

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

Centro Universidad Empresa

Economía solidaria y trabajo digno

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa integral de consultoría en Pymes



**ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara**

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

PRESENTAN

Programas educativos y Estudiantes

Ing. Lian Ricardo Camejo Cervera Lic. Jorge Eduardo Baez Cossain

Lic. Barbara Antonia Armijo Parades

Lic. Julene Luisa Martínez

Lic. Santiago Uruñuela Ruiz

Consultor Sr. L.A E y Finanzas. María Asunción Trujillo De Alba

Tlaquepaque, Jalisco, 5 de mayo de 2026

ÍNDICE

Contenido

REPORTE PAP	3
Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	3
Resumen	0
1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional.....	1
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto	1
1.2 Caracterización de la organización.....	5
1.3 Identificación de la(s) problemática(s)	7
1.4. Planeación de alternativa(s).....	9
1.1 Dirección de Operaciones	10
1.2 Desarrollo Organizacional	10
1.3 Dirección	11
1.4 Marketing y Ventas	11
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora	13
Marketing y Ventas	13
Desarrollo Organizacional	26
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos	53
Marketing y Ventas	53
Táctica: Desarrollar los roles de venta	53
Táctica: Desarrollar la política de compra y devolución	54
Táctica: Realizar organigrama exclusivamente del área de ventas	55
Táctica: Continuidad a redes sociales complementando con prospección de clientes	56
1.7. Bibliografía y otros recursos.....	68
2. Reflexión crítica y ética de la experiencia.....	69
2.1 Sensibilización ante las realidades	70
2. 2 Aprendizajes logrados	75

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

3A02 Consultoría para la competitividad

Durante el desarrollo del Programa de Aplicación Profesional (PAP) “Consultoría para la competitividad en Mipymes”, se llevó a cabo un proyecto de consultoría en la empresa dedicada a la fabricación de muebles sobre diseño y de alta calidad. El objetivo principal fue dar continuidad al plan de desarrollo organizacional mediante propuestas de mejora enfocadas en fortalecer distintas áreas estratégicas de la empresa, a partir de las necesidades identificadas en el diagnóstico previo.

Dentro del área de Dirección de Operaciones se desarrollaron propuestas relacionadas con la mejora de la seguridad industrial, análisis de defectos en producción, control de calidad y optimización de procesos mediante indicadores de desempeño y herramientas de análisis operativo. En Desarrollo Organizacional se trabajó en la actualización de reglamentos, fortalecimiento de la comunicación interna, capacitación del personal y actividades orientadas a mejorar el clima laboral y la integración de los colaboradores.

Asimismo, en el área de Marketing y Ventas se elaboraron propuestas relacionadas con perfiles de puesto, políticas de venta, estrategias comerciales y fortalecimiento de redes sociales para contribuir al posicionamiento y crecimiento de la empresa. Finalmente, se abrió una nueva Área Clave de Desempeño enfocada en Dirección, al identificarse la necesidad de fortalecer el liderazgo y la toma de decisiones de los altos mandos. Dentro de esta área se realizaron actividades como el seguimiento del registro de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), la elaboración de una guía para la incorporación de un anexo al acta constitutiva, una propuesta de capacitación en liderazgo y el desarrollo de perfiles de puesto para cargos directivos y administrativos.

El proyecto permitió generar herramientas y propuestas orientadas al fortalecimiento organizacional, la mejora de procesos y el desarrollo de una estructura interna más sólida y funcional para la empresa.

1. Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional

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

1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto

Las MiPymes, Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, son fundamentales para la economía mexicana al ser responsables de una gran parte del incremento del Producto Interno Bruto (PIB), al contribuir con el mayor número de unidades económicas y con la mayor proporción de trabajadores en funciones. La Secretaría de Economía (2026) las categoriza con base en el número de trabajadores, el total de ventas anuales y los activos fijos. En México, una microempresa tiene de 1 a 10 trabajadores y no supera los 4 millones de pesos en ventas al año; las pequeñas empresas pueden tener de 11 a 50 trabajadores y sus ventas anuales rondan los 100 millones de pesos; mientras que las empresas medianas pueden tener de 51 a 250 trabajadores y sus ventas anuales alcanzan hasta 250 millones de pesos. Asimismo, se clasifican por recursos: las pymes autónomas son negocios independientes, las pymes asociadas tienen un 25% de participación en otras empresas y las pymes vinculadas cuentan con un 50% de participación en otras compañías. (Universidad Panamericana, 2026)

Según la Secretaría de Economía, el 99.8% de las empresas en el país son MiPymes, las cuales contribuyen en un 52% al PIB y emplean al 68% del total de personas ocupadas. En la actualidad México cuenta con aproximadamente 4.8 millones de MiPymes, de las cuáles, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los principales sectores en los que se concentran son comercio al por menor, servicios y manufacturas. (Secretaría de economía, 2024)

El Instituto de Familias Empresarias para México (IFEM) reporta que más del 90% de las empresas en México son de carácter familiar, donde el 70% enfrentan retos y dificultades desde sus inicios, generando que más de la mitad cierren en los primeros dos años de existencia. Algunos de los desafíos más comunes son el poco conocimiento acerca de

habilidades digitales y el acceso limitado que tienen a estas nuevas tecnologías (Debate, 2024). Adaptarse a los procesos digitales es crucial para su supervivencia, pero esto muchas veces puede resultar costoso y requerir capacitación especializada. Lo anterior conlleva riesgos en la seguridad de sus operaciones, lo cual se refleja en los datos reportados por la Secretaría de Economía, donde se menciona que solo el 25% de las MiPymes tiene un equipo de cómputo y apenas el 26% emplea internet en sus actividades (Inegi, 2025; Secretaría de economía, 2024). Comparadas con grandes corporaciones, tienen limitaciones en términos de producción, distribución y negociación con proveedores. A la hora de construir reputación e imagen en el mercado, las micro, pequeñas y medianas empresas no cuentan con los recursos necesarios, lo que hace que competir en publicidad y posicionamiento sea aún más complicado.

Una de las cuestiones que impide el crecimiento de las MiPymes es la baja productividad provocada por recursos limitados, escasez de inversión, capacitaciones deficientes para los empleados y, de manera externa, la inseguridad, la competencia creciente del comercio electrónico, las cadenas de suministro globales, costos fijos excesivos y un exceso de trámites burocráticos para obtener la autorización de operación.

En el caso de Jalisco, el estudio Panorama del Emprendimiento 2025 realizado por Coparmex Jalisco revela que los emprendedores enfrentan un entorno económico y político marcado por la incertidumbre, tanto a nivel nacional como internacional. De acuerdo con los resultados, el 57% de los emprendedores perciben el panorama económico nacional como incierto, mientras que a nivel global esta percepción se eleva al 67%. El estudio también señala que las empresas con menos de tres años de operación tienen ventas promedio por debajo de los 100 mil pesos mensuales, mientras que a partir del tercer año el 70% logra alcanzar entre 100 mil y 900 mil pesos, y solo el 30% supera el millón mensual. Entre las principales motivaciones para emprender destacan la vocación o pasión, el deseo de resolver un problema y el hartazgo laboral, mientras que los obstáculos más frecuentes son la falta de financiamiento, los altos costos operativos, la escasa capacitación y un entorno regulatorio complejo. Además, el 86% de los emprendedores desconoce la Ley de Emprendimiento de Jalisco, lo que limita su acceso a beneficios e incentivos. (Mural, 2025)

Jalisco es uno de los estados con mayor atractivo para Inversión Extranjera Directa (IED) sumando 606.8 millones de dólares anuales de IED (Secretaría de Desarrollo Económico, 2025). La Secretaría de Desarrollo Económico ha presentado proyectos para incluir a las MiPymes en las cadenas de suministro de estas nuevas empresas globales, centrando sus esfuerzos en brindar financiamiento y herramientas tecnológicas.

Una de las industrias que se ha beneficiado del nearshoring en México es la de muebles. Se reportó que, en 2025, la producción nacional de muebles alcanzó los 9,500 millones de dólares, con un crecimiento proyectado del 5% anual hasta 2026 (Mexico Industry, 2025). El presidente de la Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (AFAMJAL) destacó que el nearshoring crearía una demanda de oficinas, vivienda y muebles con la llegada de nuevos trabajadores. Según datos del Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG), dentro de Jalisco existen 3,138 empresas del sector mueblero que generan alrededor de 26,000 empleos formales, posicionando al estado como el cuarto con mayor número de empleos en este sector (El Economista, 2023). Sin embargo, una de las principales dificultades a las que se enfrenta es la escasez de trabajadores con conocimientos de la madera y la fabricación de muebles.

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

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

- Formación y capacitación: colaborar con el Gobierno Federal en la creación y desarrollo de nuevos programas para la formación de talento en la industria del mueble.
- Estrategia conjunta para formar talento: programas de educación dual para relacionar a la juventud con oportunidades de empleo dentro del sector.

- Promoción de lo “Hecho en México”: impulsar el diseño y producción de muebles de manera local y nacional.
- Sector forestal y madera certificada: promover el uso responsable y sostenible del sector forestal y fomentar el uso de madera certificada para la fabricación de muebles.

Se pronostica que para 2026 el mercado mantenga un crecimiento estable del 5%, impulsado por generaciones como los millennials, quienes muestran una creciente preocupación por las marcas que consumen y lo que representan (Cylindo, 2026). Además, existe un aumento en el poder adquisitivo de los consumidores en México, un crecimiento en el número de nuevas viviendas y una demanda por productos de decoración del hogar.

Respecto al comercio electrónico en el ámbito de muebles, el tamaño del mercado en línea en México alcanzó los USD 4,377.2 millones en 2025. De cara al futuro, se espera que este sector llegue a USD 21,325.9 millones para 2034, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 18.66% entre 2026 y 2034 (Imarc, 2026). Este crecimiento refleja cómo la vía digital será cada vez más crítica para fabricantes y minoristas que buscan ampliar su alcance. El mercado está impulsado por la penetración de internet, el uso de teléfonos inteligentes y la expansión de la clase media con mayor poder adquisitivo. Asimismo, plataformas con precios competitivos, devoluciones flexibles y atención personalizada están atrayendo consumidores, consolidando la preferencia por adquirir muebles en línea en México.

La Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco (AFAMJAL) ha estimado que el mercado nacional alcanzará los USD 10,000 millones en 2026. Esta cifra posiciona al sector como un actor relevante en la región, y subraya su proyección nacional frente a desafíos como la competencia internacional y la necesidad de modernización. Por otro lado, durante la Expo Mueble Verano 2025, celebrada en Guadalajara, se proyectaron ventas por 4,000 millones de pesos (El Economista, 2025), lo que refleja tanto el dinamismo comercial como el potencial del mercado local para movilizar industria y demanda.

En este contexto, las MiPymes mexicanas y en particular las jaliscienses requieren fortalecer sus capacidades internas en gestión de operaciones, liderazgo, desarrollo organizacional y

estrategia comercial, áreas que se convierten en el eje central del presente Proyecto de Aplicación Profesional (PAP).

1.2 Caracterización de la organización

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

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

Los servicios que llevan a cabo son los siguientes:

- Diseño y fabricación de muebles diseños: creación de muebles exclusivos adaptados a las necesidades y preferencias de cada cliente.
- Selección de materiales: elección de madera, acabados, pinturas y otros componentes respetuosos con las normativas y las preferencias del cliente.
- Corte y ensamblaje: operaciones de manufactura, incluyendo corte de madera, ensamblaje y tratamiento de superficies (barniz, pintura...)

- Control de calidad: inspección detallada de los productos terminados para asegurar que cumplen con los estándares de calidad de la empresa y las especificaciones del cliente.
- Embalaje y logística: protección del mobiliario para su transporte seguro y eficiente a la ubicación del cliente.
- Gestión de proveedores: identificación y negociación con proveedores de materiales de calidad.
- Reparación y restauración de muebles: mantenimiento y restauración de piezas para prolongar su vida útil, manteniendo su calidad y estética.
- Asesoramiento en diseño de interiores: propuestas creativas para optimizar el uso del mobiliario y armonizar los espacios de clientes particulares y comerciales.

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

- Gerente Administrativo: Hermano Menor
- Director de Operaciones: Hermano Mayor
- Producción y técnicos: 4 carpinteros, 4 tapiceros, 4 auxiliares

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

Misión: Fabricamos muebles exclusivos que combinan su funcionalidad y estética, utilizando finas maderas y materiales de calidad, impulsando la innovación y ofreciendo soluciones personalizadas para crear piezas únicas que reflejen el estilo de nuestros clientes.

Visión: Ser en 5 años, la marca de referencia en muebles de diseños exclusivos para Jalisco en el área metropolitana de Guadalajara, siendo reconocidos por su creatividad y excelencia en la fabricación de muebles, aspirando a innovar constantemente, fusionando diseño y tecnología para definir la experiencia de mobiliario en mercados exigentes.

Valores:

- Transparencia: Claridad en el proceso, ofrecemos información relevante de su producto, selección de materiales, costos y beneficios.
- Honestidad: Promovemos un ambiente de respeto mutuo y confianza.
- Puntualidad: Cumplimiento con los plazos acordados.

- Equidad: Trato justo para clientes, proveedores y colaboradores.
- Lealtad: Tomar decisiones adecuadas, mantener la confidencialidad, trabajar en equipo.
- Puntualidad: Cumplimos con los tiempos de entrega como parte fundamental de nuestro servicio

1.3 Identificación de la(s) problemática(s)

El diagnóstico realizado en la primera etapa del Proyecto de Aplicación Profesional (primavera 2025), complementado con el seguimiento en los periodos de verano-otoño 2025 y el análisis que realizamos para primavera 2026 nos permitió identificar diversas problemáticas estructurales y operativas que inciden de manera directa en la dirección general, productividad y sostenibilidad de la empresa. Dichas problemáticas revelan la necesidad de un proceso de reestructuración que brinde certidumbre, orden y claridad tanto a los empresarios como a los colaboradores.

En primer lugar, se identificó fortalecer la **dirección general** de la empresa ya que actualmente existe una serie de inconformidades en la forma y estructura que tiene la dirección general actualmente. Estas inconformidades incluyen la no existencia de una sociedad como tal en el acta constitutiva o bajo el IMPI que detalle los roles específicos de cada dueño, lo cual genera problemas en temas de gobernanza corporativa y el desarrollo de liderazgo de cada uno de los dueños de la empresa. Esto desemboca en una falta de liderazgo e interés, problemas organizacionales de institucionalización y ambigüedad de roles en la empresa.

