

TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Centro Universidad Empresa

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Economía Solidaria y Trabajo Digno



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

3A02 Consultoría para la Competitividad

Consultoría MIPYMES Transformación Digital

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Germán Ruán Jiménez

Sofía Morris Estrada

Profesores PAP:

Mtra. Asela Angelina Burgos Campero,

Mtro. Jorge Ignacio López Ramella y

Mtra. Sandra Irene Barrera Bravo

Tlaquepaque, Jalisco, al 25 de noviembre de 2023

Indice

REPORTE PAP	4
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	4
Resumen	5
Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional	5
Entendimiento del ámbito y del contexto	6
Caracterización de la organización	7
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	8
1.4. Planeación de alternativa(s)	9
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	10
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	12
1.7. Bibliografía y otros recursos	14
1.8. Anexos generales	16
2. Productos	30
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia.....	33
3.1 Sensibilización ante las realidades.....	34
3.2 Aprendizajes logrados.....	36

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

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

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

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

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

El Reporte PAP consta de tres componentes:

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

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

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

Resumen

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) y Contribución Social Integrada, busca dar solución a problemas y/o necesidades que enfrentan las MiPyMEs en México.

La empresa tiene necesidades en el manejo de su información cuantitativa para obtener KPIs específicos que les permitan la toma de ciertas decisiones en tiempo real y lo más automáticamente posible.

Para apoyar a la empresa con estas necesidades, el PAP de Transformación Digital en MiPyMEs, usando la metodología Google Sprint, se analizó algunos procesos relevantes que se llevaban de forma manual con el fin de automatizar estas tareas y así permitir a nuestro colaborador de la empresa enfocarse en otras actividades más estratégicas y menos operativas. Una vez logrado esto, se minimizan los errores de captura logrando flujos de información continuos y validados que facilitan la toma de decisiones.

El objetivo del proyecto fue mejorar la eficiencia y eficacia de algunos procesos de la empresa, reducir los costos, minimizar tiempos de operación y transmitir una mentalidad digital a todo el equipo que participó en el PAP.

El proyecto involucra la colaboración y el trabajo en equipo de varios departamentos y especialistas en diferentes áreas, y se divide en fases metodológicas que siguen la lógica del proyecto. Los resultados fueron diferentes acciones y entregables con información que permiten tomar decisiones y optimizar actividades operativas.

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.

Se ha optado por usar la metodología Sprint de Google. Esta metodología, que se ha popularizado en el mundo de la tecnología, se basa en la colaboración intensiva y el uso de prototipos rápidos para analizar y mejorar los procesos. Para la empresa, esto significa que, mediante el trabajo conjunto de sus colaboradores y miembros del PAP, se pueden detectar y solucionar ineficiencias en sus procesos y, en última instancia, mejorar su competitividad en el mercado.

Las fases metodológicas del proyecto que se plantearon desde el inicio de la colaboración en el PAP son, la fase cero para el prediagnóstico, toma de requerimientos, inducción, alcance del proyecto y objetivos. Los sprint que se desarrollaron durante esta intervención fueron los siguientes: Implementación de ERP, sistema de vaciado de información en Excel, implementación de página web, implementación de landing page, integración de Odoo WhatsApp Bussines, integración de correo electrónico con landig page, digitalización del

proceso comercial, creación de perfiles en LinkedIn, plantillas de posteo Facebook y manual de uso de Odo. Estos puntos están detallados en el anexo 6.

El equipo PAP lo forman dos consultores Jr. y una empresa que pudimos enlazarnos con el director general y fundador y su hijo, actualmente en una transición generacional de la empresa.

En los siguientes puntos (1.1. a 1.8) se describen las fases de la metodología del Ciclo participativo PAP y los contenidos/elementos a describir en cada una.

En conclusión, la metodología Sprint de Google junto con la Transformación Digital se presentan como una solución a la problemática que enfrentan las Pymes en México y la situación particular de la empresa. Al transformar los procesos de la empresa, se busca aprovechar su potencial tecnológico para mejorar la productividad y liberar a sus colaboradores de tareas monótonas y repetitivas, permitiéndoles enfocarse en áreas que brinden mayor valor a la empresa.

Entendimiento del ámbito y del contexto

Las MIPYMES desempeñan un papel fundamental en la economía global, contribuyendo significativamente al empleo y al crecimiento económico. Sin embargo, muchas de estas empresas que han estado en funcionamiento durante mucho tiempo se enfrentan a desafíos para mantener su competitividad y adaptarse a un entorno empresarial en constante evolución. Uno de los desafíos más importantes que enfrentan es la necesidad de pasar a la transformación digital.

En México, muchas micro, pequeñas y medianas empresas MiPymes enfrentan una problemática social en la que son removidas del mercado por empresas más grandes que aprovechan las nuevas tecnologías. Esto se debe en gran parte al rezago digital y tecnológico que las MiPymes experimentan, lo que las vuelve poco competitivas y aumenta la posibilidad de ser desplazadas del mercado. Además, en algunas empresas, los empleados pasan todo su tiempo ejecutando tareas repetitivas en lugar de dedicarse a áreas donde puedan aportar mayor valor.

En datos del INEGI al 2019, los Censos Económicos identificaron que en México había 4.9 millones de establecimientos del sector privado y paraestatal. De estos, 99.8 % pertenecía al conjunto denominado MiPymes. Este dio trabajo a 27 millones de personas. El EDN 2020 estimó que nacieron 619 443 establecimientos y cerraron definitivamente 1 010 857; mientras que el EDN 2021 estimó que nacieron 1 187 170 y cerraron 1 583 930. Lo anterior significa que, entre mayo de 2019 y julio de 2021, incrementaron en 12 % los nacimientos y en 12 % las muertes.

En este contexto, la empresa se enfrenta a una situación particular: no cuenta con sistemas de información, no cuenta con herramientas digitales. El PAP de Transformación Digital en MiPymes ha optado usar la metodología Sprint de Google para analizar y comprender los procesos de la empresa para replantearlos y/o transformarlos buscando mejoras medibles y cuantificables. El objetivo es ejecutar los procesos en menos tiempo y automatizar las tareas clave que permitirán a los colaboradores de la empresa dejar de dedicar tiempo a algunas tareas monótonas y repetitivas, para que puedan enfocar ese esfuerzo en otras actividades que

brindan más valor a la empresa y facilitar a dirección la toma de decisiones con mayor grado de automatización.

La transformación digital implica la adopción de tecnologías, un cambio cultural, y una mayor conexión con los clientes.

Las MIPYMES en Guadalajara, Jalisco, México, tienen raíces históricas en sectores tradicionales como la artesanía y la industria textil, pero han evolucionado para abarcar diversos sectores, incluyendo tecnología y manufactura.

Se han enfrentado a desafíos debido a la globalización y han invertido en innovación y tecnología para mantener su competitividad. Actualmente, se centran en la gestión de la transformación digital y la sostenibilidad ambiental. Su historia refleja la diversificación y capacidad de recuperación económica de la región.

Caracterización de la organización

El proyecto de Transformación Digital en la organización tiene como objetivo mejorar la eficiencia y eficacia de los procesos de la empresa mediante la automatización del proceso comercial, generar KPIs y reportes, así como la creación de Dashboards que permitan una mejor visualización y análisis de los datos generados. Esto ayudará a la empresa a tomar decisiones más informadas y precisas en tiempo real, lo que a su vez mejorará su capacidad para cumplir con los requisitos de la empresa y sus clientes.

La historia de esta empresa en la industria joyera comienza en 1990, una empresa mexicana especializada en la fabricación de herramientas de alta calidad para la joyería. Con más de tres décadas de experiencia en la industria, donde varios miembros de la familia han contribuido a su crecimiento. Actualmente cuentan con dos áreas funcionales que son administración y producción, con 3 empleados en producción y dos gerentes en administración.

Su objetivo principal es proporcionar soluciones prácticas que satisfagan las necesidades específicas de los clientes. Su diferenciador de mercado es ofrecer equipos personalizados y de alta calidad que permiten una producción más rápida y eficiente.

La automatización de ciertos procesos también permitirá a la empresa reducir los costos y tiempos, además de ampliar su mercado, lo que resultará en una mayor rentabilidad y competitividad. Además, el proyecto ayudará a los empleados de la empresa a trabajar de manera más eficiente al proporcionarles prácticas que les permita acceder y analizar datos de manera rápida y sencilla. Pero lo más importante, queremos dejar una mentalidad digital en el equipo de la organización que les genere una iniciativa propia de estar actualizado y realizando sus actividades diarias pensando en la mejora continua y automatización.

En este contexto, es importante destacar las pocas áreas que conforman la empresa: administración y producción. La colaboración y el trabajo en equipo son fundamentales para el éxito de este proyecto, ya que se tienen muchas áreas de mejora dentro de esta empresa.

