

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones
sustantivas de las empresas**



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas

CEDECOM

**"Creación de marca y consultoría sobre plan comercial para taller de
patronaje industrial ubicado en Zapopan, Jalisco"**

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Mercadotecnia. Natalia Durán Aguayo

Lic. en Mercadotecnia. Fernanda De la Mora González

Lic. en Mercadotecnia. Alejandro Martínez Olivares

Profesora PAP: Mtra. Sofía Guadalupe Lepe Navarro

Tlaquepaque, Jalisco, diciembre de 2022

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	2
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Desarrollo	3
3. Resultados del trabajo profesional	4
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	4
5. Conclusiones	4
6. Bibliografía	4
7. Anexos (en caso de ser necesarios)	4
	5

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En este proyecto se trabajó en la validación de naming e imagen de la nueva marca de la empresaria ELVIA Guzmán, desarrollando estrategias para el lanzamiento de la misma durante el periodo de Agosto a Diciembre de 2022.

Para lograr lo antes mencionado se consideraron los siguientes objetivos específicos: Validar la misión, visión y valores de la empresa, elaborar un diagnóstico del producto (4 P's), identificar el mercado meta (Buyer Persona), identificar el panorama competitivo (Benchmarking), analizar el sector y capacidades de la empresa (FODA), validar identidad de marca, Se concluyeron cada uno de los objetivos de manera que se consideraron fuentes primarias y secundarias para el logro del mismo, obteniendo resultados satisfactorios en tiempo y forma.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La industria en general.
Hasta antes de la Revolución Industrial, muchos productos se fabricaban de manera artesanal o sin el uso de máquinas. La invención de la máquina de vapor condujo a la humanidad a nuevas formas de producción, las cuales eran en masa y a costos mucho más accesibles para el grosor de la población.

En pocos años fue posible comercializar una mayor variedad de tipos de telas, las cuales eran utilizadas para satisfacer las necesidades de los consumidores finales. Si bien es cierto que en un principio este movimiento favoreció a los países de mayor desarrollo, como Inglaterra y el resto de Europa, más adelante comenzó a propagarse en América, hasta llegar a nuestro país a finales del siglo XIX.

Los avances más importantes de la industria fue la máquina hilar giratoria, que hizo posible girar varios hilos a la vez. También se inventó el telar de poder, que usaba:

- vapor para alimentar y combinar hilos; ambas máquinas permitieron automatizar la producción y hacerla de forma más veloz y efectiva.
- la desmotadora de algodón, la cual se convirtió rápidamente en una máquina que no podía faltar.

La industria textil ha tenido un desarrollo muy importante desde sus inicios en la Revolución Industrial. Hoy en día existen diferentes tipos de empresas del sector.

La industria textil en México

México es un país de muchos matices, en donde somos conocidos por su labor y la calidad de productos que elaboramos actualmente en México se encuentra entre las potencias textiles del mundo, especialmente en el sector de las fibras sintéticas..

En su mayoría, los productos que se importan son prendas de punto y prendas de tejido plano, representando el 62 % de las importaciones totales. Por su parte, las importaciones de los textiles para el hogar incrementaron en un 26 % respecto al 2019, aunque se apreció una disminución de la importación de hilo en un 34 %.

La industria textil en México se clasifica en la clase 24 de Niza IMPI en Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa. La industria textil se clasifica en la clase del INEGI 315225 CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR A MEDIDA. (Alta costura)

315224 CONFECCIÓN EN SERIE DE ROPA ESPECIAL. (En esta división se encuentra la empresa escenario del presente proyecto de PAP)

315229 CONFECCIÓN DE OTRA ROPA DE MATERIALES TEXTILES.(En esta división se encuentra la empresa escenario del presente proyecto de PAP)

Este sector ha logrado exportar 4695 millones de dólares, posicionándose como el quinto proveedor a escala mundial y logrando ser el tercer generador más grande de PIB.

Las empresas de industria textil en México (pymes, en su mayoría), se han dedicado a la producción de:

- Fibras sintéticas
- Prendas de vestir
- Calzado
- Artículos para el baño
- Telas

La industria textil en México en 2021, en su primer trimestre, exportó 1.6 millones de dólares en productos confeccionados. Esto representa un incremento del 12 % en comparación con el año 2020, según la Cámara Nacional de la Industria Textil de México (CANAINTEX). Desde marzo de 2019 (cuando declararon la pandemia) hasta agosto de 2020, se perdieron un total de 75000 empleos. Sin embargo, para el año 2021, gracias a los esfuerzos del sector, las vacantes aumentaron a 14000, de acuerdo con CANAINTEX. La mayoría de estos empleos pertenecen al subsector de la confección, para un total de 68% de los trabajos totales. Donde cabe mencionar que la fuerza laboral está representada por mujeres en un 66 % del total de la industria manufacturera. De esta forma la mujer tiene mayores espacios de participación en la industria textil artesanal en México.

Tendencias

Próximas tendencias de esta industria.

- En esta industria en cuanto a **tecnología** se está orientando a una tecnología en impresión 3D así como ya se comenzó en la industria del calzado no tarda en verse aquí.

- Nuevas materias primas dentro de esta industria en cuanto **tecnología** se obtendrán nuevas fibras de alto rendimiento en donde estas telas se adapten a mantener una temperatura adecuada.
- La inteligencia artificial remodelará el enfoque de las marcas para el diseño y desarrollo de productos, con un enfoque en la predicción de lo que los clientes querrán usar a continuación.
- Lo que están haciendo grandes marcas en cuestión de moda y tecnología:
 - Google ya probó las aguas del diseño de moda de IA impulsado por el usuario con Project Muze, un experimento que implementó en asociación con la plataforma de moda con sede en Alemania Zalando.
 - Un proyecto de Amazon, dirigido por investigadores con sede en Israel, utilizará el aprendizaje automático para evaluar si un artículo es "elegante" o no.
 - Amazon también patentó un sistema de fabricación para permitir la confección de prendas bajo demanda. La tecnología podría usarse para respaldar su línea Amazon Essentials o los proveedores en la red logística de Amazon.
 - Synflex también ha estado utilizando IA para crear diseños innovadores en un proyecto llamado Algorithmic Couture. El equipo, formado por diseñadores e ingenieros de software, creó una herramienta que crea ropa personalizada en una serie de pasos.
 - Stitch Fix ya está a la vanguardia de la moda impulsada por IA con sus prendas de "diseño híbrido". Estos son creados por algoritmos que identifican tendencias y estilos que faltan en el inventario de Stitch Fix y sugieren nuevos diseños, basados en combinaciones de colores, patrones y textiles favoritos de los consumidores, para la aprobación de los diseñadores humanos.
- **Realidad virtual y realidad aumentada.** automatización en la producción masiva y la robótica podrían también ayudar a los procesos de costura
- **Automatizar el proceso** con máquinas industriales para reducir la mano de obra y por ende los tiempos de entrega. .
- **Sostenibilidad y ecología** cada vez es más frecuente que a los consumidores les gusta saber de qué están hechas las prendas que usan y les gusta saber que si compran no afectarán tanto al medio ambiente.
- Uso de **materiales reciclados** como botellas de plástico
- Incremento del uso de **textiles impresos** (avances en la impresión digital)

En este apartado se analizará la herramienta pestel en cuanto a la industria textil, la herramienta funciona de manera en que se puede ver el ambiente en el cual opera

también se podrán ver datos e información que le permiten a la empresa predecir situaciones y circunstancias futuras para una mejor toma de decisiones en donde se verán los siguientes factores :

Político, económico, social,tecnológico,ecológico y legal.

POLÍTICO

- El gobierno lleva a cabo políticas para reducir los casos de contrabando.
- También se están creando políticas para evitar prácticas desleales como el dumping.
- Para algunos países, como los pertenecientes a la Unión Europea, no existen barreras arancelarias.
- La Confederación de Cámaras Industriales exigió al gobierno nacional otorgar los permisos relacionados con la siembra de algodón, para promover avances tecnológicos en la industria textil en México.

ECONÓMICO:

- El aumento de los precios de la materia prima por inflación
- Aumento de Mano de obra
- La **inflación** durante julio de 2022 alcanzó su mayor nivel desde el 2000. Con un incremento en los precios de **8.15%** respecto al año previo, la tasa fue la más alta desde diciembre de 2000, cuando la inflación anual registrada fue de 8.96%
- Aumento de gasolina
- La industria textil en México en 2021, en su primer trimestre, exportó 1.6 millones de dólares en productos confeccionados. Esto representa un incremento del 12 % en comparación con el año 2020, según la Cámara Nacional de la Industria Textil de México (CANAINTEX)
- Los principales receptores de los productos textiles provenientes de México son: Estados Unidos (con un 60 % aproximadamente), El Salvador (4.3 %), Nicaragua (1.7 %), Canadá (1.3 %), Colombia (1 %) y Guatemala (0.9 %).
- De acuerdo con datos proporcionados por CANAINTEX, durante el primer trimestre del año 2021, a México ingresaron 2040 millones de dólares en productos textiles y confeccionados, de los cuales el 51 % corresponde a productos confeccionados y el 49 % a productos textiles.

SOCIAL:

- Estándares de reciclaje
- Cambios de tendencias de moda en el mercado
Colores - estilos
- El COVID-19 ha transformado la dinámica social ya que al obligar a las personas a permanecer en casa, las costumbres y los hábitos empezaron a cambiar y, por ende, cambiaron también los patrones de consumo tanto de empresas como de las familias, afectando en este caso a la industria textil de México.
- Desde marzo de 2019 (cuando declararon la pandemia) hasta agosto de 2020, se perdieron un total de 75000
- empleos. Sin embargo, para el año 2021, gracias a los esfuerzos del sector, las vacantes aumentaron a 14000, de acuerdo con CANAINTEX.
- Desde marzo de 2019 (cuando declararon la pandemia) hasta agosto de 2020, se perdieron un total de 75000 empleos. Sin embargo, para el año 2021, gracias a los esfuerzos del sector, las vacantes aumentaron a 14000, de acuerdo con CANAINTEX.
- La mayoría de estos empleos pertenecen al subsector de la confección, para un total de 68% de los trabajos totales.
- La fuerza laboral está representada por mujeres en un 66 % del total de la industria manufacturera. De esta forma la mujer tiene mayores espacios de participación en la industria textil artesanal en México.
- Desabasto de las semillas de algodón y la caída de la producción de la materia prima, lo que ha fomentado el contrabando y la importación ilegal de telas y textiles en el mercado negro.

TECNOLÓGICO:

- Avances tecnológicos en las máquinas de corte y confección
- Telas con nueva tecnología.
- Máquinas de diseño.
- Nuevas telas para la confección de las prendas
- Realidad virtual y realidad aumentada. automatización en la producción masiva y la robótica podrían también ayudar a los procesos de costura
- Nuevas materias primas dentro de esta industria en cuanto tecnología se obtendrán nuevas fibras de alto rendimiento en donde estas telas se adapten a mantener una temperatura adecuada.
- En esta industria en cuanto a tecnología se está orientando a una tecnología en impresión 3D así como ya se comenzó en la industria del calzado no tarda en verse aquí.

ECOLÓGICO:

- Nuevas telas en el mercado con materiales amigables con el medio ambiente
- Tintes eco friendly para la impresión de los estampados .
- Sostenibilidad y ecología cada vez es más frecuente que a los consumidores les gusta saber de qué están hechas las prendas que usan y les gusta saber que si compran no afectarán tanto al medio ambiente.
- La producción de ropa representa el 10 % de las emisiones de CO2 a nivel global.
- De acuerdo con datos proporcionados por el Centro Mexicano de Derecho Ambiental (CEMDA), solamente el 5 % de la ropa se recicla en México.

LEGAL:

- Permisos para la venta de productos
- Cambios en la Ley Federal del trabajo
- Los derechos de propiedad intelectual (PI) han sido una pieza clave en el crecimiento de la industria mundial de la moda
- Artículo 134 y 135 de la Ley Federal del Trabajo: Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y de fabricación de los productos a cuya elaboración concurren directa o indirectamente, o de los cuales tengan conocimiento por razón del trabajo que desempeñen, así como de los asuntos administrativos reservados, cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa.
- La industria textil en México es regulada por la secretaría de economía y se encarga de que cumplan con las obligaciones y documentos generales establecidos por la misma Secretaría de Economía para cualquier empresa que desee importar mercancía a territorio mexicano.
- De acuerdo con las leyes que regulan la industria textil en México, estos son los requisitos exigidos para evitar las prácticas desleales:
 - Cumplir con las obligaciones y documentos generales establecidos por la Secretaría de Economía para cualquier empresa que desee importar mercancía a territorio mexicano.
 - Cumplir con el aviso de permiso automático anticipado ante la autoridad aduanera, si se trata de ingresar productos como fibras o textiles provenientes del extranjero.
 - Estar incluido en el padrón de importadores de sectores específicos para textiles.
 - Política de Impuestos

Antecedentes de la empresa

(Elvia Guzmán) Es un taller de patronaje industrial y confección con la cual se va a estar trabajando para poder desarrollar el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) la cual que se encuentra en Guadalajara, Jalisco, México, su enfoque es maquilar en pequeñas cantidades a chicas / medianas empresas de diferente líneas (DAMA. CABALLERO, INFANTIL, BLANCOS, MASCOTAS ETC..) Se trabaja bajo el nombre de la propietaria y no cuenta con identidad corporativa.

La empresa es dirigida por la Sra. Elvia Guzmán, la cual con la ayuda de dos costureras desde casa, sacan la producción de los pedidos solicitados. El material de trabajo es abastecido por la empresa excepto la maquinaria con la cual se confecciona la ropa, los pedidos se entregan conforme las costureras tengan disponibilidad de realizarlas, por lo cual se tienen fechas de entrega largas de entrega.

Gracias al tiempo que tienen desempeñando esta actividad han sido buscados por diferentes empresas y diseñadores que han querido colaborar con la empresa, pero desafortunadamente no se ha podido concretar algún convenio ya que no se tiene la capacidad instalada para realizar el volumen solicitado.

1.2 Diagnóstico inicial [Análisis situacional de la empresa; en donde se encuentra hoy en día en relación a la mezcla de mercadotecnia, incluir FODA.

Se realizó un diagnóstico inicial de la empresa en donde la empresaria ayudó a contestar este cuestionario, con ello ayudará para ver un análisis general de cómo está la empresa actualmente en cuanto a su estructura, organización y funcionamiento.

CALIFICACIÓN	%	NIVEL	CRITERIOS NIVEL DE PROFUNDIDAD	
			MEDIO	ALTO
10	Se cumple de un 76% a un 100%	ALTO	Los documentos, las actividades, los tangibles y los resultados son los óptimos.	Lo conoce todo el personal y se aplica en su totalidad, siempre, formal y por escrito, se actualiza en forma constante, es eficiente en su totalidad.
8	Se cumple de un 51% a un 75%	MEDIO - ALTO	Se tienen los documentos, se realizan las actividades y los tangibles y los resultados son suficientes y con posibilidades de mejorar.	Se tiene por escrito de manera formal, no se actualizan, casi siempre lo uso pero no en su totalidad, está por consolidarse.
6	Se cumple de un 26% a un 50%	MEDIO	Se tienen los documentos, las actividades se realizan parcialmente, pero los tangibles y resultados no son verificables.	Se cuenta con ello y se lleva a cabo de manera informal, pero no se lleva a la práctica, a veces eficiente.
4	Se cumple de un 1% a un 25%	BAJO	Cuando los documentos y actividades son informales e improvisados y no hay tangibles y resultados.	No se utiliza, parcialmente por escrito en algunos puntos, casi desconocido por el personal, poco, casi nulo, si pero no actualizado.
2	Se cumple en un 0%	NULO	Es una omisión de documentos, actividades, tangibles, ni resultados.	No, es informal, desconocimiento del personal, no existe, ninguno, lo desconoce, no lo hace.

CUADRO #1 - Elaboración propia

En este cuestionario se encuentran algunos criterios a calificar en donde las calificaciones son las siguientes :

10 = Se cumplen de un 76% a un 100% y se encuentra en un NIVEL ALTO

8 = Se cumple de un 51% a un 75% y se encuentra en un nivel MEDIO ALTO

6 = Se cumple de un 26% a un 50% y se encuentra en un nivel MEDIO

4 = Se cumple de un 1% a un 25% y se encuentra en un nivel BAJO

2 = Se cumple en un 0% y se encuentra en un nivel NULO

Pasando al cuestionario que se contestó por la empresaria, se analizaron las diferentes áreas funcionales de la organización, las cuales son las siguientes: Administración, Mercado, Finanzas, Comercialización/servicio, Producción, Recursos Humanos.

RESPUESTAS DEL CLIENTE ADMINISTRACIÓN

1.1 Estructura Organizacional

1. ¿Cuenta con organigrama general de la empresa?
 2. ¿Cuenta con descripciones y perfiles de puestos por escrito?
- 4 /20

						VALORES
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2

1.2 Planeación Estratégica

1. ¿La empresa ha definido su misión vision valores y políticas?
 2. ¿Son conocidas por todo el personal?
 3. ¿Tiene objetivos y metas generales y por área?
 4. ¿Participa el personal directivo en la definición de la planeación?
- 8 /40

2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2

1.3 Toma de Decisiones

1. ¿El empresario cuenta con experiencia y formación adecuada?
 2. ¿La toma de decisiones esta basada en un análisis financiero y no financiero?
 3. ¿Los canales de comunicación existentes facilitan la toma de decisiones?
- 18 /30

2	4	6	8	10		8
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		8

CUADRO #2 - Elaboración propia

1.4 Políticas y Procedimientos

1. ¿Están claramente establecidas las políticas y procedimientos?
 2. ¿Están escritos y se actualizan ?
 3. ¿Existen medios para evaluar el desempeño de las áreas de la empresa?
 4. ¿Cuenta con certificaciones de calidad oficiales o con un sistema de calidad?
 5. ¿El servicio satisface los requerimientos del cliente?
- 18 /50

2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		10

1.5 Información Digital

2 /10

2	4	6	8	10		2
---	---	---	---	----	--	---

CUADRO #3 - Elaboración propia

MERCADO

2.1 Comportamiento de las ventas

1. ¿Establece objetivos de ventas?
 2. ¿Ha tenido incremento real en sus ventas en los últimos 2 años?
 3. ¿Conoce las causas de las variaciones en ventas?
- 19 /30

2	4	6	8	10		6
2	4	6	8	10		5
2	4	6	8	10		8

2.2 Clientes

1. ¿Puede definir quien es el cliente?
 2. ¿Sabe por que prefiere su producto?
 3. ¿En qué medida conoce los hábitos de compra de sus clientes?
 4. ¿Cuenta la empresa con análisis de compra de sus clientes?
- 30 /40

2	4	6	8	10		10
2	4	6	8	10		10
2	4	6	8	10		8
2	4	6	8	10		2

2.3 Competencia

1. ¿Sabe quien es su competencia?
 2. ¿Conoce las estrategias de venta de la competencia? (precio, descuentos, promociones)
 3. ¿Cuál es la posición de su producto frente a la competencia en cuanto a precio, calidad y servicio?
 4. ¿Cuenta con canales de distribución efectivos? Mencionarlos
- 8 /40

2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2
2	4	6	8	10		2

CUADRO #4 - Elaboración propia

2.4 Estrategia de mercado

1. ¿Cuenta la empresa con políticas de ventas?
2. ¿Cuenta la empresa con estrategia de ventas?
3. ¿Conoce su participación en el mercado?

6 /30

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

2.5 Información Digital

2 /10

2	4	6	8	10	2
---	---	---	---	----	---

CUADRO #5 - Elaboración propia

Finanzas

3.1 Contabilidad

1. ¿Prepara estados financieros están disponibles?
2. ¿Utiliza los estados financieros para toma de decisiones?
3. ¿Cuenta con contador externo?
4. ¿Se cuenta con un sistema de información para la definición del costo del producto?

24 /40

2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2

3.2 Rentabilidad

1. ¿Generó utilidad neta?
2. ¿Conoce su margen de utilidad sobre ventas?
3. ¿Conoce su punto de equilibrio?

20 /30

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	2

3.3 Estructura financiera

1. ¿Tiene créditos/financiamientos vigentes ?
2. ¿Si tiene financiamientos: puede cubrir los intereses con la utilidad antes de impuestos generada?
3. ¿Tiene algún problema para pagar sus mensualidades?

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	10

CUADRO #6 - Elaboración propia

3.4 Liquidez

1. ¿Los flujos de efectivo que genera la empresa alcanzan para cubrir las necesidades de capital de trabajo?
2. ¿Cuenta con liquidez para cubrir los compromisos de corto plazo?

20 /20

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10

3.5 Generación y uso del flujo de efectivo

1. ¿Registra el flujo de efectivo ?
2. ¿Cómo pronostica sus necesidades de flujo de efectivo?
3. ¿Como lo utiliza para la toma de decisiones?

17 /30

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	5

3.6 Planeación financiera

1. ¿Prepara presupuestos?
2. ¿Mantiene una cartera sana con sus proveedores?
3. ¿Realiza sus cobros a clientes en tiempo y forma?
4. ¿Da seguimiento a las cuentas por cobrar que se encuentran vencidas?
5. ¿Cumple con las obligaciones fiscales?
6. ¿Cuenta con seguros y fianzas?

30 /60

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	4
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2

3.7 Información Digital

2	4	6	8	10	2
---	---	---	---	----	---

CUADRO #7 - Elaboración propia COMERCIALIZACIÓN/SERVICIO

4.1 Costos

1. ¿Conoce los costos directos e indirectos del proceso de comercialización?
2. ¿Obtiene las mercancías que comercializa fácilmente?
3. ¿Hace cotizaciones de proveedores antes de adquirir las mercancías?
4. ¿El precio de venta del producto terminado se basa en un análisis de estructura de costos?

24 /40

2	4	6	8	10	6
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	8

4.2 Inventarios

1. ¿Cuenta con algún sistema de inventarios?
2. ¿Además de la mercancía exhibida, cuenta con almacén de mercancías balanceado?

