiempo libre sale con amigas y su novio. Adora la música pop y los animales.

MOTIVACIONES

- Perfeccionar sus habilidades en nail art.
- Crecer su negocio y llegar a más clientas.
- Tener independencia económica.
- Viajar y conocer nuevos lugares.

OBJETIVOS

Crece su negocio y conseguir más clientes. Estar siempre actualizada en las últimas técnicas y diseños de uñas.

DOLORES

La competencia con otros salones de uñas. Que sus clientas se cansen de sus diseños.

GUSTOS Y AFICIONES

Asistir a cursos y talleres.
Escuchar música pop y podcasts.
Viajar
Salir de fiesta los fines de semana.
Ver tutoriales en YouTube.

HABILIDAD

Creatividad ★★★★★

Destreza Manual ★★★★★

Organización ★★★★★

Atención al detalle ★★★★★

REDES SOCIALES

MARCAS

MARY KAY Stradivarius
NIVEA ZARA CONVERSE

- Entrevista a profundidad con la empresaria para conocer su visión del negocio.

Generación de ideas

Teniendo claro el problema, se generaron múltiples ideas y alternativas para resolverlo. Las ideas se enfocaron en automatizar y optimizar el proceso comercial a través de soluciones digitales.

Decisión

Las alternativas se evaluaron con base en: cumplimiento de requerimientos, factibilidad, y costo.

La alternativa seleccionada fue una solución para automatizar el proceso comercial completo.

Prototipado

Se creó un prototipo de la solución seleccionada y se probó con usuarios reales para recabar feedback y refinarlo.

Pruebas

El prototipo se probó reiteradamente con usuarios finales en cada iteración para garantizar usabilidad.

Implementación

Una vez validada la solución, se procedió a implementarla en la empresa. Se le dio seguimiento para medir efectividad.

Mejora continua

A partir de la 4ta semana se implementaron mejoras incrementalmente en base a insights ganados en cada sprint.

Nuestro proceso de Desarrollo de la propuesta de mejora con Odoo fue el siguiente:

Para abordar las problemáticas identificadas en NB by La empresaria Heredia y fortalecer la experiencia de servicio al cliente durante la transición hacia un modelo centrado en la capacitación, se propuso la implementación de Odoo, una plataforma de software de código abierto que ofrece soluciones integrales para la gestión empresarial. La elección de Odoo se basó en su versatilidad, la posibilidad de comenzar con un módulo gratuito y la capacidad de escalar conforme la empresa crezca.

1. Entendimiento del problema:

Entrevistas con el cliente: Se realizaron entrevistas exhaustivas con La empresaria Heredia para comprender sus requerimientos y objetivos durante la transición del modelo de negocio.
Análisis de la competencia: Se llevaron a cabo benchmarks para identificar tendencias y mejores prácticas en la industria, destacando la eficacia de soluciones tecnológicas como Odoo en empresas similares.

Investigación de usuarios finales: Se utilizó la metodología de customer journeys, encuestas y la creación de buyer personas para entender las necesidades específicas de cada segmento de cliente.

2. Generación de ideas:

Con base en la comprensión del problema, se generaron múltiples ideas y alternativas centradas en automatizar y optimizar el proceso comercial a través de soluciones digitales.

3. Decisión:

Las alternativas se evaluaron según el cumplimiento de requerimientos, factibilidad y costo. La opción seleccionada fue la implementación de Odoo debido a su modularidad, versatilidad y a la oferta de un módulo gratuito.

4. Prototipado:

Se procedió a crear un prototipo de la solución utilizando el módulo gratuito de Odoo, adaptándolo a las necesidades específicas de NB. Este prototipo se sometió a pruebas con usuarios reales para recopilar feedback y realizar refinamientos.

5. Pruebas:

El prototipo se sometió a pruebas iterativas con usuarios para garantizar su usabilidad y eficacia en la gestión de cliente.

6. Implementación:

Una vez validada la solución, se procedió a la implementación completa de Odoo en la empresa, abarcando los procesos clave identificados durante el diagnóstico colaborativo.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

El Proyecto de aplicación Profesional (PAP) en NB by La empresaria Heredia ha sido una experiencia integral que abordó de manera efectiva las problemáticas identificadas y generó impactos positivos significativos en la empresa. A continuación, se destacan los aspectos clave de la valoración de esta experiencia:

Resultados Alcanzados:

Optimización de la Gestión de Citas: La implementación del módulo de citas de Odoo permitió una gestión eficiente de las citas, mejorando la experiencia del cliente y facilitando la transición hacia el nuevo modelo de negocio centrado en la capacitación.

Presencia Digital Mejorada: La integración del sistema de citas fortaleció la presencia digital de NB, proporcionando a los clientes una plataforma intuitiva para programar citas y mejorar la visibilidad en línea de la empresa.

Monitoreo Continuo y Mejora: El establecimiento de un sistema de monitoreo continuo y la recopilación de datos permitieron realizar ajustes y mejoras, asegurando un rendimiento óptimo del sistema a lo largo del tiempo.

Impactos Generados:

Eficiencia Operativa: La optimización de la gestión de citas contribuyó a una mayor eficiencia operativa, liberando tiempo para que La empresaria Heredia se enfoque en el nuevo enfoque de capacitación y en la atención personalizada a los clientes.

Adaptación a las Nuevas Dinámicas de Mercado: La presencia digital mejorada y la capacidad de ofrecer citas en línea permitieron a NB adaptarse a las nuevas dinámicas de mercado, especialmente relevantes en el contexto post-pandemia.

Satisfacción del Cliente: La retroalimentación positiva de los clientes indicó un aumento en la satisfacción al proporcionar una experiencia más conveniente y accesible para programar servicios.

Aspectos Pendientes:

Expansión de Módulos de Odoo: Considerando la modularidad de Odoo, la comunidad y la organización podrían contemplar la expansión de otros módulos que aborden aspectos adicionales del negocio, como la gestión financiera, ventas y marketing.

Capacitación Continua: Aunque se ha realizado una capacitación inicial, se podría considerar un programa de capacitación continua para asegurar que el personal esté actualizado sobre nuevas funcionalidades de Odoo y optimice su uso.

Medición de Resultados a Largo Plazo: Una siguiente etapa del PAP podría incluir una evaluación a largo plazo de los resultados obtenidos, midiendo la evolución de la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) [Base de datos].

Pérez-González, D. (2021). Transformación digital en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) frente al COVID-19. Economía Informa, (425).

1.8. Anexos generales

Encuestas a clientas de NB:

ITESO A.C. ha establecido las medidas necesarias para garantizar de forma efectiva, la protección y tratamiento adecuado de los datos personales que usted comparte con nuestra institución como consecuencia de la relación jurídica que exista con el destinatario de esta comunicación. Para conocer cómo realizamos el tratamiento de los datos personales recabados en ITESO, A.C., están disponibles para su consulta nuestros Avisos de Privacidad en <https://datospersonales.iteso.mx/>

1. ¿Cuántos años tienes?

Enter your answer

2. ¿En qué municipio resides?

Enter your answer

3. ¿A qué te dedicas?

Enter your answer

4. ¿Cuál fue el medio con el que te enteraste de los cursos de Miriam?

Enter your answer

5. ¿Qué redes sociales utilizas más?