En el proceso de fabricación, las máquinas se crean en base las necesidades de sus clientes, se encargan de que la materia prima esté en almacén, como se puede observar en el Bussines Model Canvas (Anexo 3), su proceso comercial (Anexo 6) contiene varias áreas de oportunidad y de almacenar registros de todos sus procesos, aun cuando el nivel de automatización en las micro, pequeñas y medianas empresas Mypimes en México puede variar significativamente según la industria, la región y otros factores, así como la falta de información de su actualización tecnológica, este tipo de empresas comienzan a presentar obsolescencia en sus procesos lo que una actualización les permitiría crear más valor en su industria.

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

Se inició realizando una revisión en retrospectiva para identificar los puntos fuertes y débiles de los procesos. Durante esta revisión se logró detectar los procesos que necesitan ser intervenidos. La empresa comprende los beneficios de la transformación digital aun cuando tiene un grado incipiente en el resultado de su test digital Anexo 2.

Como se obtuvieron resultados imperiosos para su área, no hubo dificultades en el involucramiento de sus procesos para analizar los posibles cambios o propuestas del equipo PAP.

Los principales procesos de oportunidad que se identificaron fueron:

- Registro de datos en registros físicos.
- Desarticulación de canales de comunicación.
- Optimización de procesos y reducción de los tiempos de ejecución mediante la implementación de sistemas automatizados.
- Planteamiento de nuevas estrategias laborales que maximicen la eficiencia en comparación con las prácticas previamente empleadas.
- Potenciamiento de los gerentes comprometidos con la investigación y aplicación de mejoras en sus labores diarias y en las herramientas que utilizan.

Para realizar un diagnóstico preciso, se entrevistaron a profundidad para conocer los procesos de la empresa que luego se usaron como insumo para mapear los procesos del proceso comercial.

Se hizo un mapeo inicial, después se mejoró el diagrama y se le dio formato para pasar a una revisión de cada proceso en la que se hicieron muchos cambios, por lo que se volvió a acomodar en el diagrama de Bizagi cada proceso para tener una tercera revisión de ajustes para llegar a la versión final, que se redactarán después.

El proceso comercial comenzaba con la diferenciación de dos tipos de clientes potenciales, el primero es el cliente que se dedica a la fabricación de joyería (cliente 1), el segundo forma parte del segmento de clientes que buscan emprender y comenzar con la fabricación de joyerías (cliente 2), es importante hacer esta diferenciación ya que los productos que buscan los dos tipos de clientes son distintos en cuanto a personalización del producto. El medio de comunicación más usado por el cliente 1 es WhatsApp y por el cliente 2. Su primer contacto es Facebook Messenger, página por la que han tenido contacto sus compradores

internacionales, no se cuenta con una metodología para atender a los nuevos clientes y concretar más ventas de sus productos.

Con ayuda de nuestros asesores del PAP pudimos detectar dónde se encuentran estas actividades que necesitan transformarse y actualizarse acorde a las nuevas herramientas o las prácticas más actuales.

Al momento de planear estas implementaciones la problemática se materializó en retos que ponen a prueba nuestros conocimientos y habilidades de planeación que incluyen un cronograma de implementación basado en la metodología Sprint de Google, y ahora sí, la teoría se enfrenta a la realidad permitiéndonos interactuar con escenarios reales.

1.4. Planeación de alternativa(s)

Para casos de planeación:

Una vez detectadas las problemáticas inició el proceso creativo para buscar alternativas que las solucionen o mejoren, siguiendo la metodología Sprint de Google fomentamos la generación de ideas con diálogo y cuestionamientos internos.

Las alternativas que junto con la organización se eligieron, diseñaron y/o validaron para resolver la necesidad de identificar las capacidades empresariales que formarán la base del plan de desarrollo fueron:

- La automatización del proceso comercial se llevará a cabo mediante la implementación de un Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP), que contendrá una base de datos centralizada, además de todas las funcionalidades contables y financieras necesarias para el negocio. Este enfoque permitirá mejorar y optimizar los flujos de información, asegurando que los datos se mantengan actualizados en tiempo real dentro del ERP.
- En paralelo, se realizará una capacitación integral en el uso del ERP para lograr una utilización eficiente y aprovechar al máximo las capacidades que esta herramienta proporciona. La centralización de herramientas para automatizar mensajes, seguimiento de ventas y análisis de datos brindará una visión global de la relación con nuestros clientes, mejorando significativamente la toma de decisiones.
- Asimismo, se procederá a la creación de un Landing Page que conferirá una imagen profesional a nuestra empresa y proyectará una visión internacional de los productos que ofrecemos, fortaleciendo así nuestra presencia en el mercado.

Gracias al mapeado de procesos Anexo 7, se obtuvo un panorama general de la organización, sus procesos y la forma en la que interactúan, las entrevistas iniciales también brindaron una perspectiva más clara de las actitudes de los colaboradores hacia la intervención y permitieron construir cercanía entre consultores y el personal.

Se realizó un plan de trabajo en las 16 semanas disponibles para la terminación del proyecto y los objetivos del mismo a través de un cronograma muy sencillo en Google Sheets que se compartió con todo el equipo y se asignó a uno de los integrantes para llevar el control Como se ejemplifica en el Anexo 6.

Se tiene una carpeta, donde cada semana un formato listo para cada bitácora, un requerimiento de los asesores PAP con el propósito de no perder el hilo semanalmente y poder retroalimentar avances, el orden de la carpeta se puede observar en el anexo 1.

Con la guía proporcionada en el Anexo 6, hemos podido identificar los Sprints más apropiados para abordar las oportunidades de mejora desde su origen, evitando así solucionar problemas de manera superficial que no tendrían un impacto a largo plazo.

Para casos en etapa de implementación:

El análisis del proceso comercial reveló la necesidad de una intervención integral, abarcando desde la prospección de clientes hasta el seguimiento y la postventa. Se identificó una falta de eficiencia en la gestión, lo que hizo evidente la importancia de automatizar y consolidar los procedimientos en una única plataforma. Previo a esta intervención, se empleaban diversas plataformas para distintas fases del proceso comercial, lo que resultaba en una falta de cohesión y eficacia. La ausencia de una plataforma profesional para la captación de nuevos clientes y la atención requerida agravaba esta situación, lo que motivó la necesidad de un cambio sustancial en nuestra estrategia.

Era imperativo consolidar todas estas necesidades en una única plataforma de manera eficaz, dado el tamaño de la empresa. La solución requerida debía ser de implementación ágil y de fácil adopción, centrándose exclusivamente en los aspectos críticos del proceso comercial. Esta elección debía favorecer la expansión de la empresa sin agregar complejidades innecesarias, garantizando al mismo tiempo una atención adecuada a los nuevos clientes. El desafío residía en lograr una solución integral y perfectamente interconectada que cumpliera con estos objetivos.

1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

Para ahondar en las alternativas diseñadas y en el plan de trabajo previamente mencionado, se implementaron los siguientes pasos para cada caso:

En primer lugar, se llevó a cabo la integración de módulos en Odoo con el objetivo de capturar y gestionar de manera minuciosa y precisa todas las operaciones inherentes a la empresa. En este contexto, se identificó a Odoo como una herramienta esencial en la gestión, permitiendo una administración integral y eficiente de los procesos financieros.

La elección del ERP de Odoo, complementado con herramientas de seguimiento de clientes, fue el resultado de un proceso que involucró múltiples reinicios de la metodología del "Google Sprint". Se realizaron ciclos de validación, algunos comenzaron a desarrollarse, pero no se concluyeron por falta de comprensión del problema. Como ejemplo, en un momento se consideró la creación de un registro estático en Excel, lo cual no estaba alineado con las mejores prácticas de uso de tecnologías.

Además, se percibía que un CRM podría abordar adecuadamente el seguimiento de clientes potenciales, pero se determinó que, dada la escala de la empresa, un sistema tan complejo sería excesivo y no se aprovecharía de manera óptima, lo que provocaría una pérdida de recursos con el tiempo.

Para proporcionar una solución efectiva que abordara el problema raíz, fue esencial recurrir a la plataforma Odoo, la cual se distingue por su flexibilidad al permitir la selección y utilización de módulos específicos, evitando así la subutilización de capacidades propias de sistemas ERP más complejos. Para identificar los módulos que mejor se ajustasen a las necesidades particulares del proceso comercial de la empresa, se analizó todas las opciones disponibles dentro del sistema. Tras un meticuloso proceso de evaluación, se tomaron decisiones estratégicas, optando por aquellos módulos que demostraron una mayor capacidad de integración con los requerimientos empresariales.