4 /20

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

4.3 Distribución y localización comercial

1. ¿Cómo califica la localización comercial del negocio?
2. ¿El cliente identifica claramente las líneas de productos?
3. ¿Cuenta con sistemas de distribución al cliente?

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2

CUADRO #8 - Elaboración propia

4.4 Proceso Comercial

1. ¿Tiene definido y documentado su proceso comercial?
2. ¿Cuenta con fuerza de ventas?
3. ¿Tiene presupuestos de ventas?
4. ¿Los sistemas de los procesos compras y venta están automatizados?

8 /40

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

4.5 Calidad en el servicio

1. ¿Utiliza información estadística o encuestas de satisfacción para mejorar la calidad de su servicio?
2. ¿Cuenta por escrito con las especificaciones de calidad que debe tener el servicio?
3. ¿Se cuida la calidad desde la selección de los proveedores?
4. ¿La empresa registra y atiende las quejas de los clientes?

23 /40

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	9

4.6 Información Digital

2 /10

2	4	6	8	10	2
---	---	---	---	----	---

CUADRO #9 - Elaboración propia Producción

5.1 Costos

1. ¿Conoce los costos directos e indirectos del proceso de producción?
2. ¿Hace cotizaciones de proveedores antes de adquirir la materia prima?

20 /20

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10

5.2 Inventarios

1. ¿Cuenta con algún sistema de control de inventarios?
2. ¿Cuenta con almacén de materia prima, producción en proceso y de producto terminado?

4 /20

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

5.3 Distribución de la planta

1. ¿La producción tiene un flujo lógico?
2. ¿Se identifican claramente las líneas de producción?
3. ¿Cuenta con todos los servicios y la infraestructura necesarios? (Agua, luz, internet)

30 /30

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	10

5.4 Maquinaria y equipo

1. ¿Cuenta con mantenimiento preventivo y se aplica?
2. ¿Tiene potencial para incrementar el volumen de operación el negocio?

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2

CUADRO #10 - Elaboración propia

5.5 Sistema de producción

1. ¿Cuenta con manuales de operación?
2. ¿Cuenta con diagramas de operaciones de proceso y de flujo de materiales?
3. ¿El proceso de producción está automatizado?
4. ¿Conoce su capacidad instalada?
5. ¿Es óptima la relación entre la capacidad utilizada vs capacidad instalada?
6. ¿Existe un control sobre desperdicios y mermas?

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	10

34 /60

5.6 Tecnología de producción

1. ¿La tecnología empleada es adecuada a las actividades de la empresa?
2. ¿Cuenta con tecnología propia?
3. ¿La tecnología de la empresa corresponde a la empleada por la competencia?
4. ¿Cuenta con información sobre nuevos equipos y procesos aplicables a su empresa?
5. ¿Cuenta con investigación y desarrollo para productos, procesos y equipo?

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

18 /50

5.7 Control Normativo / Control Ambiental

1. ¿Cuenta con permisos de instituciones correspondientes a su sector?
2. ¿Cuenta con equipos y mecanismos para cumplir con la normativa en materia ambiental?

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2

12 /20

CUADRO #11 - Elaboración propia

5.8 Calidad de Producción

1. ¿Es el producto confiable y funcional?
2. ¿Cuenta por escrito con las especificaciones de calidad que deben tener las materias primas?
3. ¿La empresa registra las fallas que ocurren en las etapas del proceso productivo y toma acciones al respecto?
4. ¿Toma en cuenta los tiempos de entrega del producto al cliente?

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	8
2	4	6	8	10	10

30 /40

5.9 Información Digital

2 /10

2	4	6	8	10	2
---	---	---	---	----	---

CUADRO #12 - Elaboración propia

RECURSOS HUMANOS

6.1 Reclutamiento y selección

1. ¿Existe una política interna en materia de selección y contratación de personal?
2. ¿Cuenta con el proceso de convocatoria?
3. ¿Cuenta con procesos formales de reclutamiento y selección?
4. ¿Cuenta con procesos formales de contratación e inducción?

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

8 /40

6.2 Capacitación

1. ¿Cuenta con mecanismos para identificar las necesidades de capacitación que tiene la empresa?
2. ¿Cuenta con un programa de capacitación anual?
3. ¿Cuenta con evaluación de resultados de la capacitación?

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

6 /30

6.3 Permanencia

1. ¿La rotación del personal corresponde a los parámetros del sector?
2. ¿Se cuenta con un mecanismo para evaluar la posición de la empresa respecto al sector en cuanto a su personal?

2	4	6	8	10	10
2	4	6	8	10	2

12 /20

6.4 Situación laboral

1. ¿Se cuenta con mecanismos para evaluar y mejorar el clima laboral?
2. ¿Como es la relación con el sindicato?

2	4	6	8	10	2
2	4	6	8	10	2

4 /20

6.5 Información Digital

2 /10

2	4	6	8	10	2
---	---	---	---	----	---

CUADRO #13 - Elaboración propia

Con los resultados obtenidos en el cuestionario de diagnóstico se analizó de una manera amplia la situación actual de la empresa, concluyendo que los puntos débiles de la empresa principalmente están en la administración de la misma, seguido de comercialización y de recursos humanos con el mismo puntaje.

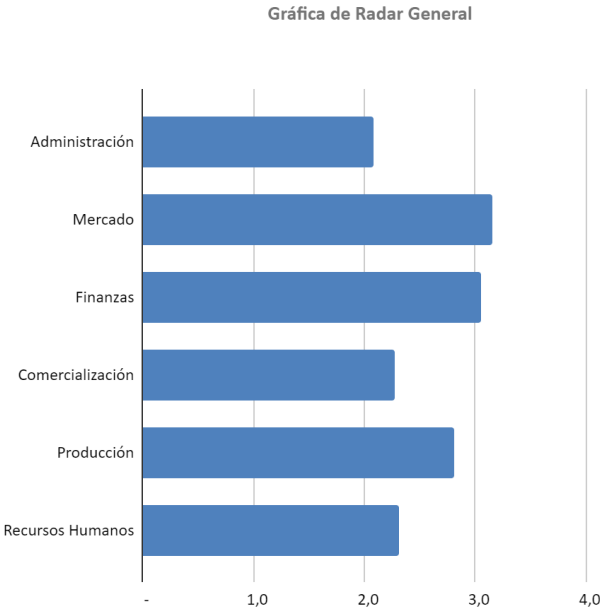


TABLA #1 - Elaboración propia

Realizando un análisis más específico sobre las áreas de la empresa se encontró que los puntos fuertes de la misma están conformados por el área de costos, liquidez y distribución de planta. Por lo contrario hay debilidades en la empresa con el área comercial, digital y organizacional.

En el área de **administración** hay deficiencia en el uso de la tecnología y con la estructura organizacional, no hay organigrama ni descripciones de puesto, dificultando el funcionamiento óptimo de la empresa. Seguido de que no se sigue ningún plan de acción para el logro de objetivos, la empresa funciona sin rumbo.

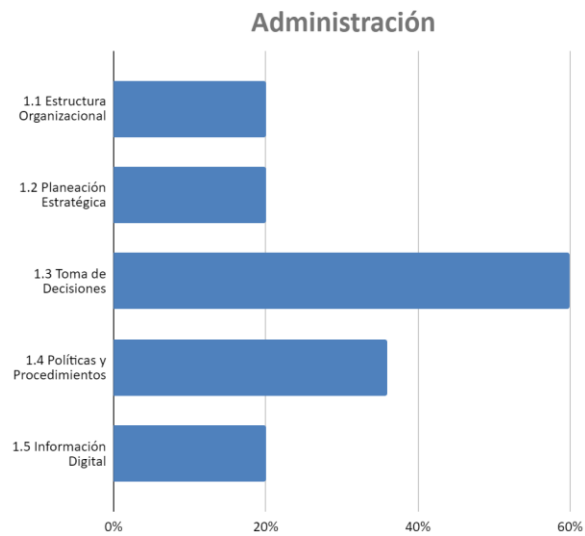


TABLA #2 - Elaboración propia

En base a los resultados del mercado no se tiene una comparativa entre la empresa y sus principales competidores, lo cual dificulta el crecimiento y no es posible poder identificar las áreas de mejora. Dentro de las estrategias de mercado no se tienen políticas sobre cambios y sobre la compra, esto dificulta el proceso de la venta ya que no se sigue una estructura en caso de que suceda una inconformidad por parte del comprador.

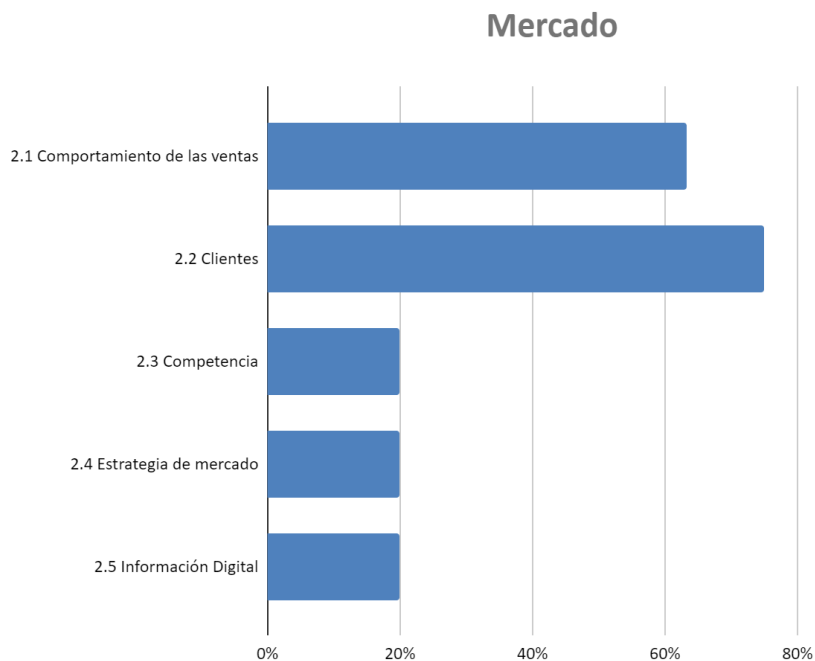


TABLA #3 - Elaboración propia

Dentro de las **finanzas** se encontró que la empresa actualmente no cuenta con algún sistema que ayude a poder tener la información de manera digital en la cual pueda conocer el costo de los productos, punto de equilibrio y que permita tener presentes los clientes que tienen cuentas por pagar. Un punto fuerte en el manejo de las finanzas es que se tiene buen manejo de flujo de efectivo para poder realizar los pagos a los proveedores.

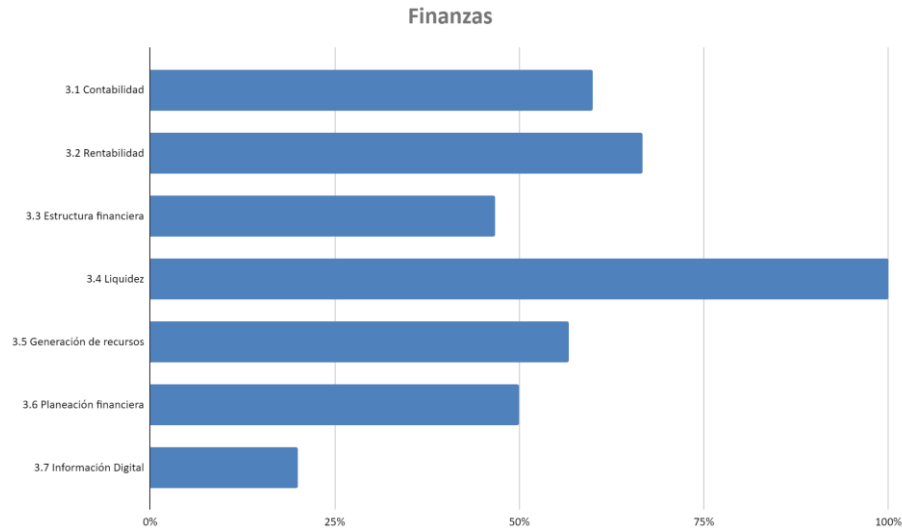


Tabla #4 - Elaboración propia

En el **área comercial** se tienen puntos deficientes en el inventarios ya que no se conoce cuántas prendas se tienen disponibles para la venta, seguido de que no se tiene un equipo de ventas lo cual impide que se puedan captar más clientes para generar más ingresos. También se identificó que los sistemas de distribución al cliente son deficientes, esto afecta el proceso de entrega del producto terminado e incrementa el tiempo de entrega de las órdenes.

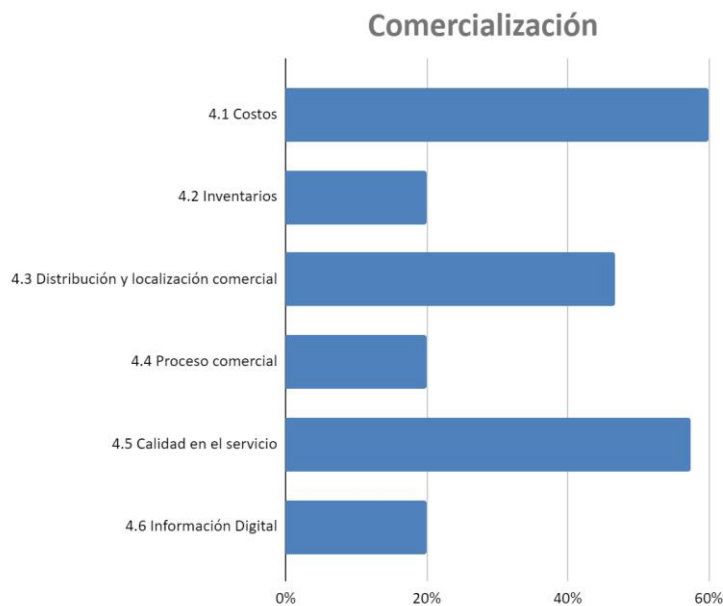


Tabla #5 - Elaboración propia

Analizando la producción de la empresa no se cuenta con ningún sistema de inventarios de materia prima, lo cual hace que se retrasen los tiempos de entrega por imprevistos de falta de recursos para la producción. La empresa no cuenta con la tecnología necesaria para poder innovar en el tipo de prendas para confeccionar prendas que la competencia realiza.

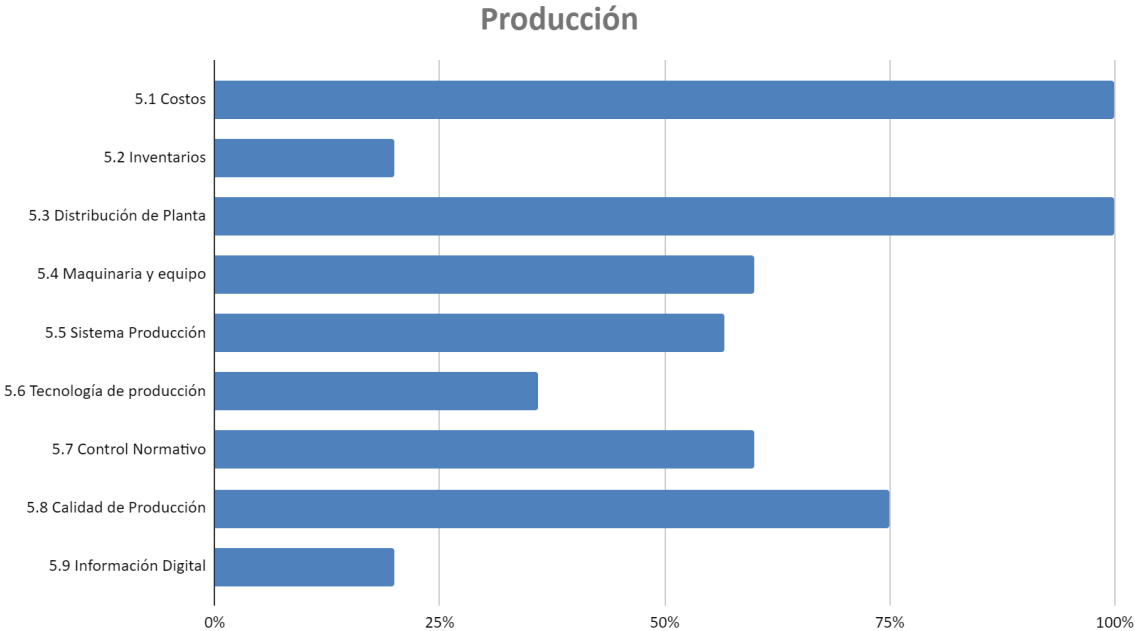


Tabla #6 - Elaboración propia

Actualmente no se sigue ningún proceso formal en el área de recursos humanos, no se tienen establecidos los procesos de prospección y selección de talento, capacitación de los nuevos integrantes de la empresa, ni de mecanismos para evaluar el clima laboral. Donde sobresale el puntaje es en la permanencia del personal actual.

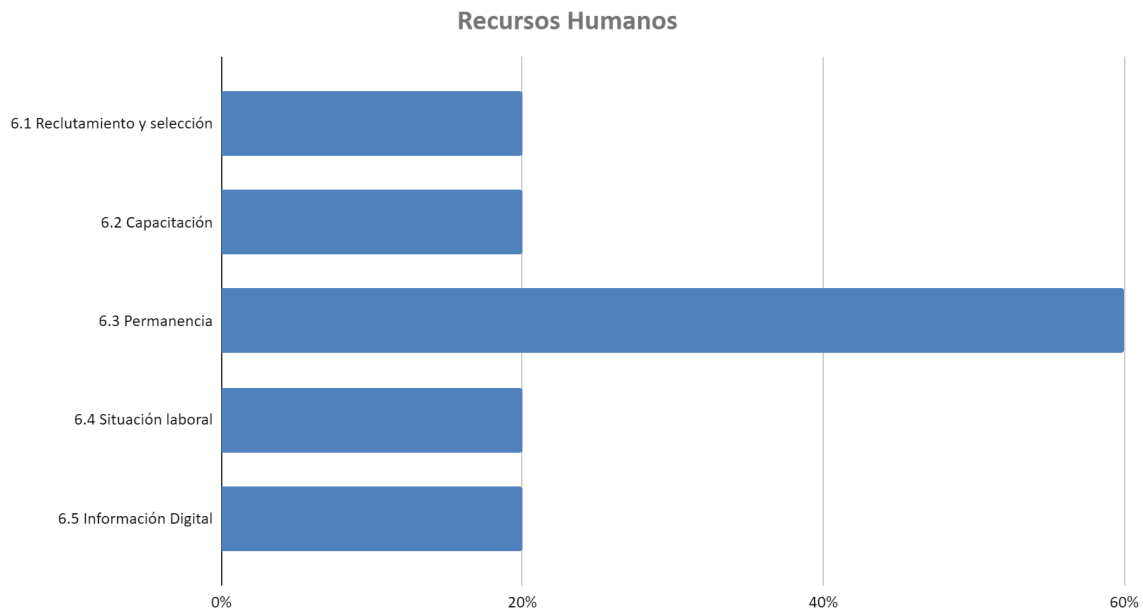


Tabla #7 - Elaboración propia

Conclusión General:

Con los resultados obtenidos se detectaron áreas de mejora para la empresa, ahora se tiene un panorama claro sobre la situación actual de la misma para poder mejorar los puntos débiles. También un punto débil es que no se tiene la información de manera digital, por lo cual es difícil poder generar algún reporte de ventas o estados financieros. Los puntos a favor se vieron resaltados, por ejemplo que se tiene liquidez para poder solventar los gastos mensuales y todo el proceso va acompañado de buena atención hacia los clientes.

1.3 Problemática u oportunidad detectada

La empresa de Elvia ha presentado ciertos obstáculos al momento de concretar fechas de entrega, organización entre Elvia y las costureras, y la estimación de precios. Se han presentado varios casos en los que los clientes que solían ser frecuentes dejan de lado o abandonan la asociación que tenían con Elvia. Existen también problemas de asignación de tareas y cuentas lo que ha provocado que no exista la posibilidad de disminuir el tiempo de aprendizaje de las habilidades, y mejorar el tiempo útil de práctica y atender a empresas más grandes o atender nuevas cuentas.

Tampoco existe una marca por la cuál los clientes puedan reconocer al taller de Elvia, no existe por lo tanto un branding (cualquier característica que distingue el bien o servicio de un vendedor de los de otros vendedores) por lo que no se sabe qué promesas pueden hacerse, lo que conduce a tomar decisiones por parte de Elvia que pueden ejercer presión sobre ella misma y sus costureras; sin comunicar adecuadamente los beneficios de la promesa de marca y con un escaso trabajo para mejorar las condiciones de entrega del servicio (recíballo como se lo entregó).

Todo esto lleva a no mejorar la experiencia de compra ni la experiencia de uso por parte de los clientes. El reto entonces, es lograr que el consumidor se identifique con la marca y los valores de su promesa y que su experiencia de compra y de uso supere las expectativas formuladas en la promesa.

1.4 Objetivo general

Desarrollar un plan de estrategias de mejora para el funcionamiento de la empresa, contemplando las diferentes áreas que la conforman.

1.5 Objetivos específicos

1. Conocer la industria textil y sus procesos (tendencias) PESTEL
2. Identificar competidores directos e indirectos (prácticas)
3. Definir el mercado meta y analizar a los clientes actuales y potenciales
4. Realizar un diagnóstico de las capacidades de la empresa y proponer estrategias de mejora. (FODA)
5. Determinar la identidad corporativa de la empresa.
6. Formular una estrategia de precios.
7. Proponer una estructura de procesos y manejo de personal.
8. Desarrollar la estrategia comercial de la empresa tanto interna como externamente.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

Fase #1

Recopilación de información

Investigar en fuentes secundarias, la industria textil y sus tendencias

Benchmarking digital y Aspiracional.