En segundo término, se detectaron problemas serios en la **dirección de operaciones** sobre todo en el área de calidad ya que, aunque se realizaron cambios y sugerencias en base a las metodologías de 5's y lean manufacturing en anteriores iteraciones del PAP no se pudieron sostener debido a una falta de cultura de calidad y compromiso de todas las partes involucradas. También se confirmó que actualmente la empresa no está bajo las normas oficiales mexicanas de seguridad de la STPS lo cual es algo crítico a resolver puesto que pone en riesgo la seguridad y la vida de los colaboradores junto con la permanencia de la empresa en términos legales. Estos problemas en el área de producción nos dejan ver que

debe haber cambios en la cultura de los empleados para que los cambios propuestos se mantengan con el tiempo.

Con las primeras dos problemáticas analizadas se reconoció la **necesidad de fortalecer el clima laboral y la integración del personal** en la empresa puesto que a pesar de que los colaboradores mostraban compromiso con el proyecto empresarial, las encuestas de satisfacción laboral reflejaron debilidades en aspectos relacionados con la motivación, el reconocimiento de logros y la alineación entre los objetivos individuales y organizacionales. La comunicación interna, en ocasiones fragmentada, limitaba el trabajo en equipo y generaba tensiones que incidían negativamente en la productividad y en el sentido de pertenencia de los empleados hacia la organización.

Finalmente, en el ámbito **mercantil y de ventas**, se observaron deficiencias en como estaban siendo manejadas las transacciones con los clientes puesto que actualmente hay algunas devoluciones y retrabajos por la mala comunicación o falta de formalidad con los mismos. También notamos una deficiencia evidente en temas de marketing ya que se mantienen las problemáticas previstas con el manejo de redes sociales y la formulación de un catálogo fijo para producción cotidiana. Todo esto nos llevó a pensar en la falta de un área de ventas como tal dentro de la empresa lo cual está mermando el desarrollo de la empresa a futuro.

En síntesis, las problemáticas detectadas en la empresa evidencian una necesidad de transición hacia un modelo de gestión empresarial más estructurado, institucional y sostenible. La falta de claridad organizacional, los vacíos en los procesos productivos y de seguridad, la necesidad de fortalecer la cultura laboral y las deficiencias en marketing y ventas representan factores críticos que amenazan la competitividad de la empresa. Abordar estos retos de manera integral permitirá a la empresa no solo consolidarse en el corto plazo como una empresa autogestionable, sino también posicionarse en el mediano plazo como un referente en el sector mueblero jalisciense, capaz de competir en mercados exigentes y de responder de manera efectiva a las demandas de sus clientes.

1.4. Planeación de alternativa(s)

El objetivo principal para el periodo de primavera 2026 es consolidar las capacidades empresariales de la empresa, de manera que logre operar de forma autogestionable, ordenada y competitiva dentro de su mercado. Para alcanzarlo, se implementará un plan de trabajo enfocado en la evaluación, fortalecimiento y formalización de las áreas estratégicas previamente intervenidas, así como en nuevas áreas identificadas como prioritarias para esta etapa de crecimiento.

Durante el periodo de otoño de 2025 se llevaron a cabo diversas acciones de diagnóstico, estructuración e implementación en distintas áreas de la organización. A partir de los resultados obtenidos y del análisis conjunto realizado con la dirección de la empresa, se validó la necesidad de transitar hacia una fase de consolidación y auditoría durante la primavera de 2026, enfocando los esfuerzos en aquellas áreas donde ya existe información suficiente y condiciones para una evaluación más profunda.

El trabajo de intervención para este periodo se centra en áreas estratégicas como la dirección de operaciones, el desarrollo organizacional, la dirección institucional y el área de marketing y ventas. En particular, se busca auditar y fortalecer los procesos productivos mediante la aplicación de metodologías de mejora continua, revisar condiciones de seguridad industrial, consolidar la estructura organizacional y avanzar en la institucionalización de la empresa. Asimismo, se pretende reforzar el área comercial mediante la profesionalización del equipo de ventas y la formalización de sus procesos, con el objetivo de lograr un crecimiento sostenible.

Cabe destacar que cada sección corresponde a un ACD (Área Clave de Desempeño), es decir, un área estratégica dentro de la empresa que requiere atención específica para mejorar su desempeño, eficiencia y resultados. Para este periodo, se determinó trabajar con cuatro ACDs, ajustando el alcance del proyecto a las necesidades actuales de la organización.

Es importante señalar que, para el periodo de primavera 2026, se decidió retirar temporalmente la ACD de Gestión de Recursos Financieros. Esta decisión fue tomada en

conjunto con la dirección de la empresa, debido a que no se cuenta con información financiera suficiente, completa y actualizada que permita dar continuidad adecuada a dicha ACD. Por ello, se optó por priorizar aquellas áreas en las que sí existe información clara y medible, dejando abierta la posibilidad de retomar esta ACD en periodos posteriores.

1.1 Dirección de Operaciones

Para esta ACD, el enfoque principal será la auditoría y evaluación de los procesos implementados en periodos anteriores. Se realizarán auditorías bajo la metodología Kaizen y 5S, considerando la revisión del plan de producción, el proceso productivo, la identificación de desperdicios y mermas, así como la evaluación del bono de productividad y el cumplimiento de las 5S dentro del área de producción.

Adicionalmente, se llevará a cabo un análisis completo del área de producción con el fin de identificar problemáticas actuales, para lo cual se elaborarán diagramas de Ishikawa y se presentará un diagnóstico de la situación actual. Estas acciones permitirán detectar causas raíz y proponer mejoras enfocadas en la eficiencia operativa.

Asimismo, se revisará la seguridad industrial mediante la aplicación de checklist de señalética y extintores conforme a la NOM-002 y NOM-026, así como la aplicación de cuestionarios relacionados con el uso de equipo de protección personal (EPP), con el objetivo de garantizar un entorno de trabajo seguro y alineado con la normatividad vigente.

1.2 Desarrollo Organizacional

Dentro de esta ACD, se buscará consolidar la estructura interna de la empresa y fortalecer su cultura organizacional. Se redefinirán roles y responsabilidades, se elaborará un organigrama actualizado y se revisará el reglamento interno, el cual será actualizado, socializado con los colaboradores y colocado en un área visible dentro de la empresa.

Asimismo, se diseñará una estrategia de organización en conjunto con los colaboradores, fomentando la cultura organizacional mediante la aplicación de la metodología de los cinco porqués, dinámicas de integración y acciones orientadas a fortalecer la relación entre líderes y equipos de trabajo.

Como parte del bienestar laboral, se desarrollará una propuesta para la creación de un comedor en la planta alta, considerando espacios dignos para los colaboradores, así como la elaboración de su presupuesto correspondiente, con el fin de mejorar el clima laboral y el sentido de pertenencia.

1.3 Dirección

Durante el periodo de primavera 2026 se incorpora una nueva ACD enfocada en la Dirección, derivada de la necesidad de institucionalizar la empresa y fortalecer su estructura directiva. Dentro de esta área se contempla la revisión del acta constitutiva, la elaboración de anexos correspondientes y el acta de junta directiva.

De igual forma, se dará seguimiento a la entrega del certificado del IMPI, fortaleciendo la formalidad legal y la protección de la marca. Se presentarán propuestas de talleres de liderazgo y dirección dirigidos a los empresarios, así como la elaboración de manuales que definan claramente las nuevas funciones y responsabilidades, contribuyendo a una gestión más profesional y estructurada.

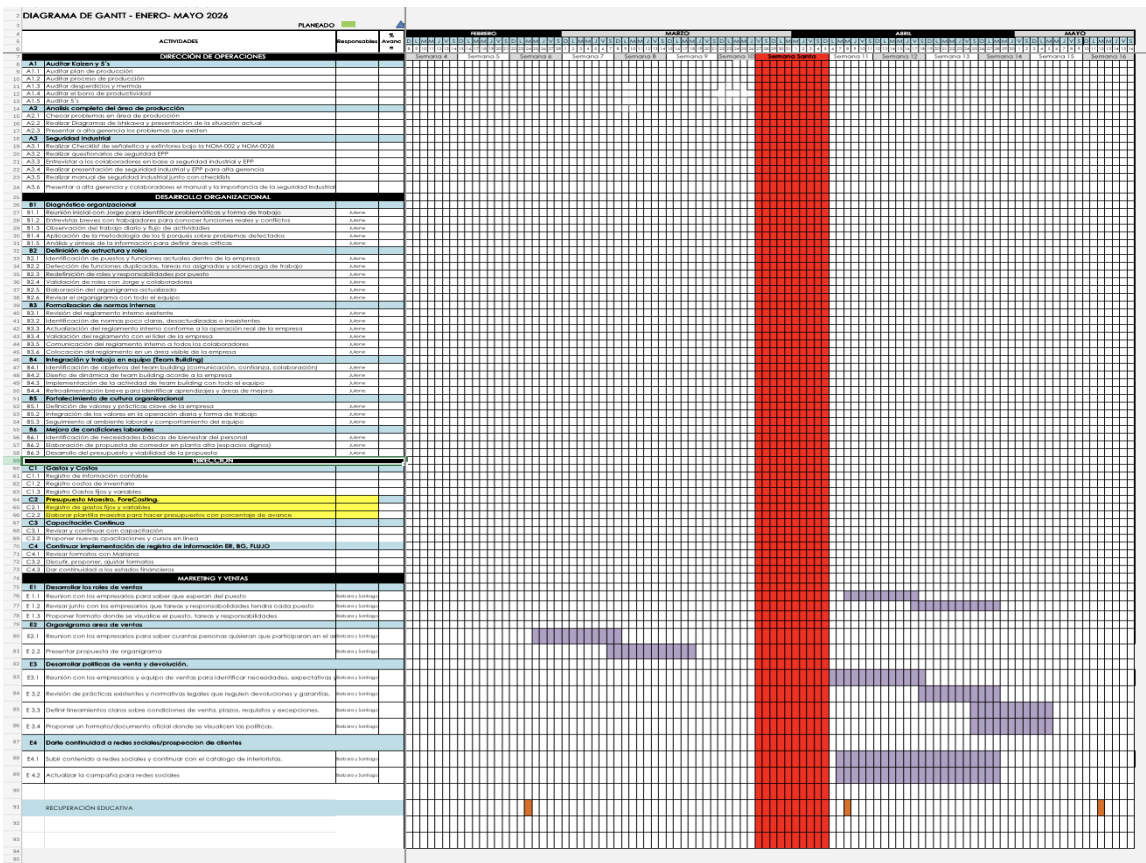
1.4 Marketing y Ventas

Como última ACD para este periodo, se trabajará en el fortalecimiento del área de marketing y ventas. Se elaborarán los perfiles de puesto del área comercial y se apoyará en la contratación de un vendedor, definiendo de manera clara la logística de ventas.

Asimismo, se desarrollará un organigrama exclusivo del área de ventas y se establecerán políticas de venta que permitan estandarizar los procesos comerciales. Se continuará con la generación de contenido para redes sociales y con el fortalecimiento del catálogo de interioristas, con el objetivo de mejorar la visibilidad de la empresa, atraer nuevos clientes y consolidar relaciones comerciales estratégicas.

Para este periodo, estas son las ACDs (Áreas Clave de Desempeño) establecidas, las cuales concentran los esfuerzos estratégicos de la empresa y sobre las cuales se enfocará el seguimiento y la evaluación de resultados durante la primavera de 2026.

Definición Planera 2024				Actividades	Producto	Uso	Beneficio	Fecha	Responsable
Área Clave de Desempeño	Capacidad	Objetivo	Técnicas						
DIRECCIÓN DE OPERACIONES	Atender a los clientes y a las necesidades de la empresa	Optimizar el proceso de producción, reducir costos y mejorar la calidad de los productos	Análisis de procesos y flujo de trabajo	Analizar los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	Ricardo
				Realizar un análisis completo de los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
				Implementar un sistema de control de calidad	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
DESARROLLO ORGANIZACIONAL	Desarrollar una estructura organizacional y funcional que fortalezca la capacidad de la empresa para producir y entregar productos	Implementar un sistema de control de calidad	Análisis de procesos y flujo de trabajo	Analizar los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	Ricardo
				Realizar un análisis completo de los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
				Implementar un sistema de control de calidad	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
DIRECCIÓN	Fortalecer la toma de decisiones y la capacidad de la empresa para producir y entregar productos	Implementar un sistema de control de calidad	Análisis de procesos y flujo de trabajo	Analizar los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	Ricardo
				Realizar un análisis completo de los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
				Implementar un sistema de control de calidad	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
MARKETING Y VENTAS	Construcción de ventas	Desarrollar un crecimiento en ventas y la participación en el mercado	Análisis de procesos y flujo de trabajo	Analizar los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	Ricardo
				Realizar un análisis completo de los procesos de producción y flujo de trabajo	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	
				Implementar un sistema de control de calidad	Diagrama de flujo de trabajo	Identificar los puntos de control y los puntos de mejora	Mejorar la eficiencia de la producción y reducir los costos	Antes de mayo 2024	



1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora

De acuerdo con el nuevo plan de desarrollo, elaborado y aprobado por los empresarios y la consultora senior para el periodo primavera 2026, se establece como base la creación de nuevos productos que contribuyan al fortalecimiento de las áreas clave de desempeño, previamente identificadas durante el diagnóstico realizado en primavera 2025.

Este enfoque busca generar un mayor beneficio para la empresa, al mismo tiempo que se da continuidad a los productos propuestos en el periodo otoño 2025, asegurando coherencia y seguimiento en la estrategia de desarrollo.

Marketing y Ventas

Durante el desarrollo del área de Marketing y Ventas del proyecto de la empresa, se llevaron a cabo diversas acciones estratégicas encaminadas al fortalecimiento de la organización en dos tácticas principales: segmentación de clientes y mercado, y el desarrollo de una estrategia comercial. A continuación, se presenta la descripción detallada del proceso seguido para diseñar, implementar y validar las alternativas propuestas, así como las evidencias que reflejan los resultados obtenidos.

El trabajo inició con una revisión integral de los entregables desarrollados durante el periodo de otoño 2025, con el objetivo de analizar el nivel de implementación de las propuestas previamente planteadas, así como identificar las áreas de oportunidad que aún requerían atención. Este análisis permitió tener una visión más clara del avance real de la empresa, diferenciando entre las acciones que habían sido adoptadas, aquellas que se encontraban en proceso y las que no habían sido ejecutadas. De igual forma, se evaluó el impacto que estas acciones habían tenido en el desempeño comercial de la organización.

A partir de este diagnóstico, se identificó que uno de los principales objetivos estratégicos de la empresa es el lanzamiento de una nueva línea de productos, la cual representa una oportunidad importante para diversificar su oferta y fortalecer su posicionamiento en el mercado. Sin embargo, también se detectó una limitante clave: la empresa no cuenta con un

área de ventas formal dentro de su estructura organizacional, lo que dificulta la correcta ejecución de estrategias comerciales, la prospección de clientes y el seguimiento adecuado de oportunidades de venta. Esta situación limita directamente la capacidad de la empresa para introducir y consolidar su nueva línea de productos en el mercado.