☐ Facebook

☐ WhatsApp

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ Twitter

☐ Other

6. ¿En qué redes sociales sigues a **Miriam Heredia Nail instructor**?

☐ Facebook

☐ Instagram

☐ WhatsApp

☐ Pinterest

Encuestas a Clientas de Cursos:

ITESO A.C. ha establecido las medidas necesarias para garantizar de forma efectiva, la protección y tratamiento adecuado de los datos personales que usted comparte con nuestra institución como consecuencia de la relación jurídica que exista con el destinatario de esta comunicación. Para conocer cómo realizamos el tratamiento de los datos personales recabados en ITESO, A.C., están disponibles para su consulta nuestros Avisos de Privacidad en <https://datospersonales.iteso.mx/>

1. ¿Cuántos años tienes?

Enter your answer

2. ¿En qué municipio resides?

Enter your answer

3. ¿A qué te dedicas?

Enter your answer

4. ¿Cómo te enteraste del servicio de Miriam Nails Bar?

Enter your answer

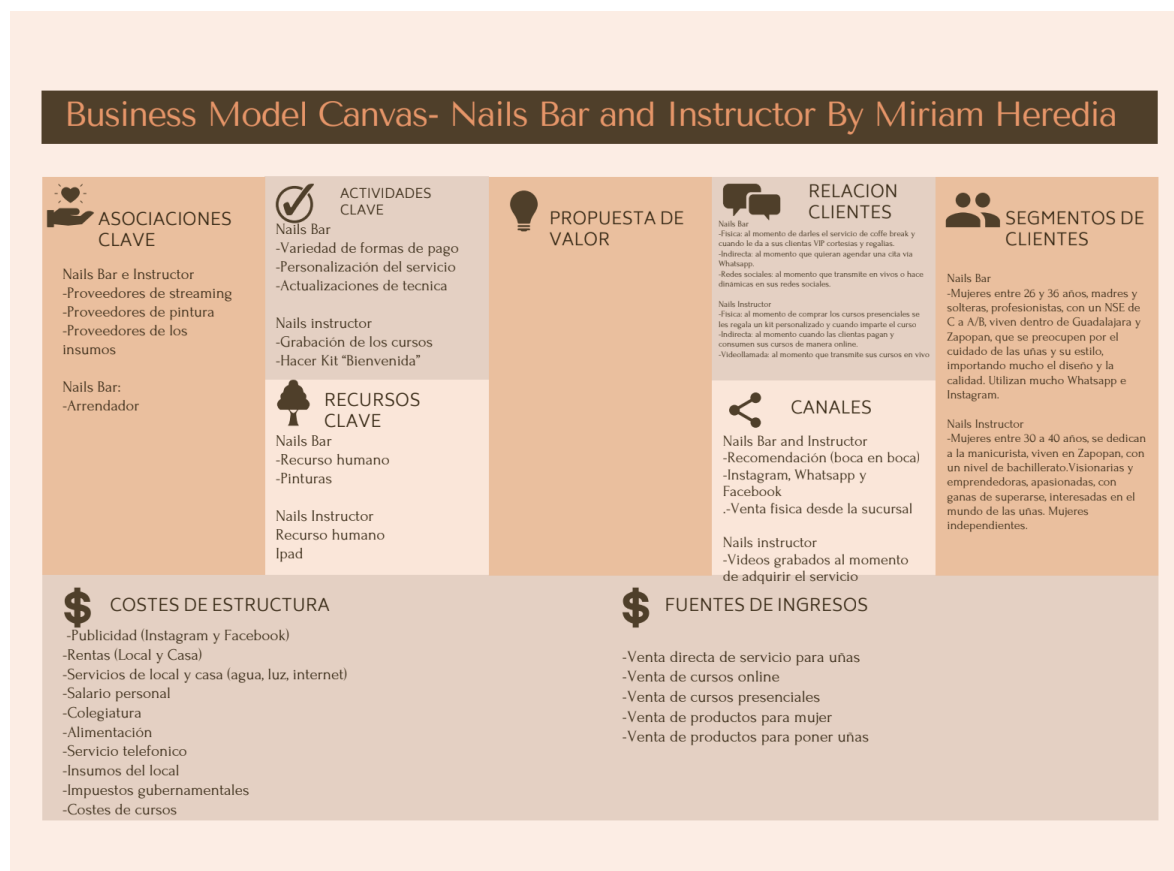
5. ¿Qué redes sociales utilizas más?

☐ Facebook

☐ WhatsApp

☐ Instagram

Business Model Cnvas:



Mystery Shopper:

Encuesta para Mystery Shopper

Ashley, joven de 21 años de edad, originaria de Culiacán, Sinaloa, reside en Zapopan, estudiante de la UP.

1. ¿Cuántos cómo fue tu experiencia con NB?

Fue agradable la poca experiencia que pude tener con La empresaria, fue atenta en todo momento.

2. Desde que se agenda la cita hasta que te fuiste del local. ¿Qué fue lo que más te gustó de la experiencia NB?

Nunca se pudo concretar la cita porque no tenía espacio los días que yo podía.

3. Desde tu experiencia al pagar diferentes servicios de manicura. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual volverías?

Sinceramente no, porque no estoy acostumbrada hacer un depósito para ir hacerme la manicura.

4. Desde tu perspectiva. ¿Consideras que hay una correlación buena entre el servicio que te están dando y el acabado de las uñas con proporción a lo que estás pagando por dicho servicio? (consideras que hay buena relación entre el servicio y lo que estás pagando por el)

Cuando me comentaron acerca de dar un depósito para que se pueda hacer la cita, lo vi inusual porque no estoy acostumbrada a pagar un depósito por ir hacerme el manicure

5. Desde que se agendó la cita y fuiste al local. ¿Qué fue lo que no te gustó?

No tuve la oportunidad de ir al local.