Cuestionario de diagnóstico para identificar fortalezas y áreas de mejora al interior de la empresa

Encuestas a clientes actuales: se tomará un registro de aquellos clientes con los que se está trabajando y aquellos que suelen ser clientes frecuentes.

Fase #2

Diagnóstico

Se realizará un FODA simple y el FODA estratégico.

Fase #3

Propuesta de mejora

Branding:

Se establecerá la personalidad de la marca para comenzar con una estrategia de branding.

Se realizará la búsqueda en el IMPI para asegurar que esté libre el nombre a escoger.

Se definirá un nombre, colores, tema, y diseño de marca.

Se realizará el diseño de un logo.

Se definirá un lenguaje tanto verbal como visual para la marca.

Se construirá una voz de marca.

Marketing digital:

Se crearán perfiles de redes sociales, así como los primeros diseños para las publicaciones, historias y paquetes de cada una de estas.

Se creará el diseño y la estructura de un sitio web.

Finanzas:

Se desarrollará una estrategia de precios en la que se tengan establecidos los precios por cada proyecto dependiendo del nivel de dificultad del patronaje y se definirá cuál será el método de pago.

Mejora de procesos:

Se creará una rubra de entrega, para que al momento de que llegue un pedido se tenga la fecha estipulada de entrega, los detalles del pedido, los materiales y el precio de cada entrega.

Se dividirán las cuentas entre las empleadas para llevar un mayor control del trabajo y una estrategia en caso de que alguna empleada tenga una mayor carga que la otra.

Se definirán los KPIs para medir los resultados.

Planeación estratégica:

Se creará una alineación de expectativas entre los requerimientos de Elvia y las expectativas de las costureras.

Se creará una estructura jerárquica y funcional de la empresa.

Se creará una estructura de informes sencilla.

Se definirán las especialidades dentro de posiciones individuales.

Se establecerá un método de comunicación, así como un método de entrega de tareas.

Propuesta comercial:

Desarrollo de las 4 P's.

2.2 Cronograma o plan de trabajo

A Continuación se presenta el cronograma de las actividades a realizar a lo largo del semestre con una gráfica de gantt, en la parte superior se encuentra dividida por semanas.

Tabla #10 -Elaboración Propia

2.3 Productos y entregables:

Reporte final con los resultados de los estudios realizados y la descripción de los objetivos cubiertos.

Presentación con los puntos más relevantes.

Resultados de los estudios realizados

CANVAS

- ✓ Estructura
 - Descripciones de puesto
 - Organigrama
- ✓ Procesos
 - Formatos de entrega de unidades
- ✓ Branding
 - Manual de Identidad corporativa
 - Logo
 - Colorimetría
 - Usos
- ✓ Redes sociales
 - Facebook
 - Instagram
- ✓ Sitio Web

3. Desarrollo

3.1 **Sustento teórico** : A continuación se da a conocer los referentes y conceptos que ayudan a comprender la oportunidad detectada.

GLOSARIO

CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN Y MERCADOTECNIA:

Clientes reales: son quienes ya son consumidores, compradores y/o pagadores de la marca: producto o servicio que se ofrece.

Clientes potenciales: son aquéllos que aún no compran la marca, que aún no la consumen, pero que tienen o tendrán las condiciones para realizar la compra; son compatibles con el perfil de clientes que muestran preferencia por la marca; o bien, son clientes que la marca busca alcanzar.

FODA: El análisis FODA, también conocido como análisis DAFO, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada. Proviene de las siglas en inglés SWOT.

Gráfica de Gantt: Es una metodología de representación de actividades o tareas que pretende dar una visión generalizada sobre el tiempo dedicado a cada actividad contemplada de forma independiente dentro de un proceso.

Personalización: Creación de algo a la medida de un cliente o grupo de clientes en específico: un producto, una campaña, un paquete promocional, una venta con condiciones específicas, etc.

Posicionamiento: Dar a conocer una marca y lograr que quede en la mente de las personas, que la recuerden y que, en la medida de lo posible, asocien atributos positivos a ella.

Seguimiento del cliente: es el conocimiento de diversos aspectos del cliente promueven una relación positiva duradera, sin que necesariamente implique el cierre de una venta.

CONCEPTOS DE DISEÑO, PATRONAJE Y MODA:

Corte: El corte se procede después del tendido de tela en donde ya que se tendieron las capas de manera uniforme se procede a cortar con máquina para que queden igual y cortar varias al mismo tiempo.

Graduación de talla: La graduación de tallas lleva un patrón o pieza en una prenda, de una talla base a otra talla, sin necesidad de repetir el plano técnico manteniendo la proporción del patrón original, pero incrementando talla a talla medidas en sentido, de: ancho, largo y contorno además de líneas en molde, como: cuellos, hombros, sisas, costados y centros.

Maquila de ropa: Cuando hablamos de maquila de confección o maquila de moda, hacemos referencia a un servicio que abarca gran parte de la cadena de producción de prendas de vestir. Este servicio consiste en el “ensamble”, “construcción” o “fabricación” de prendas de vestir, generalmente en grandes volúmenes de producción.

Muestras de desarrollo: Las muestras de desarrollo son aquellos tipos de muestras que se hacen a lo largo del desarrollo del modelo. Por tanto son las que se hacen cuando se empieza a concebir la colección hasta que se le da su ok a producción. Las muestras se confeccionan siempre en la talla base a no ser que se solicite lo contrario.

Patronaje: El patronaje es el procedimiento técnico por el cual se desarrolla un patrón, a partir de un diseño que se elabora de un dibujo de la prenda, o de un conjunto completo en un plano. Para esto deben cumplirse con el seguimiento de las medidas.

Trazo o rompecabezas de la ropa: El trazo o rompecabezas de la ropa es cada parte de la prenda separada.

Tendido de tela: El tendido de tela Consiste en extender las capas de tela de manera uniforme a lo largo de la mesa de corte, para inmediatamente proceder a cortar, El tendido debe realizarse tratando de maltratar la tela lo menos posible, sobre todo en cuanto a estirones, que en el tejido de punto deforman bastante la tela.

Estilos en diseño:

Active Wear: se divide en Sportwear son las prendas que se usan para practicar deporte. Se caracterizan por ser ajustadas al cuerpo y ofrecen comodidad. Es el concepto, y el estilo es deportivo. Y Jeanswear: Es el uso de jeans, todo tipo de denim que se relaciona con streetwear. Ese es el concepto, el estilo es llamado urbano.

Alta costura: Es el arte de confeccionar prendas elaboradas completamente a mano utilizando solamente agujas de diferentes grosores dependiendo de lo que se vaya a coser o a aplicar y utilizar el hilo adecuado para ello. La alta costura "se realiza sobre medida" regularmente para confeccionar prendas en alta costura se utilizan telas bordadas con fibras naturales como: algodón, lino, lana, seda, materiales como oro, plata y vidrio.

Bohemian Chic, o hippie chic: botas tejanas, jeans sueltos, camisas de flores, bambula. Vestidos blancos.

Casual: Son las prendas que utilizas para el uso cotidiano, como jeans, camisas de bambula, zapatillas, es informal. Es un concepto y un estilo muy casual.

Formal: Usar prendas elegantes, trajes, vestidos largos, bordados en piedras, colores sobrios, destinados a una fiesta o evento importante. Es un concepto, pero tú puedes tener un estilo formal.

Moda lista para usar o Pret-a-porter: es un punto medio entre alta costura y mercado de masa. La ropa está confeccionada en pequeñas cantidades para asegurar la exclusividad, por lo cual es más bien costosa.

Mercado de masa; este cubre las necesidades de un amplio rango de clientes, produciendo ropa lista para usar en grandes cantidades y tamaños estándar. Usa materiales baratos, producen moda asequible. El producto final puede ser vendido a un precio más bajo que un producto de cualquiera de los otros métodos de producción.

Naif: un estilo muy inocente, predomina el rosa clarito, no colores llamativos, los bordados, las puntillas.

Retro: uso de ropa que fue de moda, y ahora volvió.

Tomby: usar ropa de hombre con toques femeninos. Preppy, camisetas polo en tonos pasteles, pantalones kakhis, mocasines o zapatos con punta redondeada, faldas largas y poco escote.

Vintage: la ropa vintage es ropa usada, pero no cualquier tipo de ropa usada. Se trata de piezas exclusivas.

Colección: Es un conjunto de prendas creadas por un diseñador con una coherencia en términos de estilo y destinadas a una temporada del año. Generalmente son dos por año: Primavera-verano; otoño-invierno.

Materias que se utilizaron como soporte para desarrollar el proyecto:

Análisis del mercado de negocios: Un análisis de mercado es un estudio que se realiza antes de lanzar un producto al mercado con el objetivo de comprobar si este puede ser rentable. Cualquier plan de negocios debe realizar esta investigación para examinar su viabilidad, comprobar la competencia, así como la oferta y demanda.

Creatividad mercadológica: La creatividad nos permite generar nuevas ideas, conceptos, o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, para poder llegar a nuevas conclusiones y resolver problemas de una forma original.

Comunicación integrada de mercadotecnia: La comunicación integrada de marketing (CIM) agrupa todas aquellas acciones de promoción de un producto o servicio con el fin de crear una única estrategia común, totalmente homogénea, que optimice recursos y que obtenga mejores resultados.

Marketing relacional y medios digitales: El marketing de relaciones, o marketing relacional, irrumpe en las técnicas del marketing online con la intención de fidelizar clientes a largo plazo, de manera que el deseo de realizar transacciones con la misma empresa se perpetúe en el tiempo.

Modelos de Negocio: Un modelo de negocio describe cómo una organización crea, entrega y captura valor , contextos económicos, sociales, culturales u otros. El proceso de construcción y modificación del modelo de negocio también se denomina innovación del modelo de negocio y forma parte de la estrategia empresarial .

Producto y creación de valor: Crear Valor es generar productos constituidos por un diferencial que satisfaga necesidades insatisfechas de los consumidores al momento. Para quien crea valor, o sea para quien genera el producto, el beneficio se traduce en generar facturación y además, en que la misma sea sustentable.

3.2 Desarrollo de la propuesta de mejora y resultados

Dentro de este apartado se encuentran las propuestas de mejora las cuales se dividen en cada área de la empresa y por fases, con la finalidad de darle una estructura al proyecto. La gráfica de gantt permite darle estructura y seguimiento al proyecto dentro del semestre de otoño.

Entrevista inicial con la empresaria

Se realizó una entrevista con Elvia Guzmán para presentar los integrantes del equipo, dialogar para conocer más a profundidad las actividades que realiza en su día a día para poder conocer los procesos que se realizan dentro de su taller de confección y costura. La entrevista permitió conocer el giro textil y las áreas de mejora

Propuesta de Proyecto

Dentro de la propuesta de proyecto se encuentran antecedentes del taller de Elvia Guzmán, los objetivos del proyecto en base a las áreas de mejora propuestas por el equipo y las fases a seguir dentro del semestre de otoño.



PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL PAP **Diseño de estrategias mercadológicas**



PROPUESTA DE TRABAJO, Otoño 2022

Proyecto para: (Elvia Guzmán)

1. Antecedentes

(Elvia Guzmán) Es un taller de patronaje industrial y confección que se encuentra en Guadalajara, Jalisco, México, su enfoque es maquilar en pequeñas cantidades a chicas / medianas empresas de diferente líneas (DAMA, CABALLERO, INFANTIL, BLANCOS, MASCOTAS ETC..) Se trabaja bajo el nombre de la propietaria y no cuenta con identidad corporativa.

La empresa es dirigida por la Sra Elvia Guzmán, la cual con la ayuda de dos costureras desde casa, sacan la producción de los pedidos solicitados. El material de trabajo es abastecido por la empresa excepto la maquinaria con la cual se

confecciona la ropa, los pedidos se entregan conforme las costureras tengan disponibilidad de realizarlas, por lo cual se tienen fechas de entrega largas de entrega.

Gracias al tiempo que tienen desempeñando esta actividad han sido buscados por diferentes empresas y diseñadores que han querido colaborar con la empresa, pero desafortunadamente no se ha podido concretar algún convenio ya que no se tiene la capacidad instalada para realizar el volumen solicitado.

2. Objetivo del proyecto

Desarrollar un plan de estrategias de mejora para el funcionamiento de la empresa, contemplando las diferentes áreas que la conforman.

3. Objetivos Específicos

1. Conocer la industria textil y sus procesos (tendencias) PESTEL
2. Identificar competidores directos e indirectos (prácticas)
3. Definir el mercado meta y analizar a los clientes actuales y potenciales
4. Realizar un diagnóstico de las capacidades de la empresa y proponer estrategias de mejora. (FODA)
5. Determinar la identidad corporativa de la empresa.
6. Formular una estrategia de precios.
7. Proponer una estructura de procesos y manejo de personal.
8. Desarrollar la estrategia comercial de la empresa tanto interna como externamente.

4. Metodología

Fase #1

Recopilación de información

Investigar en fuentes secundarias, la industria textil y sus tendencias

Benchmarking digital y Aspiracional.

Cuestionario de diagnóstico para identificar fortalezas y áreas de mejora al interior de la empresa

Encuestas a clientes actuales: se tomará un registro de aquellos clientes con los que se está trabajando y aquellos que suelen ser clientes frecuentes.

Fase #2

Diagnóstico

Se realizará un FODA simple y el FODA estratégico.

Fase #3

Propuesta de mejora

Branding:

Se establecerá la personalidad de la marca para comenzar con una estrategia de branding.

Se realizará la búsqueda en el IMPI para asegurar que esté libre el nombre a escoger.

Se definirá un nombre, colores, tema, y diseño de marca.

Se realizará el diseño de un logo.

Se definirá un lenguaje tanto verbal como visual para la marca.

Se construirá una voz de marca.

Marketing digital:

Se crearán perfiles de redes sociales, así como los primeros diseños para las publicaciones, historias y paquetes de cada una de estas.

Se creará el diseño y la estructura de un sitio web.

Finanzas:

Se desarrollará una estrategia de precios en la que se tengan establecidos los precios por cada proyecto dependiendo del nivel de dificultad del patronaje y se definirá cuál será el método de pago.

Mejora de procesos:

Se creará una rubra de entrega, para que al momento de que llegue un pedido se tenga la fecha estipulada de entrega, los detalles del pedido, los materiales y el precio de cada entrega.

Se dividirán las cuentas entre las empleadas para llevar un mayor control del trabajo y una estrategia en caso de que alguna empleada tenga una mayor carga que la otra.

Se definirán los KPIs para medir los resultados.

Planeación estratégica:

Se creará una alineación de expectativas entre los requerimientos de Elvia y las expectativas de las costureras.

Se creará una estructura jerárquica y funcional de la empresa.

Se creará una estructura de informes sencilla.

Se definirán las especialidades dentro de posiciones individuales.

Se establecerá un método de comunicación, así como un método de entrega de tareas.

Propuesta comercial:

Desarrollo de las 4 P's.

5. Tiempos y calendario

CANVAS

- ✓ Estructura
 - Descripciones de puesto
 - Organigrama
- ✓ Procesos
 - Formatos de entrega de unidades
- ✓ Branding
 - Manual de Identidad corporativa
 - Logo
 - Colorimetría
 - Usos
- ✓ Redes sociales
 - Facebook
 - Instagram
- ✓ Sitio Web
- ✓ Estrategia de precios
- ✓ Estrategia comercial

Fecha de actualización: 18 de Agosto del 2022

Cuestionario de diagnóstico

Se realizó un cuestionario de diagnóstico a la empresaria para poder detectar las fortalezas y las debilidades de todas las áreas de la empresa. Los resultados se encuentran dentro del capítulo 1 del presente documento.

Análisis de la industria y tendencias

Se analizó en fuentes secundarias la industria para conocer tendencias e información relevante para la toma de decisiones en el proyecto. Los resultados se encuentran dentro del capítulo 1 del presente documento.

PESTEL

Este análisis permite conocer factores externos que afectan a la empresa de manera directa, Los resultados se encuentran dentro del capítulo 1 del presente documento.

BENCHMARKING

Este análisis permite conocer las prácticas que realiza la competencia, Los resultados se encuentran dentro del capítulo 1 del presente documento.

Competencia	
Directa	Aspiracional
DI MO	
<u>COSTURERA.SI</u>	
MAQUILA PM	
MIM MAQUILA INTEGRAL DE MODA	
ANÓNIMO TEXTIL	

Tabla #12- Competencia -Elaboración Propia

Factores a evaluar		
Estrategias comerciales	MKT Digital	Diseño
Nombre de la empresa	Nombre de la empresa	Nombre de la empresa
Logo	Logo	Logo
Competencia directa o aspiracional	ANÁLISIS DEL SITIO WEB:	Etiqueta
Ubicación	Link del sitio Web	Colores de la marca
Presencia	Secciones que maneja en la página web	Tipografía
Linea de productos que maneja (Tipos de prendas)	Es un sitio amigable para el consumidor	Análisis del logo
Tipo de cliente al que se enfoca	Carrito de compra	
Qué servicios ofrece (patronaje, muestra, graduación de tallas, trazo o rompecabezas de la ropa, tendido de tela, corte, asesoría en tipos de telas, maquila de ropa)	Formulario	
Forma de entrega de los productos (bolsa o caja de cartón, arrugado o planchado)	Redes sociales direccionadas	
Precio	Cotizador	
¿Cómo se dan a conocer?	ANÁLISIS DE REDES SOCIALES:	
Promociones especiales	Cuales redes utilizan	
Showroom	Cuantos seguidores tienen	
	Frecuencia de publicación	
	Comentarios de clientes	
	Cuantos Likes tienen	
	Tipos de contenido	
	Tiempos de respuesta	

Tabla #13 -Factores a evaluar - Elaboración Propia

Análisis de Competencia									
Nombre de la empresa	Logo	Competencia Directa o aspiracional	Empaque	Antigüedad	Productos complementarios	Precio	Presencia	¿Cómo se dan a conocer?	Showroom
Empresa analizada									
TALLER DE ELVIA DIRECTA	No tiene		NO APLICA	2012	Blusas, uniformes, trajes de baño, vestidos	Patron entre \$350-450	BOCA A BOCS- NO REDES	BOCA A BOCA	NO APLICA
DIMO LAB		COMPETENCIA DIRECTA	NO	-	Blusas, jeans, Sudaderas, Gorras, canguteras	-	Instagram, facebook	Videos de sus productos, post con modelos y terminados del producto	NO
COSTURERA.SI		COMPETENCIA DIRECTA	No	218	Mochilas, baberos, bolsos, estuches, canchureros	-	Instagram	Redes sociales y post de los productos terminados	NO

Tabla #14 - Benchmarking -Elaboración Propia

Análisis de Competencia									
Nombre de la empresa	Logo	Competencia Directa o aspiracional	Empaque	Antigüedad	Productos complementarios	Precio	Presencia	¿Cómo se dan a conocer?	Showroom
Empresa analizada									
MAQUILA PM		COMPETENCIA DIRECTA		DESDE EL 2019	Trajes de baño, accesorios, ropa deportiva	-Patron por modelo \$500-muestra \$270	Instagram, facebook	Redes sociales, fotos de producto terminado, personas realizando la confección del producto	NO
MIM MAQUILA INTEGRAL DE MODA		COMPETENCIA DIRECTA	Si, caja reciclada (hacen envíos)	4 años	Trajes de baño	-	Instagram, facebook		

Tabla #15 - Benchmarking -Elaboración Propia

Análisis de Competencia									
Nombre de la empresa	Logo	Competencia Directa o aspiracional	Empaque	Antigüedad	Productos complementarios	Precio	Presencia	¿Cómo se dan a conocer?	Showroom
Empresa analizada									
ANONIMO TEXTIL		COMPETENCIA DIRECTA	Empaque de plastico	2017	Mochilas, playeras, sudaderas, shorts, llaveros de tela.	-	instagram, facebook, ticktock.	Videos y foto de los productos que se han echo.	NO

Tabla #16 - Benchmarking -Elaboración Propia

Marketing digital									
Nombre de la empresa	Cuenta con página web	Secciones que maneja en la página web	Es un sitio amigable para el consumidor	Cuentan con redes	Cuales redes utilizan	Cuantos seguidores tienen	Actualizan de manera regular	Comentarios de clientes	
Empresa analizada									
TALLER DE ELVIA	No	No aplica	No aplica	No	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	
Competencia nacional									
DIMO LAB	Si	di.mo.com , su pagina por el momento no se encuentra actualizada di.mo.com	-	Si	Facebook instagram ticktock	Facebook: seguidores 853 instagram	Facebook: 16 de mayo instagram: 28 de agosto	se comentan 'uras reacciones como caras felices fuegos etc. o INFORMACIÓN	
COSTURERA.SI	NO	-	-	Si	INSTAGRAM	Instagram: 1,727 seguidores	Agosto 17	Podrias mandarme información, Cotización.	

Tabla #17- Benchmarking -Elaboración Propia

Marketing digital								
Nombre de la empresa	Cuenta con página web	Secciones que maneja en la página web	Es un sitio amigable para el consumidor	Cuántas redes utilizan	Cuales redes utilizan	Cuántos seguidores tienen	Actualizan de manera regular	Comentarios de clientes
Empresa analizada								
MAQUILA PM	NO	-	-	SI	Facebook, instagram	instagram 1,022 seguidores, facebook: 361 seguidores	Julio 20- 2020	No tiene muchos comentarios por lo que solo se comentan emojis.
Competencia internacional								
MIM MAQUILA INTEGRAL DE MODA	NO	-	-	SI	Facebook, instagram	facebook: 238 seguidores, instagram 1,524 seguidores	Mato 30 - 2019	"Que precioso acabado tienen"
ANONIMO TEXTIL	NO	-	-	SI	Facebook, instagram	facebook: 104 personas siguen esto, instagram 1,831 seguidores	DIC. 14 2018	"Estoy interesada en sus precios pueden mandar ordenes a los estados unidos?"

