

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Centro Universidad Empresa

Economía solidaria y trabajo digno

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de Transformación Digital



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

3A03 Transformación Digital En Mipymes

Piña Palmera

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Lic. en Mercadotecnia. Sebastian Villa Flores Peon

Lic. en Negocios y mercados digitales. Anakaren Valerio Ortega

Lic en Administracion Financiera. Alan Lugo Villalobos

Profesores PAP:

Sandra Irene Barrera Bravo

Asela Angelina Burgos Campero

Jorge Ignacio López Ramella

Tlaquepaque, Jalisco, 04 2024

ÍNDICE

Tabla de contenido

REPORTE PAP	2
<i>Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional</i>	<i>2</i>
Resumen	0
1 Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	0
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto.....	1
1.2 Caracterización de la organización.....	1
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	3
1.4. Planeación de alternativa(s).....	5
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	8
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos.....	18
1.7. Bibliografía y otros recursos.....	19
2. Productos	20
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia	21
3.1 Sensibilización ante las realidades	23
3.2 Aprendizajes logrados	26

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

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

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

El Reporte PAP consta de tres componentes:

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

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

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

Resumen

En el PAP Transformación digital en MiPymes, se abordan los retos que tienen los emprendedores a no contar con un sistema de información gerencial implementado en sus operaciones por lo que su principal propósito es implementar una transformación digital que permita la automatización de procesos y lograr una mayor eficiencia operativa en el negocio. Interviniendo en aspectos como: CRM, ventas, inventarios, finanzas y planeación homologándolos en un solo sistema centralizado. Durante este proyecto se llevó a cabo la metodología Google sprint que permite llevar un control semanal de los objetivos y tareas específicas que se llevan a cabo logrando implementar exitosamente módulos dentro del ERP Odoo que permitieron automatizar procesos en la empresa, lograr una mayor eficiencia operativa y presentar información clara para una toma de decisiones.

1 Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

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

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Para abordar la problemática de las MiPymes en el área metropolitana de Guadalajara, específicamente aquellas dedicadas a la producción y venta, fue esencial aplicar una teoría que integre aspectos de gestión empresarial con un enfoque en sistemas de información. que sostiene que la competitividad de una empresa depende de la habilidad para gestionar estratégicamente recursos valiosos, raros, inimitables y no sustituibles. En este contexto, el conocimiento y la implementación de sistemas de información gerencial, como los ERP (Enterprise Resource Planning), son recursos críticos que pueden proporcionar ventajas competitivas significativas.

Además, es relevante incorporar el enfoque de la "brecha digital" que describe cómo la falta de acceso a tecnologías de la información y la comunicación puede limitar las oportunidades de negocio y crecimiento de las pequeñas empresas frente a competidores más grandes y mejor equipados.

Antecedentes Históricos y Contexto Regional

El entorno de las MiPymes en México y Latinoamérica ha estado marcado históricamente por un acceso desigual a tecnologías avanzadas y prácticas de gestión modernas. Históricamente, las empresas más grandes han tenido mejor acceso a financiamiento y tecnología, lo que les permite implementar sistemas que optimizan sus operaciones y gestión. En contraste, las MiPymes han tendido a depender de procesos manuales o semiautomatizados, lo que afecta su eficiencia y capacidad de competir en mercados cada vez más globalizados.

1.2 Caracterización de la organización

Piña Palmera es una empresa dedicada a la producción y venta de aguas frescas y concentrados de sabor, especializada en servicios para eventos. Situada en Guadalajara, Jalisco, la empresa opera en un espacio adaptado dentro de una residencia, lo cual presenta

ciertos desafíos logísticos. Sin embargo, su modelo de negocio está claramente enfocado en ofrecer productos de alta calidad y personalizados a las necesidades de sus clientes.

La empresa está organizada en varias áreas clave para su operación:

Dentro de la administración y finanzas, esta función está implícitamente supervisada por la empresaria, quien además de dirigir la estrategia general de la empresa, supervisa las operaciones financieras y toma de decisiones administrativas.

Producción y logística está dirigida principalmente por Armando, el gerente de producción, esta área se encarga del diseño de nuevos productos y la gestión logística. Él juega un rol crucial en la planificación y ejecución de la producción, asegurando la disponibilidad y calidad de los insumos.

En las operaciones Karla, Luz y Juan Pablo son los asistentes que apoyan en las operaciones diarias, desde la producción y limpieza hasta la preparación de pedidos para eventos. Su trabajo es esencial para mantener la fluidez de las operaciones cotidianas.

Dentro de la logística de distribución, Ángel el chofer, es responsable del transporte y entrega de productos, esencial para el servicio de eventos y distribución de pedidos.

En el marketing y comunicación digital, Ignacio encargado de redes sociales, lidera los esfuerzos en marketing digital de piña palmera.

El propósito de Piña Palmera es proporcionar productos refrescantes y de alta calidad que enriquezcan toda clase de eventos. La empresa busca ser un referente en el mercado de aguas frescas y concentrados en la región, diferenciándose por su alta calidad en las aguas de sabor y la capacidad para adaptar sus productos a las preferencias y necesidades específicas de cada cliente.

Acciones Clave

- Producción de Aguas Frescas y Concentrados: Elaboración de productos utilizando recetas que resaltan sabores naturales y auténticos.
- Servicio Personalizado para Eventos: Ofrecimiento de servicios adaptados específicamente a las necesidades de los clientes para eventos.
- Innovación en Productos: Desarrollo constante de nuevos sabores y productos que se alinean con las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

En el proceso de prediagnóstico y reconocimiento inicial del caso de Piña Palmera, se identificaron varias problemáticas clave que afectan la operación y estrategia empresarial. Durante las primeras etapas de intervención, se observó una falta significativa de presencia digital, lo que limita su capacidad de atraer nuevos clientes, ya que la empresa no llama la atención de la gente en internet. Esta situación se agrava por la tardanza en responder a los mensajes, lo que resulta en la pérdida de interés potencial de los clientes.