En consecuencia, los módulos seleccionados para su implementación incluyeron los siguientes:

- **Contactos:** Este módulo permitió gestionar de manera eficiente la información de los contactos comerciales, lo que resultó crucial para mantener una base de datos actualizada y brindar un servicio más personalizado a los clientes y prospectos.
- **Ventas:** El registro de ventas es la parte fundamental de la integración por que de aquí parten las primeras decisiones de negocio, ayudara a tener registro de las ventas y poder analizarlas en el módulo de tablero.
- **Contabilidad:** La contabilidad es un componente crítico en cualquier empresa. La elección de este módulo de Odoo facilitó la administración de las finanzas, garantizando un registro preciso de las transacciones y una gestión eficaz de los aspectos económicos del negocio.
- **Sitio web:** La presencia en línea se ha vuelto esencial para las empresas modernas. La implementación del módulo de sitio web de Odoo permitió la creación y gestión de una plataforma web profesional que representara adecuadamente a la empresa y ofreciera una vitrina digital para sus productos y servicios.
- **Marketing social:** En un entorno digital, el marketing en redes sociales desempeña un papel significativo. La incorporación del módulo de marketing social en Odoo facilitó la creación y seguimiento de campañas en redes sociales, lo que resultó esencial para

llegar a un público más amplio y atraer nuevos clientes.

- Encuestas: La retroalimentación de los clientes es valiosa para mejorar la calidad de los productos y servicios. La inclusión del módulo de encuestas permitió la creación y distribución de cuestionarios para recopilar opiniones y sugerencias que contribuyeron a la mejora continua.
- Tableros: Para una toma de decisiones informada, la visualización de datos es esencial. El módulo de tableros en Odoo permitió la creación de paneles de control personalizados que ofrecían una visión clara de los indicadores clave de desempeño y ayudaban en la supervisión y gestión eficaz del proceso comercial.

En conjunto, la elección y configuración de estos módulos en Odoo permitieron a la empresa maximizar la eficiencia de sus operaciones comerciales y ofrecer una solución sólida y personalizada para atender sus necesidades específicas en el proceso comercial.

Para determinar que la implementación de los módulos de Odoo era la opción óptima para abordar las áreas de oportunidad en la empresa, utilizamos la metodología de Google Sprint. Esta metodología nos permitió abordar de manera ágil la comprensión de la problemática y explorar de manera más efectiva las posibles alternativas. En el Anexo 6 se detallan todos los Sprints realizados, de los cuales se validaron e implementaron completamente 6 de los 10, todos enfocados en la plataforma de Odoo.

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

Durante el proyecto, se abordaron las problemáticas identificadas de manera minuciosa y estratégica, y como resultado, se lograron avances significativos que tuvieron un impacto positivo en la empresa como se muestra en el Anexo 5. A continuación, destacaré los resultados alcanzados y los impactos generados:

- Integración Efectiva de Módulos en Odoo: La elección de Odoo como el sistema ERP central demostró ser acertada. La integración de módulos específicos permitió capturar y gestionar de manera minuciosa todas las operaciones de la empresa, desde la gestión de contactos comerciales hasta la visualización de datos clave en los tableros.
- Optimización de la Administración Financiera: El módulo de Contabilidad en Odoo facilitó una administración más eficaz de las finanzas de la empresa. Esto se tradujo en un registro preciso de las transacciones y en una mejor gestión de los aspectos

económicos del negocio, lo que contribuyó a una toma de decisiones más informada.

- **Mejora en la Gestión de Clientes y Prospección:** El módulo de Contactos permitió mantener una base de datos actualizada, lo que resultó crucial para brindar un servicio más personalizado a los clientes y prospectos. Esto mejoró la relación con los clientes y aumentó la retención.
- **Presencia en Línea Profesional:** La implementación del módulo de Sitio Web de Odoo permitió una presencia en línea profesional, lo que se ha vuelto esencial para las empresas modernas. El sitio web se convirtió en una vitrina digital para los productos y servicios de la empresa, lo que a su vez atrajo a nuevos clientes.
- **Aprovechamiento de Redes Sociales:** La incorporación del módulo de Marketing Social en Odoo facilitó la creación y seguimiento de campañas en redes sociales. Esto permitió llegar a un público más amplio y aumentar la visibilidad de la empresa en un entorno digital.
- **Feedback y Mejora Continua:** El módulo de Encuestas posibilitó la recopilación de opiniones y sugerencias de los clientes, lo que fue valioso para mejorar la calidad de los productos y servicios. La empresa pudo adaptar sus ofertas según las necesidades y expectativas de los clientes.
- **Visualización de Datos Clave:** El módulo de Tableros en Odoo permitió la creación de paneles de control personalizados, ofreciendo una visión clara de los indicadores clave de desempeño. Esto facilitó la toma de decisiones informadas y la supervisión eficaz del proceso comercial.

En resumen, la elección y configuración de estos módulos en Odoo no solo maximizaron la eficiencia de las operaciones comerciales de la empresa, sino que también proporcionaron soluciones sólidas y personalizadas para abordar las problemáticas identificadas. Como resultado, la empresa experimentó una mejora en la gestión financiera, una mayor eficacia en la retención de clientes, una presencia en línea profesional y un enfoque más efectivo en el marketing y la mejora continua. Estos avances se tradujeron en un impacto positivo en el

negocio y en su capacidad para adaptarse y prosperar en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

Concepto	Antes de Odoo	Después de Odoo
Tiempo de respuesta de correo electrónico (cotización o requerimientos)	De 3 a 4 días hábiles	Máximo 24 hrs
Ventas	Procesos manuales, registro manual y dificultades en seguimiento	Automatización de procesos, seguimiento más eficiente y seguimiento de la información
Contabilidad	Sin registro, retrasos en informes	Registros automatizados, informes en tiempo real y seguimiento de la información
Landing page	Presencia mínima en medios digitales, menor alcance y nivel de prospección	Mayor confiabilidad, mayor alcance, generación de leads e interacción en medios digitales
Tableros	No se contaba con información gráfica sobre las operaciones	Se cuenta con un tablero dinámico con un resumen de las operaciones, así como filtros para una búsqueda óptima

1.7. Bibliografía y otros recursos

6 módulos imprescindibles de ODOO. (2020, enero 16). Develoop Software; Develoop.

<https://www.develoop.net/es/6-modulos-imprescindibles-de-odoo/>

Barzanallana, R. (s/f). *Sistemas de bases de datos. Informatica Aplicada a la Gestion Publica. Universidad de Murcia. Rafael Barzanallana*. Dis.um.es. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de

https://dis.um.es/~barzana/Informatica/IAGP/IAGP_Sistemas_BD.html

Carrero, L. (2023, abril 18). 10 sistemas de administración de bases de datos populares [Lista]. *Stackscale*. <https://www.stackscale.com/es/blog/sistemas-administracion-bases-datos-populares/>

De, E. S. el I. P. I. M. D. del E. S. la D. de L. N. Q. la R. en D., Desaparecieron, se T. Q., Establecimientos, 128, De, en J. de C. L. C. E. 2019 a. S., Nacieron, en E. P., Económicas, 718 Unidades, de establecimientos en Jalisco disminuyó de, C. lo Q. la P. I., Decir, E., De, H. U. R., & la entidad., 410 Negocios en. (s/f). *Demografía de los negocios de Jalisco*. Gob.mx. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de

<https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2021/03/Ficha-informativa-Demografia-de-los-negocios-de-Jalisco-20210326.pdf>

Economista, E. (2023, agosto 31). *Jalisco impulsará a Pymes como proveedoras de industria manufacturera*. El Economista. <https://www.economista.com.mx/estados/Jalisco->

[impulsara-a-Pymes-como-proveedoras-de-industria-manufacturera-20230831-0070.html](https://www.xataka.com/basics/macros-excel-que-como-funcionan-como-crearlos)

Fernández, Y. (2021, febrero 13). *Macros de Excel: qué son, cómo funcionan y cómo crearlos*. Xataka.com; Xataka Basics. <https://www.xataka.com/basics/macros-excel-que-como-funcionan-como-crearlos>

Martínez, S. (s/f). *La importancia de las mipymes en la economía mexicana*. Mexicocomovamos.mx. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de <https://mexicocomovamos.mx/expansion/2023/06/la-importancia-de-las-mipymes-en-la-economia-mexicana/>

Mayela, A. (2017, septiembre 6). *¿Qué es Google Design Sprint?* Hazlo Digital. <https://www.hazlodigital.com/blog/productividad/que-es-google-design-sprint/>

MIPYMES. (2022, enero 2). Secretaría de Economía. <https://e.economia.gob.mx/glosario/mipymes/>

Modelos, módulos y aplicaciones — documentación de Odoo - 15.0. (s/f). Odoo.com. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de https://www.odoo.com/documentation/15.0/es/applications/productivity/studio/models_modules_apps.html

Moldeo Interactive [@moldeointeractive]. (2018, agosto 23). *Cursos Odoo - Crear Página Web desde un Módulo*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=3jdLDqxwLnk>

Molina, J. A. (2023, junio 27). *Día de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas ¿Cuál es la importancia de celebrarlas?* El Economista. <https://www.economista.com.mx/el-empresario/Dia-de-las-Micro-Pequeñas-y-Medianas-Empresas-Cual-es-la-importancia-de-celebrarlas-20230626-0125.html>

Odoo [@Odoo]. (2018, mayo 30). *Tableros Personalizados*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=GZFINZsmW3U>

Proyectos de Innovación en MIPyMES. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de <https://info.jalisco.gob.mx/gobierno/programas-apoyo/modalidad/19119>

purchase. (s/f). Odoo S.A. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de https://www.odoo.com/es_ES/app/purchase