Tabla #18- Benchmarking -Elaboración Propia

Diseño								
Nombre de la empresa	Logo	Etiqueta	Empaque	Estrategias de comunicación	Colores	Tipografías	Aplicaciones gráficas	Procesos de aplicaciones gráficas
Empresa analizada								
EMPRESA ELVIA								
Competencia nacional								
DIMO LAB			No se especifica.	Instagram y Facebook	Negro y blanco	Negritas, sans serif, con peso, en ocasiones utilizan cursiva y en ocasiones no, tipografía específica desconocida.	Etiqueta adhesible sobrepuesta en empaque y etiquetas de papel.	No se especifica.

Tabla #19- Benchmarking -Elaboración Propia

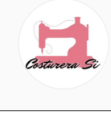

Diseño								
Nombre de la empresa	Logo	Etiqueta	Empaque	Estrategias de comunicación	Colores	Tipografías	Aplicaciones gráficas	Procesos de aplicaciones gráficas
COSTURERA.SI		No tienen.	No se especifica.	Instagram y Facebook	Rosa y blanco.	Cursiva, negritas, sin serif. Tipografía específica desconocida.	No tienen.	No tienen.
MAQUILA PM		No tienen.	Cajas de cartón.	Instagram y Facebook	Negro y blanco	Cursiva, con serif, letras delgadas. Tipografía desconocida.	Etiqueta adhesible sobrepuesta en empaque.	Impreso sobre papel autoadhesivo
Competencia internacional								

Tabla #20- Benchmarking -Elaboración Propia

Diseño								
Nombre de la empresa	Logo	Etiqueta	Empaque	Estrategias de comunicación	Colores	Tipografías	Aplicaciones gráficas	Procesos de aplicaciones gráficas
MIM MAQUILA INTEGRAL DE MODA				En cuanto al empaque, usan cajas recicladas. En cuanto a estrategias de comunicación utilizan Facebook e Instagram.	Beige y Negro.	Utilizan tipografía con Serif, letras delgadas. Tipografía específica desconocida.	No tienen.	No tienen.
ANONIMO TEXTIL		No tiene.	No tiene	Facebook e Instagram.	Blanco y negro.	Mayúsculas, sans serif, negritas, tipografía específica desconocida.	Etiquetas adhesibles, parches de tela, bolsas estilo Tote, sudaderas.	Como tal no existen, las aplicaciones gráficas son parte de los productos que se venden por parte de Anónimo Textil.

Tabla #21- Benchmarking -Elaboración Propia

Características a destacar		Estrategias de la competencia
Competidor	TALLER DE ELVIA	
SERVICIO		
-El competidor tiene una marca y un logo	elvia no tiene ni marca ni logo	-se tienen redes sociales en donde se dan a conocer y pueden ver los comentarios sobre los clientes de que realmente es lo que necesitan o lo que les interesa de su marca, o lo que piensan de su marca.
SERVICIO		
El competidor no tiene mucho tiempo dentro del mercado	-elvia tiene mucho tiempo dentro del mercado.	
SERVICIO		
El competidor tiene redes sociales específicas para su marca (facebook, instagram)	-Elvia no maneja ningún tipo de redes lo cual no se da a conocer por publicidad ni por logo	Sugerencias Presentación de un logo como firma, con un símbolo sencillo, tipografía sencilla y sin detalles. El uso de Facebook e Instagram son esenciales. Para la creación del nombre, puede utilizarse el nombre de la firma.

Tabla #22- Benchmarking -Elaboración Propia

DEFINICIÓN DE MERCADO:

**DEFINICIÓN DEL MERCADO META
B2B**

En este apartado se podrá ver la definición del mercado meta que se trata de ver a al cliente ideal sobre quien es donde se ubica, qué tamaño de empresa tiene la industria en la que está especializada para así poder ver quien es el público objetivo meta de la marca y poder llegar de mejor manera hacia el cliente sabiendo sus preferencias.

Datos	Rango & Valor
Tamaño de la empresa	0 a 5 personas - Empresas Micro 6 a 10 personas Empresas Micro 11 a 30 personas Empresas pequeñas 31 a 50 personas Empresas pequeñas
Ubicación geográfica	Guadalajara, Zapopan, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga. Alcance local, con potencial para ser regional.
Industria	(315) Fabricación de prendas de vestir (3151) Fabricación de prendas de vestir de punto

	<p>(31519) Fabricación de otras prendas de vestir de tejido de punto</p> <p>(3152) Confección de prendas de vestir (315221) Confección en serie de ropa interior y de dormir</p> <p>(315222) Confección en serie de camisas</p> <p>(315223) Confección en serie de uniformes</p> <p>(315224) Confección en serie de disfraces y trajes típicos</p> <p>(315225) Confección de prendas de vestir sobre medida</p> <p>(315229) Confección en serie de otra ropa exterior</p> <p>(3159) Confección de accesorios de vestir y otras.</p>
<p>Información adicional relevante puntos/ desencadenantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● SDRT Size ● Funding ● Growth rate
<p>Tamaño estimado del segmento</p>	<p>539 Establecimientos</p>

Tabla #23 -Elaboración Propia

Establecimientos económicos

- ABACA
Guadalajara, JALISCO
- AGUJA MAGICA
Guadalajara, JALISCO
- ALICE B ATELIER
Guadalajara, JALISCO
- ALPHA FASHION
Guadalajara, JALISCO
- ALTA COSTURA
Guadalajara, JALISCO
- ALTA COSTURA ANDREA
Tonalá, JALISCO
- ALTA COSTURA ELIZA SALAS
Guadalajara, JALISCO
- ALTEC CASA DE SEGURIDAD
Guadalajara, JALISCO
- ALTEC CASA DE SEGURIDAD FABRICACION Y DISTRIBUCION
Guadalajara, JALISCO

Resultados encontrados: 539

1 2 3 4 5 »

Cuadro #14 - INEGI

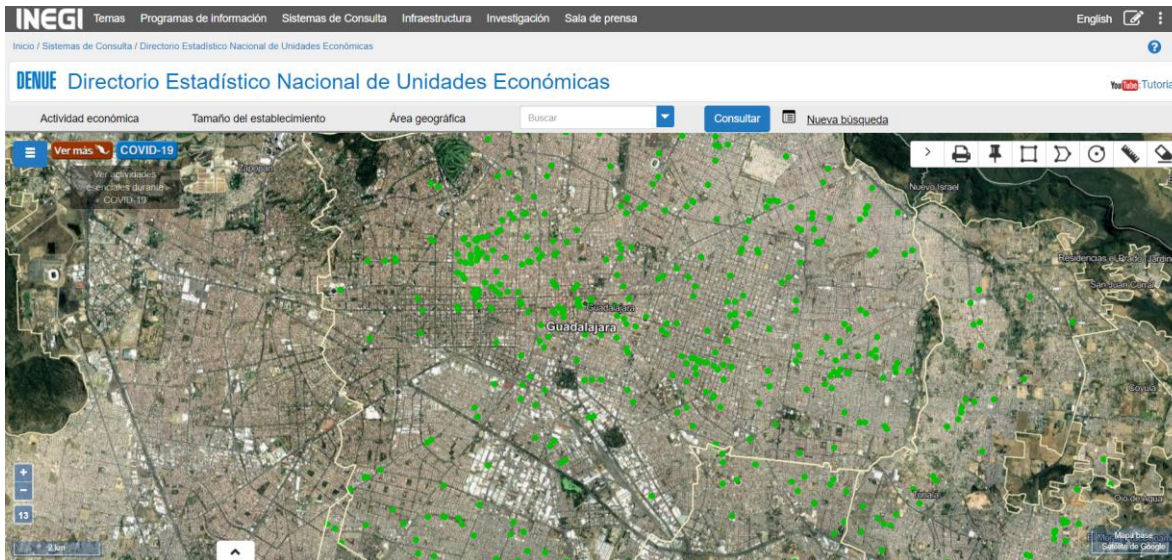


Imagen 14.1 - INEGI

Se puede encontrar el listado de estos establecimientos [aquí](#).

Propuestas de mejora que se consideraron durante la visita de reconocimiento al taller:

FORMATO PARA MAQUILA:

Nombre, modelo, cantidad, tallas, colores, insumos entregados, tiempo de entrega firma de costurera.

FORMATO PARA FICHA TÉCNICA.

Nombre, modelo, cantidad, tallas, colores, insumos entregados, tiempo de entrega, -todo insumo que ponga el taller será cobrado aparte.

-Toda ficha técnica tiene que estar firmada por el cliente de conformidad.

PROPUESTA DE MEJORA.

-Hacer ficha técnica del dibujo fecha para que el cliente la firme de autorizado.(hacer formato de ficha técnica).

-Poner límite de cambios en la ropa.(cambios que entren del mismo patrón)

-Firmar un contrato de inicio y cobrar anticipos.

-Si el cambio implica hacer un patrón nuevo cobrarlo otra vez.

-Maximo hasta 100 prendas (políticas)

-Se cobra solo 1 muestra en una sola talla y las siguientes tallas se cobran aparte.

-No entregan planchado.

-12-20 días.desde la muestra

-Producciones de 22-30

-Patrón 5-9 días.

-Industrial no se trabaja por el tipo de tela.

-Anotar fecha desde la entrega de producto para que el cliente revise el producto. dar entre una semana.

-Forma de pago solamente efectivo.

-Todos los materiales se tienen que entregar antes de la muestra y producción.

-El cliente tiene que traer el material.

-Todo costo se cobra en base a la dificultad de la tela, complejidad de diseño y cantidad de producto.

-No se puede dar estimados de precio hasta dar la muestra.

POLÍTICAS CON COSTURERAS.

-prendas de las costureras, pendiente en cuantas prendas.El pago es a destajo.

-Pago contra entrega.(decidir con costuras) semanal.

-políticas de contratación de costureras para tener el conocimiento de cómo coser las prendas.

-Vivan a la redonda del taller de elvia.

- Toda prenda que no esté bien elaborada se regresará . la prenda se pagará con el tabulador completo ej. \$50 pesos si se encuentra detalles se descuenta un porcentaje ej.\$45 ,
- Firmar el formato de maquila

Entrevistas a clientes actuales:

Se realizaron un par de entrevistas a los clientes actuales por medio de teléfono en donde se les hicieron algunas preguntas de satisfacción y de cómo fue el contacto inicial con elvia o de que podría mejorar en su experiencia como cliente.

CLIENTES	ALANA	LUCHA	SOFIA RAMIREZ	Dolores	Sofía Pulido	María	CONCLUSIONES
¿Desde hace cuánto tiempo ha trabajado con nosotros?	1-5años	Menos de 1 año	1-5 años	Menos de un año	Menos de un año	+5 años	Los clientes llevan entre 1-5 años o menos del año trabajando con el servicio de Elvia
¿Cómo se enteró de nuestro taller?	Recomendaciones	publicidad (facebook)	Publicidad (facebook)	Otros ¿cuáles?	Recomendaciones	Recomendaciones	La mayoría de las personas mencionan que se enteraron por publicidad o por recomendaciones
¿Qué servicios se ha contratado con nosotros? (elige todos los que apliquen)	Patronaje, Muestra, Corte, Asesoría en tipos de telas, maquila de ropa	Muestra, Corte, Asesoría de tipo de telas, maquila de ropa	Muestra, Corte, Asesoría de tipo de telas, maquila de ropa	Patronaje, Muestra, Corte, Maquila de Ropa	Patronaje, Muestra, Trazo, Corte, Maquila de Ropa	Patronaje, Muestra, Corte, Maquila de Ropa	La mayoría de los clientes se les hace el servicio de patronaje, muestra, corte y maquila de ropa

TABLA #23 - Entrevistas clientes - Elaboración propia

CLIENTES	ALANA	LUCHA	SOFIA RAMIREZ	Dolores	Sofía Pulido	María	CONCLUSIONES
¿Principal razón por la cual nos eligió?	Calidad del servicio	Ubicación	Calidad del producto	Calidad de producto	Calidad de servicio	Calidad de servicio	La mayoría de las personas mencionan que es por la calidad del servicio y solo 1 por la ubicación
¿Qué tan satisfecho estás con los tiempos de entrega ?	Satisfecho	satisfecho	satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Los clientes se encuentran satisfechos con los tiempos de entrega y solo 1 cliente se encuentra Muy satisfecho.

TABLA #24- Entrevistas clientes - Elaboración propia

CLIENTES	ALANA	LUCHA	SOFIA RAMIREZ	Dolores	Sofía Pulido	María	CONCLUSIONES
¿Por qué?	Tengo empatía con ella y entiende mis ideas	Hay algunos acabados en los cierres que no quedan perfectos.	Hay detalles que se salen de la calidad como terminados, botones, presillas etc	Muy buena calidad	Al ser nuestra primera producción debido a la desinformación de telas, botones y demás material consideramos que pudo haberse visto mucho mejor	-	Están satisfechos pero no super satisfechos por que la mayoría de los clientes dice que se le entregó una maquila con poca calidad. (Ojo cierres y botones)
¿Has recibido asesoría por parte del taller?	SI	SI	SI	SI	SI	-	Siempre se ha recibido asesoría por parte del taller

TABLA #25 - Entrevistas clientes - Elaboración propia

CLIENTES	ALANA	LUCHA	SOFIA RAMIREZ	Dolores	Sofía Pulido	María	CONCLUSIONES
¿Qué tan satisfecho estás con la asesoría por parte del taller?	satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	La mayoría se encuentra satisfecho por la asesoría del taller
¿Qué es lo que más le gusta de trabajar con el taller de Elvia Guzman?	Nos entendemos muy bien. Y empecé mi empresa de la mano con ella.	Entregada en su trabajo, conocer muy bien patronaje y costura. Elvia es muy amable y agradable	Tengo empatía con ella y entiende mis ideas	La comunicación	Su dedicación para explicar a detalle cada uno de los procesos a seguir, se toma el tiempo para guiarnos en una industria que no tenemos trayectoria	Amable y persona de confianza	La mayoría de los clientes les gusta trabajar con Elvia por que tiene empatía al entender lo que sus clientes quieren, y buena comunicación

TABLA #26- Entrevistas clientes - Elaboración propia

CLIENTES	ALANA	LUCHA	SOFIA RAMIREZ	Dolores	Sofía Pulido	María	CONCLUSIONES
Sugerencias de mejora	Alguien que esté encargado del control de calidad en todos los productos.	Mejorar algunos (pocos) detalles en acabados. Cierres invisible generalmente. Sería estupendo que también tuviera el servicio de plancha de la prenda.	-	Me gustaría que me dijeran en cuánto tiempo me entregan, enviarme al cliente un presupuesto antes de trabajar para que le dé más formalidad	Por el momento ninguna	Tener gente nueva con conocimiento en moda 😊	Las sugerencias fueron tener un control de calidad y enviar presupuestos al cliente, tiempos de entrega.

TABLA #27- Entrevistas clientes - Elaboración propia

Conclusiones:

Se observa que la mayoría de los clientes del taller de Elvia son recientes, los cuales son captados principalmente por medio de recomendaciones. Los clientes en su mayoría prefieren hacer todo el proceso que va desde realizar patronaje hasta la maquila de ropa. El taller de Elvia realiza sus trabajos con calidad y tiene un área de oportunidad de mejora con la rapidez de entrega del producto y detalles como

cierres y botones. Los clientes encuentran asesoría en cada uno de los proyectos y consideran que se les brinda una cálida atención (VENTAJA COMPETITIVA). Con ayuda de las Herramientas de PESTEL, el análisis de la industria, las entrevistas a los ex-clientes y a Elvia se realizaron análisis FODA.

FODA Simple:

Es una fotografía de la realidad, pero no da recomendaciones. Es una radiografía de la empresa.

Tiene dos áreas, la parte interna: Fortalezas y debilidades. Son cosas que sí son controlables por el empresario, sí depende del empresario hacer cambios. La empresa cuenta con, o no cuenta con dichos elementos.

La parte externa: Son cosas que no son controlables por el empresario, no dependen de él, sin embargo, existen. Puede ser la aplicación de trámites del gobierno, SAT. Se pueden atribuir estos datos de un PESTEL, Benchmarking, etcétera. En el entorno existe o no existe.

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. El taller ha sido buscado por diferentes empresas y diseñadores que han querido colaborar con la empresa por su experiencia y calidez. 2. La calidad de sus servicios es reconocida por sus clientes y ex-clientes. 3. Permanencia del personal actual. 4. Se tiene liquidez para poder solventar los gastos mensuales. 5. Todo el proceso va acompañado de buena atención hacia los clientes, por lo que se tiene una buena relación con ellos. 6. Su enfoque es maquilar en pequeñas cantidades a chicas / 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con identidad corporativa. 2. Se tienen fechas de entrega largas y no queda claro al cliente. 3. No se ha podido concretar algún convenio con ningún cliente. 4. No se tiene la capacidad instalada para realizar grandes volúmenes. 5. El proceso de producción se da sobre la marcha. 6. No cuenta con investigación ni desarrollo para sus servicios. 7. No cuentan con procesos formales de contratación. 8. No tienen un sistema o forma de medir los precios.

<p>medianas empresas de diferente líneas por lo que se proveen diferentes servicios.</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Conoce perfectamente sus gastos de producción 8. Existe un control con desperdicios y mermas que tienen 9. La calidad de sus proveedores es buena. 10. Tanto clientes como ex clientes están satisfechos con la calidad de sus servicios. 	<ol style="list-style-type: none"> 9. No se tiene la información de manera digital, por lo cual es difícil poder generar algún reporte de ventas o estados financieros. 10. Existen también problemas de asignación de tareas y cuentas. 11. No cuentan con un sistema de control de inventario. 12. No se tiene definido un proceso comercial(contratos) 13. No tienen definido un control de calidad (maquila). 14. Su producción no está automatizada 15. Los costos son percibidos por los clientes como muy altos.
<p>Oportunidades</p>	<p>Amenazas</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se están creando políticas para evitar prácticas desleales como el dumping. 2. La Confederación de Cámaras Industriales exigió al gobierno nacional otorgar los permisos relacionados con la siembra de algodón, para promover avances tecnológicos en la industria textil en México. 3. Avances tecnológicos en las máquinas de corte y confección. (maquinaria actual se hace obsoleta) 4. La industria textil en México en 2021, en su primer trimestre, exportó 1.6 millones de dólares en productos confeccionados. 	<ol style="list-style-type: none"> 6. La inflación tiene un incremento en los precios de 8.15% respecto al año previo. 7. Desabasto de las semillas de algodón y la caída de la producción de la materia prima. 8. Para estar a la vanguardia en las máquinas de corte y confección se requiere una inversión considerable. 9. Desde marzo de 2019 (cuando declararon la pandemia) hasta agosto de 2020, se perdieron un total de 75000 empleos. 10. La mayoría de estos empleos pertenecen al subsector de la confección, para un total de 68% de los trabajos totales.

<p>Esto representa un incremento del 12 %.</p> <p>5. Aumento de mano de obra. Para algunos países, como los pertenecientes a la Unión Europea, no existen barreras arancelarias.</p>	<p>11. La producción de ropa representa el 10 % de las emisiones de CO2 a nivel global.</p> <p>12. Existe mucha competencia y bien posicionada.</p>
--	---

TABLA #28 - Foda simple - Elaboración propia

FODA

Estratégico:

El FODA estratégico es una herramienta que se utiliza para generar, comparar y seleccionar estrategias.

Parte de la idea de que existe una vinculación entre factores internos y externos. Se derivan así cuatro estrategias potenciales:

Fortalezas/Oportunidades (FO). Explotar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.

Debilidades/Oportunidades (DO). Generar opciones superadoras de las debilidades, sobre la base de las oportunidades.

Fortalezas/Amenazas (FA). Utilizar las fortalezas para superar las amenazas potenciales.

Debilidades/Amenazas (DA). Minimizar cualquier debilidad para evitar una posible amenaza.