Además, se notó que la comunicación con los clientes se maneja principalmente a través del teléfono celular personal de la empresaria, sin una infraestructura tecnológica dedicada a tal fin, ni un protocolo formal de seguimiento postventa, lo cual afecta la experiencia y satisfacción del cliente. En el ámbito operativo y de recursos humanos, se descubrió que los empleados no están asegurados y que hay puestos con una carga excesiva de tareas. Esto se complica aún más debido a la dependencia de un único proveedor, limitando así la capacidad de negociación y suministro de la empresa.

El espacio de trabajo de la empresa, situado en una cochera de una casa antigua, resulta ser algo complicado para las operaciones diarias, dificultando la logística interna y limitando su capacidad para manejar múltiples eventos simultáneamente. Estos problemas se extienden a la gestión financiera, donde la ausencia de un sistema impide una visión más clara y precisa de las finanzas, con registros contables que no reflejan adecuadamente la realidad económica de la empresa. Además, se evidenció que los esfuerzos de comunicación en plataformas como Instagram no logran conectar con la audiencia deseada, y aunque se utiliza WhatsApp para comunicación, no se emplea ninguna plataforma o sistema formal que pudiera integrar y optimizar estos procesos.

Estas deficiencias destacan una centralización excesiva de las funciones críticas en la figura de la empresaria, lo que restringe la eficiencia y capacidad de adaptación de Piña Palmera en un mercado competitivo. Estos hallazgos formaron la base para el desarrollo de estrategias de intervención que buscaron mejorar la estructura financiera, organizacional, la eficiencia operativa y la estrategia digital de la empresa.

El equipo del PAP, en colaboración con la organización, llevó a cabo un diagnóstico para poder identificar y entender los problemas clave que enfrenta la empresa. Este diagnóstico se realizó durante el período escolar asignado para tal fin y abarcó diversas áreas de la gestión empresarial.

El diagnóstico se efectuó a través de una visita a la empresa y en la entrevista con los miembros del equipo de Piña Palmera, análisis de procesos operativos, revisión de documentos financieros y evaluación de la estrategia de marketing digital. Esta metodología permitió obtener una visión integral del funcionamiento de la empresa y de los desafíos a los que se enfrenta.

La información necesaria para la elaboración de los sprint semanales era proporcionada de manera tardía por el CEO, lo que desplazaba constantemente la agenda semanal y generaba retrasos en las entregas planificadas.

La ausencia de un sistema integrado ERP limitaba la capacidad de la empresa para obtener registros precisos y realizar un seguimiento eficiente de las operaciones y finanzas.

En los intentos de comunicación digital a través de plataformas como Instagram no eran efectivos, evidenciando la necesidad de una estrategia más robusta y profesionalizada.

Implementación de un sistema ERP como Odoo para integrar las operaciones, ventas, inventarios, contabilidad, gestión de proyectos, entre otros.

Fortalecimiento en la comunicación interna y externa, desarrollando protocolos para la rápida y efectiva comunicación interna de información crítica entre el CEO y el resto del equipo.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Para esta etapa realizamos un diagnóstico de la empresa con la que se trabajó a lo largo del PAP, previamente el empresario había realizado un autodiagnóstico donde evaluaba sus diferentes áreas en torno a la dirección del negocio ofreciéndonos una perspectiva de lo que se iba a trabajar, para validar esta información se realizó un diagnóstico apoyándonos de diversas herramientas tales como: Entrevista a profundidad con el empresario, bussines model canvas, customer journey map, diagrama de Ishikawa, mapa de la cadena de valor, así como mystery shopper, el conjunto de estas herramientas nos permitió darnos cuenta de las áreas de oportunidad que la empresa tenía en cada parte dándonos como problema raíz el que las responsabilidades de venta, administración y promoción recaen en el CEO de la empresa limitando la eficiencia de esta. Esto se validó con el empresario haciéndole ver la necesidad de llevar a cabo una implementación de un sistema que le ayude a tener mayor control sobre sus operaciones.

Para atacar ese problema se optó por implementar un sistema de gestión empresarial (Odoo) que le permitiría a la empresa el poder automatizar ciertos procesos y tener mejor control acerca de la empresa como ventas, inventario, finanzas y clientes.

La propuesta se centró en 6 puntos estratégicos que le ayudarían en gran manera a la empresa a reducir tiempos de respuesta y llevar un mejor control de sí misma. Los puntos estratégicos fueron:

- Implementación de un CRM
- Implementación del Project manager
- Implementación de inventario
- Estandarización de costos
- Estructurar las finanzas
- Estandarización de la estrategia de comunicación digital en redes

Para el desarrollo de estos puntos se utilizó la metodología Google Sprint para poder llevar un mejor control acerca de las actividades a realizar en cada etapa del proyecto.