Comentarios de Mystery shopper

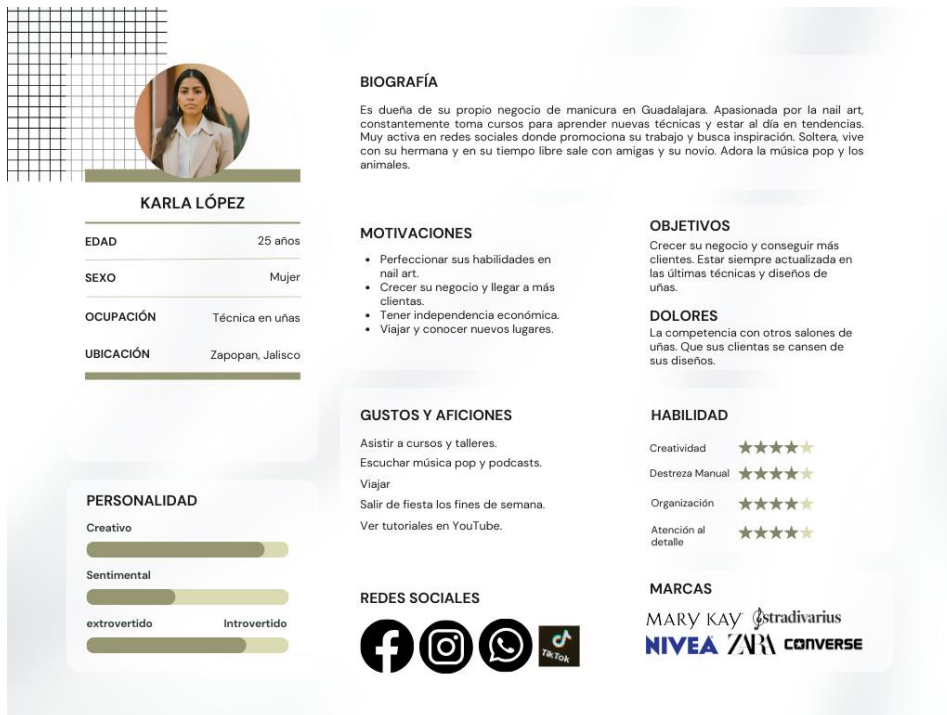
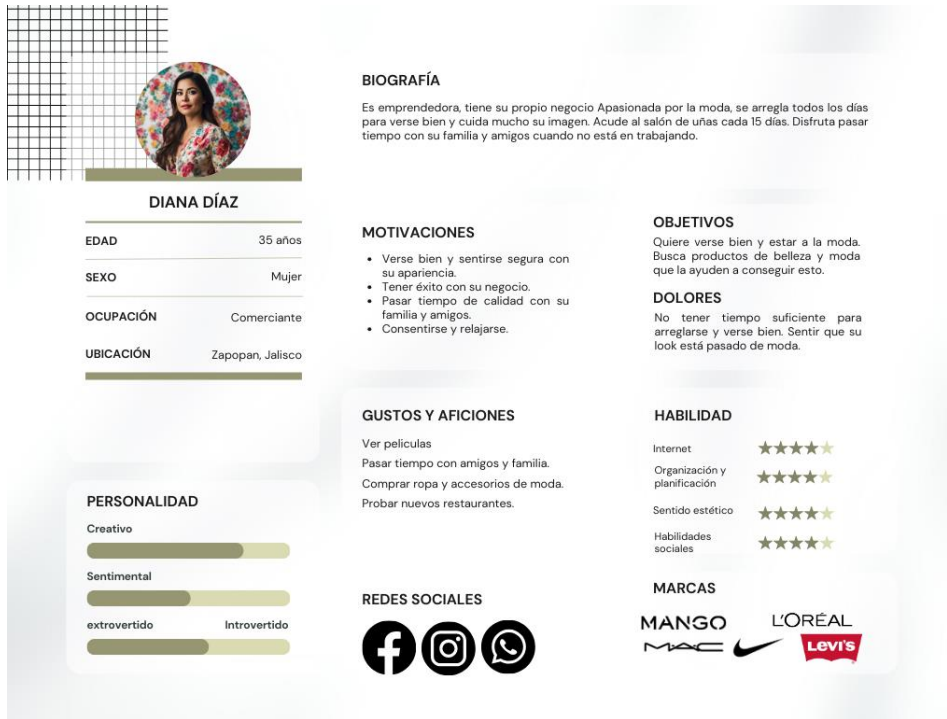
- En la mañana no contesta las llamadas ni los mensajes, tarda en contestar
- En las tardes contesta mas seguido como llamadas y mensajes vía whatsapp

- Se le hace confuso la información.
- Precio bajo para Guadalajara.

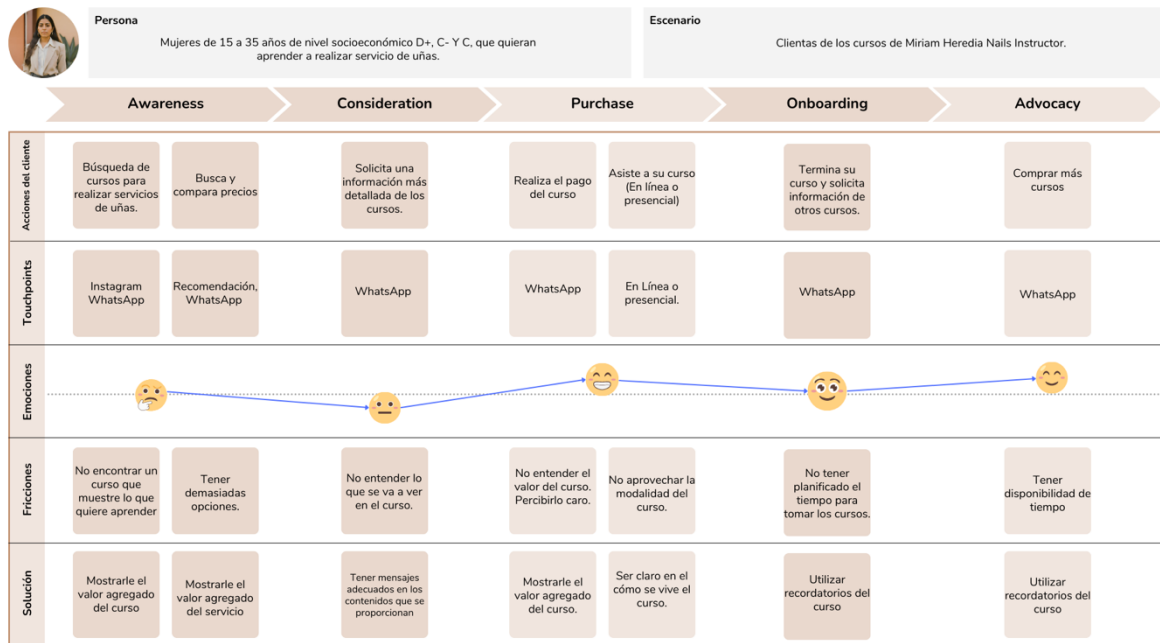
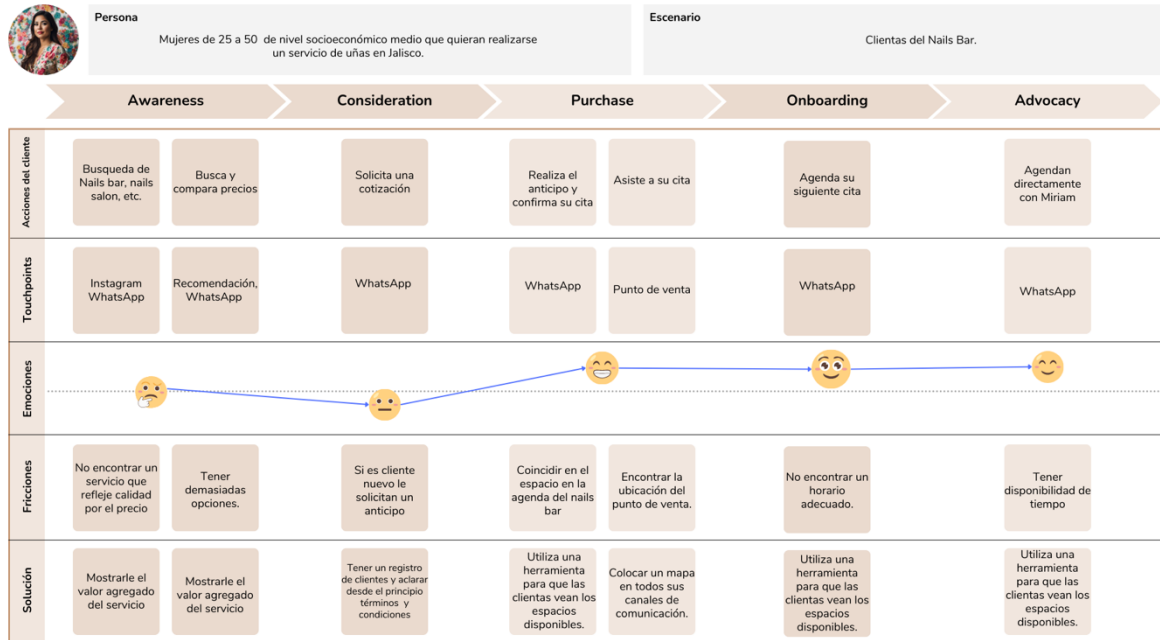
Comentarios de los consultores