TABLA # FODA Estratégico:

	Fortalezas	Debilidades
	<p>1. El taller ha sido buscado por diferentes empresas y diseñadores que han querido colaborar con la empresa por su</p>	<p>1. No cuenta con identidad corporativa.</p> <p>2. Se tienen fechas de entrega largas y no queda claro al cliente.</p> <p>3. No se ha podido</p>

	<p>experiencia y calidez. La calidad de sus servicios es reconocida por sus clientes y exclientes.</p> <p>11. Permanencia del personal actual.</p> <p>12. Se tiene liquidez para poder solventar los gastos mensuales.</p> <p>13. Todo el proceso va acompañado de buena atención hacia los clientes, por lo que se tiene una buena relación con ellos.</p> <p>14. Su enfoque es maquilar en pequeñas cantidades a chicas / medianas empresas de diferentes líneas por lo que se proveen diferentes servicios.</p> <p>15. Conoce perfectamente sus gastos de producción</p>	<p>concretar algún convenio con ningún cliente.</p> <p>4. No se tiene la capacidad instalada para realizar grandes volúmenes.</p> <p>5. El proceso de producción se da sobre la marcha.</p> <p>6. No cuenta con investigación ni desarrollo para sus servicios.</p> <p>7. No cuentan con procesos formales de contratación.</p> <p>8. No tienen un sistema o forma de medir los precios.</p> <p>9. No se tiene la información de manera digital, por lo cual es difícil poder generar algún reporte de ventas o estados financieros.</p> <p>10. Existen también problemas de asignación de tareas y cuentas.</p> <p>11. No cuentan con un sistema de</p>
--	---	--

	<p>16. Existe un control con desperdicios y mermas que tienen</p> <p>17. La calidad de sus proveedores son buenos.</p> <p>18. Tanto clientes como ex clientes están satisfechos con la calidad de sus servicios.</p>	<p>control de inventario.</p> <p>12. No se tiene definido un proceso comercial(contratos)</p> <p>13. No tienen definido un control de calidad (maquila).</p> <p>14. su producción no está automatizada</p> <p>15. Los costos son percibidos por los clientes como muy altos.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Se están creando políticas para evitar prácticas desleales como el dumping.</p> <p>1.-La Confederación de Cámaras Industriales exigió al gobierno nacional otorgar los permisos relacionados con la siembra de algodón, para promover avances tecnológicos en la industria textil en México.</p> <p>2.-Avances tecnológicos en las máquinas de corte y confección.</p>	<p>FO</p> <p><u>¿Cómo puedo aprovechar las oportunidades gracias a las fortalezas que tengo?</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis de los posibles clientes potenciales encontrados en DENU. 2. Promocionar su experiencia y la calidad que presenta como una ventaja competitiva. 	<p>DO</p> <p><u>Esa recomendación aparece de qué oportunidad y qué debilidad.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una marca para que pueda ser reconocida. 2. Crear redes sociales y subir contenidos con periodicidad 3. Contar con mejores máquinas para confeccionar 4. Mejorar los tiempos de

<p>3.-(maquinaria actual se hace obsoleta)</p> <p>4.-La industria textil en México en 2021, en su primer trimestre, exportó 1.6 millones de dólares en productos confeccionados. Esto representa un incremento del 12 %.</p> <p>5.-Aumento de mano de obra.</p> <p>6.-Para algunos países, como los pertenecientes a la Unión Europea, no existen barreras arancelarias.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Ampliar el espacio físico del taller. 4. dar incentivos a la fidelidad de sus empleadas. 5. Crear programas de fidelización para los clientes. 6. Buscar y considerar la contratación de nuevas costureras. 	<p>entrega mediante un sistema digital.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Crear sistemas para manejo de precios. 6. Crear un sistema digital para acelerar procesos. 7. Creación y montaje de un sitio web. 8. Mejorar procesos de comunicación estableciendo un canal. 9. Cotizar maquinarias que estén dentro del rango de presupuesto de la empresa para futuros objetivos tecnológicos. 10. Realizar análisis para considerar la posibilidad de aceptar proyectos internacionales (sin necesidad de realizar una importación).
<p>1. La inflación tiene un incremento en los precios de 8.15% respecto al año</p>	<p>FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicar las principales fortalezas que le 	<p>DA</p> <p><u>A pesar de las debilidades y las amenazas, qué puede</u></p>

<p>previo.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Desabasto de las semillas de algodón y la caída de la producción de la materia prima. 3. Para estar a la vanguardia en las máquinas de corte y confección se requiere una inversión considerable. 4. Desde marzo de 2019 (cuando declararon la pandemia) hasta agosto de 2020, se perdieron un total de 75000 empleos. <ol style="list-style-type: none"> a. La mayoría de estos empleos pertenecen al subsector de la confección, para un total de 68% de los trabajos totales. 5. La producción de ropa representa el 10 % de las emisiones de CO2 a nivel global. 	<p>reconocen sus clientes para crear una diferenciación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Desarrollar una estrategia para promocionar el expertise de Elvia y cómo puede esto ser un diferenciador para su marca. 3. Transmitir los valores de honestidad y transparencia a futuros clientes. 4. Compartir videos de los avances de los proyectos. 5. Tomar fotografías y videos de todos los proyectos que se vayan realizando para poder comenzar con las publicaciones en redes. 6. Recolectar las mejores retroalimentaciones de los clientes y ex clientes para utilizarlos como estudios de caso. 	<p><u>hacer para que continúe con su negocio.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Estructurar la empresa para darle formalidad a los procesos (Organigrama y descripción de puestos) 2. Crear y registrar la marca. 3. Agilizar los tiempos de entrega. 4. Estructurar los movimientos de material para que estos sean más ágiles. 5. Determinar desde un inicio los puntos de entrega. 6. Definir lo que es un estándar de calidad. 7. Desarrollar una estructura para el proceso de sus servicios. 8. Definir un proceso comercial, con contratos. 9. Desarrollar un sistema de inventarios. 10. Generar reportes
---	---	---

		<p>de estados financieros y reportes de ventas digitales.</p> <p>11. Desarrollar el modelo de negocios de la empresa (CANVAS)</p>
--	--	---

TABLA #29 - FODA estrategico - Elaboración propia

FODA MARKETING DIGITAL

El FODA Marketing permite analizar los diferentes aspectos que lo componen, en este análisis se contemplan todos los medios digitales (redes sociales, sitio web)

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cuenta con Facebook personal en donde brinda atención a los clientes ● Cuenta con Whatsapp personal en donde brinda atención a los clientes 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● No existen redes sociales oficiales por parte de su empresa ● No se tiene mucho conocimiento del área digital ● No tiene página web
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se pueden hacer uso de diferentes redes sociales (Facebook, Instagram) ● Tendencia de búsqueda de proveedores en medios digitales ● Tendencia en búsqueda de cursos a través de medios digitales (YouTube) ● Posicionamiento orgánico a través de las redes sociales 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Su competencia cuenta con redes sociales activas ● Su competencia cuenta con página web

<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de información de tendencia de moda en redes sociales 	
--	--

TABLA #30 - FODA marketing - Elaboración propia

MODELO CANVAS:

El modelo de negocio Canvas se compone de nueve bloques de construcción básicos, que muestran la lógica de cómo una empresa tiene la intención de tener una buena estructura. Los nueve bloques cubren las cuatro áreas principales de una empresa: clientes, oferta, infraestructura y finanzas, por lo que el modelo de negocio sirve de base para una estrategia que se implementa a través de las estructuras de organización, procesos y sistemas y toma de mejores decisiones dentro de la empresa.

MODELO CANVAS				
	<p>ACTIVIDADES CLAVE: Patronaje-Corte-muestra-maquila-asesoría de telas-</p>		<p>RELACIONES CON CLIENTES: Facebook, whatsapp boca en boca</p>	
	<p>RECURSO CLAVE: Intemet, máquinas de coser, hilos, rollo para hacer patrón, Costureras externas , chofer, rack, máquina cortadora</p>	<p>PROPUESTAS DE VALOR: - Experiencia y calidad en el servicio de asesoría en cada una de las fases del proceso de patronaje industrial para que los clientes puedan crecer sus negocios.</p>		<p>SEGMENTOS DE CLIENTES: Diseñadores locales, pequeñas empresas de diseño y confección de ropa.</p>
<p>SOCIOS CLAVE: Maquiladores externos, Proveedores, El técnico de las máquinas.</p>			<p>CANALES: Medios electrónicos y presenciales</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES:Costos variables : costureras se paga por destajo en base a la producción. Costos, materia prima</p>		<p>FUENTES DE INGRESOS:Cobro a clientes por servicios de: maquila, patrón del corte, o de la muestra, Asesoría en todas las fases del proceso</p>		

TABLA #31 - Modelo canvas - Elaboración propia

A continuación, se presenta la propuesta de mejora en las áreas de administración y mercadotecnia de la empresa de Elvia Guzmán:

ADMINISTRACIÓN

Con las respuestas dadas por Elvia, así como la información que se pudo recabar durante la visita a su taller, se desarrollaron una serie de propuestas que le facilitan llevar su administración, a continuación se presentan elementos constitutivos de la planeación y gestión empresarial de la organización:

MISIÓN:

Una declaración de misión es una declaración breve de por qué existe una organización, cuál es su objetivo general, el objetivo de sus operaciones: qué tipo de producto o servicio proporciona, sus principales clientes o mercado y su región geográfica de operación.

- Nuestra misión es simple; TÚ LO SUEÑAS, NOSOTROS LO CREAMOS. Desarrollar productos para el mercado en ropa para hombres, mujeres y niños. Atender a diseñadores prometedores y empresas de ropa más grandes que buscan una construcción de calidad. Si tienes una idea de diseño, podemos ayudarte a darle vida.

VISIÓN:

Con base en las metas y aspiraciones, una visión es la imagen deseada de lo que se quiere que sea un negocio en el futuro . Una declaración de visión le brinda a los líderes y a sus empleados dirección, propósito, motivación e inspiración para lograr el resultado deseado para su negocio.

- Ser la empresa de patronaje y confección textil con más prestigio de Guadalajara.

VALORES:

- **Empatía:** La empatía será la conciencia y la comprensión de las necesidades de los colegas, proveedores y clientes. Permitirá desarrollar relaciones sólidas que ayuden a trabajar eficazmente con los demás .
- **Honestidad:** Se quiere convertir en una práctica comercial central actuar de manera transparente y confiable que gane el respeto de colegas, clientes y el público.
- **Respeto:** Se quiere promover una cultura de trabajo positiva en la que los miembros de la empresa se sienten satisfechos, leales, comprometidos y motivados para rendir al máximo
- **Responsabilidad:** Aceptar la responsabilidad de sus acciones (e inacciones) es la mejor manera de generar confianza interna y externamente.
- **Trabajo en equipo:** Cuando las personas trabajan juntas, pueden crear algo más grande que ellos mismos como individuos.
- **Calidad:** Priorizar la calidad como un valor central atraerá a un tipo de cliente que no tiene miedo de pagar el precio de un producto que funciona bien y hace el trabajo desde el primer momento . También gana una reputación por los altos estándares de calidad que ayudan a que su negocio se destaque del resto.

POLÍTICAS CON CLIENTES

Materiales:

Los materiales, es decir, aquellas telas, cierres, botones y demás elementos necesarios para la fabricación de las muestras tienen que ser provistos por el cliente. La empresa únicamente proporcionará los hilos, considerando que sólo se tienen ciertos colores, y en casos de extrema emergencia botones de diseño básico.

Todos los materiales tienen que ser entregados desde un inicio o con un máximo de 2 días hábiles después de la firma de la ficha técnica para que pueda cumplirse con el tiempo estimado de entrega de muestra y producción.

La empresa puede trabajar con cualquier tipo de diseño, sin embargo, no se trabaja con diseño industrial, ni con telas gruesas.

Precios y formas de pago

Desde un inicio se debe realizar una ficha técnica del dibujo para que el cliente pueda firmar de autorizado y se dará un anticipo acordado por las partes. Cada contrato es por un máximo de 100 piezas.

Además, en esta misma ficha técnica, se indicarán el límite de cambios permitidos y estos deberán ser únicamente dentro del mismo diseño del patrón. En caso de que el cambio implique realizar un patrón nuevo, se cobrará de nuevo un anticipo y será considerado un proyecto enteramente nuevo.

Los precios se calculan de acuerdo a la complejidad de la construcción de la prenda, a la dificultad de la tela, la complejidad del diseño y al número de unidades solicitadas.

Los estimados de precio totales sólo pueden darse hasta que se entregue la muestra, antes de esto no se pueden dar aproximados ya que no se sabe de la complejidad de la construcción de la prenda.

En base a la primera muestra se cobrará como una talla, y las otras tallas se cobrarán de manera adicional.

Cualquier insumo extra utilizado por parte del taller de Elvia será añadido al precio final, es decir, aquellos botones, cierres, telas, etcétera que hayan tenido que ser proveídos por el taller.

El método de pago únicamente es por medio de efectivo; se podrán dar anticipos o liquidar las entregas desde la firma de la ficha técnica, pero también se pueden aceptar abonos durante el proceso del proyecto. No se aceptan pagos a crédito.

Tiempos de entrega

Los tiempos de entrega van a depender del número de unidades solicitadas y de la complejidad de la construcción de la prenda.

En caso de que sean producciones se entregarán los resultados entre 5 y 9 días después de la firma.

En caso de que sean producciones se entregarán los resultados entre 22 y 30 días después de la firma.

Se entregará la primera muestra entre 12 y 20 días después de la firma de la ficha técnica.

Puntos de entrega

Las entregas del producto terminado se hacen dentro de las instalaciones del taller de Elvia Guzmán o pueden ser por medio de mensajería, el cual tendrá un costo adicional el cual será presupuestado por el cliente.

Medios de comunicación

La comunicación se hará por llamada y por medio de Whatsapp.

POLÍTICAS CON COSTURERAS

El pago se realiza de manera semanal de acuerdo a las prendas realizadas en ese periodo de tiempo, y sólo será para aquellas prendas terminadas y que cumplan con los estándares de calidad estipulados en el contrato.

En cuestiones de estándares de calidad se considera el deshebrado, la confección, y el etiquetado de manera perfecta, que el total de los botones sean colocados, que los cierres estén perfectamente elaborados y sean funcionales, y que las telas hayan sido manejadas adecuadamente.

Para manejar adecuadamente las telas se debe de considerar desde el momento en el que se recibe el rollo de tejido es necesario observar eventuales defectos de fábrica y verificar su calidad.

- Largo y ancho – Para programar el trazo de los moldes y lograr tener noción de las pérdidas de tela que ocurrirán durante el corte, es esencial que el tejido tenga el ancho adecuado.
- Imperfecciones – Falta de hilo, trama estirada, manchas y orillo rasgado son solo algunos de los defectos de fábrica que pueden ser observados en un rollo de tela. Estas imperfecciones podrían causar problemas en las prendas producidas.

El proceso de contratación será llevado a cabo por Elvia Guzmán, en el cual se va a medir el desempeño para cumplir con los estándares de calidad del taller.

Es indispensable que el domicilio de la costurera sea cerca del taller, con la finalidad de agilizar los tiempos de entrega.

Toda prenda que no esté bien elaborada se regresará, se usará como base un tabulador completo para descontar los detalles en las prendas.

Detalle	Descripción
Los estampados	Los estampados, especialmente las rayas horizontales, combinarán en costuras y mangas. Puedes ignorar este para patrones grandes y patrones aleatorios (como lunares) y prendas con muchas costuras (como una blusa).
Las cremalleras	Los cierres se verán perfectamente rematados con hilos del mismo color y ocultos, a no ser, que dejar la cremallera a la vista sea un elemento estético. Es importante también, que la cremallera suba y baje con facilidad.
Costuras perfectas	Revisar las costuras, ya que estas deben ser perfectas y muy bien reforzadas. Presta atención a los hilos,

	a posibles puntadas sueltas, líneas torcidas y toda clase de imperfecciones.
Botones en su lugar.	Respecto a los botones se debe fijar en que estén bien cocidos, con más de 3 vueltas por par de agujeros y que los ojales por los que deben entrar sean del tamaño correcto.

TABLA #33 - Tabulador costureras - Elaboración propia

Es indispensable firmar el formato de maquila al recibir los materiales como al entregar las prendas terminadas.

ESTRUCTURA JERÁRQUICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Para representar la estructura jerárquica y funcional de la empresa se realizan organigramas, los cuales representan la jerarquía de una organización y las líneas de autoridad que deben seguirse. También puede mostrar qué roles son responsables de qué tareas, divisiones, departamentos o regiones. Esto puede eliminar la ambigüedad y mejorar la comunicación.

El organigrama que se presenta a continuación es el actual:

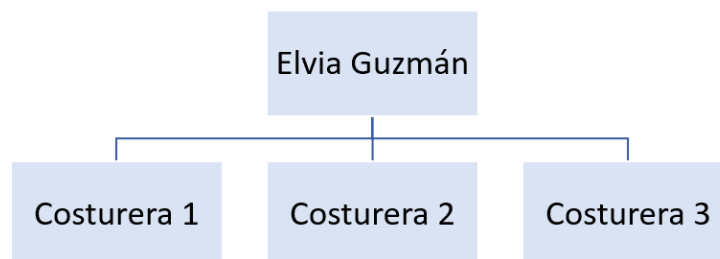


IMAGEN #2 - Elaboración propia

Se propone que la empresa tenga una estructura como esta, la cual el que dirija a la empresa sea el gerente general, la cual va a supervisar al área de administración y también al área de producción. Áreas que van a estar involucradas para el funcionamiento correcto de la empresa van a ser mercadotecnia y finanzas, las

cuales no van a permanecer dentro de las instalaciones del taller, sin embargo van a estar dando apoyo como externos.

Para tener una mejor organización dentro de la empresa, se propone el uso de este organigrama:

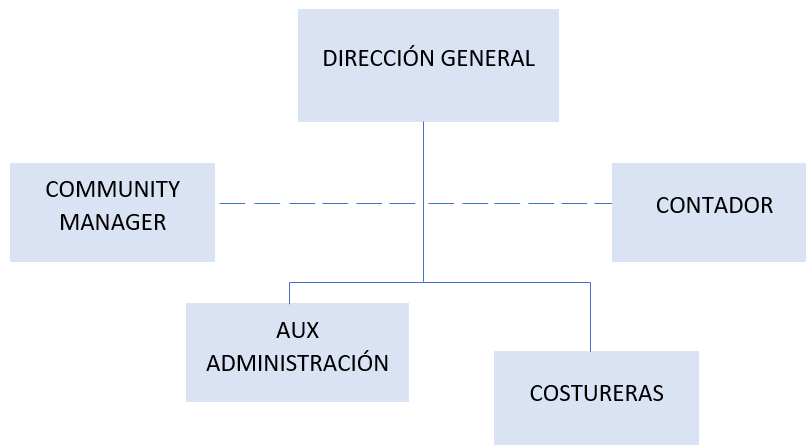


IMAGEN #3 - Elaboración propia

Abajo del gerente general se pone una línea punteada, para que sea de un lado mercadotecnia y del otro lado finanzas (finanzas cambiarlo a contador)

HOJAS DE CONTROLES

DEFINICIÓN DE KPI'S (KEY PERFORMANCE INDICATORS)

Tiempos de entrega

Calidad de la prenda terminada

Número de prendas elaboradas por semana

Número de prendas regresadas por semana

Número de errores por semana

Un KPI, conocido también como indicador clave o medidor de desempeño o indicador clave de rendimiento, es una medida del nivel del rendimiento de un proceso. El valor del indicador está directamente relacionado con un objetivo fijado previamente y normalmente se expresa en valores porcentuales.

Con la intención de tener un mayor control sobre la empresa, se realizaron un contrato para las costureras, una rúbrica para las entregas de las costureras y un contrato para los clientes de Elvia. Estos se encuentran en la sección de anexos.

MERCADOTECNIA

BRIEF DE COMUNICACIÓN:

El brief de comunicación contiene la guía para poder desarrollar la comunicación en medios online, y establece el target. Se realiza con la finalidad de que se pueda seguir esta guía para conservar la misma esencia de la marca dentro de medios digitales

BRIEF DE COMUNICACIÓN

PRODUCTO: Servicios de patronaje industrial y maquila de ropa

EJECUTIVOS SOLICITANTES: Elvia Guzmán

FECHA EMISIÓN: Octubre del 2022

MARCA: Elvia Guzmán, La puntada perfecta. / Elvia Guzmán Producción integral **textil.**

Carácter de la Marca: (¿si fuera una persona como sería?)

- Joven adulto
- Activo Con mucho trabajo
- Busca un crecimiento profesional, personal.
- Capaz de comprometerse con soluciones para su cliente .
- Abierto y sobretodo con mucha empatía

Target: Empresas micro de 0-5 personas ubicadas en Guadalajara y Zapopan, dedicadas a la industria de fabricación de prendas de vestir, confección en serie de uniformes y confección en serie de otra ropa exterior.

Datos	Rango & Valor
Tamaño de la empresa	0 a 5 personas - Empresas Micro 6 a 10 personas Empresas Micro 11 a 30 personas Empresas pequeñas 31 a 50 personas Empresas pequeñas
Ubicación geográfica	Guadalajara, Zapopan, San Pedro Tlaquepaque, Tonalá, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga.

	Alcance local, con potencial para ser regional.
Industria	(315) Fabricación de prendas de vestir (3151) Fabricación de prendas de vestir de punto (31519) Fabricación de otras prendas de vestir de tejido de punto (3152) Confección de prendas de vestir (315221) Confección en serie de ropa interior y de dormir (315222) Confección en serie de camisas (315223) Confección en serie de uniformes (315224) Confección en serie de disfraces y trajes típicos (315225) Confección de prendas de vestir sobre medida (315229) Confección en serie de otra ropa exterior (3159) Confección de accesorios de vestir y otras.
Información adicional relevante puntos/ desencadenantes	<ul style="list-style-type: none"> ● SDRT Size ● Funding ● Growth rate
Tamaño estimado del segmento	539 Establecimientos

TABLA #32 - Elaboración propia

Objetivo

de

Comunicación:

El objetivo de comunicación de Elvia Guzmán es invitar a ese cliente ideal a conocer su equipo.

¿Único concepto a transmitir?
Servicio integral de asesoría y producción textil de confianza y calidad .

¿Por qué?
Por que esta marca ofrece un servicio profesional al cliente, ya que se dan asesorías por expertas en el tema, para que su producción textil quede de la mejor calidad.

Descripción del Servicio:

Producción integral textil: Patronaje-Corte-muestra-maquila-asesoría de telas.

Descripción de los beneficios del Servicio

- Confianza
- Calidad
- Empatía

Soportes a la propuesta única a comunicar:

Experiencia y calidad en el servicio de asesoría en cada una de las fases del proceso de patronaje industrial para que los clientes puedan crecer sus negocio

¿Qué queremos que la gente piense después de ver la comunicación?
Empresa formal y dedicada con procesos de calidad.

Tono de la comunicación:
Ética, Formal, Dinámica, Trabajo en equipo

¿Qué debemos hacer?

Establecer como primer paso las redes sociales para después crear una campaña de tráfico y vistas, para empezar a darse a conocer.

Información adicional:

Generar material que genere gran impacto en la audiencia y target y así poder generar tráfico y vistas.

Consideraciones importantes:

Todo el contenido generado tiene que ser autorizado por el equipo de Elvia Guzmán.

PROMO INSTRUMENTOS

Se realizó un documento en el que se describen los promo instrumentos, estos se utilizan para intentar informar al consumidor sobre el producto, persuadirlo para que lo compre y tratar de que sea recordado:

PROMO INSTRUMENTOS

La promoción de instrumentos o la mezcla de marketing

PUBLICIDAD:

Campañas de pago, aumento de ventas a largo plazo y uso de medios masivos de comunicación para dar a conocer y posicionar a la marca.

VENTAJAS

- Se llega a mucha gente
- Hay una alta probabilidad de que llegue a la audiencia/ target.

DESVENTAJAS

- Es caro.
- Ventas a largo plazo.
- El proceso es lento.