Sprint 1: Implementación del CRM

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Comprender y analizar la problemática del registro actual de los clientes	Idear posibles soluciones y alternativas	Decidir la mejor opción	Crear el modelo del CRM	Probar la implementación del CRM en el sistema

Sprint 2: Estandarización de costos

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Analizar la problemática actual con el coste de los productos	idear soluciones y maneras de costear los productos apropiadamente	Elegir la opción que represente mayor beneficio	Crear el sistema de costeo	Probar el sistema de costeo y validarlo

Sprint 3: Estructurar las finanzas

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
-------	--------	-----------	--------	---------

Comprender como se registran las finanzas y analizar la problemática	Discutir soluciones y planificar el proceso de estructuración	decidir la opción que más beneficios otorgue	Construir el sistema de finanzas	Implementar el sistema de finanzas
--	---	--	----------------------------------	------------------------------------

Sprint 4: Implementación de inventario

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Comprender la situación actual de los inventarios	Idear soluciones para un mejor manejo de inventarios	Elegir la opción más conveniente	Crear el sistema de inventarios	implementar y probar el sistema de inventarios

Sprint 5: Implementación del Project manager

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Analizar las operaciones de la empresa	idear maneras de intervención automatizando procesos	Decidir la mejor opción	Desarrollar el sistema de manejo de proyectos	implementar y validar el sistema

Sprint 6: Estandarización de la estrategia de comunicación en redes

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Analizar las distintas redes de Piña Palmera identificando oportunidades	Idear la estrategia de comunicación apropiada	Decidir la estrategia a utilizar	Desarrollar la estrategia de comunicación	Presentar e implementar la estrategia de comunicación

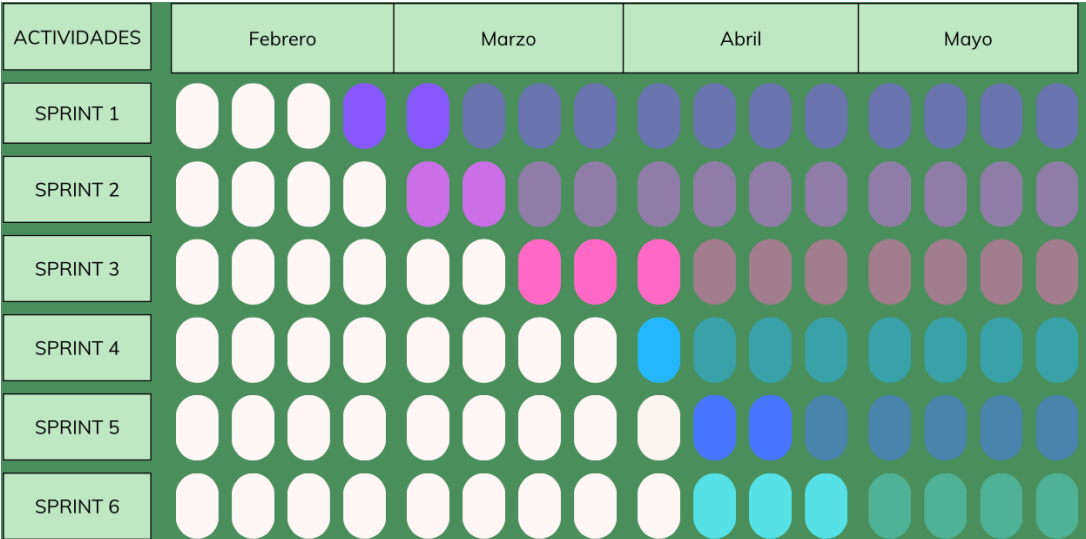
Estas fueron las 6 grandes pautas donde decidimos intervenir en la empresa junto con el empresario debido a que eran las áreas donde se requería llevar un mejor manejo y control. Para estos Sprint se estableció un cronograma en el cual estaríamos desarrollándolos junto

con el empresario el cual tendría sus actividades particulares para la ayuda de construcción de los módulos y desarrollo de sus capacidades empresariales.

Cronograma del PAP



Cronograma de actividades del empresario



1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Sprint 1
Del 18 al 23 de febrero del 2024

Tarea	Resumen	Fecha	
C&A	Comprender y analizar la problemática del registro actual de los clientes	18/03/24	Se analizó la problemática, los procesos del director y de sus clientes, los datos que se requieren para comenzar el pedido.
Idear	Idear posibles soluciones y alternativas	19/02/24	Buscamos diferentes opciones de CRM para aplicar a la empresa, vimos qué tipos de cuestionarios eran mejor para la directora en este caso.
Decidir	Decidir la mejor opción	21/02/24	Tomamos la decisión de trabajar con Odoo, ya que brinda muchas opciones para la empresa, se vincula a las ventas, almacén, compras y clientes y podemos hacer que toda la información se encuentre en un solo lugar y todos los de la empresa tengan acceso.
CRM	Crear implementación del CRM	21/02/24	Se construyó todo el CRM, se instaló lo necesario.
Probar	Probar la implementación del CRM en el sistema	23/02/24	Se comenzaron a hacer pruebas y supuestos de pedidos dependiendo las etapas de compra.

The screenshot shows a CRM interface with a navigation bar at the top containing 'CRM', 'Ventas', 'Leads', 'Informes', and 'Configuración'. Below this is a search bar and a pipeline view. The pipeline has four stages: 'Nuevo' (5,200), 'Calificado' (6,500), 'Propuesta' (0), and 'Ganado' (0). Two sales opportunities are visible:

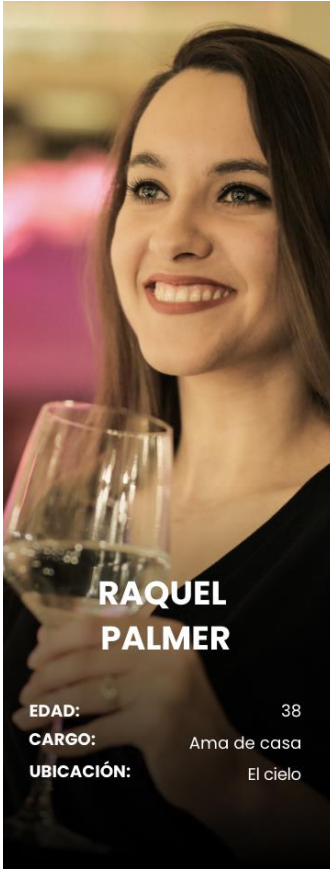
- Oportunidad de Anakaren:** \$ 5.200,00, Anakaren, with a star rating of 3 stars and a purple '8' icon.
- Oportunidad de Sebastian Villa:** \$ 6.500,00, Sebastian Villa, with a star rating of 3 stars and a purple '8' icon.