Rootstack. (s/f). *Módulos de Odoo para potenciar las ventas y manejar los clientes*. Rootstack. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de <https://rootstack.com/es/blog/odoo-modulos>

Solution, X. P. [@xp-solution]. (2022a, octubre 31). *Ventas Odoo - Tarifas. Configurar & imprimir tarifas mayoreo*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=tjRaehY8-xo&list=PLysrrgUJJUctdMKzlpKlBFP-VJCSJy700&index=2>

Solution, X. P. [@xp-solution]. (2022b, diciembre 2). *Curso completo - módulo de ventas Odoo Enterprise 15*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=M5LJWQzIAQ0&list=PLysrrgUJJUctdMKzlpKlBFP-VJCSJy700>

Su primer módulo — documentación de Odoo - 15.0. (s/f). Odoo.com. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de https://www.odoo.com/documentation/15.0/es/administration/odoo_sh/getting_started/first_module.html

varios modulos. (s/f). IT Admin. Recuperado el 22 de noviembre de 2023, de

<https://odoo.itadmin.com.mx/varios-modulos>

1.8. Anexos generales

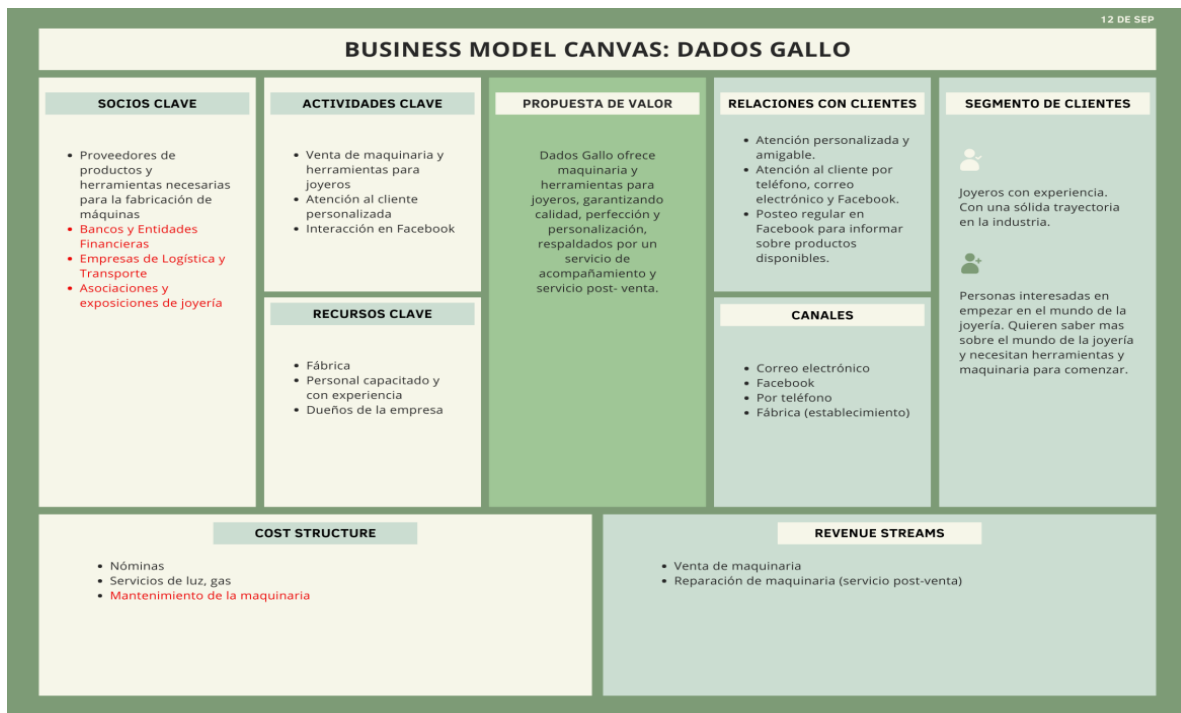
Anexo 1. (Cronograma)

Semana	Fecha	Descripción	Quien	Notas
Sem5	lunes, 11 de septiembre de 2023	Visita a la empresa Datos gallo	Sofia, German y Luis	Primer acercamiento presencial a la empresa
	martes, 12 de septiembre de 2023	Procesamos la informacion y planteamos las primeras propuestas junto al plan de trabajo	German y sofia	Planteamos alternativas sin dar ninguna como aceptada esperando retroalimentacion
	jueves, 14 de septiembre de 2023	Junta con los empresarios en Zoom para presentar el plan de trabajo	German y sofia	
Sem6	lunes, 18 de septiembre de 2023	Retroalimentacion con asesores PAP y modificacion de plan de trabajo	German, Sofia y Sandra	Recibimos retroalimentacion de nuestras primeras propuestas
	martes, 19 de septiembre de 2023	Reestructuramos las primeras propuestas	German y sofia	
Sem7	jueves, 21 de septiembre de 2023			
	lunes, 25 de septiembre de 2023	Consulta y definicion de plan de trabajo	German, Sofia, Jorge y Sandra	Aqui definimos los modulos que implementaremos en Odoo
	martes, 26 de septiembre de 2023	Investigacion de modulos Odoo	German y sofia	
Sem8	jueves, 28 de septiembre de 2023	Presentacion de cronograma y Sprint	German, Sofia y sandra	Un cronograma bien definido con actividades clave
	lunes, 2 de octubre de 2023	Presentacion de la investigacion de Odoo	German y Sofia	
	martes, 3 de octubre de 2023	Recopilacion de datos para itegracion de Odoo	German y Sofia	Visitar la empresa para que la informacion sea mas clara y facil de recopilar
Sem9	jueves, 5 de octubre de 2023	Presentacion de la informacion a integrar	German y sofia	
	lunes, 9 de octubre de 2023	Implementacion de Odoo	German, Sofia y sandra	
	martes, 10 de octubre de 2023	Implementacion de Odoo	German y sofia	
Sem10	jueves, 12 de octubre de 2023	Evaluacion de progresos	German y sofia	
	lunes, 16 de octubre de 2023	Implementacion de Odoo	German y sofia	
Sem10	martes, 17 de octubre de 2023	Implementacion de Odoo	German y sofia	
	jueves, 19 de octubre de 2023	Evaluacion de progresos	German y sofia	
Sem11	lunes, 23 de octubre de 2023	Implementacion de Odoo	German y sofia	Estas semanas seran las de mayor trabajo para poder integrar todos los elementos necesarios
	martes, 24 de octubre de 2023	Implementacion de Odoo	German y sofia	
Sem12	jueves, 26 de octubre de 2023	Evaluacion de progresos	German y sofia	Ultima comprobacion de este sprint
	lunes, 30 de octubre de 2023	Comprobacion de integracion	German, Sofia y sandra	
Sem13	martes, 31 de octubre de 2023	Posibilidad de integrar un nuevo sprint con nuevas necesidades a partir de implementacion	German y sofia	Ver la posibilidad maíormente por el tiempo restante de agregar nuevas necesidades que puedan emerger por lo ya implementado
	jueves, 2 de noviembre de 2023	Monitorear la implementacion	German y sofia	
	lunes, 6 de noviembre de 2023	Monitorear la implementacion	German, Sofia y sandra	
Sem14	martes, 7 de noviembre de 2023	Nuevo sprint de nuevas necesidades	German y sofia	
	jueves, 9 de noviembre de 2023	Nuevo sprint de nuevas necesidades	German y sofia	
	lunes, 13 de noviembre de 2023	Nuevo sprint de nuevas necesidades	German, Sofia y sandra	Aqui ya tener avances considerables en el RPAP y presentaciones finales
Sem15	martes, 14 de noviembre de 2023	Evaluacion de nuevos resultados	German y sofia	
	jueves, 16 de noviembre de 2023	Presentacion de avances al empresario	German y sofia	
	lunes, 20 de noviembre de 2023	Ultimos detalles de la integracion	German y sofia	Ultimos toques esteticos nada de trabajo para
Sem16	martes, 21 de noviembre de 2023	Dia de colchon	German y sofia	
	jueves, 23 de noviembre de 2023	Trabajo en RPAP	German y sofia	
	lunes, 27 de noviembre de 2023	Ultima retroalimentacion del RPAP y presentacion	German y sofia	
Sem16	martes, 28 de noviembre de 2023	Presentacion PAP	German y sofia	
	jueves, 30 de noviembre de 2023	Presentacion PAP	German y sofia	

Anexo 2. (Calificación chequeo digital)

EXPERTO								
AVANZADO								
COMPETENTE								
NOVATO								
INICIAL								
	Comunicaciones	Cultura y liderazgo	Datos y analítica	Estrategia y transformación digital	Personas y organización	Procesos	Producto e innovación	Tecnologías y habilidades digitales

Anexo 3. (Bussines model canvas)



Anexo 4. (Customer Journey Map)