VENTAS PERSONALES

Contacto directo con el cliente

VENTAJAS

- Trato directo
- Se convence más rápido al cliente (proceso de venta más rápido)

DESVENTAJAS

- Se requiere toda la formación para poder tener la venta
- Tiene que tener el conocimiento suficiente para la venta

PUBLICITY

Embajadores de marca sin paga, que hablan sobre la marca.

VENTAJAS

- Se da a conocer el producto sin paga, con los mismos clientes fieles
- Se llega a viralizar el producto por el tipo de influencer que lo comunique.

DESVENTAJAS

- Se puede tener malos comentarios de su producto y/o servicio.

MERCADOTECNIA DIRECTA

Comunicación que se dirige a los clientes, ya de manera personalizada.

VENTAJAS

- Venta personalizada
- Se convence al cliente más rápido
- Se puede dar seguimiento con la venta

DESVENTAJAS

- Se Satura al cliente
- No lo dejas ver agusto
- Muchas preguntas al cliente

PROMOCIONES ESPECIALES DE VENTA

Estimular ventas en un periodo corto.

VENTAJAS

- Compra impulsivas
- Compras más seguidas/ recurrentes

DESVENTAJAS

- En productos de prestigio no aplica

RELACIONES PÚBLICAS

Estrategia de mejora la imagen de la empresa (para una buena perspectiva)

VENTAJAS

- Buena perspectiva
- Comentarios Buenos de los clientes

DESVENTAJAS

- Mala perspectiva
- Comentarios malos/ experiencia de los clientes

MARKETING DIGITAL

Con la información obtenida durante la investigación de fuentes secundarias y las entrevistas que se realizaron durante el proyecto, se realizó un FODA de marketing digital, el cual se incluyó anteriormente, esto se lleó a cabo para conocer la situación actual de la empresa en cuanto a redes sociales y sitio web. Posteriormente se redactó el perfil de buyer persona para identificar el perfil de su audiencia:



EMPRESARIA DE MARCA DE ROPA
EDAD
40 años
UBUCACIÓN
Guadalajara, Jalisco.
ESTUDIOS
Licenciatura - Administración
REDES SOCIALES
  
INDUSTRIA
Textil
TAMAÑO ORGANIZACIÓN
1-15 colaboradores


BUYER PERSONA #1 - ANDREA IÑIGUEZ

METODO PREFERENTE DE CONTACTO
Whatsapp, llamadas, Facebook

HERRAMIENTAS QUE NECESITA PARA REALIZAR EL TRABAJO
Conocimiento de nuevas tendencias
Herramientas comerciales
Correo
Manejo de personal
Coordinación con proveedores

RESPONSABILIDADES
Responsable del crecimiento, estabilidad, dirección y operación diaria del negocio . Reunirse con proveedores. Hacer viajes de compras para inventario de sus insumos.

IMAGEN #4 - Elaboración propia



BUYER PERSONA #1 - ANDREA IÑIGUEZ

ESTILO DE VIDA
Soltera
Le gusta viajar y participar en eventos de moda
Salir con amigos
Pasear sus mascotas
Asistir a exposiciones de arte

OBJETIVO PROFESIONAL
El objetivo de Andrea es crecer su empresa a nivel nacional y consolidar su marca

IMAGEN #5 - Elaboración propia



Compras
EDAD
35 años

ESTUDIOS
Licenciatura- Administración de
empresas
REDES SOCIALES



EMPLEO
Gerente de compras de
Hospital Ángeles del Carmen

TAMAÑO ORGANIZACIÓN
+ 100 colaboradores

BUYER PERSONA #2 - SOFIA FIGUEROA

METODO PREFERENTE DE CONTACTO

Email, Whatsapp, llamadas, Facebook, Videoconferencias

HERRAMIENTAS QUE NECESITA PARA REALIZAR EL TRABAJO

Software de contabilidad
Software de facturación
Correo
Coordinación con proveedores
Uso de Holden ERP

RESPONSABILIDADES

Eficiar las compras en base a un presupuesto. Desarrollo de proveedores.
Elaborar estimaciones de costos. Solicitar cotizaciones y negociar con
proveedores contratos y tiempos de entrega.

IMAGEN #6 - Elaboración propia



BUYER PERSONA #2 - SOFIA FIGUEROA

ESTILO DE VIDA

Casada
Madre de dos hijos
Asiste con regularidad al gimnasio
Le gusta estar capacitándose frecuentemente en temas de su área

OBJETIVO PROFESIONAL

Independizarse y formar su propia empresa de comercialización en
Guadalajara

IMAGEN #7 - Elaboración propia

Con la intención de que se pueda llevar un manejo adecuado de las redes sociales, se creó un manual de gestión de redes, se espera que con esta pueda darse continuidad a la estrategia, evitar crisis, y evitar equivocaciones:

Manual de gestión de redes sociales

El manual de redes sociales permite tener una guía para el manejo adecuado de la imagen corporativa dentro de los medios digitales.

Introducción

Nosotros: Taller de patronaje industrial y confección localizado en Guadalajara, con enfoque de maquilar en pequeñas cantidades a chicas y medianas empresas de diferentes líneas de ropa.

Empresa que se centra en el cliente, brindando asesoría y calidad en cada uno de los proyectos.

Público Objetivo: Empresas dedicadas a comercializar línea de ropa que requieren del servicio externo de producción o maquila
Empresas que requieren del uso de uniformes para mejorar su imagen corporativa

- Identidad corporativa

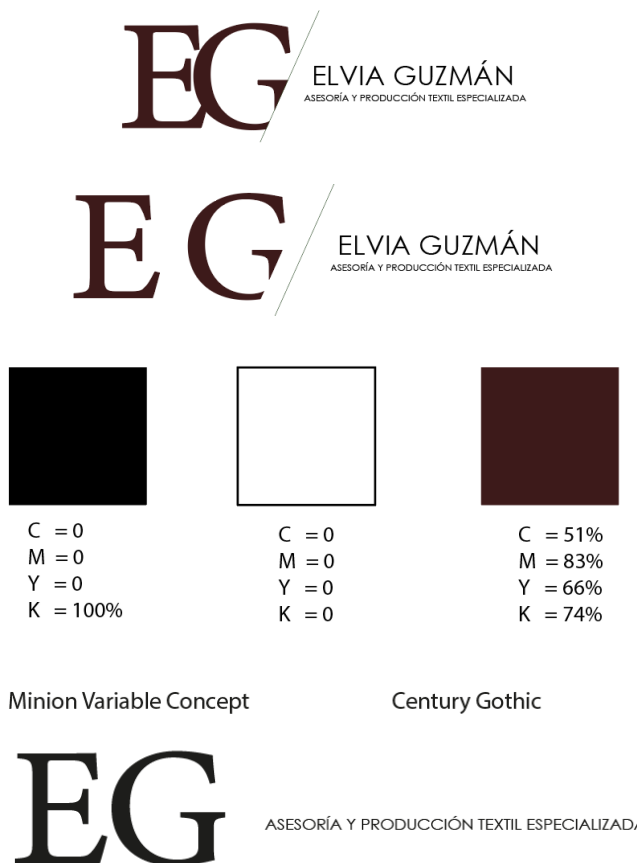


IMAGEN #8 - identidad corporativa - Elaboración propia

- Redes sociales
 - Objetivos de cada una

- Facebook: El uso de esta red social nos va a permitir tener presencia en grupos de interés para poder compartir contenido de valor y captación de nuevos clientes
 - Instagram: Esta red social mostrará todos los trabajos terminados de Elvia Guzmán con la finalidad de que el público pueda apreciar la calidad del resultado final.
 - Contenido
 - Facebook: Videos informativos, fotos, Story.
 - Instagram: Fotos, reels, Story.
 - Recomendaciones
 - Monitorear actividad cada semana, seguir las normas de Facebook y de Instagram, Atender las preguntas de los usuarios.
 - Facebook: Los videos informativos de preferencia no deben de pasar de 30 segundos, 2 publicaciones por semana.
 - Instagram: Fotos tomadas con cámara profesional para tener mejor calidad, uso de persona para que modele las prendas. 3 publicaciones por semana, uso de historias destacadas.
 - Métricas
 - Facebook: Número de personas que han visitado la página, me gusta, comentarios, tiempo de observación promedio en videos. Alcance.
 - Instagram: Número de personas que han visitado la pagina, me gusta, comentarios. Alcance, impresiones.
- Contenidos de publicación
 - Estilo de comunicación: La comunicación tendrá un estilo creativo, informal,
 - Formato de video: Usar formato MP4
 - Formato de foto: De preferencia usar formato JPG
 - Tamaño de anuncios

- Facebook:

Tamaño de los anuncios en Facebook

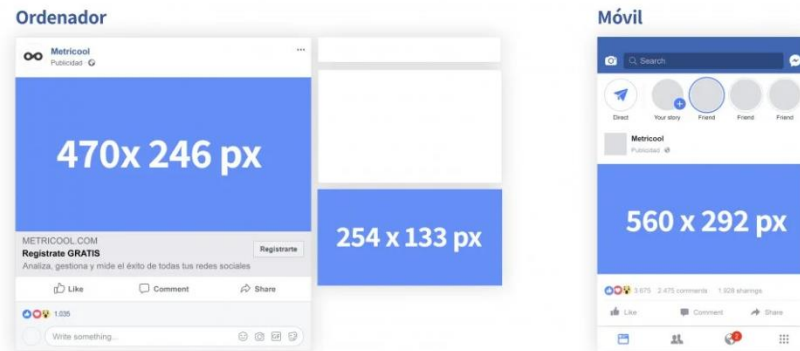


IMAGEN #9

- Instagram:

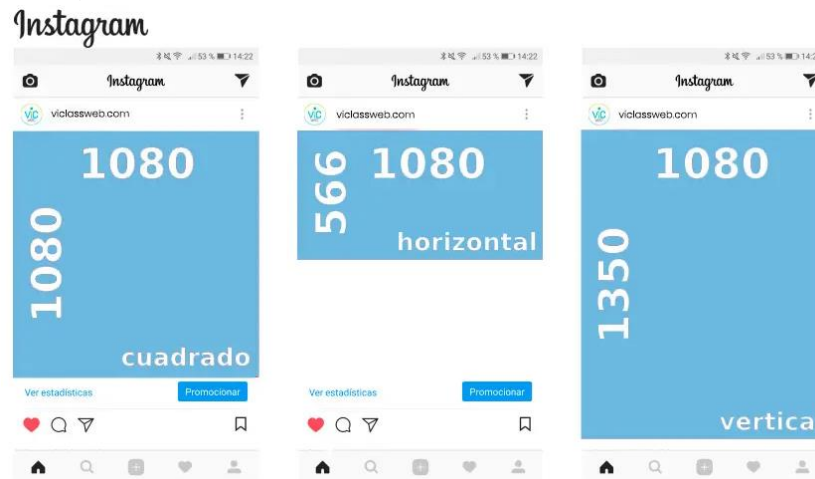


IMAGEN #10

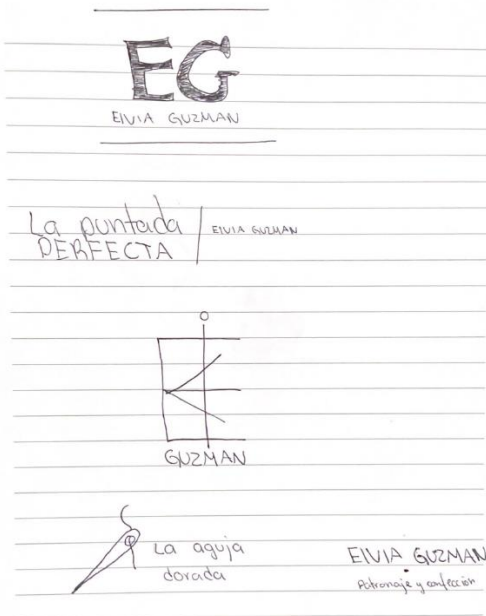
- Calidad de contenido
 - La calidad de las fotos en redes sociales debe de ser en una resolución 1.280 x 720 píxeles (HD)
- Hashtags
 - El uso de hashtags en las publicaciones ayuda a la conexión con el usuario, sin embargo, dependiendo de la red social hay diferentes recomendaciones para el uso de hashtags en sus publicaciones.
 - Hacer uso entre 3 a 10 hashtags
 - Los hashtags van a depender de la imagen de la publicación y de la temporada.
 1. EGASESORIA

2. PATRONAJE
3. CONFECCIÓN
4. ROPA
5. MODA
6. FASHION
7. COSTURA
8. GUADALAJARA
9. ASESORIA TEXTIL
10. CONFECCION MEXICANA X
11. PATRONAJE Y MODA
12. DISEÑO
13. HECHO A MANO
14. TIPS COSTURA
15. DISEÑO DE MODA
16. TENDENCIA.

Manual de identidad:

El manual de redes sociales permite tener una guía para el manejo adecuado de la imagen corporativa dentro de los medios digitales.

Alejandro Martinez:



EG
ELVIA GUZMAN

EG
ELVIA GUZMAN

EG/
ELVIA GUZMAN

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

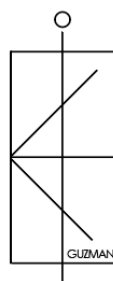
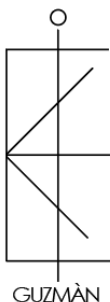
EG
ELVIA GUZMAN

EG

ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL



Boceto #2 - Propuestas de logotipos - Elaboración propia

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

EG/
ELVIA GUZMÁN
PRODUCCIÓN TEXTIL

Boceto #3 - Propuestas de colores - Elaboración propia



Boceto #4- Elección final - Elaboración propia

Natalia Durán:



ELVIA GUZMAN

.....La puntada perfecta.....

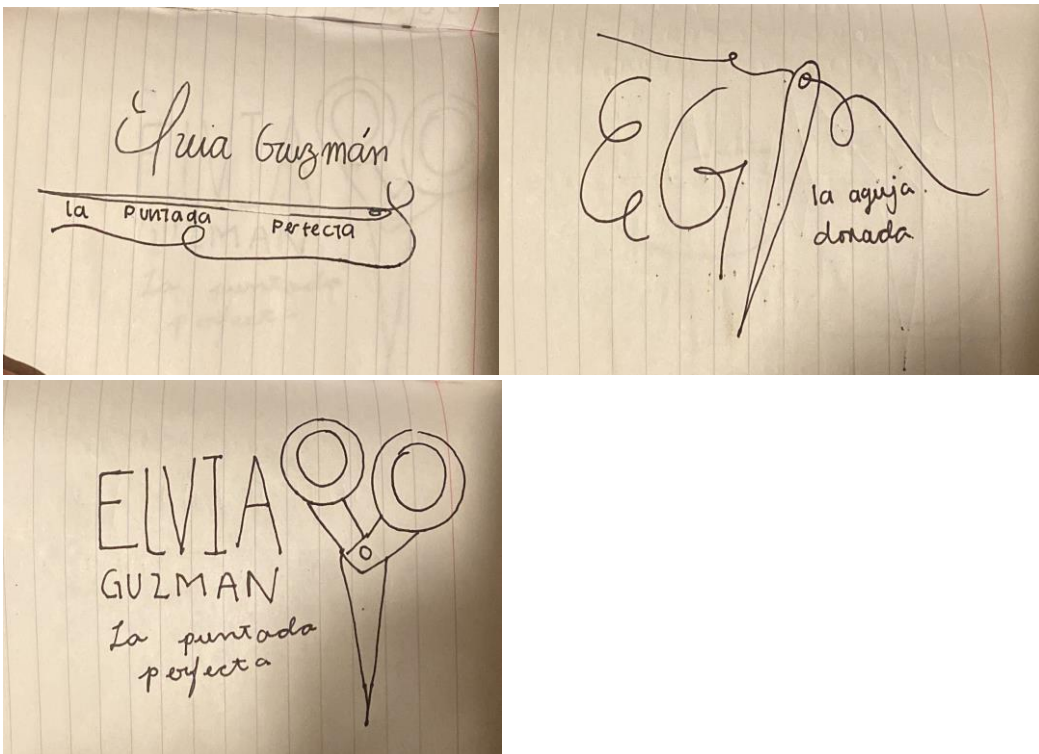


La puntada perfecta



Boceto #5 - Bocetos a mano - Elaboración propia

Maria Fernanda De la mora:



Boceto #6 - Bocetos a mano - Elaboración propia



Boceto #7 - Bocetos a mano - Elaboración propia



Boceto #8 - Bocetos a mano - Elaboración propia

ELVIA
GUZMÁN

Producción integral
textil y asesoría

Ya que las marcas y los negocios están constantemente creando nuevos contenidos que deben encajar bajo la misma línea y criterios que los anteriores se creó un manual de identidad para la marca. Sirven de referencia para las normas básicas sobre el correcto uso de la imagen de la empresa:

El manual de identidad corporativa es una herramienta que le ayuda a la empresa a ser sostenible y duradera tener una sistematización en el diseño de su empresa a cuanto a su logo y sus diferentes usos, para que eso le genere una figura sostenible. Puede tener sus respectivos cambios en cuanto a un branding diferente (con el tiempo re branding)

MANUAL DE IDENTIDAD

EG ELVIA GUZMÁN
ASESORÍA Y PRODUCCIÓN TEXTIL ESPECIALIZADA

IMAGEN #11 - Elaboración propia

ÍNDICE

IDENTIDAD

- Brief
- Logotipo
- Elemento de marca
- Tipografía

USO DE MARCA

- Usos de color
- Uso de tipografía
- Usos Incorrectos

BRAND EXPERIENCE

- Tarjeta de presentación
- Hoja membreteada

IMAGEN #12 - Elaboración propia

BRIEF

Servicios de patronaje industrial y maquila de ropa

Empresas micro de 0-5 personas ubicadas en Guadalajara y Zapopan, dedicadas a la industria de fabricación de prendas de vestir, confección en serie de uniformes y confección en serie de otra ropa exterior.

Elvia Guzmán

IMAGEN #13 - Elaboración propia

CARACTER DE MARCA



Elegante

Formal

Seria

IMAGEN #14 - Elaboración propia

LOGOTIPO

El logotipo es el elemento gráfico que representa al producto y se identifica como marca.

Está conformado por varios elementos tipográficos y gráficos que describen el nombre y el giro de la marca.



IMAGEN #15 - Elaboración propia

IDENTIDAD GRÁFICA



IMAGEN #16 - Elaboración propia

TIPOGRAFÍA

Century Gothic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Minion Variable Concept

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

IMAGEN #17 - Elaboración propia

USOS INCORRECTOS



No girar



No voltear



No cambiar de color

IMAGEN #18 - Elaboración propia



IMAGEN #19 - Elaboración propia

DISEÑO DEL SITIO WEB DE LA EMPRESA

Por último, se creó un sitio web, se puede encontrar toda la información y los detalles del sitio aquí: <https://elviaGuzmántextil.wixsite.com/my-site>

Además de un mapa del sitio para que en un futuro Elvia pueda hacer uso de este:



IMAGEN #20 - Elaboración propia



Sobre nosotros

La empresa es dirigida por la Sra Elvia Guzman, la cual con la ayuda de dos costureras desde casa, sacan la producción de los pedidos solicitados. El material de trabajo es abastecido por la empresa excepto la maquinaria con la cual se confecciona la ropa, los pedidos se entregan conforme las costureras tengan disponibilidad de realizarlas, por lo cual se tienen fechas de entrega largas de entrega.

Más información >

The image shows a collection of sewing-related items on a light-colored surface. There are several pieces of light-colored fabric, some of which are cut into irregular shapes. A pair of black-handled scissors is positioned in the center. A measuring tape is also visible, partially unrolled. The background is a dark, solid color.

IMAGEN #21 - Elaboración propia

Nuestros servicios...



01 Patronaje

El patronaje es un proceso en lo cuál las piezas de una determinada prenda son "desglosadas" para así ser producidas en gran escalas.

02 Confección

La fabricación de ropa y otros productos textiles a partir de telas, hilos y accesorios.

03 Muestras

Con la muestra visualizamos el diseño en todos sus detalles a escala real. Nos permiten encontrar las medidas y aplomado idóneo para que nuestro modelo encaje con el target de nuestro cliente y por tanto el mejor fitting.

IMAGEN #22 - Elaboración propia

Nuestras historias de éxito...

Desde nuestros inicios, hemos brindado un servicio confiable a nuestros clientes. Hemos tenido el honor de ser la firma elegida por los siguientes nombres:



Benito Santos



Colecth



VERTICHE Guadalajara

IMAGEN #23 - Elaboración propia

Algunos testimonios...

← "Desde la atención, la calidad que maneja, anteriormente estuve buscando y estuve poniendo a prueba a muchas más y sólo con ella pude obtener la calidad que yo buscaba." →

- Hernán, dueño de Teek Parkour

IMAGEN #24 - Elaboración propia

Trabajemos juntos.



Dirección postal

Calle Faisanes 223, Colima, C. P. 28000

Número telefónico

(55) 1234 5687

Dirección de correo electrónico

elvia.guzman@gmail.com

IMAGEN #25 - Elaboración propia

Inicio de la página: el inicio de la página, es como la verá el cliente al momento de entrar a la página web y podrá ver ahí mismo los apartados que se tienen (servicios, acerca de y contacto) enseguida al deslizar para abajo se podría ver el apartado de servicios y clientes en donde hay un botón que se puede ver mas informaciones

detalle por lo que sigue un apartado que dice sobre nosotros, ahí se podrá encontrar más información sobre la empresa y que hacen y por último se podrá ver la ubicación y el contacto de la empresa.