Sprint 2

Del 26 de febrero al 01 de marzo del 2024

Tarea	Resumen	Fecha	
Analizar	Analizar la problemática actual con el coste de los productos	26/03/24	Se solicitaron los costos y las recetas de las aguas y concentrados. Se analizaron los costos.
Idear	Idear soluciones y maneras de costear los productos apropiadamente	26/02/24	Se propusieron ideas para acomodar los costos de todos los productos y se llevara un control de costos e inventario.
Decidir	Elegir la opción que represente mayor beneficio	28/02/24	Tomamos la decisión de realizar un Excel por el momento, para llevar un control y visualizar los costos y el margen de ganancia de cada agua de sabor.
Crear	Crear el sistema de costeo	01/03/24	Se creó el Excel, se pusieron todos los ingredientes de cada agua y cada concentrado de diferente sabor, para costear esos productos y saber cuál es el margen de ganancia de piña palmera, así tener una vista financiera mejor y encontrar oportunidades o debilidades.

De igual manera se trabajó en el buyer persona de la empresa en base a los perfiles en redes sociales que seguían e interactuaban con la cuenta y una entrevista con el empresario



DESCRIPCIÓN

Raquel, de 38 años, reside en Tlaquepaque, Jalisco, México. Como ama de casa, su vida gira en torno a la familia, siendo una mamá dedicada a la organización de eventos y actividades que refuercen las tradiciones, la salud y el bienestar de su entorno.

INTERESES

- Organización de eventos, decoración, cocina, repostería, actividades para niños

FRUSTRACIONES

- Falta de tiempo
- Falta de confianza en proveedores
- Dificultad para encontrar opciones saludables
- Presión por organizar eventos exitosos

PERSONALIDAD



METAS

- Consentir a sus hijos
- Actividades familiares
- Tener una vida saludable

INFLUENCIAS

- Otras mamás de su círculo social.
- Blogueros y vloggers de lifestyle.
- Expertos en nutrición y alimentación saludable.

PASATIEMPOS

- Organización de eventos
- Actividades familiares
- Cocina saludable

Sprint 3 y 4

Del 4 al 11 de marzo del 2024

Tarea	Resumen	Fecha	
-------	---------	-------	--

Comprender	Comprender cómo se registran las finanzas y analizar la problemática	04/03/24	Se solicitaron los costos y las recetas de las aguas y concentrados. Se analizaron los costos.
Finanzas	Borrador Estado Resultados Excel proporcionado por Marcela	04/03/24	Después de un escaneo en sus finanzas, nos dimos la tarea de estructurar todas sus cuentas contables, que es parte de la empresa, que es parte personal. Se hizo un estado de resultados (Borrador) del mes de febrero, en el cual se desglosa cuenta por cuenta lo que la empresa llevo a cabo durante ese mes, dándole observaciones y sugerencias al CEO de piña palmera.
Discutir	Discutir soluciones y planificar el proceso de estructuración	04/03/24	Se propusieron ideas para acomodar los costos de todos los productos y se llevara un control de costos e inventario.
Decidir	Decidir la opción que más beneficios otorgue	06/03/24	Tomamos la decisión de realizar un Excel por el momento, para llevar un control y visualizar los costos y el margen de ganancia de cada agua de sabor.
Construir	Construir el sistema de finanzas	11/03/24	Se creó el Excel, se pusieron todos los ingredientes de cada agua y cada concentrado de diferente sabor, para costear esos productos y saber cuál es el margen de ganancia de piña palmera, así tener una vista financiera mejor y encontrar oportunidades o debilidades.

Implementar	Implementar el sistema de finanzas y costos	11/03/24	Se implementó en Odoó todos los insumos necesarios para la creación de aguas y concentrados importarlos desde un archivo CSV para en un futuro facilitar la integración y modificación de costos, de igual forma se crearon los productos de aguas frescas y concentrados con los respectivos ingredientes para su fabricación sacando el coste de los productos y a su vez integrándose de manera adecuada al apartado de finanzas
-------------	---	----------	---

VC GUAYABA MARACUYA

0,00 1,00
 Disponible para usar 02/04/2024

Producto	Cantidad	Plazo de entrega	Ruta	Coste de Lista de Materiales	Costo del producto
VC GUAYABA MARACUYA	1,00	0 Días	Fabricar: VC GUAYABA MARACUYA	\$ 258,50	\$ 258,50
AZÚCAR	2.000,00			\$ 60,00	\$ 60,00
MANGO	3.000,00			\$ 90,00	\$ 90,00
JUGO LIMÓN	250,00			\$ 12,50	\$ 12,50
MARACUYA	500,00			\$ 65,00	\$ 65,00
GUAYABA	350,00			\$ 3,50	\$ 3,50
HIELOS	1,00			\$ 17,50	\$ 17,50
AGUA	1,00			\$ 10,00	\$ 10,00
Coste unitario				\$ 258,50	\$ 258,50

Producto: VC GUAYABA MARACUYA

Variante de producto: ?