Datos gallo			
Customer Journey Map: Rec			
	Etapa de conciencia	Etapa de consideración	Etapa de decisión
¿Qué esta pensando o sintiendo el cliente?	El cliente reconoce que necesita una máquina para la producción de joyería para su negocio	El cliente ya comparó precios y escogió el proveedor que más le conviene	El cliente ya esta convencido de que Dados Gallo es el proveedor ideal para adquirir su producto
¿Cuál es la acción del cliente?	El cliente se va con sus proveedores de mucho tiempo / el cliente investiga entre sus contactos y por recomendación llega / El cliente investiga en internet sobre maquinaria y herramientas disponibles para joyeros	El cliente escribe a la empresa para preguntar sobre especificaciones y tiempo de entrega en su producto	El cliente recibe confirmación para la elaboración de su pedido y confirma la orden con un 50% del total del costo del producto
¿Qué o en dónde esta buscando el cliente?	El cliente puede contactar a la empresa a través de correo electrónico, por teléfono y por messenger Facebook.	El cliente está buscando recomendaciones entre su ámbito laboral para confirmar si su decisión es la correcta	El cliente busca visitar la empresa para ver el producto en persona y convencerse al 100% de que es lo que está buscando

<p>¿Cómo impulsaremos al comprador a lo largo de su viaje con nosotros en mente?</p>	<p>El cliente recibe una llamada por parte de la empresa, una contestación de mensaje o de correo, lo más rápido que el cliente puede recibir respuesta es a través de una llamada.</p>	<p>Al cliente se le ofrecen diferentes cotizaciones y tiempos de entrega estimados para su producto, además de le ofrece un servicio personalizado y de post venta</p>	<p>El cliente después de ver el producto, paga y se lleva su producto. La empresa seguirá ofreciendo herramientas complementarias que le puedan servir al cliente y además ofrece el servicio post venta por cualquier servicio de reparación o mantenimiento que pueda necesitar.</p>
--	---	--	--

Anexo 5. (Matriz de impacto)

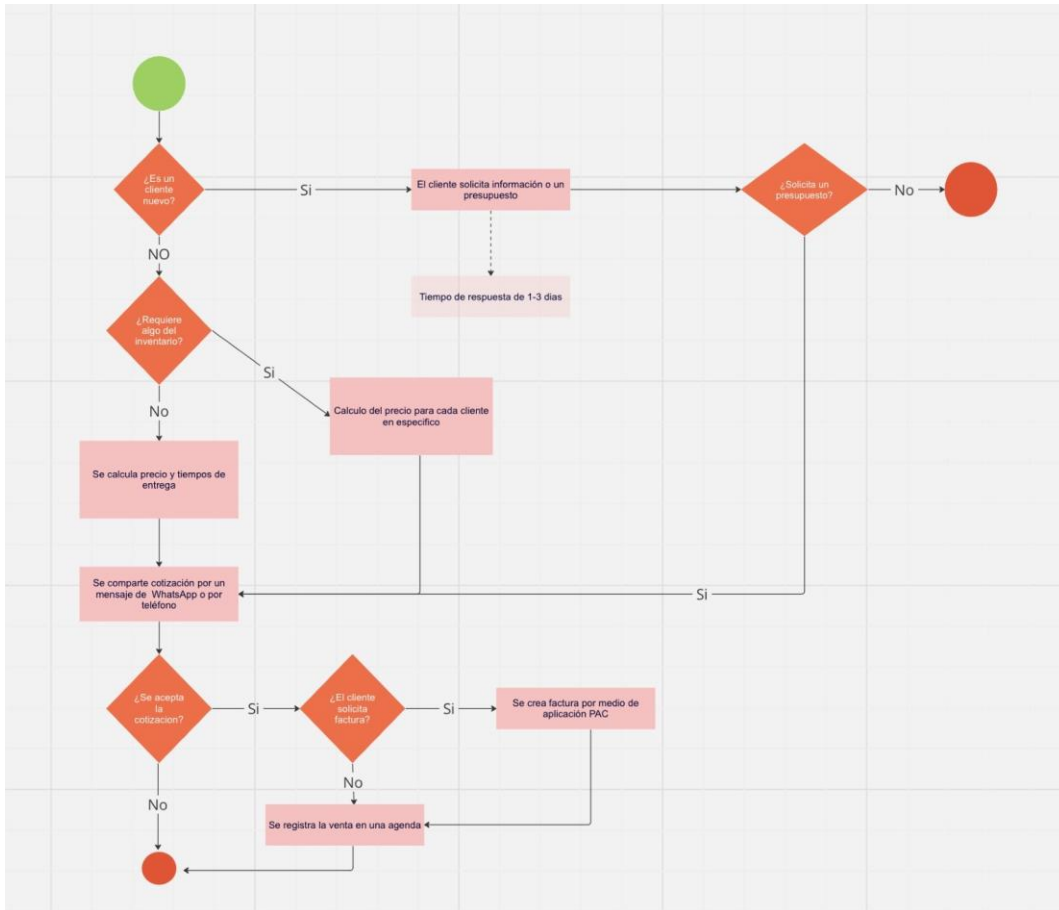
CADENA DE IMPACTO PAP				
Fin: (Objetivo específico)	Ejecutar los procesos en menos tiempo y automatizar las tareas clave que permitirán a nuestros colaboradores mejorar de dedicar tiempo a algunas tareas monótonas y repetitivas, para que puedan enfocar ese esfuerzo en otras actividades que brindan más valor a la empresa y facilitar a dirección la toma de decisiones con mayor grado de automatización.			
Resultado	Actividades para lograr el resultado	Resultado: Producto o servicio que resulta de la intervención	Uso del Resultado: Quién y cómo utiliza el resultado	Beneficio directo del resultado: Cambio esperado
Proceso comercial	Entrevista con el colaborador para la comprensión y análisis del proceso. -Investigación sobre funcionamiento del módulo -Configuración y automatización de la consulta para transformar los datos. -Incorporación de la información -Prueba e interacción del módulo con los demás partes de la integración	Módulo de contactos: Este módulo permitted gestionar de manera eficiente la información de los contactos comerciales, lo que resultó crucial para mantener una base de datos actualizada y brindar un servicio más personalizado a los clientes y prospectos.	Nuestros colaboradores tienen una base de datos de los clientes y potenciales clientes a la que tendrán un fácil y ordenado acceso.	Mayor organización de los datos de los clientes y su información histórica.
1	Entrevista con el colaborador para la comprensión y análisis del proceso. -Investigación sobre funcionamiento del módulo -Configuración y automatización de la consulta para transformar los datos. -Incorporación de la información -Prueba e interacción del módulo con los demás partes de la integración	Módulo de ventas: El registro de ventas es la parte fundamental de la integración por que de aquí parten las primeras decisiones de negocio, ayudara a tener registro de las ventas y poder analizarlas en el módulo de tablero.	Nuestros colaboradores tendrán la tarea de registrar las ventas en este módulo así como las cotizaciones si quieren acceder a la información financiera del negocio, los resultados de este módulo se aprecian de una mejor manera en el módulo de tableros.	Base de datos centralizada que ayudara a la toma de decisiones de negocios.
2				
3	Entrevista con el colaborador para la comprensión y análisis del proceso. -Investigación sobre funcionamiento del módulo -Configuración y automatización de la consulta para transformar los datos. -Incorporación de la información -Prueba e interacción del módulo con los demás partes de la integración	Módulo de contabilidad: La contabilidad es un componente crítico en cualquier empresa. La elección de este módulo de Odoo facilitó la administración de las finanzas, garantizando un registro preciso de las transacciones y una gestión eficaz de los aspectos económicos del negocio.	El módulo de contabilidad podrá tener acceso a que nuestros colaboradores puedan timbrar y eliminar facturas desde un mismo sistema, mismo que lleva un registro y análisis de los datos.	Tener un sistema que incluya la contabilidad podrá ser comparable con las ventas reales de la empresa e impulsar su crecimiento y formalización.
4	Entrevista con el colaborador para la comprensión y análisis del proceso. -Investigación sobre funcionamiento del módulo -Configuración y automatización de la consulta para transformar los datos. -Incorporación de la información -Prueba e interacción del módulo con los demás partes de la integración	Módulo de sitio web: La presencia en línea se ha vuelto esencial para las empresas modernas. La implementación del módulo de sitio web de Odoo permitió la creación y gestión de una plataforma web profesional que representara adecuadamente a la empresa y ofreciera una última digital para sus empleados y Módulo Marketing social: En un entorno digital, el marketing en redes sociales desempeña un papel significativo. La incorporación del módulo de marketing social en Odoo facilitó la creación y seguimiento de campañas en redes sociales, lo que resultó esencial para llegar a un público más amplio y atraer nuevos clientes.	El módulo de sitio web es donde pudimos implementar un landing que contenga toda la información necesaria para generar un vínculo de negocio dentro y fuera del país. El módulo de marketing social ayudara a nuestro colaborador y segundo al mando en la toma de decisiones dentro de la empresa a crear calendarios automatizados de publicaciones y poder analizar los datos obtenidos.	Mejorara el primer acercamiento de los clientes potenciales. Las publicaciones en redes sociales tendrán un mejor orden y se tendrá que invertir menor tiempo al manejo de estas mismas.
5				
6	Entrevista con el colaborador para la comprensión y análisis del proceso. -Investigación sobre funcionamiento del módulo -Configuración y automatización de la consulta para transformar los datos. -Incorporación de la información -Prueba e interacción del módulo con los demás partes de la integración	Módulo Encuestas: La retroalimentación de los clientes es valiosa para mejorar la calidad de los productos y servicios. La inclusión del módulo de encuestas permitió la creación y distribución de cuestionarios para recopilar opiniones y sugerencias que contribuyeron a la mejora continua.	El módulo de encuestas sirve para poder enviar evaluaciones y encuestas de forma automatizada por correo electrónico para una mejor retroalimentación.	Retroalimentara a nuestros colaboradores con la respuesta de sus clientes, aumentando la calidad y calidez del servicio.
7	Entrevista con el colaborador para la comprensión y análisis del proceso. -Investigación sobre funcionamiento del módulo -Configuración y automatización de la consulta para transformar los datos. -Incorporación de la información -Prueba e interacción del módulo con los demás partes de la integración	Módulo tableros: Para una toma de decisiones informada, la visualización de datos es esencial. El módulo de tableros en Odoo posibilitó la creación de paneles de control personalizados que ofrecen una visión clara de los indicadores clave de desempeño y ayudaban en la supervisión y gestión eficaz del proceso comercial.	Este módulo es la recompensa de haber llenado los datos de forma correcta dentro del sistema, aquí se pueden ver análisis contables, financiero y mercadológicos de forma dinámica y comprensible.	Tendrá los datos del proceso comercial con ayuda de este tablero que contiene gráficos, segmentadores y modelos visuales, dando un mejor entendimiento de la empresa y una mejor toma de decisiones con datos objetivos.