(link de la página web)

<https://elviaGuzmántextil.wixsite.com/my-site>



IMAGEN #26 - Elaboración propia

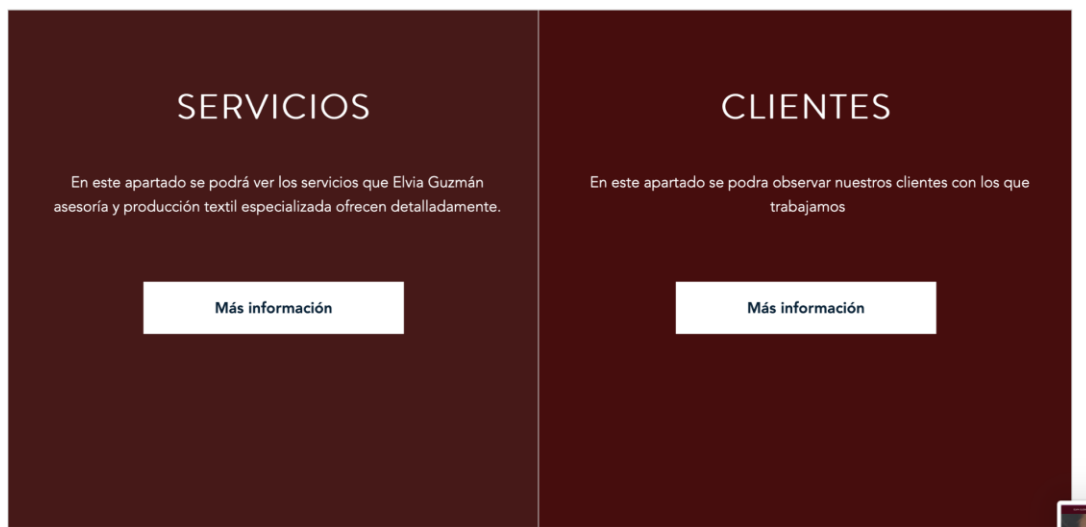


IMAGEN #27 - Elaboración propia



NUESTROS CLIENTES



IMAGEN #27 - Elaboración propia

Dentro de Anexos se encuentra el acervo fotográfico el cual se realizó en las instalaciones del taller de Elvia Guzman, están a disposición para el uso en medios digitales.

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

- Aprendizajes profesionales (personal)
Reflexión sobre las competencias desarrolladas de la propia profesión. Beneficios académicos profesionales obtenidos por parte del alumno al desarrollar el Proyecto de Aplicación Profesional. Experiencia multidisciplinaria o interdisciplinaria, si la hubo.

De la Mora González, María Fernanda:

Es increíble cómo entramos sin saber nada, fue como una tormenta, había mucho que hacer y poco conocimiento de cómo íbamos a resolverlo. Conocer de una empresa que ofrece servicios tan únicos fue un reto, aprender de la industria y su papel en México, hacer investigaciones y encuestas no fue suficiente, sin embargo, pasar todos los conocimientos que he tenido durante la carrera a la práctica fue un reto que sin duda quiero volver a experimentar.

Quedé encantada con todo lo que conlleva hacer un proyecto para poder ayudar a una empresa, creo que al momento de realizar un trabajo escolar no se consigue ni un 5% de la satisfacción que trae consigo entregar un trabajo que puede cambiar el curso de vida de una empresa como la que está desarrollando Elvia.

Natalia Durán Aguayo:

A partir del presente trabajo se fortalecieron muchas áreas de oportunidad, creo que tanto para la empresa como para nosotros fue un gran aprendizaje, como es construir una marca y poder formar paso a paso cada parte de lo que hace falta dentro de la empresa, se presentaron varios retos pero nada que no se pudiera resolver claro, unos más complicados que otros en donde creo que lo más valioso de todo esto es que se fue formando poco a poco y desde cero conocimiento y se logró bastante.

Alejandro Martínez

Durante el proyecto del PAP desarrollamos habilidades de escucha activa y autodidacta para poder conocer más sobre el giro textil ya que nadie del equipo conocía los términos que se utilizan en este giro. Puse a prueba mis conocimientos de investigación de mercados para poder realizar las entrevistas a profundidad y también conocimientos de innovación y emprendimiento para poder seguir una estructura para poder detectar áreas de mejora para poder implementar cambios.

Este proyecto me ayudó profesionalmente para comprender la importancia de tener una estructura dentro de una empresa, ya que es muy difícil que pueda operar sin dirección, se hace un caos por que no se tiene información a tiempo real sobre lo que pasa, dificultando la toma de decisiones.

- Aprendizajes sociales
Reflexión y análisis del impacto social de la aplicación profesional colaborativa. Contribución para la sociedad.

De la Mora González, María Fernanda:

No es lo mismo hacer un trabajo en la teoría que llevarlo a la práctica, la comunicación con Elvia fue clave para realizar este proyecto, nosotros pudimos haberles ofrecido mil cosas, pero sin su experiencia en la industria, sin tomar en cuenta los puntos de vista que nos ofreció a lo largo del semestre no habríamos conseguido cerrar como lo hicimos. La retroalimentación que nos brindaba Elvia fue fundamental para poder desarrollar todo el proyecto, incluso si ella estaba abierta a aprender e implementar nuestras teorías, fue interesante ver como direccionó el trabajo para conseguir algo que les fuera útil en el desarrollo de su empresa.

Aprendí que la comunicación con los empresarios establece y mantiene la confianza entre ambas partes. Cuando los clientes confían en sus especialistas, es más probable que logren sus metas. La comunicación abierta con el cliente también puede ayudar a limitar los malentendidos y conducir a una mayor satisfacción.

Natalia Durán Aguayo

En este proyecto me di cuenta que fui capaz de resolver algunos problemas mediante mis conocimientos profesionales ya que a lo largo de este PAP fue un porcentaje mayor en mi área que es mercadotecnia, en este proyecto a pesar de que fue un porcentaje mayor de mi área no cabe duda que aprendí mucho de otras áreas fue un reto ayudar a esta pequeña empresa a empezar una marca desde cero en donde se le ayudaron en varios aspectos de su nueva marca a desarrollar.

Alejandro Martínez Olivares

Con este proyecto considero que ahora soy capaz de poder darle estructura a una empresa siguiendo el mismo orden de trabajo como el que estuvimos trabajando este semestre. Definitivamente con el equipo del PAP ayudamos a mejorar la economía de México, dándole estructura a la empresa para que se pueda mejorar las condiciones de trabajo de las costureras, estando apegados a la ley federal del trabajo, teniendo el bienestar del trabajador como beneficio social.

- Aprendizajes éticos
Reflexión ética, tanto valoración personal y colectiva de la experiencia.

De la Mora González, María Fernanda:

Trabajar en un proyecto verdadero, que realmente afectará a una empresa, no es para nada como un trabajo escolar, aprendí que todo lo que haga lo tengo que hacer excelente, no sólo bien. No debemos entregar trabajos por entregarlos, aprendí que debemos dar nuestro máximo en todo lo que hacemos para que los clientes o los empresarios para los que trabajamos reciban lo mejor de nuestros esfuerzos, al fin y al cabo su ganancia es nuestra también.

Como mercadóloga sé que la honestidad es clave para mantener la relación con los clientes, pero ahora entiendo que va desde el trabajo que nosotros hacemos para entregarlo a los empresarios también. La gente busca la honestidad en sus relaciones con las personas y las marcas. Ser honesto separará a su empresa del resto de manera que los clientes la encuentren entrañable.

Dentro de la ventana de experiencia que desarrollamos a través del PAP, y de vista hacia el mundo empresarial, considero que la transparencia en los actos que llevas a cabo dentro de una organización siempre deben ir en la misma dirección que los mejores intereses de ésta para ser considerados éticos, o en su defecto, del mayor órgano social, siendo ésta la sociedad misma; en el caso que los de la organización entren en conflicto con los de la sociedad. Y aunque la moral y el concepto de bien y mal sea una línea delgada entre culturas e interpretaciones, en lo personal, el mayor bien que se puede buscar en una organización es que su operación y alcance tenga el mejor impacto social y el menor impacto ambiental, sin comprometer la rentabilidad; y con ello, lograr una pervivencia a través de una filosofía sustentable (equilibrio económico, social y ambiental).

Natalia Durán Aguayo

En este proyecto PAP como experiencia me dejó mucho ya que en el área de mercadotecnia es muy importante hacer las cosas como se deben de hacer desde un inicio, empezando registrando la marca saber qué tipo de contenido subir (éticamente) para poder interactuar de forma sana con nuestra sociedad, se que como profesionalista siempre habrá tanto clientes como equipo de trabajo en donde habrá situaciones de conflicto o de intereses, y se debe de resolver de la mejor manera éticamente y responsablemente para un beneficio común, en donde la buena comunicación siempre resuelve los conflictos.

Alejandro Martínez Olivares

Las principales decisiones que tomamos fue el como darle estructura a todo el proyecto con la información que la empresaria nos compartió, también desarrollo

mis habilidades de mercadólogo para poder analizar desde un panorama específico que es lo que está impidiendo que la empresa este creciendo. Con este proyecto de aplicación profesional podré aplicar la estructura y las bases para la empresa familiar, ya que me siento preparado para poder ejercer mi profesión.

Esta experiencia también me alienta a poder aconsejar a empresas para que puedan funcionar de manera más estructurada. Personalmente me deja la importancia de pensar en las personas que trabajan para poder asegurar una mejor calidad de vida.

- Aprendizajes en lo personal
Reflexión de lo que la experiencia ha aportado en y para tu vida.

De la Mora González, María Fernanda:

La motivación que uno encuentra al momento de realizar un proyecto que va a ser implementado y le dará utilidad a una empresa es algo sumamente gratificante. Investigar, encuestar y entrevistar no será pesado porque sabes que ayudará a brindar información relevante para la empresa. No es lo mismo hacer un trabajo bien que sólo tenga que ser calificado a hacer un trabajo que tenga que ser aprobado por los empresarios, podemos creer que es la mejor opción para la empresa, pero sin el consentimiento de los empresarios jamás llegará a hacer un cambio. Tenemos que estar en sintonía con lo que quiere la empresa, o en este caso Elvia.

Cuando una persona empieza la carrera ya se imagina lo que podrá hacer cuando esté trabajando, pero la verdad es que nuestra imaginación y la realidad son muy diferentes, puedo asegurar que el esfuerzo siempre será mucho mayor a lo que pensamos, pero puedo decir que la satisfacción de hacerlo también es mucho más grande. Cuando entré a mercadotecnia me imaginé haciendo justo esto, ayudar a pequeñas empresas a que puedan prosperar en un país tan caótico como lo es México, ahora estoy segura de que tomé el camino indicado.

Natalia Durán Aguayo

En este PAP me ayudó mucho ya que aparte de que aplique mis conocimientos profesionales, tuve que aplicar algunos conocimientos como de diseño que tenía muy ambiguos en donde me gusto mucho porque a pesar de que estuvo complicado me llevo un aprendizaje más a lo que es parte de mi carrera, me gusta que en el PAP se acerque un poco más a la vida realidad fuera de lo que es la escuela, por que asi te das una idea de como es el mundo afuera, cómo es trabajar en equipo y que siempre habrán dificultades tanto con el equipo y como el empresario y es tomar ese problema como reto y al final es generar una solución para ese problema/reto.

Alejandro Martinez Olivares

Este Pap me ayudó para conocer mis habilidades como consultor de empresa, ya que se desempeñaron varias actividades como identificar los puntos de mejora y de poder hacer un análisis a profundidad sobre qué es lo que realmente necesitaba la empresa. Me ayudo a aprender a convivir en la pluralidad con los diferentes maestros invitados que tuvimos porque nos compartieron de sus conocimientos y te da una perspectiva muy clara de cómo es dar consultoría a las empresas y sobre todo la gestión de proyectos

5. Conclusiones y recomendaciones

En este apartado se verán las conclusiones finales del equipo completo por lo que teniendo la conclusión se generarán recomendaciones para el empresario pueda seguir después de entregar este proyecto y darle seguimiento por la empresa misma.

Elvia Guzmán Asesoría y Producción Textil especializada, es una empresa de patronaje industrial y confección, y su acercamiento con el PAP de CEDECOM para integrar un equipo de mercadólogos; que finalmente tuvo áreas de diseño, publicidad y mercadotecnia; con el fin de consolidar su modelo de negocio, tuvo por resultado la estructuración de áreas estratégicas como: su comunicación, administración y relación con sus clientes.

De ser una empresa que no contaba con identidad corporativa, con una idea muy especializada, pero poca estructura corporativa, ahora puede avanzar en su cimentación para dedicarse a ofrecer su producto con más libertad y sin tanta complicación empresarial.

La constante comunicación entre el equipo PAP y Elvia Guzmán fue fundamental para el desarrollo de este proyecto, pues con la retroalimentación y la aprobación de decisiones y propuestas se logró avanzar a ritmo constante para entregar material de calidad que aporte a que la empresa opere de una manera profesional y pueda entregar su oferta de valor, con una rentabilidad satisfactoria.

Como recomendaciones, en la parte administrativa se sugiere continuar con el uso de los contratos, así como de las gráficas de estándares de calidad ya que incluso si empresa es pequeña, mediana o grande, contar con un área de administración debidamente preparada ayudará a realizar tareas, focalizar recursos, organizar la

división del trabajo y, eventualmente, incrementar sus ventas, además de posicionar la empresa, superior a sus competidores. Ya que las marcas y los negocios están constantemente creando nuevos contenidos que deben encajar bajo la misma línea y criterios que los anteriores. Aquí se recomienda que se siga utilizando el manual de identidad, servirá de referencia para las normas básicas sobre el correcto uso de la imagen de la empresa.

En torno al branding se les recomienda continuar con su identidad de marca, conservar los mismos colores y requerimientos para tener una secuencia en el uso de su imagen y de esta forma no se pierda la continuidad.

6. Bibliografía

A. (2022, 28 enero). 5 tendencias para el segmento textil y la industria de la moda. Audaces. <https://audaces.com/es/5-tendencias-para-el-segmento-textil-y-la-industria-de-la-moda/>

A. (2021, 5 octubre). Tendencias de la industria textil en 2020. Textil Balsareny. <https://textilbalsareny.com/blog/tendencias-industria-textil-2020/>

CB Insights. (2022, March 22). The Future of Fashion: From design to merchandising, how tech is reshaping the industry. CB Insights Research; CB Insights. <https://www.cbinsights.com/research/fashion-tech-future-trends/>

INPI | Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas | Gobierno | gob.mx. (2022). Www.gob.mx. <https://www.gob.mx/inpi>

Mundi. (2022, febrero 16). 📧 ¿Qué debes saber de la industria textil en México? [2022]. Mundi. <https://mundi.io/exportacion/industria-textil-mexico/>

Martinez, M. C. (2015, mayo 9). QUE ES EL ESCALADO O GRADUACION DE TALLAS. *Blogspot.com*. [https://marthaconstanzamartine.blogspot.com/2015/05/que-es-el-escalado-o-graduacion-de.html](https://marthaconstanzamartinezmartine.blogspot.com/2015/05/que-es-el-escalado-o-graduacion-de.html)

Monferrer, D. (2013). Fundamentos de marketing. España: Unviersidad Jaume.

Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Kotler, P. y Keller, K. (2012). Dirección de marketing. México: Pearson.

Elizabeth, D. (2016). Conceptos Básicos de Moda. *Blogspot.com*. <https://introducciondisenomodal.blogspot.com/2016/03/conceptos-basicos.html>

Tendido DE telas.Docx. (s/f). Idoc.Pub. Recuperado el 8 de septiembre de 2022, de <https://idoc.pub/documents/tendido-de-telasdocx-zpnoxok277xnv>

¿Qué es patronaje? (2014, septiembre 11). DiccionarioActual. <https://diccionarioactual.com/patronaje/>

7. Anexos

Benchmarking:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZuhVHChfUuZROyoHPFIetYlg13tV_RoR/edit?usp=share_link&oid=100094788450874398457&rtpof=true&sd=true

Directorio clientes potenciales:

https://drive.google.com/file/d/1CwQw5hB6FnLfHAapkW511T_v2JcGWhyn/view?usp=share_link

Acervo fotográfico:

https://drive.google.com/drive/folders/1r_WhKgioc7i2U74xgacBjwAzrqAix0U?usp=share_link

Manual de identidad

https://drive.google.com/file/d/19f3AbBIUcOieS8CqqnKYPXQnqGiugZji/view?usp=share_link

CONTRATO CLIENTES

CONTRATO DE COMPRAVENTA DE SERVICIOS DE PATRONAJE Y CONFECCIÓN DE PRENDAS QUE CELEBRAN POR UNA PARTE <<NOMBRE COMPLETO DE ELVIA>>, (EN LO SUCESIVO EL PROVEEDOR), REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR LA SEÑORA

_____ Y, POR LA
OTRA PARTE,

_____ (EN LO SUCESIVO EL CLIENTE), CONFORME A LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

1. **EL PROVEEDOR declara a través de su representante que:**

- a) Es una sociedad constituida y existente de conformidad con las leyes de los Estados Unidos Mexicanos según consta en la

escritura pública No. _____ de fecha ____ de ____ de _____,
otorgada ante la fe del Lic. _____, Notario Público N° ____
México, Distrito Federal.

- b) Su representante legal cuenta con las facultades necesarias para la celebración del presente Contrato, según lo acredita con la escritura pública N° de fecha de de .
- c) Que es una persona física con capacidad para celebrar el presente Contrato.
- d) Su Registro Federal de Contribuyentes es el <<Datos de la solicitud.RFC ELVIA>>
- e) Domicilio <<Domicilio de la negociacion.Direccion>>
- f) Teléfono: _____

2. EL CLIENTE declara que:

- a) Es una persona física con capacidad suficiente para la celebración de este Contrato.
- b) Su número de teléfono es _____.
- c) Con anterioridad a la celebración de este Contrato el PROVEEDOR puso a su disposición la información sobre las características de los materiales, precios, forma de pago, costos y tiempos de entrega.
- d) Es su voluntad celebrar el presente Contrato.
- e) Domicilio _____

Expuesto lo anterior, el PROVEEDOR y el CLIENTE celebran el presente Contrato de Compraventa DE SERVICIOS DE PATRONAJE Y CONFECCIÓN DE PRENDAS conforme a las siguientes:

CLÁUSULAS

1. DE LA COMPRAVENTA

1.1 En este acto el PROVEEDOR vende y el CLIENTE compra los servicios de _____ (patronaje, confección de prendas, etc...) que se especifican a continuación:

Denominación:	Precio desglosado	\$
Descripción:	Precio material	\$
Cantidad:	Gastos de entrega	\$
Color:	Precio por el patrón	\$
	Precio por la muestra	
	I V A	\$
	PRECIO T O T A L	\$

1.2 El precio de los MATERIALES es la cantidad de \$_____ (_____ PESOS 00/100 MONEDA NACIONAL), que el CLIENTE entrega al PROVEEDOR a la firma de este contrato mediante el cheque número_____ del Banco_____ o en efectivo ó deposito bancario a la cuenta del proveedor No. _del Banco_____.

En caso de que la operación sea a crédito pagará un anticipo de \$_____ M. N., a la firma del presente contrato y el saldo el día:_____.

Por su parte, el PROVEEDOR entrega al CLIENTE la factura correspondiente misma que describe los MATERIALES y cumple con los requisitos que establece la legislación fiscal aplicable.

1.3 El PROVEEDOR entregará al CLIENTE LOS (muestras, patrones, etc...) el día__de__de__ en el siguiente horario _____, en la dirección que indica el cliente.

Contra la entrega de los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) el CLIENTE o quien designe deberá firmar la "Constancia de Conocimiento y Recepción" que se acompaña como Anexo 1 al presente Contrato.

Desde ahora el PROVEEDOR recomienda al CLIENTE que antes de firmar de conformidad la

citada "Constancia de Conocimiento y Recepción", revise los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) y se cerciore de que se trata de los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) contratados y especificados en el presente contrato y en la factura correspondiente.

1.4 El riesgo de la pérdida o menoscabo de los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) será del CLIENTE a partir de la fecha de firma de la multicitada "Constancia de Conocimiento y Recepción".

1.5 Los gastos por concepto de entrega y transporte de los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) serán pactados de común acuerdo con el CLIENTE y cuyo costo se indicara en la cláusula 1.1 del presente contrato.

Sin embargo, si el CLIENTE no recibe los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) en la fecha señalada por causas que le sean imputables, el CLIENTE deberá pagar al PROVEEDOR la suma de \$ _____ (_____ PESOS 00/100 MONEDA NACIONAL), más el respectivo Impuesto al Valor Agregado, por concepto de gastos de entrega y transporte del reenvío de los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...).

1.6 Los bienes objeto de la compraventa podrán tener cambios dentro de los siguientes 10 días posteriores a la entrega, para lo cual el PROVEEDOR se la documentara al CLIENTE. Toda reclamación dentro del término de garantía deberá ser realizada directamente en el establecimiento del PROVEEDOR, presentando la factura correspondiente.

Para la atención de quejas y reclamaciones el cliente deberá acudir al domicilio del proveedor los días _____ y con el siguiente horario _____.

En esta cláusula sólo aplica la garantía de la confección (cierres, partes descosidas, descomposturas)

1.7. El PROVEEDOR se hace responsable de los daños materiales que con motivo de la entrega de los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) se pudieran ocasionar en los bienes del CLIENTE, siempre que estos le sean imputables, en el entendido que los (MUESTRAS, PATRONES, ETC...) se entregan a mamos del CLIENTE.

2. ESTIPULACIONES GENERALES

2.1 El incumplimiento imputable a cualquiera de las partes de las obligaciones contenidas en este Contrato, dará derecho a la parte inocente de solicitar la rescisión del contrato de conformidad con el artículo 71 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que establecen lo siguiente:

El comprador que haya pagado parte del precio tiene derecho a recibir los intereses computados conforme a la tasa que, en su caso, se haya aplicado a su pago.