Derivado de lo anterior, se propuso como solución el diseño e implementación de un organigrama específico para el área comercial, alineado a las necesidades actuales y al crecimiento proyectado de la empresa. Dicho organigrama está conformado por cuatro puestos estratégicos: director comercial, encargado de liderar la estrategia y toma de decisiones; ejecutivo de ventas, responsable de la prospección, seguimiento y cierre de ventas; auxiliar administrativo comercial, enfocado en el soporte operativo, control de información y atención a clientes; y el responsable de logística y ventas, encargado de coordinar la correcta entrega de productos y la vinculación entre operaciones y el área comercial.

Adicionalmente, como parte del fortalecimiento estructural del área, se desarrollaron los perfiles de puesto correspondientes a cada una de estas posiciones. En estos documentos se definieron de manera clara y detallada los objetivos de cada puesto, sus principales funciones y responsabilidades, los requisitos académicos y de experiencia, así como las habilidades y competencias necesarias para su adecuado desempeño. Asimismo, se estableció la relación de cada puesto dentro del organigrama, permitiendo una mejor comprensión de las líneas de reporte y coordinación entre áreas.

Estas acciones no solo permiten sentar las bases para la profesionalización del área de ventas, sino que también contribuyen a generar una estructura organizacional más sólida, que facilite la implementación de estrategias comerciales, mejore la eficiencia operativa y aumente la capacidad de la empresa para competir en el mercado. De esta manera, se busca que la empresa no solo pueda lanzar su nueva línea de productos, sino también asegurar su posicionamiento y crecimiento sostenido en el tiempo.

ORGANIGRAMA ÁREA DE VENTAS



PERFIL DE PUESTO: DIRECTOR COMERCIAL	
1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO DE PUESTO	Director comercial
NÚMERO DE PERSONAS EN EL PUESTO	1
DEPARTAMENTO	Comercial
LE REPORTA	Director General
2. OBJETIVO DEL PUESTO	
"Dirigir, planear y supervisar la estrategia comercial de Diferenza Muebles, asegurando el crecimiento sostenido de ventas y el desarrollo exitoso de nuevas líneas de productos, contribuyendo a la rentabilidad y posicionamiento de la empresa en el mercado."	
3. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
FUNCIONES ESTRATÉGICAS 1. Diseñar el plan estratégico comercial anual. 2. Definir metas de ventas mensuales y anuales. 3. Establecer políticas comerciales, precios y descuentos. 4. Analizar tendencias de mercado y comportamiento de la competencia. 5. Identificar oportunidades de expansión y nuevos mercados. 6. Participar en la elaboración del presupuesto anual comercial. 7. Alinear la estrategia comercial con la planeación estratégica corporativa.	FUNCIONES OPERATIVAS 1. Supervisar y evaluar el desempeño del equipo de ventas. 2. Implementar estrategias para el incremento de la cartera de clientes. 3. Coordinar el desarrollo de nuevas líneas de productos con el área de producción. 4. Presentar reportes de resultados y proyecciones al Director General. 5. Dar seguimiento a indicadores clave de desempeño (KPIs).
4. REQUISITOS DEL PUESTO	
Experiencia:	Mínimo 5 años en puestos directivos comerciales. Experiencia en manejo de equipos de ventas y planeación estratégica.
Conocimientos Técnicos:	Planeación estratégica, análisis de mercado, indicadores KPI, gestión de CRM, presupuestos, análisis financiero, técnicas de negociación avanzada.
Requisitos Adicionales:	Desable inglés intermedio
5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
• Liderazgo estratégico • Toma de decisiones • Visión de negocio	

PERFIL DE PUESTO: AUXILIAR ADMINISTRATIVO COMERCIAL	
1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO DE PUESTO	Auxiliar Administrativo Comercial
NÚMERO DE PERSONAS EN EL PUESTO	1
DEPARTAMENTO	Comercial
LE REPORTA	Director Comercial
2. OBJETIVO DEL PUESTO	
"Brindar soporte administrativo al área comercial, asegurando el control y registro adecuado de pedidos, facturación y seguimiento de operaciones de venta."	
3. RESPONSABILIDADES	
1. Elaborar facturas y documentación comercial. 2. Registrar pedidos y anticipos en el sistema. 3. Llevar control de cartera de clientes. 4. Dar seguimiento administrativo a entregas. 5. Generar reportes de ventas periódicos. 6. Mantener actualizados archivos físicos y digitales. 7. Apoyar en el control de inventario relacionado con ventas. 8. Controlar cuentas por cobrar. 9. Apoyar en la elaboración de indicadores comerciales. 10. Coordinar documentación entre el área comercial y producción.	
4. REQUISITOS DEL PUESTO	
Formación Académica:	Bachillerato técnico o Licenciatura en Administración, Contabilidad o afín (deseable).
Experiencia:	Mínimo 1 año en funciones administrativas, facturación o control de ventas.
Conocimientos Técnicos:	Facturación electrónica, manejo de Excel, control de bases de datos, elaboración de reportes, control de cuentas por cobrar y uso de sistemas administrativos.
Requisitos Adicionales:	Manejo básico de paquetería Office y organización documental.
5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
• Organización. • Atención al detalle. • Responsabilidad. • Capacidad de análisis. • Trabajo en equipo. • Comunicación efectiva.	

PERFIL DE PUESTO: EJECUTIVO DE VENTAS	
1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO DE PUESTO	Ejecutivo de ventas
NÚMERO DE PERSONAS EN EL PUESTO	1
DEPARTAMENTO	Comercial
LE REPORTA	Director General
2. OBJETIVO DEL PUESTO	
"Gestionar el proceso integral de ventas, desde la atención al cliente hasta el cierre y seguimiento posterior, garantizando el cumplimiento de metas comerciales y la satisfacción del cliente."	
3. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
1. Atender y asesorar a clientes en punto de venta y medios digitales. 2. Elaborar cotizaciones y dar seguimiento a prospectos. 3. Cerrar ventas y registrar pedidos. 4. Mantener actualizada la base de datos de clientes. 5. Dar seguimiento posterior. 6. Coordinar con producción tiempos de entrega. 7. Apoyar en la promoción de productos en redes sociales. 8. Cumplir con metas mensuales y anuales de ventas. 9. Realizar prospección activa de nuevos clientes. 10. Dar seguimiento a indicadores clave de desempeño (KPIs).	
4. REQUISITOS DEL PUESTO	
Formación Académica:	Bachillerato concluido o Licenciatura en Administración, Mercadotecnia o afín (deseable).
Experiencia:	Mínimo 1 a 2 años en ventas, atención al cliente o puestos similares.
Conocimientos Técnicos:	Técnicas de venta y negociación, manejo de CRM, elaboración de cotizaciones, manejo básico de redes sociales y paquete Office.
5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
• Orientación a resultados. • Comunicación efectiva. • Habilidad de negociación. • Servicio al cliente. • Organización y seguimiento. • Trabajo en equipo. • Proactividad. • Tolerancia a la frustración.	
6. LUGAR EN EL ORGANIGRAMA	

DESCRIPCIÓN DE PUESTO: ENCARGADO DE LOGÍSTICA Y ENTREGAS	
1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO DE PUESTO	Encargado de Logística y Entregas
NÚMERO DE PERSONAS EN EL PUESTO	1
DEPARTAMENTO	Comercial
LE REPORTA	Director Comercial
2. OBJETIVO DEL PUESTO	
"Garantizar la entrega puntual y en óptimas condiciones de los productos vendidos, asegurando una experiencia satisfactoria para el cliente y el correcto manejo de la mercancía."	
3. RESPONSABILIDADES	
• Programar y ejecutar entregas conforme a la agenda establecida. • Verificar el estado del producto antes de su salida. • Recabar evidencia y conformidad del cliente al momento de la entrega. • Reportar incidencias durante las entregas. • Apoyar en movimientos internos de mercancía. • Mantener el vehículo y equipo en condiciones adecuadas. • Coordinar rutas eficientes para optimizar tiempos y costos. • Controlar documentación relacionada con entregas. • Dar seguimiento a devoluciones o cambios de mercancía. • Cumplir con protocolos de seguridad y manejo adecuado del producto.	
4. REQUISITOS DEL PUESTO	
Formación Académica:	Secundaria o Bachillerato concluido (deseable).
Experiencia:	Mínimo 1 a 2 años en logística, entregas, almacén o puestos similares.
Conocimientos Técnicos:	Manejo de rutas, control de inventarios básico, mantenimiento preventivo básico de vehículo, manejo de documentación y protocolos de entrega.
Requisitos Adicionales:	Licencia de conducir vigente. Disponibilidad de horario.
5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
• Responsabilidad. • Organización. • Orientación al servicio. • Trabajo en equipo. • Puntualidad. • Capacidad de resolución de problemas. • Honestidad. • Buena condición física.	

Simultáneamente, se trabajó en la segunda táctica: el desarrollo de una estrategia comercial. A partir del análisis previo, se identificó la necesidad de establecer lineamientos claros que permitieran estandarizar los procesos de venta, reducir errores operativos y mejorar la relación con los clientes, así como fortalecer la presencia de la empresa en el mercado.

Para atender esta necesidad, se elaboraron dos documentos clave. El primero corresponde a un documento integral de políticas de venta y devolución, en el cual se definieron aspectos fundamentales como el objetivo, el alcance y el proceso comercial de la empresa. Dentro de este, se estableció que todo pedido deberá formalizarse mediante un formato de orden de compra firmado por el cliente o interiorista, especificando medidas, materiales, acabados y fecha de entrega. Asimismo, se determinó que el área de ventas será responsable de validar la información técnica con producción antes de confirmar cualquier pedido, y que, una vez

validado, este se considerará un compromiso formal y será integrado al calendario de producción.

En relación con la validación del diseño, se definió que todas las propuestas deberán contar con la aprobación previa del cliente y del área directiva antes de entrar a producción. De igual forma, se estableció que cualquier modificación posterior generará un nuevo pedido, sujeto a tiempos y costos adicionales, y que no se aceptarán cambios una vez iniciado el proceso de fabricación. Asimismo, el documento contempla lineamientos específicos para devoluciones y retrabajos, determinando que las devoluciones solo procederán en casos de defectos de fabricación comprobables o errores atribuibles a la empresa, mientras que los retrabajos derivados de errores internos tendrán prioridad, pero deberán registrarse para su seguimiento.

Este documento fue desarrollado con la finalidad de generar acuerdos claros entre la empresa y sus clientes, minimizando malos entendidos y reduciendo la incidencia de devoluciones, lo cual resulta especialmente relevante considerando que la empresa trabaja con muebles personalizados. De esta manera, se busca mejorar la eficiencia operativa y evitar retrasos en las entregas.

Como complemento a lo anterior, se elaboró un documento de plan de marketing enfocado en fortalecer la presencia digital y ampliar el alcance de la empresa. En este se definieron elementos clave como la propuesta de valor, los objetivos de la campaña, el público objetivo, las etapas de la estrategia, el posicionamiento y el storytelling de la marca. Asimismo, se incluyeron propuestas de contenido para redes sociales, como ideas de reels, publicaciones y videos, así como un cronograma mensual detallado con la planificación de contenido para plataformas digitales.

La implementación de estas acciones permita a la empresa incrementar su visibilidad, atraer nuevos clientes potenciales y fortalecer su posicionamiento en el mercado, contribuyendo directamente al crecimiento de sus ventas y al desarrollo de su nueva línea de productos.

Política de Venta y Devolución

Objetivo: Garantizar claridad en los procesos de venta y devolución, reducir retrabajos, optimizar tiempos de producción y mejorar la experiencia del cliente.

Alcance: Aplica a todas las operaciones de venta, diseño, producción y entrega realizadas por la empresa, incluyendo pedidos gestionados por interioristas y clientes directos.

1. Proceso de venta

- Todo pedido deberá formalizarse mediante un formato de orden de compra firmado por el cliente o interiorista, especificando medidas, materiales, acabados y fecha de entrega.
- El área de ventas será responsable de validar la información técnica con producción antes de confirmar el pedido.
- Una vez validado, el pedido se considerará compromiso formal y entrará al calendario de producción.

2. Validación de diseño

- Los diseños propuestos por interioristas deberán contar con la aprobación previa del cliente y del área directiva antes de entrar a producción.
- Cualquier modificación posterior al diseño aprobado generará un nuevo pedido, sujeto a tiempos y costos adicionales.
- No se aceptarán cambios de diseño una vez iniciado el proceso de fabricación.

3. Devoluciones por inconformidad

- Las devoluciones solo procederán en caso de:
 - Defectos de fabricación comprobables
 - Errores en medidas atribuibles a la empresa
- En caso de inconformidad por diseño previamente aprobado, el cliente podrá solicitar ajustes, pero estos se considerarán nuevos pedidos y no tendrán prioridad sobre órdenes vigentes.

4. Retrabajos

- Los retrabajos derivados de errores internos (medidas incorrectas, defectos de fabricación) tendrán prioridad en producción, pero deberán registrarse en un formato de incidencia para su seguimiento.
- Los retrabajos derivados de cambios solicitados por clientes o interioristas no tendrán prioridad y se programarán como pedidos nuevos.

5. Políticas de devolución de producto terminado

- El cliente podrá devolver un producto únicamente si presenta defectos de fabricación o incumple con las especificaciones acordadas en la orden de compra.
- No se aceptarán devoluciones por cambios de opinión, ajustes estéticos o modificaciones posteriores al diseño aprobado.
- Las devoluciones deberán solicitarse dentro de los 7 días hábiles posteriores a la entrega.

6. Tiempo de entrega

- El tiempo de entrega será definido en la orden de compra y dependerá de la complejidad del diseño, disponibilidad de materiales y carga de producción.
- Una vez confirmado el pedido, se establecerá una fecha de entrega estimado, la cual deberá ser comunicada al cliente por el área de ventas.
- En caso de retrasos por causas internas, el área de producción deberá notificar oportunamente al área de ventas para informar al cliente y reprogramar la entrega.
- Los cambios solicitados por clientes o interioristas después de la validación inicial generarán un nuevo pedido con un nuevo tiempo de entrega, sin afectar la programación de pedidos previamente confirmados.

7. Responsabilidades

- **Área de ventas:** Validar pedidos y comunicar políticas al cliente.
- **Interioristas:** Asegurar que los diseños estén aprobados antes de producción.
- **Producción:** Cumplir con especificaciones, registrar incidencias y respetar tiempos de entrega.
- **Dirección:** Supervisar cumplimiento de políticas y resolver casos excepcionales.

8. Beneficios esperados

- Reducción de retrabajos y atrasos en producción.
- Mayor claridad en roles y responsabilidades.
- Incremento en la satisfacción del cliente al recibir productos conforme a lo acordado y en el tiempo establecido.
- Mejora en la reputación de la marca y confianza en el proceso de compra.