- Podemos deducir que en las mañanas lo tiene ocupado con sus clientes haciendo que no tenga tiempo para contestar todos los mensajes de sus clientes y los posibles clientes.
- Es interesante que las personas que no son originarios de la zona metropolitana de Guadalajara tengan la percepción de que el servicio se les hace bajo.
- Es confusa la información que se maneja en vía whatsapp como en sus redes sociales como instagram porque en whatsapp la mystery shopper tenía el enfoque que estaba hablando con la empresa “NB” y cuando abre el link la direcciona al instagram personal de La empresaria por lo que se le hace confuso ese cambio de perfil y de nombre.
- Hay información clara de parte de La empresaria acerca de sus precios y de sus servicios

Buyer Persona:



Customer Journey Map:



Módulo de Citas Odoo:

Plantilla de SMS

Confirmación de cita

Aplica a [?] Evento de calendario

Contenido

¡Hola!

Un gusto saludarte :)

Gracias por programar una cita en Nails Bar By Miriam Heredia. Estoy muy emocionada de verte pronto en Nails Bar.

¡Esperamos brindarte una experiencia excepcional! Por favor, Recuerda enviar el comprobante de tu deposito respondiendo a este mensaje.

Nota: Toma en cuenta que si 24 horas antes de tu cita no contamos con el comprobante de deposito tu cita se cancelara automáticamente.

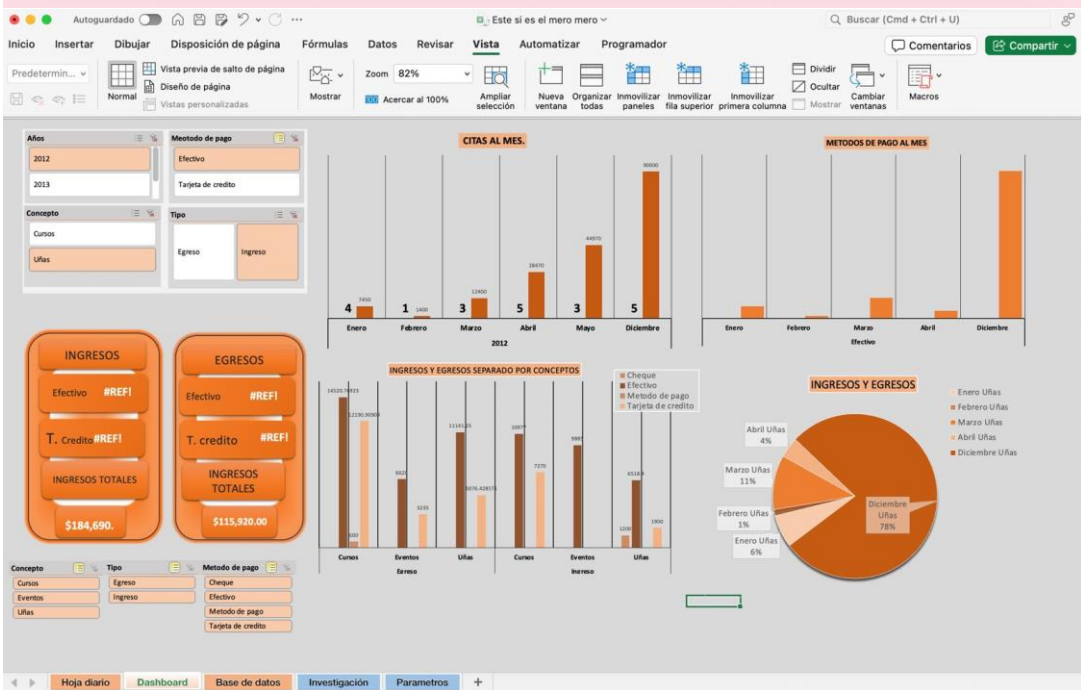
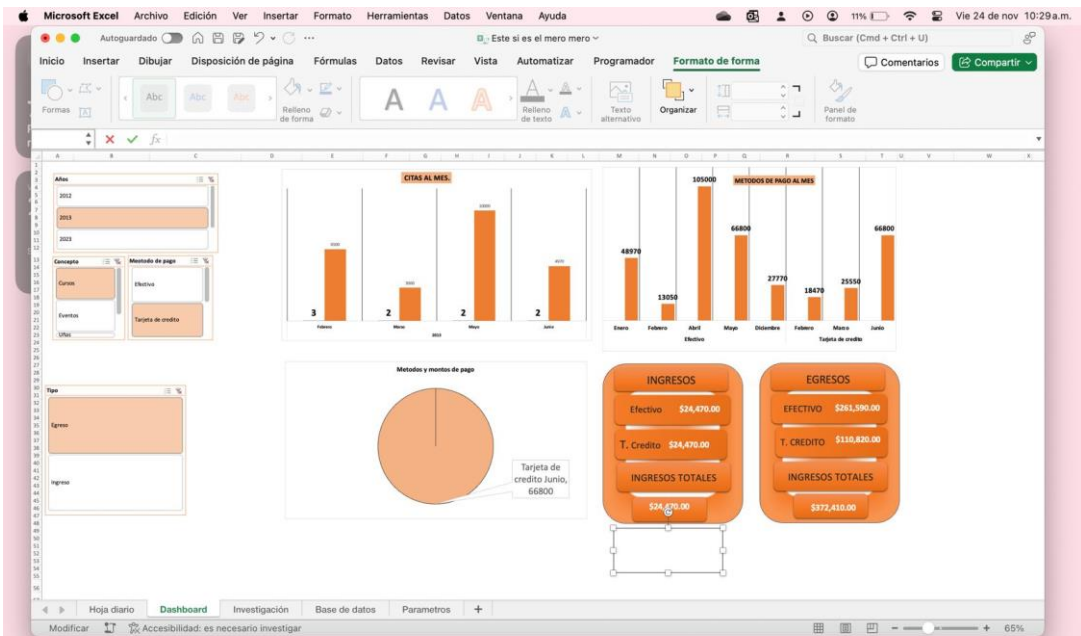
Si necesitas cambiar o cancelar la cita, contáctame con 24 horas de anticipación.

¡Hasta pronto!