Anexo 6. (Plan de acción)

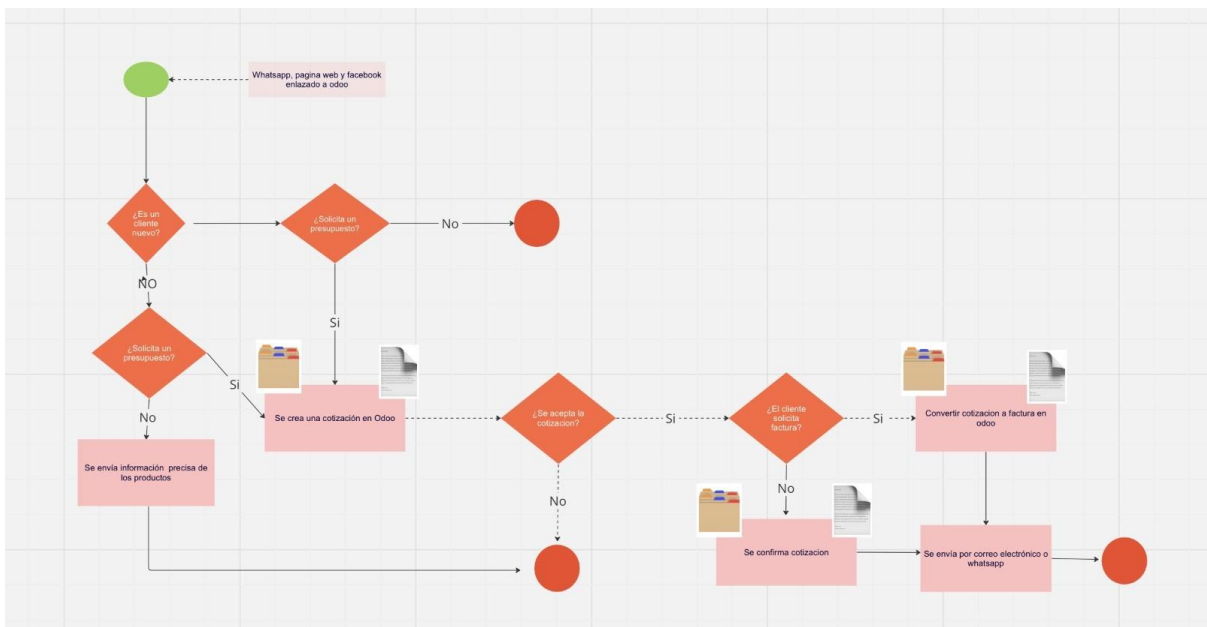
DESGLOSE DEL PLAN DE ACCIÓN						
#	PROPUESTA	OBJETIVO	ACTIVIDADES CLAVE PARA EL DESARROLLO DE LA PROPUESTA	BENEFICIO ESPERADO - IMPACTO -	INDICADOR DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLES
1	Implementación ERP	Instalar un ERP de código abierto con la información conocida de la empresa y la faltante agregarla en el proceso	Buscar el ERP indicado para el perfil de la empresa e integrar sus módulos	Estructura y acceso de la información financiera, contable y mercadológica	KPI de eficiencia	German Ruan Sofia Morris
2	Sistema vaciado de información (excel macros)	Implementar una solución más personalizada en sustitución a un ERP	Programar de forma integral toda la información y parámetros de la empresa	Obtener información financiera, contable y mercadológica personalizada a la medida	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
3	Implementación página web	Para proporcionar información detallada sobre la empresa, organización, producto y servicio. Incluyendo información de contacto, páginas de productos, servicios y blog.	Planificación, definición de objetivos, investigación de mercado y audiencia, elección del dominio, el diseño estructural y visual, creación de contenido, SEO, la integración de funcionalidades específicas y mantener la página actualizada.	Información detallada, múltiples propósitos. Mayor visibilidad y presencia en línea.	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
4	Implementación Landing Page	Página independiente y simple con un diseño limpio y enfocado en la conversión. Con el propósito de la captura de leads (obtener información de contacto de los visitantes) y el contenido se centra en persuadir a los visitantes a hacer una acción específica.	Definir un objetivo claro, crear contenido, diseñar una estructura, incluir un formulario de captura de datos, optimizar para dispositivos móviles, y hacer pruebas.	Conversión de registros a ventas y obtener información de clientes o prospectos.	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris

5	Integración de whatsapp business	Mejorar satisfacción con cliente, construir relaciones con clientes, aumentar ventas, gestión de información, consolidar base de datos.	Identificar la plataforma para hostear el landing y que tenga la integración a whatsapp business	Facilitar la comunicación con clientes y prospectos. Tener un mayor orden en comunicación.	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
6	Integración de correo electrónico con landing page	Mejorar satisfacción con cliente, construir relaciones con clientes, aumentar ventas, gestión de información, consolidar base de datos.	Identificar la plataforma para hostear el landing y que tenga la integración a correo electrónico	Facilitar la comunicación con clientes y prospectos. Tener un mayor orden en comunicación.	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
7	Digitalización del proceso comercial	Centralizar datos en un mismo lugar, integrar proceso de ventas, leads, facturación y landing page.	Identificar la plataforma de integración y escoger los diferentes módulos a desarrollar.	Estructura y acceso de la información financiera, contable y mercadológica	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
8	Creación perfil LinkedIn	Esta red social permite construir relaciones profesionales, generar clientes potenciales, adquirir información útil, realizar estudios de mercado, mejorar la reputación de la marca y crear comunidades en línea rentables.	Iniciar cuenta, completar información del perfil	Mayor visibilidad como empresa, otro punto de contacto y prospección	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
9	Plantilla posteo Facebook	Esta red social permite construir relaciones profesionales, generar clientes potenciales, adquirir información útil, realizar estudios de mercado, mejorar la reputación de la marca y crear comunidades en línea rentables.	Iniciar cuenta, completar información del perfil	Mayor visibilidad como empresa, otro punto de contacto y prospección	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris
10	Manual de uso Odoo	Esta red social permite construir relaciones profesionales, generar clientes potenciales, adquirir información útil, realizar estudios de mercado, mejorar la reputación de la marca y crear comunidades en línea rentables.	Iniciar cuenta, completar información del perfil	Mayor visibilidad como empresa, otro punto de contacto y prospección	KPI específicos	German Ruan Sofia Morris

Anexo 6. (Mapeo del proceso comercial antes)



Anexo 7.(Mapeo del proceso comercial actual)



Anexo 8. (Calificación chequeo digital Mejorado)

Anexo 9. (Guía de estilos)

Empresa tapatúa con una trayectoria de 30 años de experiencia en la fabricación de troqueles, dados, mandriles y máquinas para joyería.

Material Oficial de la Marca

Esta guía de estilo sirve como referencia para diseñadores, desarrolladores y otras partes interesadas para garantizar la consistencia, coherencia y una apariencia unificada en la aplicación. Aquí se presentan algunos elementos clave y tipos de texto que deben ser considerados:

Uso de logo en Web



en fondo blanco



en fondo naranja

El logo combina colores naranja y rojo para expresar energía y pasión, mientras que el gallo en el logotipo simboliza la herencia familiar. La tipografía evoca herramientas, denotando precisión y calidad en sus productos para joyeros.