PROPUESTA DE VALOR

La empresa diseña y fabrica mobiliario personalizado y colecciones propias, combinando diseño contemporáneo, materiales de alta calidad y procesos de fabricación especializados.

La marca ofrece:

- Muebles totalmente personalizados
- Una línea de productos diseñada por la empresa

Esto permite atender tanto proyectos a medida como clientes que buscan piezas de diseño listas para adquirir.

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

Incrementar la visibilidad digital de la marca a través de contenido constante en redes sociales.

Generar más cotizaciones y contacto con clientes potenciales por WhatsApp Business.

Fortalecer el posicionamiento de Diferenza en el sector de mobiliario de diseño.

Promocionar la nueva línea de productos del catálogo, ampliando el alcance hacia nuevos segmentos de clientes.

PUBLICO OBJETIVO

Hoteles y desarrollos
turísticos

Corporativos,
oficinas y despachos

Diseñadores y
arquitectos

Cientes residenciales interesados
en mobiliario personalizado o
piezas de diseño del catálogo



ETAPAS DE ESTRATEGIA

1

Diagnóstico y desarrollo de estrategias

Semanas 1 - 4

- Análisis de redes sociales y del contenido que ya se ha estado publicando.
- Identificación de tipos de contenido con mayor interacción.
- Definición de línea de contenido para TikTok e Instagram.

2

Implementación de campanas

Semanas 5 - 8

- Publicación constante de contenido en redes sociales.
- Promoción de proyectos personalizados y de la nueva línea de productos.
- Uso de reels y videos cortos para aprovechar el alcance del algoritmo.

3

Medición y analisis de resultados

Semanas 9 - 12

- Monitoreo del rendimiento del contenido publicado.
- Análisis de interacciones, alcance y mensajes recibidos.
- Ajuste de estrategia según los resultados obtenidos.

FASE 1 POSICIONAMIENTO

OBJETIVO: FORTALECER LA PRESENCIA DIGITAL Y MANTENER UNA IMAGEN PROFESIONAL Y CONSISTENTE EN REDES SOCIALES.

Acciones:

- Optimizar biografía y estética de redes sociales
- Publicar 3 a 4 contenidos por semana en TikTok e Instagram

Tipos de contenido:

- Post aspiracional relacionado con diseño y estilo
- Fotografías de productos o proyectos terminados
- Reels del proceso de fabricación o del taller
- Presentación de productos del nuevo catálogo

FASE 2 STORYTELLING

OBJETIVO: HUMANIZAR LA MARCA Y MOSTRAR EL VALOR DEL PROCESO DE FABRICACIÓN.

Acciones:

- Reels mostrando el proceso desde el diseño hasta el resultado final
- Videos del trabajo dentro del taller
- Contenido explicando materiales y procesos
- Historias mostrando avances de proyectos o detalles de productos

Ejemplo de copy:

"No solo fabricamos muebles, creamos espacios que cuentan historias."



FASE 3 PROMOCIÓN

OBJETIVO: GENERAR COTIZACIONES Y NUEVOS PROYECTOS.

Campaña principal: "Diseña tu espacio con DIFERENZA"

Contenido enfocado en:

- Proyectos terminados
- Productos del catálogo
- Reels con llamado a la acción para cotizar
- CTA directo a WhatsApp Business

Mensaje automático sugerido:

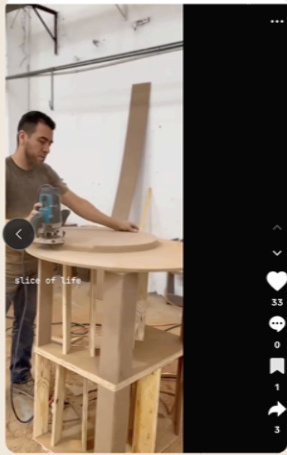
- "Gracias por contactar a Diferenza. Diseñamos y fabricamos mobiliario para proyectos residenciales, corporativos y hoteleros. ¿En qué tipo de proyecto estás interesado?"



Cronograma General

Etapas	Actividades
1	Optimización de perfiles de Instagram y TikTok. Revisión de biografía, estética visual y tipo de contenido que se publica.
2	Publicación constante de contenido (1-2 publicaciones por semana) enfocado en procesos de fabricación, productos y proyectos terminados.
3	Desarrollo de contenido de storytelling mostrando el proceso de diseño, fabricación y montaje de los muebles.
4	Promoción de proyectos personalizados y de la nueva línea de productos del catálogo mediante reels y publicaciones en redes sociales.
5	Monitoreo de resultados, análisis de interacción en redes y ajustes en la estrategia digital según el rendimiento del contenido.

IDEAS DE REELS



DE LA IDEA AL DISEÑO FINAL



MATERIALES QUE HACEN ÚNICO UN MUEBLE DIFERENZA.



UN DÍA EN NUESTRO TALLER



POR QUÉ LOS HOTELES CONFÍAN EN NOSOTROS



PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS DEL NUEVO CATÁLOGO



CADA TEXTURA TIENE UNA HISTORIA



MONTAJE EN SITIO DEL CLIENTE



POR QUÉ EL LUJO TAMBIÉN SE DISEÑA EN MÉXICO



DIFERENZA EN 15 SEGUNDOS



ESTRATEGIA

- Mantener una publicación constante de contenido en redes sociales
- Aprovechar el alcance orgánico de TikTok e Instagram mediante reels y videos cortos
- Promover tanto proyectos personalizados como productos del catálogo
- Fomentar la interacción con el público a través de comentarios, guardados y compartidos
- Utilizar redes sociales como canal para generar contacto directo con clientes potenciales



MÉTRICAS DE ÉXITO

PARA EVALUAR EL IMPACTO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL SE CONSIDERARÁN LAS SIGUIENTES MÉTRICAS:

Crecimiento en redes sociales

- Aumento de seguidores en Instagram y TikTok

Alcance del contenido

- Número de visualizaciones en reels y publicaciones

Interacción del público

- Likes
- Comentarios
- Compartidos
- Guardados

Generación de prospectos

- Mensajes recibidos en WhatsApp Business
- Solicitudes de cotización

Interés en productos

- Interacción con publicaciones relacionadas con la nueva línea de catálogo

Fecha	Plataforma	Tipo de publicación	Tema / Contenido
12 marzo	Estado de WhatsApp	Foto	Producto destacado de la semana (sala, mesa o recámara)
15 marzo	Instagram Reel + TikTok	Video	Proceso de fabricación de un mueble
19 marzo	Estado de WhatsApp	Foto	Cliente satisfecho con su mueble
22 marzo	Instagram Reel	Video	Detalles de calidad de la madera y acabados
26 marzo	TikTok	Video	"3 razones para comprar muebles de madera"
29 marzo	Instagram publicación	Carrusel	Antes y después de un espacio con muebles
2 abril	Estado de WhatsApp	Foto	Promoción o descuento especial
5 abril	TikTok + Reel	Video	Armado rápido de un mueble (time-lapse)
9 abril	Instagram publicación	Foto	Mueble decorado en un espacio real
12 abril	Estado de WhatsApp	Foto	Producto destacado de la semana
16 abril	TikTok	Video	Tendencias de decoración con muebles de madera
19 abril	Instagram Reel	Video	Detalles de diseño y acabados
23 abril	Estado de WhatsApp	Foto	Entrega de pedido a cliente
26 abril	TikTok + Reel	Video	"Errores comunes al comprar muebles"
30 abril	Instagram publicación	Carrusel	Diferentes modelos de un mismo producto

Fecha	Plataforma	Tipo de publicación	Tema / Contenido
3 mayo	Estado de WhatsApp	Foto	Promoción especial del mes
7 mayo	TikTok	Video	Muebles ideales para espacios pequeños
10 mayo	Instagram Reel	Video	Idea de regalo para el Día de las Madres
14 mayo	Estado de WhatsApp	Foto	Cliente satisfecho / testimonio
17 mayo	TikTok + Reel	Video	Proceso de barnizado o acabado final
21 mayo	Instagram publicación	Foto	Inspiración de decoración con muebles
24 mayo	Estado de WhatsApp	Foto	Producto más vendido del mes
28 mayo	TikTok	Video	Transformación de madera a mueble terminado
30 mayo	Instagram Reel	Video	"Top 3 muebles favoritos de nuestros clientes"

Desarrollo Organizacional

Dentro del área de desarrollo organizacional, la propuesta de mejora se fue construyendo a partir de las necesidades detectadas durante el acompañamiento realizado en la empresa. Por medio de la observación del funcionamiento interno, la revisión de la dinámica de trabajo y el análisis de la comunicación entre los integrantes, se identificaron áreas de oportunidad principalmente relacionadas con el orden interno, la claridad de funciones, la comunicación y el clima laboral. A partir de ello, se desarrollaron tres productos: el reglamento interno, la propuesta de teambuilding y el organigrama.

El primer producto trabajado fue el Reglamento Interno de Trabajo, ya que desde el inicio se observó la necesidad de contar con una herramienta formal que ayudara a dar mayor orden a la operación diaria y a establecer reglas más claras para los colaboradores. Su elaboración se realizó a partir de la revisión de las necesidades de la empresa, tomando en cuenta aspectos como horarios, puntualidad, permisos, seguridad, uso de herramientas, responsabilidades y conducta dentro del taller. El documento quedó estructurado por capítulos para facilitar su consulta e implementación, incluyendo disposiciones generales, jornada de trabajo, faltas y permisos, seguridad, herramientas y materiales, conducta laboral y disposiciones finales. Este producto se trabajó como una herramienta de desarrollo organizacional, ya que su finalidad era contribuir al orden interno, a la claridad en las normas de convivencia laboral y a una mejor estructura en la dinámica de trabajo.

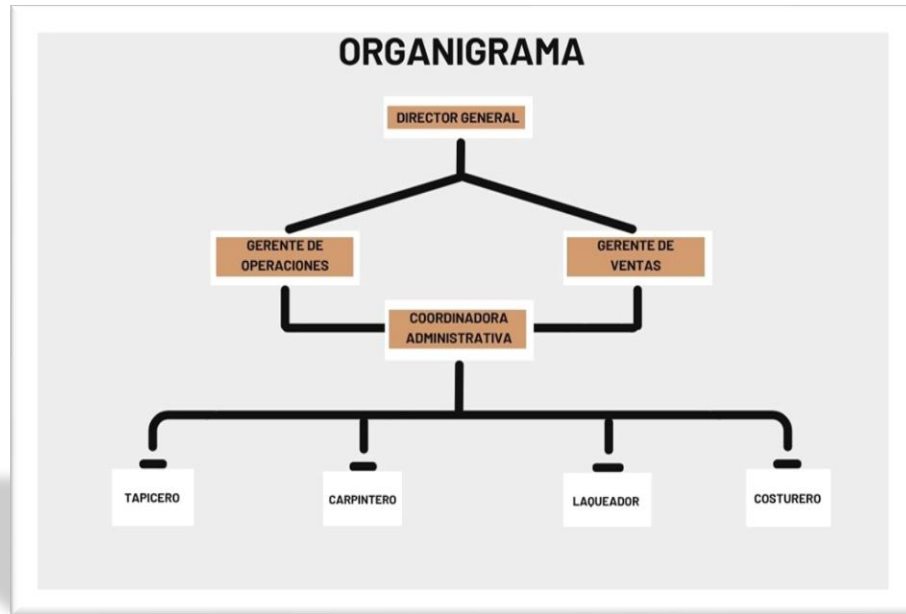
Posteriormente, se desarrolló la propuesta de teambuilding, la cual tuvo como propósito fortalecer la comunicación interna y promover un mejor ambiente laboral dentro de la empresa. Esta propuesta se diseñó desde un enfoque de desarrollo organizacional, buscando generar espacios de convivencia y escucha entre colaboradores y responsables. Se plantearon dos dinámicas: “Si yo fuera jefe por un día” y “Reto de trabajo en equipo”, ambas pensadas para realizarse en la hora de comida, en un ambiente informal y con una duración aproximada de 20 a 30 minutos. La primera dinámica estaba orientada a escuchar ideas de mejora por parte de los colaboradores, mientras que la segunda buscaba fortalecer la confianza, la colaboración y la resolución conjunta de problemas. Sin embargo, esta propuesta no pudo

llevarse a cabo, ya que los empresarios dejaron de responder y ya no fue posible dar seguimiento a esta parte del proyecto.

Finalmente, se elaboró el organigrama como una herramienta visual para representar la estructura de la empresa y aportar mayor claridad sobre la relación entre los puestos. Este producto también forma parte del área de desarrollo organizacional, ya que ayuda a definir jerarquías, funciones y líneas generales de coordinación dentro de la organización. No obstante, su elaboración se realizó con información limitada, debido a que en la etapa final ya no se contaba con un seguimiento constante por parte de los empresarios. Aun así, con la información obtenida durante las visitas, observaciones y avances previos, se logró construir una versión general del organigrama que integra puestos como director general, Gerente de Operaciones, Gerente de Ventas, Coordinadora Administrativa y personal operativo del taller. Aunque no fue posible profundizar más, este producto permitió dejar una base visual de la estructura organizacional existente.

En cuanto al proceso de trabajo, dentro del área de desarrollo organizacional se llevaron a cabo actividades como observación directa, identificación de problemáticas internas, análisis de funciones, redacción de documentos y diseño de herramientas organizacionales. Los procedimientos se fueron ajustando conforme avanzó el proyecto y conforme cambiaron las condiciones dentro de la empresa. Entre las principales técnicas utilizadas estuvieron la observación del entorno laboral, la revisión de la estructura de trabajo y la elaboración de propuestas concretas enfocadas en mejorar la organización interna.

Como evidencias del trabajo realizado en esta área se cuenta con el Reglamento Interno de Trabajo, la propuesta de teambuilding y el organigrama actualizado. Estos productos reflejan el trabajo desarrollado a lo largo del proyecto y muestran cómo, desde el área de desarrollo organizacional, se buscó aportar herramientas que ayudaran a mejorar el funcionamiento interno de la empresa. Aunque no todas las propuestas pudieron implementarse, sí se logró dejar productos concretos que pueden servir como base para futuras acciones de mejora.