Nails Bar By Miriam Heredia

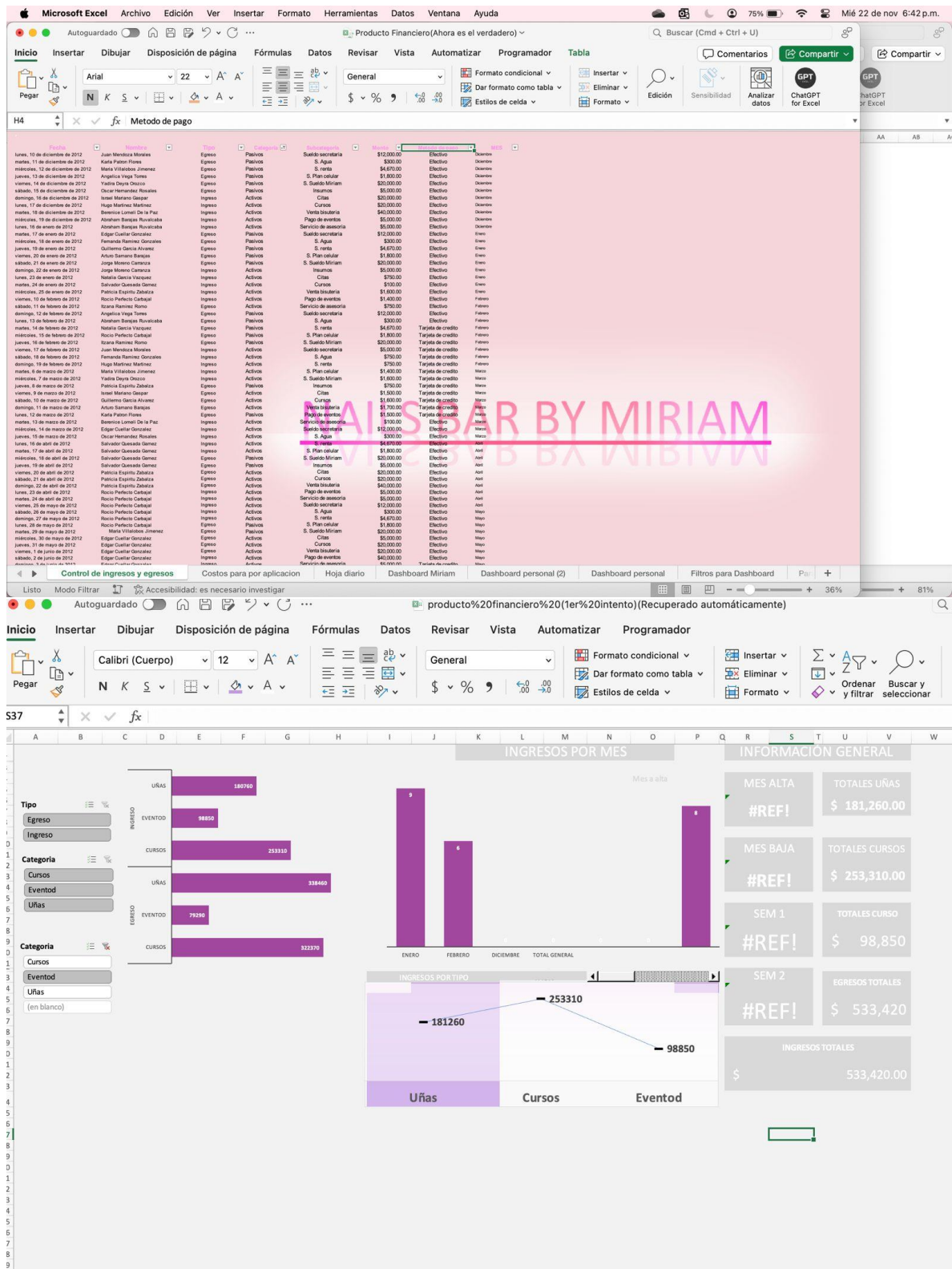


Dashboard financiero y para gestión de información de clientes:

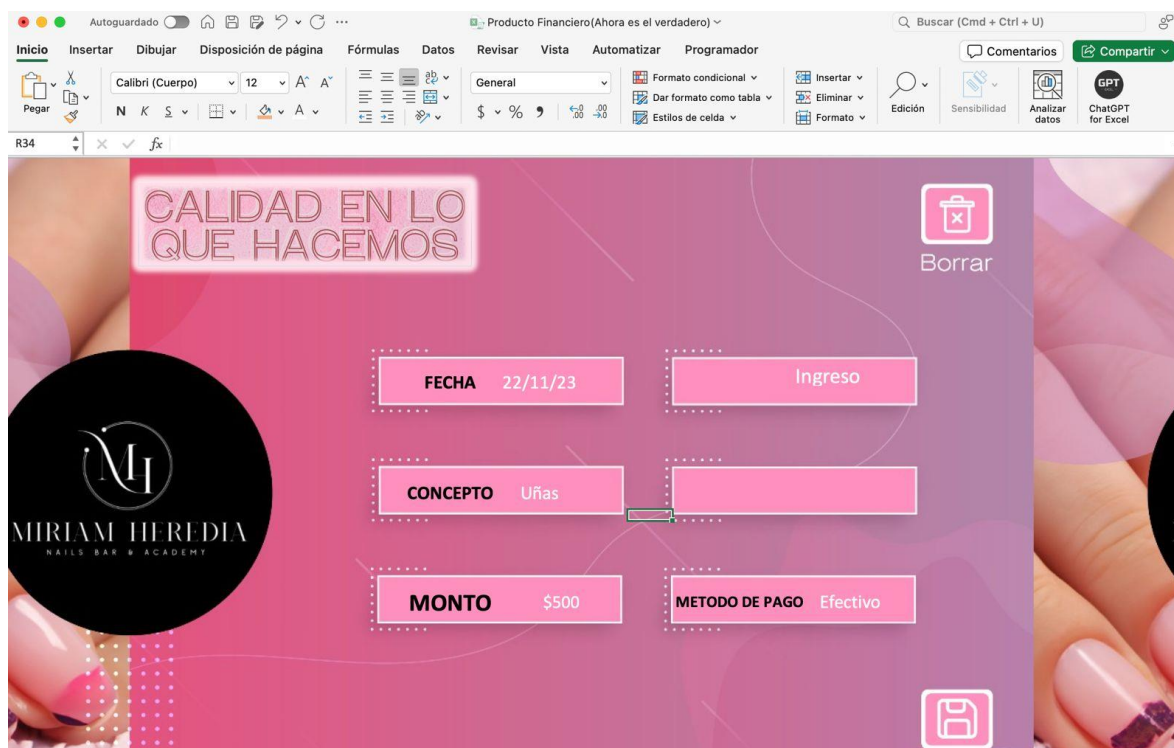


Microsoft Excel interface showing two screenshots of a financial application. The top screenshot displays a complex spreadsheet with multiple tables and formulas, including a table titled "Costos por por aplicacion". The bottom screenshot shows a form titled "CALIDAD EN LO QUE HACEMOS" with fields for "FECHA" (22/11/23), "CONCEPTO" (Cursos), and "MONTO" (\$600). The form also includes a "Borrar" button and a "Guardar" button. The application is titled "Producto Financiero (Ahora es el verdadero)".

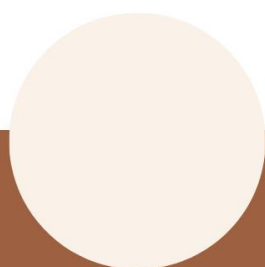
Microsoft Excel interface showing two screenshots of a financial application. The top screenshot displays a complex spreadsheet with multiple tables and formulas, including a table titled "Costos por por aplicacion". The bottom screenshot shows a form titled "CALIDAD EN LO QUE HACEMOS" with fields for "FECHA" (22/11/23), "CONCEPTO" (Cursos), and "MONTO" (\$600). The form also includes a "Borrar" button and a "Guardar" button. The application is titled "Producto Financiero (Ahora es el verdadero)".