Cantidad: 1,00

Referencia: Tipo de LdM Fabricar este producto Kit

Componentes: Varios

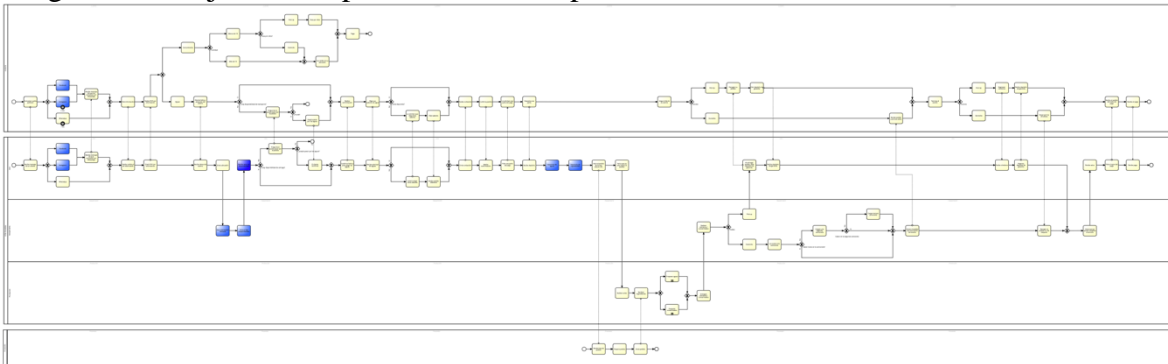
Componente	Cantidad
AZÚCAR	0
MANGO	0
JUGO LIMÓN	0
MARACUYA	0
GUAYABA	0
HIELOS	0
AGUA	0

Agregar una línea

Sprint 5
 Del 18 al 22 de marzo del 2024

Tarea	Resumen	Fecha	
Analizar	Analizar las operaciones de Piña Palmera	18/03/24	Se analizaron las operaciones de Piña palmera para observar los procesos internos, ver debilidades y oportunidades
Idear	Idear maneras de intervención automatizando procesos	18/02/24	Se propusieron ideas para intervenir en procesos internos para automatizar las tareas de Marce
Decidir	Decidir la mejor opción	20/03/24	Tomamos la decisión de realizar un Excel por el momento, para llevar un registro de los clientes actuales, para después pasar esos datos a Odoo.
Desarrollar	Desarrollar el sistema de manejo de proyectos	22/03/24	Se creó el Excel, para llenar con datos del cliente: nombre, fecha de nacimiento, correo electrónico, celular, etc. También creamos una corta encuesta de satisfacción para que los usuarios puedan comentar lo que les gusta de piña palmera.
Implementar	Implementar y validar el sistema	22/03/24	Mandamos la encuesta, el Excel y una presentación de Odoo a Marce, para que pueda ir teniendo registro de sus clientes y tomar la decisión de contratar Odoo

Diagrama de flujo con los procesos de la empresa



Sprint 6

Tarea	Resumen	Fecha	
Analizar	Analizar las distintas redes de Piña Palmera identificando oportunidades	01/04/24	Se analizaron las estadísticas de los seguidores en Instagram de Piña palmera, para observar oportunidades en redes sociales.
Idear	Idear la estrategia de comunicación apropiada	03/04/24	Se idearon estrategias digitales y de comunicación para las redes sociales de acuerdo a los perfiles que se encontraron.
Decidir	Decidir la estrategia a utilizar	03/04/24	Se decidieron dos estrategias ideales para Piña palmera.
Desarrollar	Desarrollar la estrategia de comunicación	05/04/24	
Presentar	Presentar e implementar la estrategia de comunicación	05/04/24	

Sprint 7 y 8

Tarea	Resumen	Fecha	
Analizar	Evaluación de Impacto en Redes Sociales	15/04/24	Se revisaron y analizaron las estadísticas de la interacción en las redes sociales de la empresa, incluyendo el alcance y la actividad del perfil. Además, se evaluaron los perfiles de seguidores principales como "Insta moms" y "Stay at home moms"
Idear	Estrategia Creativa para Segmentación de Audiencia	15/04/24	Se ideó una estrategia de marketing digital para aumentar el reconocimiento de marca y las ventas a través de canales digitales, focalizándose en los segmentos de seguidores identificados
Decidir	Planificación de Iniciativas Digitales	17/04/24	Se tomó la decisión de desarrollar un plan de marketing de 30 días para maximizar la presencia en redes sociales. También se optó por comenzar el desarrollo de una página web en la plataforma Odoo para la empresa
Desarrollar	Creación de Contenido y Herramientas de Marketing	17/04/24	Se desarrolló un calendario detallado de publicaciones para redes sociales, especificando el tipo de contenido para cada día, como fotos de producto, videos educativos y publicaciones interactivas
Implementar	Ejecución de Proyectos Web	19/04/24	Se inició la construcción de la página web en el ERP Odoo para la empresa.

Sprint 9

Tarea	Resumen	Fecha	
Analizar	Se analizó lo que se tenía en Odoo	22/04/24	Se revisaron y analizaron todos los datos que se tenían ya registrados en Odoo, al faltarnos algunos datos no se pudo continuar, pero se comenzó a realizar la página web de la empresa.
Idear	Implementación de Odoo y página web	22/04/24	Se ideó la página web de la empresa, hicimos un borrador del sitio.
Decidir	Si los datos recibidos nos servían	24/04/24	Marce nos mandó algunos datos de sus últimas ventas, clientes, entre otros, aunque no estaba completos los datos de todo el mes, optamos por hacer predicciones de lo que faltaba, realizar un Excel con las ventas y pasar clientes y ventas a Odoo.
Desarrollar	CRM	24/04/24	Se desarrolló un calendario detallado de publicaciones para redes sociales, especificando el tipo de contenido para cada día, como fotos de producto, videos educativos y publicaciones interactivas
Implementar	Odoo	26/04/24	Se terminó la página web, se hicieron los registros de todos los clientes y productos de la empresa en Odoo.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

La experiencia en PAP en Piña Palmera ha tenido un impacto en la resolución de las problemáticas identificadas en las etapas iniciales del diagnóstico. La implementación de diversas soluciones y herramientas podrán permitir la mejorar considerable en la eficiencia operativa, financiera y la estrategia digital de la empresa.