Públicaón del RIT

REGAMENTO INTERNO DE TRABAJO DIFERENCIA MUJERES Vigora a partir del ____ de ____ de 2020 Documento: reglamento de DIFERENCIA PRESENTACIÓN El presente Reglamento Interno de Trabajo garantiza el tratamiento salarial que según la legislación, derechos, condiciones laborales y niveles de seguridad dentro de DIFERENCIA MUJERES. De finalidad de garantizar en ambiente laboral seguro, ordenado y productivo, fortaleciendo la cultura organizacional y mejorando el cumplimiento de la Ley Federal del Trabajo y demás disposiciones aplicables. El reglamento establece con claridad los derechos y obligaciones tanto de la empresa como de sus colaboradores, promoviendo la correspondencia, la calidad en los procesos y la mejora continua del taller. ÍNDICE • Capítulo I.- Disposiciones Generales • Capítulo II.- Jornada de Trabajo y Remuneración • Capítulo III.- Personalidad, Estatus y Permisos • Capítulo IV.- Seguridad • Capítulo V.- Desempeño, Ausentismo y Multas • Capítulo VI.- Confianza, Calidad y Responsabilidades • Capítulo VII.- Terminación de la Relación Laboral • Capítulo VIII.- Disposiciones Finales CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES • Artículo 1.- El presente Reglamento es obligatorio para todo el personal que presta sus servicios en DIFERENCIA MUJERES, independientemente de su puesto, modalidad de contratación o antigüedad. • Artículo 2.- La presente Norma se regirá por la Ley Federal del Trabajo, el convenio individual correspondiente y el presente Reglamento.	• Artículo 3.- Las informaciones contenidas en la Dirección del Distrito (DIREM) y de las dependencias de ésta, deberán estar debidamente clasificadas con el nivel que que precise. • Artículo 4.- Ninguna disposición de este reglamento podrá imponerse en perjuicio de los derechos mínimos establecidos por la Ley. CAPÍTULO II JORNADA DE TRABAJO Y REMUNERACIÓN • Artículo 5.- La jornada laboral ordinaria será de horas e intervalos de 08:00 a 18:00 horas, con los períodos de descanso establecidos por la normativa. • Artículo 6.- La empresa podrá solicitar horas extras por necesidades operativas, respetando siempre los límites legales. • Artículo 7.- Las horas extraordinarias únicamente podrán abonarse con autorización previa por escrito del jefe inmediato. • Artículo 8.- El salario será pagado mensualmente el día cinco en la forma y modo acostumbrado. • Artículo 9.- Las trabajadoras gozará de vacaciones, prima vacacional y aguinaldo conforme a la Ley Federal del Trabajo. DISPOSICIONES GENERALES CAPÍTULO III PERSONALIDAD, ESTATUS Y PERMISOS • Artículo 10.- Las trabajadoras deberán presentarse puntualmente al inicio de su jornada. • Artículo 11.- Las ausencias por asuntos personales deberán justificarse por escrito con al menos 48 horas de anticipación. • Artículo 12.- Los días por enfermedad debidos justificarse con comprobantes médicos dentro de los primeros 14 días. • Artículo 13.- Toda falta justificada en un período de 30 días naturales será causa de rescisión conforme al artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo. CAPÍTULO IV SEGURIDAD • Artículo 14.- Reportar todos los actos y condiciones inseguras en forma inmediata. • Artículo 15.- No fumar en áreas de trabajo. • Artículo 16.- No ingerir alimentos sin estar cubiertos. • Artículo 17.- No usar alcohol en áreas de trabajo.	• Artículo 18.- El uso de equipo de protección personal necesario para la actividad a desarrollar. CAPÍTULO V HERRAMIENTAS, MAQUINARIA Y MATERIALES • Artículo 19.- Las herramientas y equipos proporcionados deberán utilizarse exclusivamente para fines laborales. • Artículo 20.- El trabajador será responsable del uso adecuado, cuidado y resguardo del equipo asignado. • Artículo 21.- El trabajador deberá mantenerse al día en su capacitación obligatoria. • Artículo 22.- En caso de falta por negligencia comprobada, se aplicarán las medidas correspondientes conforme a la Ley. CAPÍTULO VI CONDUCTA, CALIDAD Y RESPONSABILIDADES • Artículo 23.- Se exige rigurosidad, compromiso, eficiencia y honestidad. • Artículo 24.- Las trabajadoras deberán cumplir con los estándares de calidad y tiempos de entrega establecidos por la empresa. • Artículo 25.- El trabajador responsable de mantener debidamente el uso eficiente de recursos, tiempo y materiales en responsabilidad del personal. • Artículo 26.- Toda información relacionada con clientes, ventas, proveedores y clientes es confidencial. CAPÍTULO VII TERMINACIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL • Artículo 27.- Las acciones dentro de este documento serán conforme a lo establecido en los artículos 47 y 48 de la Ley Federal del Trabajo. • Artículo 28.- El resciso de contrato laboral, el trabajador deberá devolver todos los instrumentos, equipo o bienes asignados. CAPÍTULO VIII DISPOSICIONES FINALES • Artículo 29.- El presente Reglamento podrá modificarse cuando las necesidades operativas lo requieran. • Artículo 30.- Toda trabajadora recibirá copia del Reglamento y firmará acuse de recibo. • Artículo 31.- Para lo no previsto, se estará a lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo.
---	---	--



Dinámicas

- 01 "Si yo fuera jefe por un día"
- 02 Reto de trabajo en equipo

Objetivo de las dinámicas

- Generar un espacio de convivencia fuera de la rutina de trabajo.
- Mejorar la comunicación entre colaboradores y líder.
- Fomentar confianza, escucha y trabajo en equipo.
- Crear un ambiente laboral más cordial.



Contexto de la actividad



- Se realizará durante la hora de comida en el comedor.
- Ambiente informal y relajado.



- Se ofrecerá café y galletas para acompañar la actividad.
- Duración aproximada: 20-30 minutos.



Dinámica 1: “Si yo fuera jefe por un día”

¿Para qué sirve?

- Escuchar ideas y percepciones de los colaboradores.
- Identificar posibles mejoras en el ambiente laboral.
- Fomentar la empatía entre líder y equipo.

¿Cómo se realiza?

- Cada colaborador comparte qué cambiaría o mejoraría si fuera jefe por un día.
- Las ideas se comparten de forma respetuosa y constructiva.
- El objetivo es escuchar y reflexionar, no criticar.

Dinámica 2: Reto de trabajo en equipo

¿Para qué sirve?

- Fortalecer la comunicación entre compañeros.
- Fomentar la confianza y la colaboración.
- Practicar la resolución de problemas en equipo.

¿Cómo se realiza?

- Se forman pequeños equipos.
- Un miembro tendrá los ojos vendados y otro deberá guiarlo.
- El equipo deberá completar un pequeño reto juntos.

Dirección de Operaciones

Dentro del área clave de desempeño de Dirección de Operaciones el desarrollo de la propuesta de mejora se enfocó en la evaluación y fortalecimiento de los procesos productivos de la empresa teniendo como base herramientas de mejora continua (Kaizen), análisis de causa raíz y lineamientos de seguridad industrial. El objetivo principal fue identificar oportunidades de mejora que permitieran incrementar la eficiencia operativa, reducir desperdicios y fortalecer las condiciones de trabajo dentro del área de producción.

El proceso inició con el diseño de herramientas de auditoría orientadas a la evaluación de la implementación de metodologías de mejora continua, específicamente Kaizen y 5S. Para esto se desarrollaron formatos estructurados de auditoría que permiten registrar el cumplimiento dentro de cada área operativa evaluando aspectos como orden, limpieza, estandarización y

disciplina operativa. Estos formatos fueron diseñados con criterios medibles fáciles de entender y realizar permitiendo generar un historial de seguimiento para la mejora continua.

Nombre del Auditor					
Firma del auditor					
Fecha de la auditoria					
Área	Criterio de auditoría	Cumple / No cumple	Acción correctiva	Responsable	
Carpintería	Material innecesario eliminado				
	Solo herramientas necesarias presentes				
	Herramientas con ubicación definida				
	Material almacenado ordenadamente				
	Shadowboards implementados (placeholder futuro)				
	Estaciones limpias				
	Máquinas sin acumulación de polvo o residuos				
	Procedimientos visibles				
	Estándares de limpieza definidos				
	Personal sigue estándares				
Tapicería	Uso correcto de áreas delimitadas (placeholder futuro)				
	Material innecesario eliminado				
	Solo herramientas necesarias presentes				
	Herramientas con ubicación definida				
	Material almacenado ordenadamente				
	Shadowboards implementados (placeholder futuro)				
	Estaciones limpias				
	Máquinas sin acumulación de polvo o residuos				
	Procedimientos visibles				
	Estándares de limpieza definidos				
Laqueado	Personal sigue estándares				
	Material innecesario eliminado				
	Solo herramientas necesarias presentes				
	Herramientas con ubicación definida				
	Material almacenado ordenadamente				
	Shadowboards implementados (placeholder futuro)				
	Estaciones limpias				
	Máquinas sin acumulación de polvo o residuos				
	Procedimientos visibles				
	Estándares de limpieza definidos				

Nombre del Empleado		Auditoria 5's	
		Área de Tapiceria	
Fecha de la auditoria			
Ítem de verificación	Cumple / No cumple	Observaciones	
Herramientas en lugar asignado			
Área libre de residuos (aserrín, tela, etc.)			
Material identificado correctamente			
Superficies de trabajo limpias			
Pasillos libres de obstáculos			
Residuos depositados en contenedores correctos			
Equipo de trabajo en buen estado			
Materiales almacenados correctamente			
Señalización visual presente (placeholder futuro)			
Shadowboard de herramientas utilizado (placeholder futuro)			
Delimitación de áreas respetada (placeholder futuro)			
Nombre del responsable de revisión		Firma	Fecha

Fecha	Empleado	Área	Problema identificado	Causa posible	Propuesta de mejora	Impacto esperado	Estado (Propuesta / En revisión / Implementado)	Responsable	Fecha implementación
02/04/2026	Juan Palomar	Carpinteria	Cuello de botella en detallado	Tarda mucho algunos detallados con los materiales actuales	Comprar mejores materiales	Reducir tiempos de producción un 10%	Propuesta	Eduardo	Pendiente

De manera complementaria, se elaboraron checklists enfocados en la evaluación de condiciones de seguridad industrial, particularmente en lo relacionado con el uso de Equipo de Protección Personal (EPP) siguiendo la NOM-017-STPS. Estos instrumentos permitieron verificar el cumplimiento de lineamientos básicos de seguridad, así como identificar áreas de riesgo derivadas del uso inadecuado o inexistente de equipo de protección. También se realizó la aplicación de un checklist basado en la NOM-026-STPS enfocado a señalización y señalética en la empresa.

2. NORMAS DE ORGANIZACIÓN
5.1 Equipo de protección personal
Selección, uso y manejo en los centros de trabajo NOM-017-STPS-2008

Indicador	Tipo de Verificación	Criterio de Aceptación	Cumplimiento			Fecha		Responsable de la ejecución	Observaciones	Foto
			Si	No	NA	Inicio	Término			
Estudios										
1. ¿Se identifican y analizan los riesgos de trabajo a los que...	Docu mental	1.1 ¿Cuenta con el estudio o estudios requeridos?	☐	☐	☐					
2. ¿Se considera en la identificación y el análisis de riesgos de trabajo...	Docu mental	1.2 ¿Contiene el estudio las especificaciones previstas por el indicador?	☐	☐	☐					
> el tipo de actividad que desarrolla el trabajador?			☐	☐	☐					
> el tipo de riesgo de trabajo identificado?			☐	☐	☐					
> la región anatómica por...			☐	☐	☐					
> el puesto de trabajo?			☐	☐	☐					
> el equipo de protección personal requerido?			☐	☐	☐					
Procedimientos Sección 7.1										
1. ¿Incluyen al menos las indicaciones, instrucciones o...	Docu mental	3.2 ¿Contiene el procedimiento las especificaciones previstas por el indicador?	☐	☐	☐					
> la información proporcionada por el proveedor, distribuidor o fabricante del equipo y la que el patrón considere conveniente adicionar?			☐	☐	☐					
> las instrucciones para verificar su correcto funcionamiento, en su caso?			☐	☐	☐					

2.2 Señales y acciones de seguridad e higiene, e identificación de riesgos por medios conductivos en tuberías
NOM-026-STPS-2008

Indicador	Tipo de Verificación	Criterio de Aceptación	Cumplimiento			Fecha		Responsable de la ejecución	Observaciones	Foto
			Si	No	NA	Inicio	Término			
1 Medidas de seguridad										
1.1 Señales de seguridad e higiene Sección 5.4										
1. ¿Están ubicadas las señales de seguridad e higiene de tal...	Física	4.2 ¿Están instaladas las medidas de seguridad que refiere el indicador, de acuerdo con las especificaciones previstas por el indicador, y conforme el criterio muestral definido para tal efecto?	☐	☐	☐					
> la ubicación de equipos o instalaciones de emergencia?			☐	☐	☐					
> la existencia de riesgos o peligros, en su caso?			☐	☐	☐					
> la realización de una acción obligatoria?			☐	☐	☐					
> la prohibición de un acto susceptible de causar un...			☐	☐	☐					
1. ¿Están libres de obstrucciones las señales de...	Física	4.2 ¿Están instaladas las medidas de seguridad que...	☐	☐	☐					
1. ¿Se prevé que la eficacia de las señales de seguridad e...	Física	4.2 ¿Están instaladas las medidas de seguridad que...	☐	☐	☐					
Sección 7.1										
1. ¿Cumplen las señales de seguridad e higiene con los...	Física	4.2 ¿Están instaladas las medidas de seguridad que refiere el indicador, de acuerdo con las especificaciones previstas por el indicador, y conforme el criterio muestral...	☐	☐	☐					
> rojo: paro, prohibición, y material, equipo y sistemas...			☐	☐	☐					
> amarillo: advertencia de...			☐	☐	☐					

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis integral del área de producción mediante la identificación de problemáticas clave que afectan el desempeño operativo. Como herramienta principal se desarrolló un Diagrama de Ishikawa el cual permitió estructurar de manera sistemática las posibles causas de las deficiencias detectadas en el diagnóstico. Este análisis se complementó con una presentación ejecutiva en la que se expuso el diagnóstico de la situación actual, destacando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora dentro del sistema productivo.



Diagnóstico Operativo y de Calidad

Auditoría 5S, Seguridad Industrial y Mejora Continua

Muebles | Auditoría Ejecutiva

Objetivo de la Auditoría



Evaluación Integral

Análisis de condiciones actuales en 5S, seguridad industrial y operación productiva



Detección de Oportunidades

Identificación de áreas de mejora en procesos y gestión operativa



Bases para Crecimiento

Propuestas estratégicas para implementación de mejora continua

Resumen Ejecutivo

Oportunidades Identificadas

Se detectaron áreas de mejora significativas en organización, seguridad y planeación de producción

Bases Positivas Establecidas

La empresa cuenta con sólidos fundamentos en calidad del producto y experiencia del personal

Alto Potencial de Mejora

El rendimiento operativo puede optimizarse considerablemente con gestión adecuada y herramientas de mejora continua



Hallazgos: 5S y Organización

Áreas de Oportunidad

- Limpieza insuficiente en áreas de carpintería y laqueado
- Organización limitada de materia prima
- Ausencia de delimitación clara de zonas de trabajo
- Residuos y desperdicios visibles en áreas productivas
- Falta de sistemas visuales y señalización

Aspectos Positivos

- Herramientas limpias y correctamente acomodadas
- Área de tapicería con nivel aceptable de orden
- Personal consciente de la importancia del orden



Hallazgos: Seguridad Industrial

Uso Inconsistente de EPP

Equipos de protección personal no siempre utilizados de forma correcta en todas las áreas de producción

Señalización Insuficiente

Falta de señalización conforme a normativa en áreas de riesgo y zonas de seguridad

Cultura de Seguridad

Cultura preventiva poco desarrollada y orden insuficiente en algunas áreas de trabajo

- ☐ **Riesgos Operativos Identificados:** La ausencia de protocolos estandarizados de seguridad puede generar exposición innecesaria del personal a riesgos laborales y afectar la continuidad operativa.