[illegible]



Manual de uso – Modulo de Odoo.



MANUAL DE USO - MODULO DE CITAS ODOO

MANUAL DE GESTIÓN DEL MÓDULO DE CITAS EN ODOO

1. INICIO Y NAVEGACIÓN

Después de activar el módulo de citas, sigue estos pasos para comenzar:

- Inicia sesión en tu cuenta de Odoo.
- En el menú principal, selecciona Citas.

2. GESTIÓN DE CITAS

2.1. Vista General de Citas

- En la pestaña de Citas, visualiza todas las citas programadas.
- Utiliza los filtros para ver citas por día, semana o mes.

2.2. Creación de Nueva Cita

- Haz clic en Crear para añadir una nueva cita.
- Completa los detalles de la cita, como cliente, fecha, hora y servicio.
- Guarda la cita.

2.3. Confirmación Automática

- Verifica que las confirmaciones automáticas estén habilitadas en Configuración de Citas.
- Las confirmaciones automáticas se envían por SMS o correo electrónico.

3. COMUNICACIÓN CON CLIENTES

3.1. Recordatorios Automáticos

- Configura los recordatorios automáticos para reducir las ausencias.
- Establece el tiempo antes de la cita para enviar los recordatorios.

3.2. Mensajería Interna

- Utiliza la función de mensajería interna para comunicarte directamente con los clientes.
- Responde consultas y confirma detalles de la cita.

4. ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA

4.1. Informes Analíticos

- Explora los informes analíticos para evaluar el rendimiento.
- Identifica patrones de reserva y áreas de mejora.

4.2. Ajustes según Feedback

- Aprende de la retroalimentación del cliente.
- Realiza ajustes en la programación o servicios según sea necesario.

GUÍA DE PASOS PARA DESCARGAR REPORTES DEL MÓDULO DE CITAS EN ODOO:

1. Inicia sesión en Odoo:
2. Accede a tu cuenta de Odoo con tus credenciales.
3. Dirígete al Módulo de Citas:
4. Navega al módulo de citas en la interfaz principal de Odoo. Puedes encontrarlo en el menú principal o en el panel de aplicaciones, dependiendo de tu configuración.
5. Selecciona la Categoría o Tipo de Citas:
6. Si tu módulo de citas tiene categorías o tipos específicos, selecciona la que corresponda al informe que deseas descargar.



1. Filtrar y Seleccionar el Rango de Fechas:
2. Utiliza los filtros disponibles para seleccionar el rango de fechas para el cual deseas generar el informe. Esto te permitirá personalizar los datos que se incluirán en el informe.
3. Genera el Informe:
4. Busca la opción que te permita generar el informe. Puede estar etiquetada como "Generar Informe", "Descargar", "Exportar", u otra similar. Haz clic en esta opción para iniciar el proceso de generación del informe.



1. Selecciona el Tipo de Formato:
2. Odoo puede ofrecer diferentes formatos de informe, como PDF, Excel, CSV, etc. Elige el formato que mejor se adapte a tus necesidades.
3. Confirma y Descarga:
4. Confirma los detalles del informe, como el formato y los filtros aplicados. Luego, procede a descargar el informe.
5. Guarda el Archivo en tu Dispositivo:
6. Una vez que la descarga esté completa, guarda el archivo en la ubicación deseada en tu dispositivo.

2. Productos

Informe de propuesta de seguimiento	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema. Informe de propuesta de seguimiento	
Objetivo	Presentar las propuestas que se encontraron a partir de diferentes herramientas, así como la metodología utilizada. El objetivo es dar a presentar las diferentes propuestas que se escogieron a partir de los diferentes diagnósticos que se hicieron, así mismo, destruir el tiempo y las recomendaciones hacia la empresa.
Estructura	Está dividido en nueve apartados: 1. Contenido. Mostrar las diferentes herramientas que aplicamos a lo largo de las primeras semanas. 2. Problemática detectada. Explicar el problema raíz y las diferentes herramientas que se utilizaron para poder detectarla. 3. Metodología aplicada. Explicar la metodología que se aplicó a lo largo del proyecto. 4. Mapeo del proceso comercial (manicure). Diseñar el proceso por el que pasa el cliente con la finalidad de extraer más información. 5. Mapeo del proceso comercial (Cursos). Diseñar el proceso por el que pasa el cliente con la finalidad de extraer más información. 6. Propuesta del plan de trabajo. 7. Cronograma de los 4 meses que se estará haciendo la consultoría. 8. Reflexiones. Aprendizajes y observaciones 9. Anexos. Formatos elaborados.
Importancia	Con esta presentación la emprendedora podrá identificar las áreas de oportunidades de su microempresa con pruebas cuantitativas que lo

	fundamentan, partiendo desde un marco teórico como justificación de lo que se trabajó con la microempresa y con la emprendedora
Conclusiones	a implementación de las diferentes herramientas para la conseguir datos cuantitativos tiene mucha importancia porque ayuda a crear parámetros que ayudan a medir los diferentes procesos, status entre más cosas.

Buyer personal para el servicio de diseño	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema.	
Documento que contiene información más precisa sobre el perfil al que se está dirigiendo sobre el manicure y diseño de uñas, desde una forma más visual y sintetizada	
Objetivo	Tener una visión más clara de cuál es el mercado meta de la microempresa tomando en cuenta que es una herramienta útil que le ayudara a la empresaria cuando quiera hacer alguna compañía.
Estructura	Está dividido en cinco apartados: 1. Objetivo. Identificar al mercado meta y sintetizar la información. 2. Metodología. Dar a conocer la metodología que se utilizó para recopilar información para la creación del producto. 3. Resultados generales. Tener una clara visión del mercado meta de la emprendedora. 4. Conclusión. 5. Anexos. Formatos elaborados

Importancia	Con esta herramienta la empresaria podrá tener de forma física, visual y sintética la información de sus clientas y tener herramientas que la ayuden a la creación de estrategias, por ende,
Conclusiones	La aplicación de las encuestas para la recabar información. Es de suma importancia porque nos enseña que hay diferentes métodos donde se puede implementar estas herramientas y dicho producto es una muestra de ello.

c

Buyer personal para el servicio de cursos	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema. Documento que contiene información más precisa sobre el perfil al que se está dirigiendo sobre el manicure y diseño de uñas, desde una forma más visual y sintetizada	
Objetivo	Informar y entregar a la empresaria un documento donde le informe el perfil del mercado meta con la finalidad de poder crear estrategias eficientes.
Estructura	Está dividido en cinco apartados: 1. Objetivo. Identificar al mercado meta y sintetizar la información. 2. Metodología. Dar a conocer la metodología que se utilizó para recopilar información para la creación del producto. 3. Resultados generales. Tener una clara visión del mercado meta de la emprendedora. 4. Conclusión. 5. Anexos. Formatos elaborados

Importancia	Con este informe los directivos tendrán información más clara y completa de cada uno de los encuestados desglosado inciso por inciso, con la finalidad de conocer las áreas y fortalezas de sus colaboradores de una forma más específica.
Conclusiones	La realización de este informe tiene relevancia partiendo desde un marco teórico porque ayuda a comprender mejor las áreas y las fortalezas que tiene cada uno de los colaboradores dentro de la empresa, por ende, nos ayuda a poder comprender mejor la estructura organizacional y en base a lo antes mencionado nos da información importante para poder crear y/u ofrecer la mejor propuesta para el escenario.