Se introdujo Odoos como sistema, el cual incluye un CRM automatizado, módulos de inventarios, ventas, sitio web, contabilidad, gestión de gastos, administración de proyecto, entre otras cosas. Esto permitirá centralizar y automatizar las operaciones, haciendo más fácil y eficiente las gestiones, con una visibilidad más clara de todos los aspectos críticos de la empresa.

El crear este módulo de proyectos en el Odoos ayudo a organizar mejor las tareas diarias y a optimizar la planificación de recursos. Además, la estandarización de los costos de producción ha permitido a la empresaria tener un conocimiento detallado de lo que le cuesta cada producto y su margen de ganancia, mejorando la toma de decisiones estratégicas.

En el apartado de las finanzas se estructuraron para ofrecer una mayor claridad y control sobre las operaciones económicas de la empresa. Paralelamente, se estandarizó la estrategia de comunicación digital, optimizando la presencia en redes sociales y mejorando el engagement con la audiencia.

El haber creado una página web para la empresa ha sido algo a destacar, ya que con esto aumentar su visibilidad en internet, facilitando que nuevos clientes descubran sus productos y servicios. Este desarrollo no solo mejorará la imagen de la empresa, sino que también potencializará su alcance de mercado.

Como aspectos pendientes o recomendaciones para futuras etapas: A pesar de los logros obtenidos, hay varios aspectos que podrían ser contemplados por la comunidad o la organización en futuras etapas del PAP:

En la optimización de la logística de distribución, aunque se han hecho mejoras significativas, la logística de distribución podría beneficiarse de una revisión y optimización más profundas para manejar un mayor volumen de eventos simultáneamente.

Dentro de las capacitaciones para los empleados, se requiere implementar un programa de formación continua para todos ellos, centrado en el uso eficiente de Odoo y en la mejora de habilidades de servicio al cliente y comunicación digital.

Para una ampliación en Mkd, debemos de pensar en la expansión del equipo de marketing digital para diversificar las estrategias en diferentes plataformas y aumentar la interacción con segmentos específicos de clientes.

1.7. Bibliografía y otros recursos

Ramón, L. V. (s. f.). *El financiamiento a las Pymes en México: La experiencia reciente*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s1665-952x2009000200004&script=sci_arttext

Rodríguez, E. R., & Romero, N. M. (2021, 25 octubre). *Mipymes en México: relevancia, retos y potencialidades: MSMEs in Mexico: relevance, challenges, and potentialities*. <https://www.riied.org/index.php/v1/article/view/14>

Luisa, S. G. M., & Blanca, T. S. (2013). *El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas*. *Biblat*. <https://biblat.unam.mx/es/revista/enlace-revista-venezolana-de-informacion-tecnologia-y-conocimiento/articulo/el-uso-de-las-tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-tic-en-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-mipyme-industriales-mexicanas>

2. Productos

Estrategia digital

La estrategia digital es un documento elaborado el cual contiene los diferentes aspectos y criterios evaluados de las redes sociales de la empresa, aquí se encuentran los datos demográficos de sus seguidores, los perfiles de sus clientes y las estrategias a tomar en cuenta para una estrategia de comunicación digital más centrada en lo que la empresa quiere comunicar.

Herramientas de diagnostico

Este apartado incluye todas las herramientas de diagnóstico utilizadas para llegar al problema raíz de la empresa, esto incluye el BMC, los buyer persona, el diagrama de flujo con los procesos de la empresa, la cadena de valor, el diagrama de Ishikawa, el portafolio de productos, el organigrama y el customer journey map. Permittedole a la empresa obtener el detalle de sus operaciones.

Manual de uso de ERP (Odo)

En este apartado se incluyen los diferentes manuales con guías explicativas y videos que la empresa puede consultar más adelante para futuras dudas acerca del programa o entrenamiento de nuevos usuarios de este.

3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

El PAP en Piña Palmera ha sido una experiencia enriquecedora, no solo en términos de la implementación de soluciones tecnológicas y operativas, sino también en cuanto a las lecciones aprendidas en sus múltiples dimensiones, implicaciones éticas y aportes sociales.

A lo largo del proyecto, el equipo enfrentó desafíos de transformar digitalmente una MiPymes que operaba principalmente de manera informal y con procesos poco estructurados. La implementación de un sistema ERP con módulos como CRM, inventario y Project Manager, entre otros, no solo mejoró la eficiencia operativa de Piña Palmera, sino que también ofreció valiosas lecciones sobre la importancia de adaptar tecnologías avanzadas a contextos específicos de negocios pequeños. Aprendimos que la tecnología, por avanzada que sea, debe ser accesible y comprensible para los usuarios finales, asegurando que complementen y simplifiquen las operaciones sin sobrecargar a los usuarios.

Una de las consideraciones éticas más importantes del proyecto fue la inclusión y la protección de los empleados. Al automatizar procesos y redefinir roles, era vital asegurarse de que los empleados no solo retuvieran sus empleos, sino que también recibieran capacitación para manejar las nuevas herramientas y sistemas. Esto refleja un enfoque ético hacia la transformación digital, que no solo busca la eficiencia y el beneficio económico, sino también el desarrollo personal y profesional de cada miembro del equipo.

Además, se abordó la preocupación ética de asegurar la privacidad y seguridad de los datos de los clientes, un aspecto crucial en la era digital. Implementar políticas claras y seguras de manejo de datos dentro del nuevo sistema ERP fue un paso fundamental para proteger a la empresa y a sus clientes.