Áreas de Oportunidad Estratégicas



Ventaja Competitiva

Alta calidad del producto reconocida en el sector hotelero



Capital Humano

Experiencia del personal como activo clave para la empresa



Relaciones Establecidas

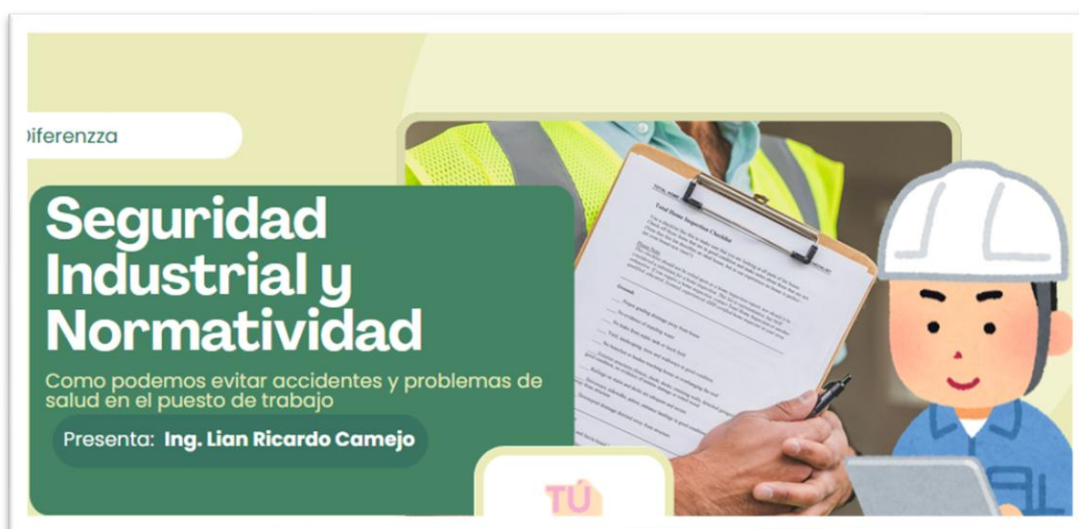
Clientes importantes en el sector hotelero y hospitalidad

Implementaciones Propuestas

- | | |
|--|--|
| 1 Planeación de Producción
Sistema de control y seguimiento de órdenes | 2 Cultura Organizacional
Programas de capacitación y engagement del personal |
| 3 Sistemas de Mejora Continua
Implementación de metodologías Kaizen y 5S | 4 Medición de Procesos
Establecimiento de KPIs para seguimiento de desempeño |

A partir de este diagnóstico, se logró identificar factores críticos relacionados con la organización del área de trabajo, la estandarización de procesos, la gestión de materiales y la disciplina operativa. De esta manera se evidenciaron oportunidades para reducir desperdicios, mejorar la eficiencia en tiempos de producción y fortalecer la coordinación entre actividades dentro de la empresa.

En paralelo se desarrolló una propuesta de fortalecimiento en materia de seguridad industrial, la cual consistió en la elaboración de una presentación dirigida al personal operativo y alta gerencia. En esta presentación se abordaron conceptos fundamentales como la diferencia entre accidentes e incidentes, la clasificación de causas (actos y condiciones inseguras), la importancia del uso adecuado del EPP y ejemplos prácticos relacionados con el error humano dentro del entorno laboral. Esta acción tuvo como finalidad generar conciencia en los colaboradores y promover una cultura preventiva dentro de la empresa.



¿Que es la seguridad industrial?

Es el conjunto de técnicas que tiene por objeto la prevención de accidentes así como la **disciplina** dirigida al reconocimiento, evaluación y control de los agentes a los que están expuestos los trabajadores en su centro de trabajo.



Salvaguardar
la vida



Preservar la
salud



Preservar la
integridad física de
los trabajadores.

Accidente vs Incidente

En la seguridad industrial hay tres tipos de palabras clave para definir sucesos que pasan en la empresa: Accidente, Incidente y Near Miss



Accidente

Evento no planeado que resulta en una lesión, deterioro a la salud o fatalidad (OHSAS 18001:2007)



Incidente

Un evento no planeado que no resulta en una lesión personal, pero resulta en un daño a la propiedad o es digno de registrarse.



Near Miss

Un evento que no resulta en una lesión o daño pero debe ser registrado.



Causas Basicas

Causas basicas que pueden causar accidentes dia a dia



Administrativa

Medio
Ambiente

Diseño Y
Maquinaria

Accidentes por causa básica: Comportamiento Humano

- Común de todos los accidentes
- No se limita a las personas involucradas en el accidente
- El 80% de los accidentes ocurren por esto





En cuanto al proceso metodológico si la empresa hubiera decidió continuar con la implementación las actividades desarrolladas hubieran incluido el diseño de instrumentos de evaluación, observación directa del área de producción, análisis de procesos, identificación de riesgos y elaboración de propuestas de mejora. En conjunto, las acciones desarrolladas permiten establecer una base sólida para la optimización del área de producción, facilitando la toma de decisiones informadas y sentando las condiciones necesarias para la implementación de mejoras sostenibles en el tiempo.

Dirección

Tras el trabajo realizado en semestres anteriores dentro de la empresa, al inicio de este nuevo semestre nos dimos cuenta y se determinó que debíamos trabajar y fortalecer el liderazgo de los altos mandos, por lo cual se abrió una nueva Área Clave de Desempeño (ACD) enfocada en la dirección estratégica. Para esta nueva ACD se realizaron 2 nuevas actividades que son:

1. Institucionalización de la empresa y revisión del acta constituya
2. Talleres de capacitación de liderazgo, responsabilidades y roles

Lo cual derivó en la entrega de 4 productos diferentes para la empresa.

Entrega de certificado y registro de la IMPI

Se brindó apoyo en el seguimiento del proceso de registro de marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), con el objetivo de conocer el estatus del trámite y asegurar su correcta conclusión hasta la obtención del registro correspondiente. Para ello, se revisó la documentación previamente presentada, se verificó el cumplimiento de los requisitos legales y se dio seguimiento a las distintas etapas del proceso hasta su liberación.

La importancia de este registro radica en que otorga a la empresa el derecho exclusivo de uso de su marca, lo que le permite diferenciarse en el mercado y proteger su identidad comercial frente a posibles usos no autorizados por terceros. Asimismo, contar con una marca registrada fortalece la imagen corporativa, genera mayor confianza en clientes y proveedores, y contribuye a la consolidación de la empresa dentro de su sector.

Adicionalmente, el registro ante el IMPI constituye un activo intangible de valor, ya que la marca puede ser utilizada en estrategias comerciales, licencias o incluso procesos de expansión. En este sentido, asegurar que el trámite se encuentre debidamente concluido y en regla permite a la empresa operar con mayor certeza jurídica, evitando riesgos legales y garantizando la protección de su propiedad.



Los documentos adjuntos están sujetos al estudio correspondiente que el Instituto realice de conformidad con la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

EL USUARIO MANIFESTÓ

Que reconoce como propia y auténtica la información contenida en la solicitud enviada a través de este medio, asumiendo la responsabilidad por el uso de su nombre, de su CURP y contraseña por persona distinta a la autorizada, quedando bajo su exclusiva responsabilidad y acepta como propia la información que ésta envíe o reciba a través del PASE o de los servicios electrónicos del Instituto.

Declaró bajo protesta de decir verdad que cuenta con un domicilio en la República Mexicana.

Declaró bajo protesta de decir verdad que los documentos anexos a la solicitud son originales o copia debidamente certificada.

CON LA FECHA Y HORA REFERIDA SE HA RECIBIDO SU SOLICITUD CON LOS DATOS SEÑALADOS DE LA QUE SE ACUSA RECIBO.

FIRMA DE ACUSE:

Sello Digital del IMPI

P8eaMjTc4vFVdlQsZtzylkZ9wbNXbgbD+MM+rPaEO+SMt+IN9ILUYSFnyCY498mOS1e3FVRTdpk
CDyurl4bJdUpeThyZ/sv2exYTDWSh5ncWrARpdO3gpGeJtJ0HgQfdcl28oSCJOoCb+xdVod9fhkuy
tJTIUBMc89LZjnvYcyV15ajCYAlkidaa5wk/gxo1MpvtVvu9b+mtVErgy+K+ikBZCVniZilyZcXE8G
WWHnZLGMKnVcoAH/nucGCK39/zN3YICrHdgruR485+h0SG/E4puzKBE9Zosouyw133QVv8piyUj
vFeyZeQq4NGJfZDQJf+JnTRJovEsA==

**INFORMACIÓN CONTENIDA EN LA SOLICITUD ELECTRÓNICA DE PROTECCIÓN DE SIGNOS
DISTINTIVOS.****Fecha de solicitud del trámite**

19 / 08 / 2025
DD MM AAAA

Datos generales del o de los solicitante(s)

ZAPOPAN

Entidad federativa: JALISCO

Datos del signo distintivo

☒ Registro de Marca
☐ Registro de Marca Colectiva

ha usado

ponderante, en el caso de Nombre Comercial

☐ Continúa en anexo

signo:

Manifiesto bajo protesta de decir verdad que los datos asentados en esta solicitud son ciertos.
 Los productos o servicios que ofertará se encuentran libres de engaño o mala fe.
 En caso de actuar como mandatario cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite.
 Así mismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud.

Nombre del solicitante o de su representante	Caracteres de autenticidad
YAIR OSWALDO MORAN LOPEZ	y2z7fQpkC1hM5k2e8ouSRwdrV4eEBN4dOvqg1nQhshM8z9aYXTQhA

COMPROBANTE ELECTRÓNICO DE PAGOS POR SERVICIOS IMPI

INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

PERIFÉRICO SUR 3106, COL. JARDINES DEL PEDREGAL DEL ALVARO OBREGÓN, CP 01960, CIUDAD DE MÉXICO

RFC: IMP-831211-NE1

NÚMERO DE FOLIO

10076880052

TRAMITE EN LINEA: 20250289676

10076880052

CONCEPTO	CANTIDAD U.B.	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TARIFA	DESCUENTO	TOTAL TARIFA	IVA
PUE - PAGO EN UNA SOLA EXHIBICIÓN APLICA DESCUENTO - APLICA 10% DE DESCUENTO TARIFAS APLICABLES ANOTACIONES — DOS MIL OCHOCIENTOS TRECE PESOS 77/100 MN —						
					TOTAL TARIFA	\$2,695.18
					DESCUENTO	\$368.12
					SUBTOTAL	\$2,425.96
					IVA	\$368.11
					ACTUALIZACION	\$0.00
					RECAARGOS	\$0.00
					TOTAL A PAGAR	\$2,813.77

DATOS DEL TITULAR O SOLICITANTE

Nombre: PÚBLICO EN GENERAL

C.P. 01900

RFC: XXXX01010100

BANCO: Santander

CONVENIO: 5366

FECHA DE OPERACION: 19/08/2025 14:05:41

FOLIO: 101033733024

* Este documento no es un comprobante fiscal.
 * Su factura estará generada dentro de los tres días hábiles posteriores a su pago.
 * El comprobante de pago FEPS sin factura es válido para presentar el mismo que ampara ante el IMPI.
 * Si su RFC no coincide con el registrado ante el SAT, la factura se emitirá con un RFC genérico.

Anexo al acta constitutiva

Se desarrolló una guía estructurada con el propósito de orientar a los directivos en el proceso de incorporación de un anexo al acta constitutiva, derivado de los cambios en los roles y responsabilidades de los directivos. Esta guía incluyó los pasos a seguir para la formalización del cambio ante notario público, así como la documentación requerida, requisitos legales y consideraciones administrativas necesarias para llevar a cabo el proceso de manera adecuada.

La elaboración de este documento tuvo como finalidad brindar claridad y orden en un procedimiento legal que, por su naturaleza, puede resultar complejo para los empresarios. Al contar con una guía detallada, la empresa dispone de una herramienta práctica que facilita la correcta ejecución del trámite, reduciendo la probabilidad de errores, omisiones o retrasos en el proceso.

La incorporación de un anexo al acta constitutiva resulta de gran importancia, ya que permite actualizar formalmente la estructura organizacional de la empresa, reflejando de manera legal los cambios en los cargos y facultades de los directivos. Esto garantiza que las funciones y responsabilidades de cada puesto se encuentren debidamente respaldadas, evitando ambigüedades en la toma de decisiones y fortaleciendo la gobernanza interna.

Entre los principales beneficios para la empresa se encuentran:

- Formalización legal de los cambios en la estructura directiva
- Claridad en la asignación de roles, responsabilidades y facultades
- Reducción de conflictos internos por falta de definición organizacional
- Mayor certeza jurídica en la toma de decisiones
- Cumplimiento de obligaciones legales ante autoridades y terceros

Asimismo, este tipo de actualización contribuye a proyectar una imagen más profesional y ordenada de la empresa, lo cual resulta relevante en su relación con clientes, proveedores e instituciones. En este sentido, contar con la documentación corporativa actualizada y en regla fortalece la estructura interna y sienta bases sólidas para el crecimiento y desarrollo organizacional.

Protocolización del Acta de Constitutiva ante Notario Público

Una vez que los socios aprobaron los cambios en la Asamblea de socios o accionistas, el siguiente paso es elevar esos acuerdos a escritura pública ante un Notario Público. Este proceso se conoce como protocolización.

La protocolización consiste en que el notario:

- Revisa que el acta de asamblea esté correctamente elaborada
- Verifica la identidad y capacidad legal de los socios o representantes
- Confirma que los acuerdos no contravengan la ley ni los estatutos sociales
- Integra el acta dentro de su protocolo notarial, convirtiéndola en un documento público

En este punto, el notario redacta una escritura pública de modificación o anexo al acta constitutiva, en la cual se describen los cambios aprobados por los socios. Esta escritura hace constar legalmente:

- El cambio de cargos o roles dentro de la empresa
- Las nuevas facultades o responsabilidades de los administradores
- La aceptación de dichos cargos por parte de los socios o directivos

La protocolización es importante porque le da validez legal formal al acuerdo, permitiendo que el documento pueda ser reconocido por autoridades, instituciones financieras y terceros.