Entrega del Business Model Canvas	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema.	
• Creación del Business Model canvas	
Objetivo	Informar y presentar las nueve diferentes áreas que conforma el Business Model Canvas, haciendo que la empresaria tenga más claro de la estructura y de lo más importante, la propuesta de valor.
Estructura	Está dividido en cinco apartados: 1. Objetivo. Identificar y aprender los diferentes segmentos que lo conforma. 2. Metodología. Dar a conocer la metodología que se utilizó para recopilar información para la creación del producto.

	3. Resultados generales. Ayuda a tener más específico y claro los puntos importantes 4. Conclusión. 5. Anexos. Formatos elaborados.
Importancia	Con esta herramienta la empresa tendrá claro cuáles son sus ingresos, egresos, especificar su segmento de mercado, podrá crear alianzas estratégicas y podrá la empresaria tener una visión más sistémica del mundo de los negocios. Fomenta a él o la empresaria a estar innovando.
Conclusiones	La realización de esta herramienta o formato es de mayor importancia para cualquier empresa, desde una microempresa hasta una internacional, nos ayuda a tener claro los 9 fundamentos importantes que sin duda alguna debe tener una empresa para poder ser competitiva ante el mercado. Cabe mencionar que ayuda a conocer como es la estructura de la empresa de una forma más eficiente.

Entrega del Customer Journey Map para el servicio de cursos	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema. Es una herramienta que ayuda a mapear los diferentes procesos en el cual está enfocado en el cliente.	
Objetivo	Dar a conocer el proceso desde que el cliente directa o indirectamente tiene contacto con la empresa. Ayuda para poder detectar, analizar y mejorar los pasos dentro del proceso por el cual el cliente se fue con una mala experiencia. Brinda como una herramienta para tener claro cuáles son las áreas de oportunidad. Brinda una visión más amplia con la finalidad de conocer mejor la relación que hay cliente y empresa.
Estructura	Está dividido en cinco apartados: 1. Perfil del cliente. 2. Línea de tiempo. Da conocimiento de los tiempos y de las diferentes interacciones que hay. 3. Experiencia. Brinda un parámetro desde el sentir enfocado en los clientes.

	4. Puntos de contacto. 5. Anexos. Formatos elaborados.
Importancia	Con esta herramienta la empresaria podrá reconocer los recursos, las fases y podrá conocer mejor a su cliente, recopilando dicha información podrá ser capaz de tener claro dentro del proceso el recurso y/o acción que pueda mejorar o implementar con la finalidad que la experiencia de su clienta sea la mejor posible.
Conclusiones	La creación del formato tiene una relevancia dentro del área de customer experience dentro de una organización, haciendo hincapié funciona para todo tipo de empresa. Además, estos recursos contribuyen a la solución de la problemática identificada que la empresa presenta.

Customer Journey Map para el servicio de uñas	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema. Es una herramienta que ayuda a mapear los diferentes procesos en el cual está enfocado en el cliente.	
Objetivo	Dar a conocer el proceso desde que el cliente directa o indirectamente tiene contacto con la empresa. Ayuda para poder detectar, analizar y mejorar los pasos dentro del proceso por el cual el cliente se fue con una mala experiencia. Brinda como una herramienta para tener claro cuáles son las áreas de oportunidad. Brinda una visión más amplia con la finalidad de conocer mejor la relación que hay clienta y empresa.
Estructura	Está dividido en cinco apartados: 6. Perfil del cliente. 7. Línea de tiempo. Da conocimiento de los tiempos y de las diferentes interacciones que hay. 8. Experiencia. Brinda un parámetro desde el sentir enfocado en los clientes. 9. Puntos de contacto. 10. Anexos. Formatos elaborados.
Importancia	Con esta herramienta la empresaria podrá reconocer los recursos, las fases y podrá conocer mejor a su cliente, recopilando dicha información podrá ser capaz de tener claro dentro del proceso el recurso y/o acción que pueda mejorar o implementar con la finalidad que la experiencia de su clienta sea la mejor posible.

Conclusiones	La creación del formato tiene una relevancia dentro del área de customer experience dentro de una organización, haciendo hincapié funciona para todo tipo de empresa. Además, estos recursos contribuyen a la solución de la problemática identificada que la empresa presenta.
--------------	---

Mapeo del proceso comercial	
Intervención en una microempresa que brinda servicio para el mantenimiento y diseño de uñas e imparte cursos del tema. El mapa de procesos es una herramienta diseñada como un diagrama de flujo que ayuda a tener claro los procesos, brinda claridad y coherencia en los pasos de una forma coherente dentro del evento que se mapeo.	
Objetivo	Brinda información importante para la empresaria porque le da el conocimiento de los recursos o de los diferentes actores están involucrados dentro del proceso comercial. Desde los roles, input y output, las decisiones diferentes elecciones que toman los clientes y motivo más importante el por qué toman esas decisiones. Aporta información importante porque se puede entender mejor al cliente, por ende, contribuye a encontrar diferentes alternativas del proyecto.
Estructura	Está dividido en cinco apartados: 1. Las acciones actividades involucradas dentro del proceso. 2. Las entradas y salidas de cualquier tipo de información y/o recurso. 3. Las personas involucradas o roles. interactúan dentro las diferentes acciones. 4. Puntos de decisión. 5. Serie de simbología fundamentales. 6. Anexos. Formatos elaborados.
Importancia	Con este formato la empresaria podrá tener información detallada de los diferentes recursos, actores y acciones que conlleva su proceso comercial, dándole una mejor claridad del escenario y poder innovar, actualizar y/o implementar herramientas tecnológicas que ayuden a eficientar el proceso generando mayor satisfacción para el cliente y una retención del cliente por parte de la empresaria.
Conclusiones	La realización de este formato nos da una visión más amplia que el cliente es un elemento clave desde el proceso interno y el poderlo alinear con los diferentes procesos y/o gestión para poder encontrar el punto o la

	acción optima que genere ganancias de cualquier tipo de índole de ambos lados.
--	--

3. Reflexión crítica y ética de la 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 de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Graciela María López Iñiguez

Durante el proyecto, me sumergí profundamente en las realidades de NB. La interacción cercana con la empresaria y su microempresa permitió no solo comprender las problemáticas identificadas, sino también empatizar con los desafíos que enfrenta en su día a día. Sentí la responsabilidad ética de aportar soluciones prácticas que tuvieran un impacto real en la eficiencia y sostenibilidad de su negocio.

Mis supuestos y visiones iniciales sobre la gestión de microempresas, particularmente en el sector de belleza, se vieron desafiados. Antes, podría haber subestimado la complejidad y la importancia de estos negocios en la economía local. Ahora reconozco la vitalidad y la resiliencia de estas emprendedoras, como La empresaria, y la necesidad de soluciones adaptadas a sus realidades físicas, sociales y culturales.

El proyecto influyó en mi perspectiva sobre la digitalización en contextos microempresariales. Antes, podría haber considerado que ciertos procesos digitales eran demasiado avanzados para este tipo de negocios. Sin embargo, la rápida adopción del módulo de citas y la transformación digital en NB demostraron que estas herramientas pueden ser accesibles y beneficiosas, incluso en entornos más pequeños.