Este trabajo permitió una comprensión más profunda de cómo las limitaciones en la gestión y la falta de infraestructura digital pueden frenar el crecimiento de una MiPymes. Se hizo evidente que muchos desafíos empresariales no solo son operativos o tecnológicos, sino también estratégicos y humanos. La centralización de tareas en la figura del CEO era un

síntoma de una estructura más amplia de ineficiencia que requería un cambio radical, abordando tanto la tecnología como la cultura organizacional.

La experiencia en Piña Palmera fue algo muy valioso para aplicar conocimientos teóricos y prácticos en un entorno real, comprendiendo las complejidades y responsabilidades que conlleva la gestión empresarial en el contexto de las MiPymes. Este proyecto no solo transformó una empresa, sino que también enriqueció nuestra comprensión académica y práctica, dejando una huella duradera tanto en los participantes del proyecto como en la comunidad a la que Piña Palmera sirve.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Lic en Administración Financiera. Alan Lugo Villalobos

Al inicio del PAP me involucré profundamente con el equipo y en sus tareas diarias. Trabajar en colaboración con personas que enfrentan barreras reales para hacer crecer y mejorar sus negocios me ha dado una sensación de urgencia y compromiso. Al ver la dedicación y la pasión constante del equipo, especialmente de Marcela, para mantener la empresa en operación, sentí compasión y motivación para hacer una contribución significativa.

Antes de este proyecto, mi comprensión de las dificultades que enfrentan las MiPymes era más teórica que práctica. Vivir la experiencia de primera mano me permitió ver las complejidades del entorno empresarial en el plano físico, social y cultural. Ahora veo que los desafíos de las MiPymes son constantes y requieren soluciones integradas que consideren tanto la tecnología como los aspectos humanos.

Este proyecto me hizo darme cuenta sobre la importancia de mi profesión en la intervención ética y socialmente responsable en este tipo de empresas. He visto cómo la tecnología puede ser un gran potenciador cuando se implementa de manera consciente y adaptada a las necesidades reales de las personas.

Después de esta experiencia, estoy más comprometido que nunca con mi profesión, con un fuerte enfoque en la responsabilidad social. Pienso continuar trabajando en proyectos rentables y que tengan un impacto positivo en las comunidades y las vidas de los involucrados. Mi objetivo es seguir aprendiendo y contribuyendo al desarrollo de soluciones que promuevan un crecimiento sostenible y ético.

Lic. en Mercadotecnia. Sebastian Villa Flores Peon

En el inicio del PAP cuando nos presentaron las empresas mediante un autodiagnóstico realizado por los empresarios sentí que había muchas oportunidades en las cuales se podían trabajar y pulir más, sentí que había una gran brecha entre las empresas transnacionales ya con procesos definidos y las MiPymes que surgen de los emprenderse que buscan establecer un negocio funcional, aunque a veces no se tengan las bases teóricas y prácticas para hacerlo.

Creo que nunca pude observar bien el desafío que enfrentaban día a día las MiPymes como cuando trabajé en este PAP ya que fue muy diferente el darse cuenta de primera mano todos los retos que tienen y las actividades que realizan sin realmente tener un sistema o procesos que ayuden a tener un mejor control ya que a lo largo de la carrera ves ejemplos de empresas ya funcionales con todos sus controles establecidos por lo que es sencillo intervenir o proponer estrategias de mejora, sin embargo cuando trabajas con una MiPymes que no tiene un claro control de sus finanzas la cosa se complica.

Este PAP me motivó mucho ya que realmente estábamos aportando un gran cambio a la empresa y trabajar con personas como mis compañeros del PAP como con el empresario igual de motivados en solucionar los problemas y llevar la empresa adelante fue una gran experiencia ya que cada quien tenía grandes aportaciones desde su formación que ayudaron a sacar adelante este proyecto.

Desde mi formación profesional pude ayudar a identificar el problema raíz de la empresa y contribuir a la creación de la estrategia que seguiríamos para poder solucionarlo como lo fue la implementación de un sistema de información gerencial. Considero que la manera en que se llevó a cabo el PAP ayudó de gran manera a lograr los objetivos.

En conclusión, considero que las MiPymes tienen una gran desventaja antes las empresas globalizadas y desde mi profesión me gustaría apoyar estas empresas a obtener las

herramientas para poder competir con estas grandes empresas y seguir ayudando a la creación de empleos.

Lic. en Negocios y mercados digitales. Anakaren Valerio Ortega

Desde el inicio, trabajar con una MiPyME me intrigó mucho. No tenía idea de los desafíos que estas empresas enfrentan, y al leer los prediagnósticos de las empresas que postularon a nuestro PAP, me sentí un poco abrumada por la cantidad y complejidad de problemas que podían surgir, la verdad me imaginaba que podrían ser pocos o problemas muy pequeños. Sin embargo, me intrigaba mucho saber cómo una empresa podía superar este tipo de obstáculos.

En el primer contacto con la empresaria de Piña Palmera, sentí una conexión inmediata con la empresaria ya que era muy buena persona, muy apasionada por su trabajo, extrovertida y estaba muy entusiasmada. Desde ahí sentí mucho compromiso por no defraudarla y apoyarla al máximo en el crecimiento de su empresa. Este compromiso se mantuvo firme a lo largo del tiempo, incluso cuando enfrentamos desafíos como complicaciones éticas con algunos empleados dentro de Piña palmera y también falta de comunicación con la empresaria. Sin embargo, gracias al trabajo en equipo y a la disposición de la empresaria para mejorar, logramos superar poco a poco estos obstáculos e incluso convertirlos en oportunidades de crecimiento para la empresa.