Entrega y revisión de documentos al Notario

Para que el notario pueda elaborar la escritura pública, es necesario entregarle cierta documentación que le permita verificar la legalidad de la empresa y de los acuerdos.

Normalmente se solicitan los siguientes documentos:

Documentos de la empresa

- Copia certificada del Acta Constitutiva original
- Copia de modificaciones previas al acta constitutiva (si existen)
- RFC de la empresa
- Datos generales de la sociedad (nombre, domicilio, objeto social)

Documentos de los socios o administradores

- Identificación oficial vigente
- CURP o RFC
- Comprobante de domicilio (en algunos casos)

Documentos del acuerdo

- Acta constitutiva firmada por los socios
- Lista de asistencia de los socios presentes
- Acuerdos aprobados dentro de la asamblea

El notario revisa estos documentos para confirmar que:

- Las personas que participan en el acuerdo sí tienen la calidad de socios
- El acuerdo fue aprobado con el porcentaje de votos requerido
- El cambio de cargos es legalmente válido

Una vez verificada la información, el notario procede a elaborar la escritura pública.

Inscripción en el Registro Público de Comercio (RPC)

Después de que el notario protocoliza el documento, es necesario registrarlo en el Registro Público de Comercio.

El Registro Público de Comercio es la institución encargada de dar publicidad legal a los actos mercantiles de las empresas. Esto significa que cualquier persona puede consultar oficialmente quién administra la empresa o qué cambios se han realizado en su estructura.

El registro es importante porque:

- Da efectos legales frente a terceros
- Hace oficial el cambio de administradores o cargos
- Permite que bancos, proveedores y autoridades reconozcan los cambios

En muchos casos, el propio notario se encarga de realizar el trámite de inscripción, aunque algunas empresas prefieren hacerlo directamente.

Una vez registrado el documento, el Registro Público emite una boleta o constancia de inscripción, que confirma que la modificación quedó registrada legalmente.

Actualización de información administrativa y legal

Después de que el cambio queda registrado, es recomendable que la empresa actualice su información ante diferentes instituciones y documentos internos.

Esto evita problemas legales o administrativos en el futuro.

Entre las actualizaciones más comunes se encuentran:

Instituciones externas

- Bancos (si cambia el representante legal o las facultades)
- Servicio de Administración Tributaria (SAT)
- Instituciones con las que la empresa tenga contratos

Documentación interna

- Organigrama de la empresa
- Manuales de funciones o responsabilidades
- Firmas autorizadas para contratos o pagos
- Documentación corporativa

Actualizar esta información ayuda a que los nuevos roles y responsabilidades se reflejen realmente en la operación de la empresa, evitando confusiones o conflictos internos.

Propuesta de taller de liderazgo

Liderazgo en el desempeño organizacional y los distintos estilos de liderazgo, haciendo énfasis en el liderazgo situacional como el más adecuado para el contexto de la empresa.

La capacitación tuvo como objetivo principal generar conciencia sobre el impacto que tiene el liderazgo en el ambiente laboral, la motivación de los colaboradores y el cumplimiento de objetivos. Asimismo, se buscó proporcionar herramientas prácticas que permitieran a los directivos adaptar su estilo de liderazgo según las características, experiencia y nivel de compromiso de cada integrante del equipo.

La implementación de este tipo de capacitación resulta fundamental, especialmente en empresas familiares o en proceso de transición, donde el liderazgo de los altos mandos influye directamente en la estabilidad y desempeño organizacional. Un liderazgo adecuado contribuye a mejorar la comunicación interna, fortalecer la confianza del equipo y fomentar una cultura de responsabilidad y compromiso.

Entre los principales beneficios para la empresa se encuentran:

- Mejora en la relación entre directivos y colaborado Se diseñó una capacitación dirigida a los directivos de la empresa, enfocada en el fortalecimiento de sus habilidades de liderazgo y en la mejora de la gestión del personal. Se abordaron conceptos clave como la diferencia entre un jefe y un líder, la importancia.
- Incremento en la motivación y el compromiso del personal
- Reducción de conflictos internos
- Mayor claridad en la comunicación de instrucciones y objetivos
- Fortalecimiento de la cultura organizacional

En este sentido, el desarrollo de habilidades de liderazgo en los directivos representa un elemento clave para la consolidación de la empresa, ya que permite establecer una dirección más efectiva y alineada con las necesidades del equipo y los objetivos organizacionales.

Capacitación en Liderazgo





¿Qué es el liderazgo?

Elementos clave para entenderlo

Influencia El liderazgo se basa en la influencia que un líder tiene sobre su equipo, motivándolos a trabajar juntos hacia objetivos comunes y a incorporar su visión. 	Confianza La confianza es fundamental en el liderazgo; se construye a través de la comunicación abierta, la transparencia y el ejemplo personal, creando un entorno de seguridad. 	Responsabilidad Ser líder implica una responsabilidad sobre las personas, no solo en términos de autoridad, sino en la capacidad de guiar y apoyar a cada individuo en su desarrollo. 
---	---	--

Objetivo e Idea Central

El **liderazgo efectivo** se basa en la capacidad de inspirar y guiar a los equipos de trabajo hacia objetivos comunes, impulsando resultados y fomentando un ambiente de compromiso y colaboración.



Impacto del Liderazgo

- Aumenta la **motivación** del equipo.
- Mejora la **productividad** y eficiencia en el trabajo.
- Fomenta un **ambiente laboral** positivo y colaborativo.
- Incrementa el **compromiso** y responsabilidad del equipo



Jefe vs. Líder



Principales diferencias

Jefe	Lider
Ordena	Guía
Impone autoridad	Gana respeto
Controla	Inspira
Buscan obediencia	Busca compromiso
Culpan errores	Desarrolla soluciones
Distancia con el equipo	Cercanía estratégica
Se enfoca en tareas	Se enfoca en las personas

Beneficios de liderar efectivamente

- **Mejora la motivación:** Claridad en metas y reconocimiento
- **Reduce conflictos:** Fomenta la comunicación y escucha activa
- **Aumenta compromiso:** Genera lealtad y satisfacción en el equipo
- **Mejora de resultados:** Cometen menos errores y requieren de menor supervisión



Liderazgo situacional

¿Que es el liderazgo situacional?

Es un estilo de liderazgo que consiste en adaptar la forma de dirigir según la persona, su experiencia, su motivación y la situación específica.



¿Porque es ideal para la empresa?

No cuentan con un equipo homogéneo.

La empresa tiene:

- Trabajadores con muchos años de experiencia.
- Personal nuevo o menos capacitados.
- Colaboradores desmotivados por problemas internos.



4 estilos de liderazgo situacional

Estilo directivo (Decir)

El líder da instrucciones claras y supervisa:

- No tiene experiencia
- No sabe que hacer
- Está aprendiendo
- Hay urgencia o riesgo

Estilo Participativo (Apoyar)

El líder comparte decisiones y escucha a su equipo:

- Tiene experiencia
- Sabe hacer su trabajo
- Pero puede estar desmotivado

Estilo persuasivo (Vender)

El líder explica, orienta y motiva:

- Tiene algo de conocimiento
- Pero aún no domina el trabajo
- Puede sentirse inseguro o frustrado

Estilo Delegador (Confiar)

El líder otorga autonomía:

- Es competente
- Es responsable
- Esta comprometido

Beneficios para la empresa

- Aprovecha la experiencia de trabajadores antiguos
- Reduce resistencia al cambio
- Disminuye dependencia de un solo líder
- Mejora la comunicación interna
- Genera un ambiente más profesional



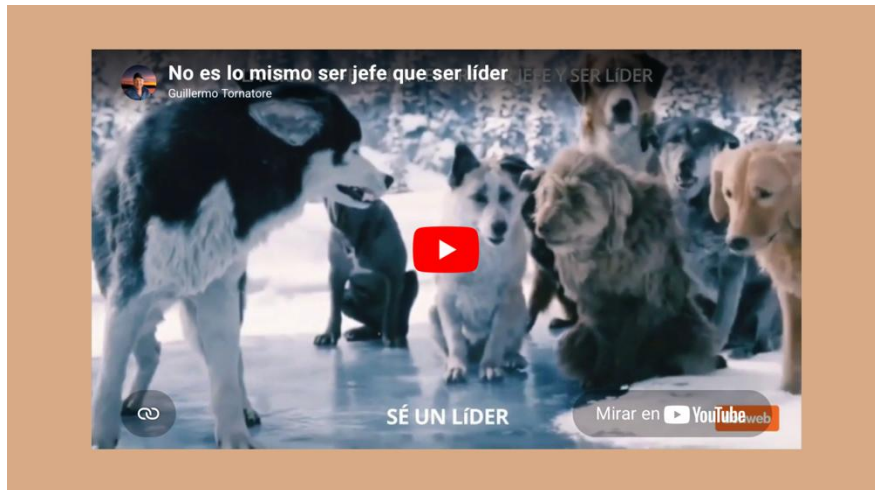
Riesgos de no utilizar liderazgo situacional

- Puede ser demasiado autoritario
- Puede perder control por exceso de confianza
- Puede desmotivar al personal experimentado
- Puede generar errores en el personal nuevo
- Aumentan conflictos y alto rotación de personal



Competencias Clave del Líder

- **Comunicación clara:** Establecer expectativas y compartir información efectivamente
- **Escucha activa:** Comprender las necesidades y preocupaciones del equipo
- **Ejemplo personal:** Actuar con integridad y cumplir con las normas
- **Reconocimientos:** Refuerzo positivo para el equipo de trabajo



Mensaje Final

La diferencia entre crecer o estancarse, está en la capacidad de liderazgo de sus directivos

Nuevos perfiles de puesto

Se llevó a cabo el diseño y desarrollo de nuevos perfiles de puesto correspondientes al director general y al Coordinador Administrativo, con el objetivo de definir de manera clara y estructurada las funciones, responsabilidades, competencias y requisitos necesarios para cada uno de estos cargos dentro de la empresa.

Estos perfiles fueron elaborados considerando las necesidades actuales de la organización, así como la estructura y dinámica de trabajo existente, con la finalidad de establecer una base formal que permita una mejor distribución de responsabilidades y una mayor claridad en la toma de decisiones.

La creación de perfiles de puesto es una herramienta fundamental para la gestión organizacional, ya que permite delimitar el alcance de cada posición, evitando duplicidad de funciones, confusión en las responsabilidades y posibles conflictos internos. Asimismo, facilita la evaluación del desempeño y la identificación de áreas de mejora dentro de cada puesto.

Además, contar con perfiles de puesto bien definidos contribuye a la profesionalización de la empresa, permitiendo establecer lineamientos claros que favorezcan una gestión más eficiente y alineada con los objetivos organizacionales.

PERFIL DE PUESTO: COORDINADOR ADMINISTRATIVO	
1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO DE PUESTO	Coordinador administrativo
NÚMERO DE PERSONAS EN EL PUESTO	DEPARTAMENTO Administración general
1	
LE REPORTA	Director de operaciones
2. OBJETIVO DEL PUESTO	
"Coordinar y supervisar los procesos administrativos de la empresa, asegurando el uso eficiente de los recursos, el cumplimiento de procedimientos internos y el soporte operativo a las distintas áreas"	
3. RESPONSABILIDADES	
1. Coordinar las actividades administrativas diarias de la empresa. 2. Supervisar procesos como compras, pagos, facturación y control de gastos. 3. Dar seguimiento a presupuestos y control financiero básico. 4. Gestionar la documentación y archivos administrativos. 5. Apoyar en la elaboración de reportes e indicadores. 6. Coordinar proveedores y servicios generales. 7. Asegurar el cumplimiento de políticas internas y normativas. 8. Apoyar a la dirección en tareas operativas y administrativas. 9. Optimizar procesos para mejorar la eficiencia administrativa.	
4. REQUISITOS DEL PUESTO	
Formación Académica:	• Licenciatura en administración, contaduría, finanzas o afín.
Experiencia:	• 2 a 5 años mínimo de experiencia en áreas administrativas. • Experiencia en control de procesos y manejo de documentación • Deseable experiencia coordinando equipos o proyectos.
Conocimientos Técnicos:	• Administración general y control de procesos. • Manejo de presupuestos y control de gastos. • Facturación y nociones contables básicas. • Manejo de paquetería Office (Especialmente Excel). • Uso de sistemas administrativos (ERP o similares).
Requisitos Adicionales:	• Organización y atención al detalle. • Disponibilidad de horario. • Manejo básico de ingles (deseable)
5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
• Organización y planeación • Atención al detalle	

- Responsabilidad
- Comunicación efectiva
- Resolución de problemas
- Trabajo en equipo
- Proactividad
- Gestión del tiempo
- Adaptabilidad

PERFIL DE PUESTO: DIRECTOR GENERAL	
1. INFORMACIÓN GENERAL	
TÍTULO DE PUESTO	Director General
NÚMERO DE PERSONAS EN EL PUESTO	DEPARTAMENTO Dirección
1	
LE REPORTA	Consejo de administración
2. OBJETIVO DEL PUESTO	
"Dirigir y supervisar la operación integral de la empresa, definiendo la estrategia y asegurando el cumplimiento de objetivos organizacionales, crecimiento sostenible y rentabilidad del negocio"	
3. RESPONSABILIDADES	
- Definición e implementación de la visión, misión y estrategia de la empresa. - Tomar decisiones clave sobre operaciones, inversiones y crecimiento. - Supervisar el desempeño de todas las áreas (finanzas, ventas, operaciones, comercial, etc.). - Establecer objetivos y dar seguimiento a indicadores (KPIs). - Representar legal y públicamente a la empresa. - Gestionar y desarrollar al equipo directivo. - Asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. - Identificar oportunidades de mercado y expansión. - Garantizar el cumplimiento de normativas legales y regulatorias.	
4. REQUISITOS DEL PUESTO	
Formación Académica:	- Licenciatura en administración de empresas, finanzas, economía o afín. - Deseable: Maestría (MBA o similar).
Experiencia:	- Mínimo 3 a 5 años en puestos directivos o de alta gerencia. - Experiencia liderando equipos multidisciplinario. - Experiencia en planeación estratégica y toma de decisiones.
Conocimientos Técnicos:	- Planeación estratégica y gestión empresarial. - Finanzas corporativas y análisis de estados financieros. - Gestión de proyectos y operaciones. - Desarrollo organizacional. - Marco legal y regulatorio empresarial. - Análisis de mercado y modelos de negocio.
Requisitos Adicionales:	- Dominio de inglés intermedio-avanzado. - Manejo de herramientas tecnológicas y software empresarial (ERP, CRM, etc.).
5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
- Liderazgo estratégico - Toma de decisiones	

- Pensamiento analítico y visión de negocio
- Comunicación efectiva
- Negociación
- Orientación a resultados
- Adaptabilidad al cambio
- Inteligencia emocional
- Trabajo en equipo
- Capacidad de innovación

1.6. Valoración de productos, resultados e impactos

Marketing y Ventas

Táctica: Desarrollar los roles de venta

a. Actividad: Elaborar perfiles de puesto para auxiliar administrativo, director comercial, ejecutivo de ventas y encargado de logística.