El logro principal fue la reducción significativa del tiempo de respuesta en la programación de citas, de aproximadamente 2 días a apenas 5 minutos. Este cambio no solo mejoró la eficiencia operativa de NB, sino que también impactó positivamente en la experiencia del cliente. Sin embargo, surgen dilemas éticos al considerar cómo equilibrar la adopción de tecnologías digitales con la preservación de la atención personalizada, una de las fortalezas de negocios como NB.

La pregunta crucial es cómo dar seguimiento a la aportación social de este proyecto. La implementación de Odoo y la digitalización de procesos deben ser monitoreadas y actualizadas continuamente para mantener su relevancia y eficacia a lo largo del tiempo. Esto implica no solo una contribución inicial sino un compromiso sostenido con la mejora y evolución de las soluciones implementadas.

Mi rol como profesional se ha ampliado, no solo para ofrecer soluciones técnicas, sino también para considerar cuidadosamente las implicaciones éticas de la digitalización en contextos empresariales locales. La responsabilidad de equilibrar la eficiencia con la atención personalizada y la preservación de la identidad única de microempresas como NB se ha vuelto aún más evidente.

Ian Ignacio Corona Hernández.

Es desconocido y a su vez da miedo. Normalmente las personas les da miedo algo o una experiencia desconocida y en mi caso no fue la excepción, al iniciar este PAP tenía una combinación de miedo y de emoción por empezar con el final de mi carrera, conforme iba pasando las semanas ese miedo se iba convirtiendo poco a poco en algo positivo, cabe mencionar que ha sido el semestre mas difícil desde cualquier punto que lo defina, pero en fin. Puedo agregar que la profesión de ser consultor es algo que en el pasado no se me venia a la mente pero conforme iba pasando los semestres en el iteso bien o mal, poco a poco te van inculcando su forma de pensar y su ideología, al punto que desde cuarto o quinto semestre me estaba agradando la idea de ser consultor.

Con base en lo antes mencionado puedo decir que la experiencia que me llevó al estar en este escenario PAP es interesante, que nuestra clienta haya sido como fue nos dio muchas enseñanzas, aprendizajes y reflexiones. Es interesante como una persona puede ser tan ingeniosa, creativa y trabajadora, es algo por el cual tenemos que aprender y las ganas de poder superarse es algo que me maravillo demasiado, al mismo tiempo puedo comentar que con mi compañera pues al principio es difícil trabajar en equipo cuando no concos y/o no te cae bien

3.2 Aprendizajes logrados

Graciela María López Iñiguez:

Durante mi participación en el Proyecto de aplicación Profesional (PAP) en NB by La empresaria Heredia, experimenté un crecimiento significativo en diversas competencias disciplinares, sociales y universitarias.

En el ámbito de Gestión de Proyectos Empresariales, pude aplicar mis conocimientos en la gestión de proyectos específicamente adaptados al entorno digital. Desde la planificación hasta la ejecución, consideré aspectos clave como la implementación de soluciones tecnológicas y la estrategia de marketing digital para NB.

La implementación del módulo de citas de Odoo resaltó mi capacidad para abordar la Digitalización de Procesos en Microempresas. Adapté mi conocimiento a la realidad de NB, utilizando Odoo como solución gratuita inicial y escalable en el tiempo.

El desafío de optimizar la Experiencia del Cliente en un entorno digital requirió no solo la aplicación de estrategias digitales, sino también una comprensión profunda de las expectativas y preferencias de las clientas de NB. Integrar la digitalización sin perder la esencia de la atención personalizada fue esencial.

En el ámbito social, desarrollé una mayor empatía hacia los desafíos específicos que enfrentan los emprendedores en el sector de belleza, influyendo en mi enfoque socialmente consciente. Mejoré mi habilidad para comunicar de manera clara y efectiva, especialmente al presentar conceptos tecnológicos a una empresaria en el sector de belleza.

La colaboración con La empresaria me enseñó la importancia del trabajo duro de las microempresas. Adaptar estrategias digitales a las necesidades específicas del negocio local requirió una colaboración estrecha y la apertura a nuevas ideas de parte de la empresaria.

En términos universitarios, la aplicación de herramientas cualitativas para comprender las necesidades de NB destacó la importancia de la investigación aplicada en entornos empresariales locales. Reflexionar sobre las implicaciones éticas de la digitalización en microempresas se alineó con mi formación universitaria.

Mis aprendizajes más destacados incluyen una visión más integral del entorno sociopolítico y económico de las microempresas en el sector de belleza, destacando la importancia de adaptar estrategias digitales a la realidad local para lograr un impacto sostenible. El proyecto reveló la importancia de la adaptabilidad y el aprendizaje continuo en el ámbito de negocios digitales. Identifiqué áreas de mejora, como la necesidad de mantenerme actualizada en tendencias digitales emergentes y la importancia de la capacitación constante.

La reducción del tiempo de respuesta en las citas de NB de 2 días a 5 minutos destacó mi capacidad para liderar proyectos con impacto social, utilizando estrategias digitales para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente.

Los saberes aplicados, especialmente en la integración de soluciones tecnológicas en microempresas, son altamente transferibles a otras situaciones similares en el ámbito de negocios digitales. La capacidad de adaptarse a diferentes contextos se convirtió en un aprendizaje valioso.

El proyecto me proporcionó una comprensión más profunda de mis habilidades para abordar desafíos complejos y adaptarme a nuevas realidades. Este autoconocimiento fortaleció tanto mi perspectiva profesional como personal, contribuyendo a mi crecimiento integral.

Ian Ignacio Corona Hernández. Pienso que en este escenario PAP lo que aprendí fue emplear conocimientos enfocado a la analítica de datos y mis conocimientos de mercadotecnia que cabe mencionar que son básicos, aprendí demasiado en esos 2 rubros porque aprendí a pensar, analizar y a resolver problemáticas como nunca pensé que había diferentes alternativas de mejora o de estudio.

Debo mencionar que en este PAP, inclusive en este escenario, aprendí demasiado sobre dos áreas que mencioné anteriormente pero sentí que fue un escenario donde di todo de mí, hay y hubieron áreas de oportunidad que detecté como un futuro recién profesionalista y la incertidumbre...Es algo increíble, siempre trabajar desde esa postura, me hizo reflexionar demasiado en varias ocasiones. Puedo decir que en las últimas semanas hice una correlación de este escenario con la materia de simulación empresarial, estoy viendo complementando con la teoría que veo en esa materia y el PAP, vida real, es interesante como todo está correlacionado y tiene un porqué de las cosas. A lo largo del PAP reafirmo que escogí la carrera adecuada y que sigo aprendiendo y es bueno equivocarse, ser humilde de corazón y pedir perdón cuando uno se equivoca y no enfocarse en ello,

Desde mi experiencia considero que fue satisfactoria de ambos lados, tanto de la empresaria como para nosotros. Aún con toda la incertidumbre respecto o evidencia de ello, de si lo hicimos bien o mal dimos lo mejor de nosotros para poder llevar a cabo este proyecto y como resultado pronto lo veremos, de mientras veo que la clienta se va con muchos aprendizajes, reflexiones y enseñanza que espero en el futuro le sirvan para que pueda hacer prosperar su emprendimiento. Para finalizar, el poder escuchar a personas con mucha experiencia y conocimiento como nuestros asesores es algo invaluable.