Esta experiencia me ha dejado un gran aprendizaje sobre la importancia del compromiso, la comunicación y el trabajo en equipo para el éxito de cualquier emprendimiento, especialmente en las MiPymes. Me llevo un profundo respeto por la valentía y la tenacidad de los pequeños empresarios que luchan por sus sueños y por crecer, me siento afortunada de haber podido contribuir al crecimiento de Piña Palmera.

3.2 Aprendizajes logrados

Lic en Administracion Financiera. Alan Lugo Villalobos

A lo largo del PAP, como estudiante y financiero fue crucial para abordar las necesidades de Piña Palmera. Contribuí en la reestructuración de las finanzas de la empresa, un momento muy desafiante, pues implicó la aplicación de mis conocimientos en finanzas y adaptarlos a un contexto empresarial pequeño y específico. Con estos desafíos, desarrollé una comprensión de cómo se aplica la teoría financiera en la práctica real, especialmente en entornos desafiantes.

Trabajar con equipos multidisciplinarios fue una valiosa experiencia de aprendizaje que fortaleció mis habilidades universitarias. Aprendí a comunicar eficazmente ideas complejas a personas de diferentes carreras, una habilidad importante en cualquier entorno profesional. Socialmente, este proyecto me permitió comprender mejor la dinámica y necesidades de las MIPYMES en México, brindando un contexto más amplio respecto de los desafíos económicos y políticos que enfrentan.

Desde mi área de estudio, aporté al PAP con conocimientos esenciales para la estructuración financiera, la estandarización de costos, tableros de ventas, apoyo a mis compañeros en diferentes trabajos semanales poniendo a prueba mi capacidad para analizar y elaborar ejercicios mejorando mis habilidades profesionales. Esta experiencia me permitió desarrollar aún más mis habilidades analíticas y estratégicas, identificando áreas de mejora que podrían optimizar los recursos y aumentar la eficiencia general.

Participar en este proyecto fue una revelación de mis capacidades y limitaciones, descubrí que soy capaz de liderar proyectos con un fuerte impacto social, dirigir equipos hacia objetivos claros, tomar decisiones informadas y evaluar resultados de manera crítica. La capacidad de adaptar soluciones financieras a diferentes contextos empresariales, y el uso efectivo de la tecnología en la gestión empresarial son habilidades demandadas en cualquier sector.

Este proyecto reflejó mis fortalezas y áreas de mejora, ya que me ayudo a comprender mejor quién soy como estudiante y lo que valoro en mi carrera. El PAP no solo sumó a mi formación académica y profesional, sino que también enriqueció mi vida personal, dándome una dirección más clara para mi futuro.

Lic. en Mercadotecnia. Sebastian Villa Flores Peon

En este PAP fue esencial poner en práctica todo lo que he visto a lo largo de la carrera varios aspectos para saber identificar el problema en las empresas fue de mucha ayuda para lograr determinar el problema raíz y saber cómo poder llegar a la solución, de igual manera pude complementar estos conocimientos que tenía al ponerlos en práctica en un entorno real.

Varios otros aspectos fueron fundamentales realmente opino que todo lo que vi fue de gran ayuda para llevar a cabo este proyecto, también considero que al trabajar con compañeros de otras carreras pude aprender de ellos y considero que fue muy enriquecedor ya que pude tener varias perspectivas acerca de cómo abordar los diferentes problemas que se fueron presentando.

Este proyecto me ofreció una perspectiva más clara acerca de cómo funcionan las empresas y cuáles son los retos que estas tienen que superar día con día para lograr ser rentables y llevar a cabo sus operaciones, hay mucho que aún me falta por aprender respecto al entorno real de los negocios, pero este PAP me ayudo en gran manera a ampliar mi visión que tenía sobre las MiPymes y como estas operan en México.

Siento que en este punto ya soy capaz de poder brindarle a las empresas ayuda para poder salir adelante, durante este PAP también aprendí cosas de mí mismo que realmente me ayudaron a estar más preparados personal y profesionalmente para un entorno laboral real.

Lic. en Negocios y mercados digitales. Anakaren Valerio Ortega

Desde el primer contacto con la empresaria de Piña palmera, supe que podía poner en práctica mis habilidades como estrategia digital, ya que en el ámbito digital no estaban muy avanzados, no tenían tan buena estrategia digital, y desde ahí me motivé para poder comenzar desde cero y crear algo grande.

En este pub pude poner a prueba varias cosas que he aprendido en mi carrera, desde el análisis de los problemas, los procesos internos, hasta las estrategias digitales que se podían hacer. Siento que al comienzo del PAP si se había muchas cosas, pero había veces que no me acordaba de algunos puntos o herramientas que podía usar, sin embargo, aquí pude recordar todo, investigar un poco más y hacer muchas de las cosas que he aprendido en diferentes materias.

Después de este proyecto, aprendí muchas cosas en la vida profesional y personal que me ayudarán a afrontar diferentes situaciones en la vida diaria. un aspecto muy importante es el trabajo en equipo, esto me ayudó a entender que cada uno, a pesar de que tenemos diferentes habilidades, nos complementamos para poder llegar a los resultados esperados, me sentí muy bien en este equipo, ya que, a pesar de yo no saber temas financieros, mis compañeros me

enseñaban y hacían que participar en ese tema, al igual que yo, nos adentre un poco a los demás de estrategias digitales.

Este proyecto me ayudó bastante a darme cuenta de todas las habilidades que he desarrollado a lo largo de mi carrera, obviamente tengo áreas de mejora y de oportunidad para seguir desarrollando estas habilidades, seguir aprendiendo y seguir conociendo. Estoy feliz de los resultados de lo que trabajé en el equipo y de lo que juntos como equipo logramos para la empresa y dentro del PAP.