ARTICULO 71.- En los casos de operaciones en que el precio deba cubrirse en

exhibiciones periódicas, cuando se haya pagado más de la tercera parte del precio o del número total de los pagos convenidos y el proveedor exija la rescisión o cumplimiento del contrato por mora, el consumidor tendrá derecho a optar por la rescisión en los términos del artículo anterior o por el pago del adeudo vencido más las prestaciones que legalmente procedan. Los pagos que realice el consumidor, aún en forma extemporánea y que sean aceptados por el proveedor, liberan a aquél de las obligaciones inherentes a dichos pagos.

2.2 Las partes se obligan a no ceder o transferir a terceros en forma alguna los derechos y obligaciones que se derivan de este Contrato sin el consentimiento previo y por escrito de la otra

parte, cuya respuesta deberá darse en un término de 10 días hábiles, en caso de no haber respuesta en dicho plazo se tendrá por aceptado.

2.3 Se establece como pena convencional por el incumplimiento de cualesquiera de las partes, el 10% del valor total de la presente compraventa.

2.4 Ninguna de las partes será responsable de cualquier retraso en el cumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas bajo el presente Contrato, originado por caso fortuito o fuerza mayor.

2.6 Para todo lo relacionado con el presente Contrato las partes señalan como sus domicilios convencionales los siguientes:

EL CLIENTE _____

EL PROVEEDOR _____

Todos los avisos, reportes y notificaciones que las partes se deban dar con motivo de este Contrato se entregarán personalmente o se harán por correo certificado con acuse de recibo a los domicilios arriba mencionados, o a cualquier otro domicilio que las partes señalen con posterioridad en forma fehaciente.

2.7 La Procuraduría Federal del Consumidor es competente en la vía administrativa para resolver cualquier controversia que se suscite sobre la interpretación o cumplimiento del presente contrato. Sin perjuicio de lo anterior, las partes se someten a la jurisdicción de los tribunales competentes de_____, renunciando expresamente a cualquier otra jurisdicción que pudiera corresponderles, por razón de sus domicilios presentes o futuros o por cualquier otra razón.

3. Materiales:

3.1 Los materiales, es decir, aquellas telas, cierres, botones y demás elementos necesarios para la fabricación de las muestras tienen que ser provistos por el cliente. La empresa únicamente proporcionará los hilos, considerando que sólo se tienen ciertos colores.

3.2 Todos los materiales tienen que ser entregados desde un inicio o con un máximo de 2 días hábiles después de la firma de la ficha técnica para que pueda cumplirse con el tiempo estimado de entrega de muestra y producción.

3.2 La empresa puede trabajar con cualquier tipo de diseño, sin embargo, no se trabaja con diseño industrial, ni con telas gruesas.

4. Precios y formas de pago

4.1 Desde un inicio se debe realizar una ficha técnica del dibujo para que el cliente pueda firmar de autorizado y se dará un anticipo acordado por las partes. Cada contrato es por un máximo de 100 piezas.

4.2 Además, en esta misma ficha técnica, se indicarán el límite de cambios permitidos y estos deberán ser únicamente dentro del mismo diseño del patrón. En caso de que el cambio implique realizar un patrón nuevo, se cobrará de nuevo un anticipo y será considerado un proyecto enteramente nuevo.

4.3 Los precios se calculan de acuerdo a la complejidad de la construcción de la prenda, a la dificultad de la tela, la complejidad del diseño y al número de unidades solicitadas.

4.4 Los estimados de precio totales sólo pueden darse hasta que se entregue la muestra, antes de esto no se pueden dar aproximados ya que no se sabe de la complejidad de la construcción de la prenda.

4.5 En base a la primera muestra se cobrará como una talla, y las otras tallas se cobrarán de manera adicional.

4.6 Cualquier insumo extra utilizado por parte del taller de Elvia será añadido al precio final, es decir, aquellos botones, cierres, telas, etcétera que hayan tenido que ser proveídos por el taller.

4.7 El método de pago únicamente es por medio de efectivo; se podrán dar anticipos o liquidar las entregas desde la firma de la ficha técnica, pero también se pueden aceptar abonos durante el proceso del proyecto. No se aceptan pagos a crédito.

5. Tiempos de entrega

5.1 Los tiempos de entrega van a depender del número de unidades solicitadas y de la complejidad de la construcción de la prenda.

5.2 En caso de que sean producciones se entregarán los resultados entre 5 y 9 días después de la firma.

5.3 En caso de que sean producciones se entregarán los resultados entre 22 y 30 días después de la firma.

5.4 Se entregará la primera muestra entre 12 y 20 días después de la firma de la ficha técnica.

6. Puntos de entrega

6.1 Las entregas del producto terminado se hacen dentro de las instalaciones del taller de Elvia Guzmán o pueden ser por medio de mensajería, el cual tendrá un costo adicional el cual será presupuestado por el cliente.

7. Medios de comunicación

7.1 La comunicación se hará por llamada y por medio de Whatsapp.

El modelo del presente contrato de adhesión fue registrado en el Registro Público de Contrato de Adhesión de la Procuraduría Federal del Consumidor bajo el Número <<Asignacion numero de registro.

Numero de registro>> de fecha <<Asignacion numero de registro.Fecha del registro_F3>>.

Cualquier variación del presente contrato en perjuicio del cliente, frente al contrato de adhesión registrado se tendrá por no puesta.

El presente contrato se firma por duplicado en _____ el _____ de _____ del _____

EL CLIENTE

EL
PROVEEDOR

CONTRATO DE TRABAJO COLABORADORES

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO INDETERMINADO (EN LO SUCESIVO REFERIDO DE MANERA INDISTINTA COMO EL "CONTRATO"), QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA SOCIEDAD MERCANTIL DENOMINADA "NOMBRE DE LA EMPRESA", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR LA SEÑORA **ELVIA Guzmán** EN SU CARÁCTER DE REPRESENTANTE LEGAL, A QUIEN PARA LOS EFECTOS DEL PRESENTE CONTRATO,

EN LO SUCESIVO SE DENOMINARÁ COMO EL “PATRÓN”, Y POR OTRA PARTE LA SEÑORA **NOMBRE DE LA COSTURERA** A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DENOMINARÁ COMO EL TRABAJADOR”, Y QUIENES EN LO SUCESIVO SERÁN REFERIDAS CONJUNTAMENTE COMO LAS “PARTES”, LAS CUALES SE OBLIGAN AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS.

DECLARACIONES

1.- Declara el Patrón a través de su representante legal:

a) Ser una sociedad mercantil constituida conforme a las leyes mexicanas, según consta en la escritura pública número 4,452 (cuatro mil cuatrocientos cincuenta y dos) **de fecha de 12 (doce) de agosto de 2019 (dos mil diecinueve)**, ante la fe del Lic, Sergio Antonio Macías Aldama, **Notario Público número 1 (uno) de Tuxcueca, Jalisco, e inscrita en el Registro Público de Comercio de Guadalajara bajo el folio mercantil electrónico número N-2019065819.**

- b) Que para los efectos del presente Contrato señala como su domicilio el ubicado en 27 de septiembre 3398, Col hogares nuevo México, Zapopan, Cp 45160.
- c) Que su representante legal, cuenta con las facultades legales necesarias y suficiente para la celebración del presente Contrato, y para obligarla en los términos de este, y que a la fecha dichas facultades no les han sido revocadas, limitadas o modificadas de forma alguna.
- d) Que su objeto social le faculta llevar a cabo la celebración del Presente Contrato y obligarse en los términos del mismo.
- e) Que su clave de Registro Federal de Contribuyentes (RFC) es GUGE720309EU0.
- f) Que para la realización de los fines señalados en la declaración inmediata anterior, sólo podrá utilizar personal debidamente capacitado.
- g) Que requiere de los servicios de un empleado con la capacitación suficiente para desarrollar el trabajo solicitado por tiempo indeterminado, en los términos y condiciones aquí pactadas.
- h) El contrato está basado en las políticas internas de trabajo, las cuales pueden ser modificadas por la empresa sin previo aviso.

2.- Declara el Trabajador por su propio derecho:

- a) Llamarse María Fernanda De la Mora González de nacionalidad Mexicana, estado civil Soltera, de sexo Femenino, de 22 años de edad, con fecha de nacimiento del 31/12/1998, con Clave de Registro Federal de Contribuyentes MOGF9812316E3, con Clave Única de Registro de Población (CURP) MOGF981231MJCRNR08 y señalando como domicilio particular para todos los efectos legales, el ubicado en SANTOS DEGOLLADO #1081 HOME 11 en Zapopan, Jalisco, Código Postal 45160.
- b) Que cuenta con las aptitudes, conocimientos y experiencia necesaria para desempeñar satisfactoriamente las funciones del puesto requerido, las cuales se encuentran especificadas en la cláusula primera del presente Contrato, y que le ha quedado claramente explicada la naturaleza del trabajo que va a desempeñar.
- c) Así mismo manifiesta estar de acuerdo en prestar los servicios requeridos por el Patrón por tiempo indeterminado.

3.- Declaran las Partes:

- a) Que expuestas las declaraciones que anteceden, convienen en obligarse de conformidad a las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA.- El Trabajador manifiesta bajo protesta de decir verdad que es apto para desempeñar el puesto de **COSTURERA** con la calidad, intensidad y esmero convenidos.

El Trabajador declara que tiene los conocimientos y experiencia, así como las aptitudes necesarias para desempeñar el puesto para el que se le contrata, cuyas actividades consisten en las señaladas y descritas en el Anexo A que forma parte integral del presente Contrato.

El Trabajador acepta que la descripción de labores es enunciativa y no limitativa, teniendo así la obligación de atender cualquier otra labor requerida por el Patrón, siempre y cuando guarden relación con el puesto para el que fue contratado, y aun cuando las mismas requieran un desempeño fuera de la fuente de trabajo. Asimismo, el Trabajador se obliga a acatar en todo momento las órdenes de sus superiores, el Reglamento Interior de Trabajo, y demás disposiciones aplicables.

Para el supuesto de que el Trabajador demostrará en el plazo de 30 días que no tiene las capacidades y conocimientos suficientes para realizar las funciones antes enumeradas, es

que el Patrón podrá rescindir el presente Contrato sin responsabilidad alguna atendiendo a lo dispuesto en la fracción I del artículo 47 de la *Ley Federal del Trabajo*.

La prenda se considera con calidad cuando el total de los botones sean colocados, que los cierres estén bien puestos y sean funcionales, y que las telas hayan sido manejadas adecuadamente, las prendas no presenten manchas de alimentos y que cada costura esté elaborada de manera correcta de acuerdo al formato de requerimientos de maquila. ANEXO B

SEGUNDA.- El Trabajador se obliga a prestar, bajo la dirección y dependencia del Patrón, sus representantes o a quienes le sean designados como sus superiores, los servicios personales, debiendo dedicarse durante el tiempo que dure la relación de trabajo al puesto designado de **COSTURERA**, realizando las funciones y actividades descritas en la cláusula anterior, mismas que fueron descritas de manera enunciativa más no limitativa.

Asimismo, el Trabajador se obliga a respetar y seguir lo estipulado por el Reglamento Interior de Trabajo, mismo que manifiesta haber leído y entendido a la perfección; por lo que no podrá manifestar en ningún momento desconocimiento de éste.

TERCERA.- Este contrato de trabajo es por tiempo indeterminado, y el mismo podrá darse por terminado por cualquiera de las causas enumeradas en el artículo 53 de la *Ley Federal de Trabajo*; asimismo se podrá dar por rescindido, sin responsabilidad para el Patrón, de ocurrir alguna de las causales previstas por el artículo 47 de la ley antes mencionada.

CUARTA.- El presente contrato obliga a lo expresamente pactado en el mismo, sin perjuicio de lo dispuesto por el artículo 31 de la *Ley Federal del Trabajo*

QUINTA.- El pago al trabajador se realiza de manera semanal de acuerdo a las prendas realizadas en ese periodo de tiempo, y sólo será para aquellas prendas terminadas y que cumplan con los estándares de calidad estipulados en el contrato. Toda prenda que no esté bien elaborada se regresará, se usará como base un tabulador completo para descontar los detalles en las prendas. (ANEXO A)

ANEXO A: TABULADOR DE CONTROL DE CALIDAD

Detalle	Descripción	SE LE DESCONTARÁ
Deshebrado	Por mal deshebrado.	5% del total del precio ya establecido.
Las cremalleras.	Los cierres se verán perfectamente rematados	15% del total

	con hilos del mismo color y ocultos, a no ser, que dejar la cremallera a la vista sea un elemento estético. Es importante también, que la cremallera suba y baje con facilidad.	del precio ya establecido.
Costuras perfectas.	Revisar las costuras, ya que estas deben ser perfectas y muy bien reforzadas. Presta atención a los hilos, a posibles puntadas sueltas, líneas torcidas y toda clase de imperfecciones.	15% del total del precio ya establecido.
Botones en su lugar.	Respecto a los botones se debe fijar en que estén bien cocidos, con más de 3 vueltas por par de agujeros y que los ojales por los que deben entrar sean del tamaño correcto.	15% del total del precio ya establecido.
Entrega final de la prenda.	Cualquier costura mal terminada aplica para multa y corrección, sin goce de un sueldo adicional por concepto de compostura.	15% del total del precio ya establecido.

SEXTA.- Será indispensable que El Trabajador firme el formato de requerimientos de maquila al recibir los materiales como al entregar las prendas terminadas.

SÉPTIMA.- Cuando el Trabajador por cualquier circunstancia se vea obligado a faltar con la entrega de sus prendas, deberá avisar al Patrón de manera inmediata sobre las causas que le impidan concurrir al trabajo. El aviso en ningún momento podrá considerarse por sí sólo como justificativa de la falta, pues en todo caso el Trabajador, al regresar a sus labores, deberá de justificar su ausencia con el comprobante respectivo que haga las veces de prueba suficiente para justificar dicha ausencia, que en caso de enfermedad será únicamente el certificado de incapacidad que expide el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

En caso de que el justificante no sea suficiente para probar plenamente la ausencia a labores, el Patrón no estará obligado a cubrir los días en que el Trabajador no haya concurrido a prestar los servicios conforme al presente Contrato y se considerarán como falta injustificada.

Cuando solicite permisos con o sin goce de sueldos, deberá recabar en todo caso, constancia por escrito del Patrón sin cuyo requisito se considerará como falta injustificada.

OCTAVA.- Si el Trabajador presenta con retardo las entregas de sus prendas será facultad

discrecional del Patrón admitirlo, y si lo hace cubrirá únicamente el tiempo efectivo de trabajo desarrollado; es decir, que le será descontado de su cuota por prenda que haya llegado tarde a sus labores de acuerdo a una fórmula matemática de un 15% del total del precio de la prenda..

NOVENA .- El Trabajador se obliga a observar y respetar las disposiciones del políticas de Trabajo que exista en la empresa y demás ordenamientos aplicables a la relación laboral objeto del presente Contrato.

DÉCIMA.- Por medio del presente Contrato, el Trabajador designa como beneficiarios a las siguientes personas:

- 1.- _____
- 2.- _____
- 3.- _____

Las personas antes mencionadas, tendrán derecho a exigir los salarios prestaciones devengadas y no cobradas a la muerte del Trabajador o aquellas que llegasen a generar por su fallecimiento o desaparición derivada de un acto delincencial de conformidad con el artículo 501 de la *Ley Federal del Trabajo*

DÉCIMA PRIMERA.- Las Partes acuerdan que cualquier cambio de las condiciones laborales (horarios, salario, puesto, actividades a desempeñar, etc.) no tendrán validez legal alguna, sino se encuentran en escrito firmado por ambos (Patrón y Trabajador) en el que se establezcan los términos y condiciones de la modificación al presente Contrato.

DÉCIMA SEGUNDA.- El Trabajador se obliga a notificar de inmediato y por escrito al Patrón (debiendo conservar un acuse de recibido con la firma del patrón), si en el futuro cambiara de domicilio de aquel que tiene registrado en la empresa y el declarado en el capítulo de *declaraciones* del presente Contrato; para el caso de que no lo hiciese conforme a lo aquí establecido, el Patrón quedará relevado de cualquier responsabilidad proveniente de lo establecido en el último párrafo del artículo 47 de la *Ley Federal del Trabajo*.

DÉCIMA TERCERA.- Para la interpretación y cumplimiento del presente Contrato, así como de cualquier controversia que pudiese resultar entre las Partes consecuencia de la relación de trabajo, estas acuerdan en sujetarse a la jurisdicción y competencia de la Junta

Local de Conciliación y Arbitraje en el Estado de Jalisco, renunciando expresamente a cualquier otro fuero que por razón de domicilio presente o futuro o por cualquier otro motivo les pudiera corresponder.

DÉCIMA CUARTA.- El Trabajador recibe un ejemplar de Las Políticas de Trabajo vigente en la empresa y aplicable a todos los empleados de la misma, obligándose a su debida observancia, no pudiendo alegar ignorancia o desconocimiento del mismo con respecto de las normas contenidas en el.

LEÍDO Y ACEPTADO que fue el presente Contrato en todos sus términos, haciéndose sabedoras las partes de los alcances, obligaciones y consecuencias que implica lo ratifican y firman en Guadalajara, Jalisco, el **día 3 de Octubre del 2022.**

Elvia Guzmán
Patrona

Trabajadora

ANEXO B

Requerimientos de Maquila

En este formato se presentan los requerimientos mínimos con los que debe de contar una prenda para ser entregada, creando valor en la prenda y se reciba la totalidad del pago por ella. La creación del valor es el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor (diseñar y fabricar) que se extienden durante todos los procesos, desde el pedido de los clientes hasta que el producto terminado se entrega finalmente en las manos de los mismos. Siendo este formato únicamente dirigido a la etapa de producción o elaboración de las prendas.

Nombre
colaboradora: _____
Fecha en la que se dejó la tarea: _____
Estimado en días hábiles en los que se espera la entrega de la prenda: _____
Fecha de recolección de la prenda: _____
Cliente o cuenta: _____

Descripción de la prenda: _____

NOTA: sí la prenda se entrega después de la fecha estipulada de entrega, se le descontará un 15% del precio total de la prenda.

Nombre	Descripción	Si	No
Diseño	Se diseñó el modelo y de acuerdo a ello se elaboran los moldes teniendo en cuenta las tallas y medidas, se usan reglas de patronaje.		
Estampados	Los estampados, especialmente las rayas horizontales, combinaron en costuras y mangas. Se puede ignorar este para patrones grandes y patrones aleatorios (como lunares) y prendas con muchas costuras (como una blusa).		
Trazo	Se tendió la tela en una mesa y sobre ella se colocaron los moldes maximizando la superficie a cortar. Se trazó sobre la tela utilizando los moldes y tizas de colores.		
Corte de Tela	Se cortó la tela según el trazo realizado usando una tijera. Cuando se necesitó una suficiente cantidad de piezas del mismo tamaño, por lo menos 10 a 15 paños, se utilizó una cortadora manual para cortar todo el bloque según el trazo realizado encima.		
Costura	Se unieron las piezas con una máquina de coser, a veces es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.		
Remallado	Se remallaron los bordes de las costuras para evitar que se deshilachen en el futuro.		
Acabado	Se cortaron y cosieron los ojales, se pegaron los botones, los cierres, los bolsillos, y finalmente se		

	cortaron los hilos. Se prestó atención a los hilos, a posibles puntadas sueltas, líneas torcidas y toda clase de imperfecciones.		
Las cremalleras	Los cierres se muestran perfectamente rematados con hilos del mismo color y ocultos, a no ser, que dejar la cremallera a la vista sea un elemento estético. Además, la cremallera sube y baja con facilidad.		
Los botones	Se prestó atención en que estén bien cocidos, con más de 3 vueltas por par de agujeros y que los ojales por los que deben entrar sean del tamaño correcto.		

Elvia Guzmán
Patrona

Trabajadora

Requerimientos de Maquila

En este formato se presentan los requerimientos mínimos con los que debe de contar una prenda para ser entregada, creando valor en la prenda y se reciba la totalidad del pago por ella. La creación del valor es el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor (diseñar y fabricar) que se extienden durante todos los procesos, desde el pedido de los clientes hasta que el producto terminado se entrega finalmente en las manos de los mismos. Siendo este formato únicamente dirigido a la etapa de producción o elaboración de las prendas.

Fecha en la que se dejó la tarea:

Estimado en días hábiles en los que se espera la entrega de la prenda: _____

Fecha de recolección de la prenda: _____

Cliente o cuenta: _____

Nombre	Descripción	Si	No
Diseño	Se diseñó el modelo y de acuerdo a ello se elaboran los moldes teniendo en cuenta las tallas y medidas, se usan reglas de patronaje.		
Estampados	Los estampados, especialmente las rayas horizontales, combinaron en costuras y mangas. Se puede ignorar este para patrones grandes y patrones aleatorios (como lunares) y prendas con muchas costuras (como una blusa).		
Trazo	Se tendió la tela en una mesa y sobre ella se colocaron los moldes maximizando la superficie a cortar. Se trazó sobre la tela utilizando los moldes y tizas de colores.		

Corte de Tela	Se cortó la tela según el trazo realizado usando una tijera. Cuando se necesitó una suficiente cantidad de piezas del mismo tamaño, por lo menos 10 a 15 paños, se utilizó una cortadora manual para cortar todo el bloque según el trazo realizado encima.		
Costura	Se unieron las piezas con una máquina de coser, a veces es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.		
Remallado	Se remallaron los bordes de las costuras para evitar que se deshilachen en el futuro.		
Acabado	Se cortaron y cosieron los ojales, se pegaron los botones, los cierres, los bolsillos, y finalmente se cortaron los hilos. Se prestó atención a los hilos, a posibles puntadas sueltas, líneas torcidas y toda clase de imperfecciones.		
Las cremalleras	Los cierres se muestran perfectamente rematados con hilos del mismo color y ocultos, a no ser, que dejar la cremallera a la vista sea un elemento estético. Además, la cremallera sube y baja con facilidad.		
Los botones	Se prestó atención en que estén bien cocidos, con más de 3 vueltas por par de agujeros y que los ojales por los que deben entrar sean del tamaño correcto.		

Elvia Guzmán
Patrona

Trabajador