Tipografía

Open Sans

Open Sans Light

Paleta de Colores



Naranja #f15a24



Rojo #ff0000

Estilo en imágenes



Anexo 10. (Plantillas redes sociales)



1 - plantilla promo



2 - plantilla fb



3 - plantilla

Anexo 11. (Plantillas *mailing*)

¡Aprovecha un Descuento del 10% en tus Pedidos antes de Fin de Año!

Estimado Cliente:

E , queremos agradecerte por tu continuo apoyo a lo largo del año. Para celebrar la temporada festiva, estamos emocionados de ofrecerte un descuento especial del 10% en todos los pedidos realizados antes de fin de año.

Ya sea que necesites herramientas de joyería de alta calidad, maquinaria especializada o suministros esenciales, ¡tenemos todo lo que necesitas para llevar tus creaciones al siguiente nivel!

Detalles de la oferta:

- Descuento: 10% en todos los pedidos.
- Validez de la oferta: Hasta el 31 de diciembre de [Año]

No dejes pasar esta oportunidad de ahorrar en tus compras de antes de que termine el año.

[Contáctanos](#)



[Anular suscripción](#) | [Contacto](#)

© 2023 Todos los derechos reservados

¡Celebra el Buen Fin con un 15% de Descuento en Nuestros Productos!

Estimado Cliente,

El Buen Fin está a la vuelta de la esquina, y en [Nombre de la Empresa] queremos que aproveches al máximo esta increíble oportunidad. Estamos emocionados de ofrecerte un descuento especial del 15% en todos nuestros productos durante este Buen Fin.

Del 17 al 20 de Noviembre

No dejes que se escape esta oferta especial del Buen Fin.

¡Esperamos escuchar de ti pronto!

*Aplica restricciones

[Contáctanos](#)

Ya sea que estés buscando herramientas de joyería de alta calidad, maquinaria especializada o suministros esenciales, ¡tenemos lo que necesitas a precios inigualables durante el Buen Fin!

Aprovecha esta oportunidad para ahorrar y equiparte con las mejores herramientas para tu negocio de joyería.

¡Saludos!

[Nombre del Director General]
Director General

[Anular suscripción](#) | [Contacto](#)

© 2023 Todos los derechos reservados

Emprendiendo en el mundo de la joyería ¡Empieza hoy!



¿Listo para deslumbrar con tus propias creaciones de joyería? Comienza tu emocionante viaje con nuestro "Kit de Inicio Todo en Uno". ¡Todo lo que necesitas para empezar ya está aquí!

Entendemos que los inicios pueden ser abrumadores, y estamos aquí para simplificar el proceso para ti.

Introducimos nuestro "Kit de Inicio Todo en Uno para Joyeros Principiantes", diseñado especialmente para emprendedores como tú que desean comenzar en el mundo de la joyería sin complicaciones.

¿Estás listo para emprender?

No dudes en ponerte en contacto con nosotros.
Estamos aquí para ayudarte en cada paso del camino.

Contacto

Anexo 12 (Buyer persona)

Jose Luis



Job Title

Dueño de la empresa

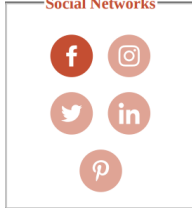
Age

45 to 54 years

Highest Level of Education

High school degree or equiv.

Social Networks



Industry

Manufacturing

Preferred Method of Communication

- Phone
- Email
- Face-To-face

Tools They Need to Do Their Job

- Email
- Invoicing Software

Their Job Is Measured By

Ventas generadas

Job Responsibilities

Encargado de finanzas, de inventarios, ventas, relaciones con clientes, relación con proveedores, Recursos Humanos

Goals or Objectives

Generar mayor número de ventas, expansión del mercado.

Reports to

EL es el dueño de la empresa

Organization Size

1-10 employees

Biggest Challenges

- Navigating Client Relationships & Communications
- Employee Morale
- Communication
- Project Management & Disorganization
- Change Management

They Gain Information By

Experiencia y tendencia entre sus clientes existentes.

Anexo 12.1 (Buyer persona)

Fernanda



Job Title

Dueña del Emprendimiento

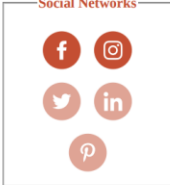
Age

25 to 34 years

Highest Level of Education

Some college, no degree

Social Networks



Industry

Manufacturing

Preferred Method of Communication

- Phone
- Email
- Text Messaging
- Social Media

Tools They Need to Do Their Job

- Content Management Systems
- Accounting and Bookkeeping Systems
- Cloud-Based Storage & File Sharing Applications
- CRM Software
- Project Management
- Email
- Invoicing Software

Job Responsibilities

Su responsabilidades se basan en mantener el negocio produciendo, vender y llevar el control de la información.

Their Job Is Measured By

Venta de producto y leads generados por redes sociales

Organization Size

Self-employed

Reports to

Ella es la única empleada

Goals or Objectives

Generar ventas, una comunidad, alcance a nuevos clientes

They Gain Information By

Toman cursos en línea, está al pendiente de tendencias, videos en redes sociales.

Biggest Challenges

- Navigating Client Relationships & Communications
- Communication
- Project Management & Disorganization
- Problem Solving & Decision Making
- Professional Development

2. Productos

2.1 Landing page

The screenshot shows a landing page for a company specializing in industrial machinery and tools. The page is primarily white with orange accents. At the top, there is a navigation bar with 'Inicio', 'Servicios', 'Sobre Nosotros', and 'Contacto'. Below this is a large hero image with the text 'Maquinaria y herramientas para el procesamiento de metales en la industria' and a 'Conoce' button. The main section is titled 'Nuestra Misión' and contains two paragraphs of text. Below the text are three columns of images and descriptions for 'Troqueles', 'Dados', and 'Mandriles'. A large orange banner at the bottom of this section contains the text 'Conoce más sobre herramientas y maquinaria que tenemos disponible para ti y tu negocio:' and a 'Ver Catálogo Online' button. The next section is titled 'Nuestros Clientes' and features a large, faint world map. The footer is a dark orange bar with the company logo, contact information, and social media icons for Facebook and LinkedIn.

Inicio Servicios Sobre Nosotros Contacto


Maquinaria y herramientas para el procesamiento de metales en la industria

Conoce


Nuestra Misión

En Dado S.A., nuestro objetivo principal es desarrollar las máquinas y herramientas de más alta calidad para facilitar la producción de piezas en serie.


A lo largo de estos más de 30 años, nuestro compromiso con nuestros clientes y la industria para más, nos ha llevado a ser capaces de mejorar nuestros diseños y optimizar los procesos para generar una mayor calidad en los productos.



Troqueles
Son utilizados para cortar formas precisas en metal y crear diseños únicos en piezas.



Dados
Utilizados para dar forma y pulir el interior de orificios, generando un ajuste perfecto.



Mandriles
Utilizados para perforar agujeros y alinear los metales en piezas con precisión exacta.

Conoce más sobre herramientas y maquinaria que tenemos disponible para ti y tu negocio: [Ver Catálogo Online](#)

Nuestros Clientes

Más de 100 clientes alrededor del mundo confían en nosotros.

Ofrecemos equipos de alta calidad personalizadas para optimizar la producción.

Política de privacidad

Copyright © Dado S.A. [Ver Tecnología de metales](#) [Ver una web externa](#)

Inicio **Nosotros**

Identifícate **Contáctanos**



Nuestra Historia

¡Hola! Nosotras somos Luis y Luis Gallo.

Nuestra historia en la industria joyera comienza en 1990, cuando decidimos establecer Dadas Gallo, una empresa mexicana especializada en la fabricación de herramientas de alta calidad para la joyería.

Con más de tres décadas de experiencia en la industria, hemos sido testigos de su evolución y hemos contribuido a su crecimiento.

Nuestro objetivo principal es proporcionar soluciones prácticas que satisfagan las necesidades específicas de nuestros clientes. Nos esforzamos por ofrecer equipos personalizados y de alta calidad que permitan una producción más rápida y eficiente.

Al unirse a nosotras, no solo se convierten en clientes, sino en parte de nuestra historia y visión compartida. Esperamos crecer juntos y seguir siendo un recurso confiable en la comunidad joyera.

Contáctanos

Ofrecemos equipos de alta calidad personalizados para optimizar la producción.

[Política de privacidad](#)

Región Surco #2110, 44200 Guadalupe, Jalisco, México

[f](#) [in](#)

Copyright © Dadas Gallo

Con tecnología de [wix](#) · [Crea una web gratuita](#)

¡Hola, estamos aquí para ayudarte en lo que necesites! Déjanos tus datos y nos pondremos en contacto lo antes posible:

Nombre

Número de teléfono

Correo electrónico

Situación laboral

¿Cómo podemos ayudarte?

¿Cómo te enteraste de nosotros?

Ubicación actual

Al marcar la casilla, acepto recibir marketing y comunicaciones de Dadoo Gallo. Comprendo que el uso de este sitio web está sujeto a los Términos de Uso y que puedo retirarlo en cualquier momento en cualquier momento.

Enviar

2.2 Módulos de Odo

Nuevo Presupuestos Buscar.. 1-9/9

<input type="checkbox"/>	Número	Fecha de creación	Cliente	Comercial	Actividades	Total	Estado
<input type="checkbox"/>	S00006						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00007						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00005						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00008						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00013						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00012						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00011						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00010						Pedido de venta
<input type="checkbox"/>	S00009						Pedido de venta

Facturas de cliente

Nueva factura

2 Facturas a validar	\$ 29,00
1 Facturas no pagadas	\$ 12,76
1 Facturas atrasadas	\$ 12,76

Facturas de proveedores

facturas-de-proveedores@datos-gallo1.odoo.com

Subir

1 Facturas a pagar	\$ 580,00
1 Facturas atrasadas	\$ 580,00

Crear manualmente

Operaciones varias

Nueva entrada

Devolución de impuestos p... 07/11/2023

Banco

Connect Bank

Nueva Transacción
Import File

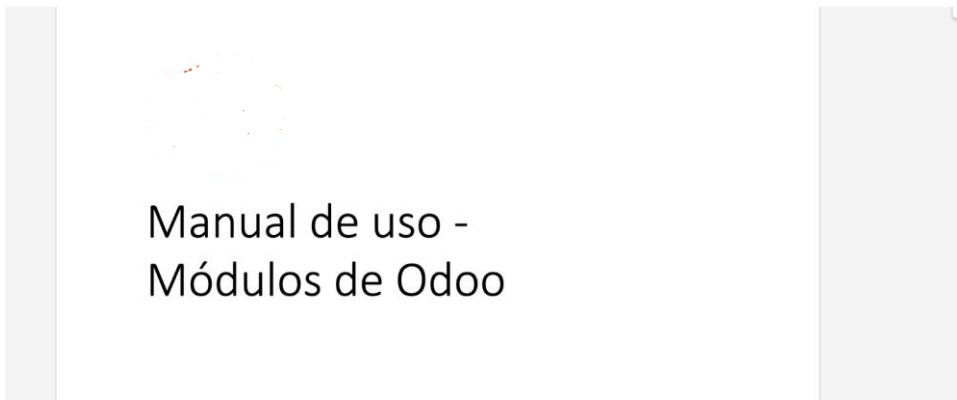
Efectivo

Nueva Transacción

Pago efectivo

Nueva entrada

2.3 Manual de uso de odoo



3. Reflexión crítica y ética de la experiencia

El objetivo del RPAP es documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 Sensibilización ante las realidades

Germán Ruán Jiménez: Este ciclo de PAP me ha dejado un gran aprendizaje extracurricular, realmente todos los conocimientos de la universidad los enfrento con mi vida diaria, en todos los aspectos: sociales, laborales, personales, etc.... Por lo que podría decir que este PAP es una de las cosas que más me llevo de la experiencia universitaria, desde la primera vez que leí la descripción de este PAP me agrado mucho el contenido; yo lo interprete como una solución a una problemática actual como lo es el desplazamiento de las personas por las nuevas herramientas tecnológicas. Como consultores nos enseñaron a despertar el interés por la transformación digital en la empresa, específicamente con las colaboradoras del área administrativa, pero ¿Que es la transformación digital? Yo la definiría como la pasión que sentimos por conocer más y más herramientas que puedan hacerse cargo de procesos rutinarios para poder usar la información resultante de manera más eficaz y eficiente. Esta pasión no se consigue de manera extrínseca, al contrario, de manera personal se inicia una búsqueda intelectual.

Las implicaciones éticas de la transformación digital sirven de brújula en las empresas en su deber de asumir la responsabilidad social de garantizar que su evolución no tenga un impacto negativo en la sociedad y en el medio ambiente. Esto implica considerar cómo la tecnología puede ser utilizada para abordar los desafíos sociales y ambientales y cómo pueden ser mitigados los escenarios negativos.

Los escenarios PAP no son una representación del ambiente laboral, en sí mismo es un ambiente laboral real donde tratamos de introducirnos y crear valor con nuestro conocimiento teórico. Asesorar a un profesional no es tarea fácil ya que tu experiencia puede ser menor, por eso se tomaron pasos milimétricos para poder medir la resistencia al cambio y generar un ambiente de colaboración y crecimiento mutuo.

Sofia Morris: Mi participación en este PAP fue completamente distinta a lo que había imaginado. Jamás pensé que me sumergiría tanto en el entorno empresarial. Considero que esta experiencia ha sido una de las más enriquecedoras a lo largo de mi carrera profesional.

Desde el inicio, el proyecto asignado representó un desafío para mí. Carecía de conocimiento sobre las actividades de la empresa y no estaba familiarizada con los procesos de consultoría que debíamos llevar a cabo. Contar con mentores a lo largo del curso resultó invaluable, ya que nos brindaron el entrenamiento necesario para ejecutar las tareas con éxito.

Mi percepción del mundo empresarial ha cambiado significativamente. Ahora entiendo que la realidad difiere de lo que se enseña en el salón de clases. En mi experiencia vivida este semestre con pequeñas empresas, uno de los mayores desafíos es la falta de roles completamente definidos. Frecuentemente, una o dos personas se encargan de múltiples departamentos, aunque esta no sea la práctica ideal, es cómo opera en este mundo.

Otro de los retos fue, la falta de registro de información lo cual considero después de realizar el proyecto es fundamental para la toma de decisiones.

Enfrenté un dilema ético al enfrentarme a la incertidumbre sobre cómo se maneja la parte legal en el ámbito digital al crear una página web. Es crucial regular y controlar cada aspecto, obtener el consentimiento explícito de las personas para el uso de sus datos e información, así como para contactarlas con futuras comunicaciones.

Vivimos en un entorno en constante cambio, especialmente en el mundo digital, donde resulta complicado mantenerse al día con las regulaciones vigentes.

Las actividades que considero fundamentales para el éxito de este proyecto incluyeron la comunicación directa con los empresarios, las visitas a sus empresas para comprender mejor sus procesos, y cuestionar cada detalle, incluso cuando ya teníamos la información. Fue crucial asegurarnos de estar en el camino correcto para alcanzar las metas establecidas desde el principio. Al principio, nos emocionamos tanto como los empresarios y queríamos lograr todo en menos de seis meses, imposible.

Una lección que considero valiosa y que podría beneficiar a otros estudiantes es la exposición al mundo real desde semestres anteriores. No debería esperarse hasta el final de la carrera. Clases que nos expongan a entornos profesionales podrían enriquecer significativamente nuestra visión y enfoque, mejorando la experiencia universitaria en su totalidad.

3.2 Aprendizajes logrados

Germán Ruán Jiménez: Este PAP me expuso a muchas competencias y retos acordes a mis metas profesionales, actualmente considero cerca de la culminación de mi experiencia PAP y el final de mi licenciatura lo importante que es documentar y evaluar mis datos procedentes de procesos desde que comienza la empresa o emprendimiento. Este es el aprendizaje principal que me quedo para mis futuras transformación, planificar de tal manera que las variables restantes se les deba a calamidades que sobrepasen el control humano. La principal forma de adecuamos a la planeación de las oportunidades de mejora en las empresas se asemeja más a un emprendimiento que a una consultoría ya que al no tener total comprensión de lo que se suponía que tenías que asesorar, el involucramiento se vuelve más detallado como si creáramos algo desde cero parecido a la innovación.

De esta experiencia aprendí que tengo pasión por los negocios que tengan un valor real dentro de la sociedad a esto me refiero a que dignifiquen a los trabajadores y aporten a la sociedad en general soluciones y mejoras, me motiva a seguir con mi característico pensamiento idealista para seguir transformando.

Sofia Morris: Durante mi participación en este PAP, adquirí una perspectiva fundamental: el valor crucial de la información en la toma de decisiones. Sin datos relevantes, resulta imposible evaluar y elegir entre opciones que puedan mejorar o empeorar la situación de una empresa.

Una lección fundamental que destaco de esta experiencia es la importancia de registrar información, por más escasa que sea. Comenzar con algún registro, por mínimo que sea, siempre es un punto de partida valioso.

Desde mi posición como casi egresada de la carrera de mercadotecnia, considero que mi contribución fue satisfactoria. Logramos cumplir con los objetivos planteados y creo haber

aportado soluciones desde una perspectiva mercadológica, considerando cuidadosamente los demás aspectos analizados. Confío en que estos aportes sean beneficiosos para la organización.

Identifiqué un área de mejora importante para mí: la habilidad de comunicarme de manera profesional con empresarios y presentar proyectos y propuestas de forma más efectiva.

En el transcurso de este proyecto, descubrí en mí una preferencia por la organización y el control. Me di cuenta de que soy alguien que prefiere tomar notas detalladas y mantener un seguimiento riguroso de todo, evitando olvidos y manteniendo un control más efectivo.