- **Producto:** Documento con descripciones de funciones y responsabilidades.
- **Uso:** Clarificar la estructura del área de ventas y delimitar funciones.
- **Beneficio:** Mejorar la coordinación interna y la eficiencia operativa.
- **Meta:** Contar con perfiles validados y aprobados por la dirección antes de diciembre de 2025.

Para construir esta propuesta se llevó a cabo un levantamiento de información con los directivos y colaboradores del área comercial, quienes compartieron las principales dificultades relacionadas con la duplicidad de funciones y la falta de claridad en responsabilidades. Con esa información se realizó un análisis comparativo de perfiles de puesto en empresas del mismo sector, utilizando metodologías de análisis funcional y benchmarking. Esta indagación permitió diseñar descripciones claras que incluyen objetivos del puesto, funciones principales, indicadores de desempeño y competencias requeridas.

Los perfiles elaborados tienen como propósito fortalecer la organización interna, facilitar la evaluación objetiva del personal y servir como referencia para futuras contrataciones.

Además, contribuyen a que los colaboradores comprendan mejor su rol dentro de la empresa y se reduzcan los conflictos derivados de la falta de definición.

Como resultado de este proceso, se generó un producto concreto: un documento con perfiles de puesto detallados y alineados con la estrategia comercial. El uso esperado es que la empresa pueda implementar estos perfiles en su gestión diaria, lo cual contribuirá directamente a mejorar la eficiencia operativa y la comunicación interna. La meta planteada consistía en contar con los perfiles aprobados antes de diciembre de 2025; sin embargo, esta meta no se cumplió durante el PAP, ya que únicamente se entregó la propuesta y quedó pendiente su implementación práctica.

Propuesta de continuidad: Para la siguiente etapa del PAP, sería fundamental acompañar la implementación de los perfiles con sesiones de inducción para cada colaborador, así como establecer un sistema de evaluación trimestral que permita medir el desempeño en función de las responsabilidades definidas. Esto asegurará que los perfiles realmente se traduzcan en mejoras operativas y comerciales.

Táctica: Desarrollar la política de compra y devolución

a. Actividad: Redactar una política formal que regule procesos de adquisición y devolución de productos.

- **Producto:** Documento normativo de política de compras y devoluciones.
- **Uso:** Servir como guía para clientes y personal interno.
- **Beneficio:** Generar confianza en los clientes y transparencia en las operaciones.
- **Meta:** Implementar la política en todos los canales de venta antes de junio de 2026.

Para construir esta propuesta se realizó un diagnóstico interno mediante la revisión de casos de devoluciones y reclamaciones pasadas, identificando patrones de conflicto y vacíos en los procedimientos. Con esa información se llevó a cabo un análisis comparativo de políticas de empresas líderes en el sector, lo que permitió adaptar buenas prácticas y asegurar que la propuesta respondiera a estándares de calidad como los establecidos en la norma ISO 9001.

La política elaborada tiene como propósito establecer condiciones claras de compra, plazos de devolución, requisitos de producto y responsabilidades tanto del cliente como de la empresa. Además, busca reducir la incertidumbre y mejorar la experiencia de compra, generando confianza en los clientes y fortaleciendo la reputación de la organización.

Como resultado de este proceso, se obtuvo un producto concreto: un documento normativo que regula las compras y devoluciones. El uso esperado es que tanto clientes como personal interno cuenten con lineamientos claros que reduzcan conflictos y mejoren la transparencia. La meta planteada consistía en implementar la política en todos los canales antes de junio de 2026; sin embargo, durante el PAP únicamente se entregó la propuesta, quedando pendiente su difusión y aplicación práctica.

Propuesta de continuidad: Para la siguiente etapa del PAP, sería fundamental difundir la política en todos los canales digitales y físicos, capacitar al personal en su aplicación y establecer un sistema de retroalimentación que permita ajustar la política según la experiencia real de los clientes.

Táctica: Realizar organigrama exclusivamente del área de ventas

a. Actividad: Elaborar un esquema visual que muestre jerarquías y relaciones internas del área comercial.

- **Producto:** Organigrama del área de ventas.
- **Uso:** Facilitar la comprensión de la estructura organizacional.
- **Beneficio:** Mejorar la comunicación interna y la asignación de responsabilidades.
- **Meta:** Tener el organigrama validado y publicado en la empresa antes de marzo de 2026.

Para construir esta propuesta se recopiló información sobre la estructura actual del área de ventas y se realizaron entrevistas con directivos para definir las líneas de autoridad y coordinación. Posteriormente, se aplicó un mapeo de procesos internos y se utilizó la técnica de diagramación jerárquica para representar gráficamente la estructura organizacional.

El organigrama diseñado tiene como propósito clarificar las relaciones jerárquicas y funcionales dentro del área de ventas, destacando la conexión con otras áreas como logística y administración. Además, contribuye a que los colaboradores comprendan mejor la estructura y se reduzcan los errores en la comunicación.

Como resultado de este proceso, se generó un producto concreto: un organigrama exclusivo del área de ventas. El uso esperado es que la empresa pueda visualizar de manera clara la estructura organizacional, lo cual facilitará la toma de decisiones y la coordinación entre equipos. La meta planteada consistía en tener el organigrama validado antes de marzo de 2026; sin embargo, esta meta no se cumplió durante el PAP, ya que únicamente se entregó la propuesta y quedó pendiente su implementación práctica.

Propuesta de continuidad: Para la siguiente etapa del PAP, sería fundamental actualizar el organigrama cada vez que haya cambios en la estructura y complementarlo con manuales de funciones que refuercen la claridad organizacional.

Táctica: Continuidad a redes sociales complementando con prospección de clientes

a. Actividad: Diseñar un plan de contenidos en redes sociales y vincularlo con herramientas de captación de clientes.

- **Producto:** Estrategia digital con calendario de publicaciones y mecanismos de prospección.
- **Uso:** Atraer clientes potenciales y mantener comunicación activa con la audiencia.
- **Beneficio:** Incrementar la visibilidad de la empresa y generar oportunidades de venta.
- **Meta:** Aumentar en un 20% la captación de prospectos a través de redes sociales antes de diciembre de 2026.

Para construir esta propuesta se revisaron las redes sociales actuales de la empresa y se identificó la necesidad de dar continuidad a las publicaciones con un enfoque estratégico. Se realizó un análisis de métricas digitales (alcance, interacción, conversiones) y se aplicó un benchmarking con empresas del mismo sector para identificar buenas prácticas en

prospección de clientes. Con base en esta información se diseñó un calendario editorial alineado con los objetivos comerciales y se integraron herramientas de captación como formularios de contacto, campañas segmentadas y seguimiento de leads mediante CRM.

La estrategia digital propuesta tiene como propósito convertir las redes sociales en un canal activo de generación de clientes potenciales, más allá de la simple difusión de contenidos. Además, busca incrementar la visibilidad de la empresa y abrir nuevas oportunidades de negocio en mercados digitales.

Como resultado de este proceso, se generó un producto concreto: una estrategia digital con calendario de publicaciones y mecanismos de prospección. El uso esperado es que las redes sociales se conviertan en un medio activo de generación de clientes potenciales. La meta planteada consistía en aumentar en un 20% la captación de prospectos antes de diciembre de 2026; sin embargo, esta meta no se cumplió durante el PAP, ya que únicamente se entregó la propuesta y quedó pendiente su implementación práctica.

Propuesta de continuidad: Para la siguiente etapa del PAP, sería fundamental implementar métricas de desempeño digital (alcance, interacción, conversión) y capacitar al personal en el uso de herramientas de CRM para dar seguimiento a los prospectos generados.

Dirección

a. Táctica: Gobierno corporativo y control de indicadores

a. Actividad: Institucionalización de la empresa y revisión del acta constitutiva

- **Producto:** Entrega del certificado de la IMPI
- **Uso:** Da una guía para ejercer un liderazgo efectivo para una mejor rentabilidad en la empresa.

- **Beneficio:** Establecer de manera clara las responsabilidades y obligaciones de cada uno de los socios, así como los procedimientos para la toma de decisiones y la distribución de beneficios y pérdidas.
- **Meta:** Primera semana de abril

Para la realización de esta actividad se revisó en la página web de la IMPI en que paso del proceso se encontraba la empresa para su registro de marca y así poder ayudar a los empresarios en los pasos faltantes para la liberación de su registro. Está meta se cumplió al 100%.

Propuesta de continuidad:

Se recomienda implementar un sistema de vigilancia y gestión de la propiedad industrial, que incluya el monitoreo de posibles usos indebidos de la marca, así como la evaluación del registro de nuevos elementos distintivos (como logotipos, eslóganes o diseños). Esto permitirá fortalecer la protección legal de la empresa y consolidar su posicionamiento en el mercado a largo plazo.

1. Táctica: Gobierno corporativo y control de indicadores

b. Actividad: Institucionalización de la empresa y revisión del acta constitutiva

- **Producto:** Anexo al acta constitutiva y acta de junta directiva
- **Uso:** Da una guía para ejercer un liderazgo efectivo para una mejor rentabilidad en la empresa.
- **Beneficio:** Establecer de manera clara las responsabilidades y obligaciones de cada uno de los socios, así como los procedimientos para la toma de decisiones y la distribución de beneficios y pérdidas.
- **Meta:** Primera semana de abril

Para la realización de esta actividad con ayuda de nuestra consultora senior, investigaciones en internet y con ayuda de un notario público pudimos realizar una guía con los pasos a seguir y papelería necesaria para agregar el anexo al acta constitutiva frente a notario público, en la cual se plasman los nuevos roles y responsabilidades de cada uno de los empresarios. Tras la

revisión y aprobación de la consultora senior, el documento fue entregado a los empresarios. Esta meta se cumplió al 100%.

Propuesta de continuidad:

Como continuidad a la elaboración de la guía para la incorporación de un anexo al acta constitutiva, se recomienda proceder con la implementación formal del proceso ante notario público y su posterior inscripción en el Registro Público de Comercio, así como establecer un mecanismo interno de actualización periódica de la documentación corporativa. Esto permitirá asegurar que la estructura organizacional de la empresa se mantenga alineada con su operación real y en cumplimiento con las disposiciones legales vigentes.

2. Táctica: Desarrollo de liderazgo y cultura de resultados

a) Actividad: Talleres de capacitación de liderazgo, responsabilidades y roles

- **Producto:** Propuesta de taller de liderazgo y dirección
- **Uso:** Aumentar sus habilidades de dirección y liderazgo en sus equipos de trabajo
- **Beneficio:** Aumentar la productividad, mejorar el clima laboral, mejorar la rentabilidad
- **Meta:** Segunda semana de abril

Tras los semestres anteriores que el equipo de consultores trabajo con los empresarios, se determinó que en este semestre era oportuno ahora trabajar directamente con los empresarios con una capacitación de liderazgo, para poder ayudarlos a mejorar e impulsar sus habilidades con sus equipos de trabajo, ayudando a formar un ambiente laboral más sano y eficiente de la empresa. Se realizo una presentación para la capacitación, la cual fue aprobada por la consultora senior. Esta meta se cumplió en un 75% porque no se pudo impartir la capacitación a los empresarios por distintos temas que sucedieron en el transcurso de este semestre, lo que impidió la capacitación.

Propuesta de continuidad:

Como continuidad al desarrollo del taller de liderazgo, se recomienda que los directivos revisen de manera autónoma la presentación entregada y establezcan espacios internos de

análisis y discusión sobre los temas abordados. Asimismo, se sugiere designar a uno de los responsables para dar seguimiento a la aplicación de los conceptos en la operación diaria, así como considerar, en el mediano plazo, la contratación de capacitación externa especializada que permita reforzar y consolidar las habilidades de liderazgo dentro de la organización.

b. Táctica: Desarrollo de liderazgo y cultura de resultados

b) Actividad: Talleres de capacitación de liderazgo, responsabilidades y roles

- **Producto:** Manuales de las nuevas funciones y responsabilidades
- **Uso:** Guía para dirigir sus acciones dentro de la empresa
- **Beneficio:** Fortalecer su toma de decisiones y estrategias para la sostenibilidad de la empresa.
- **Meta:** Tercera semana de abril

Para la realización de esta actividad, nos reunimos con uno de los empresarios y junto con la ayuda de nuestra consultora senior, en esa reunión se determinaron los nuevos roles y responsabilidades del director general y los de su esposa que sería la nueva coordinadora administrativa. Con la información que se obtuvo se realizaron 2 nuevos perfiles de puesto y tras la revisión y aprobación tanto de la consultora senior como del empresario, estos nuevos perfiles fueron entregados. Esta meta se cumplió al 100%

Propuesta de continuidad:

Como continuidad a la elaboración de los perfiles de puesto, se recomienda su implementación formal dentro de la operación de la empresa, asegurando que los directivos y colaboradores conozcan y comprendan las funciones, responsabilidades y alcances de cada posición. Asimismo, se sugiere establecer un mecanismo de revisión y actualización periódica de dichos perfiles, con el fin de mantenerlos alineados a las necesidades organizacionales y utilizarlos como base para la evaluación del desempeño y la toma de decisiones en materia de gestión del talento.

Dirección de operaciones

Táctica: Auditar procesos y mantener herramientas de calidad y lean

a. Actividad: Auditar Kaizen y 5S

- **Producto:** Formatos de auditoría 5S y formato de registro de estallidos Kaizen.
- **Uso:** Servir como herramientas estandarizadas para evaluar, registrar y dar seguimiento a la implementación de metodologías de mejora continua dentro del área de producción.
- **Beneficio:** Incrementar la eficiencia operativa, mejorar la productividad, fomentar la disciplina organizacional y generar evidencia documentada para la toma de decisiones.
- **Meta:** Abril 2026.

Para el desarrollo de esta actividad, se diseñaron formatos estructurados con base en los principios de mejora continua, considerando criterios evaluables para cada una de las etapas de 5S (clasificación, orden, limpieza, estandarización y disciplina). Asimismo, se incorporó un formato de registro de estallidos Kaizen con el propósito de documentar acciones de mejora puntual dentro del proceso productivo.

La construcción de estos instrumentos se realizó a partir de la observación directa del área de producción y la identificación de necesidades específicas de control y seguimiento. Esto permitió adaptar las herramientas al contexto real de la empresa, priorizando su facilidad de uso y aplicabilidad operativa.

Como resultado, se obtuvo un sistema básico de auditoría interna que permite a la empresa medir su nivel de cumplimiento en prácticas de orden y mejora continua. El impacto esperado radica en la generación de una cultura organizacional orientada a la mejora constante, así como en la reducción de desperdicios, tiempos improductivos y variabilidad en los procesos.

La meta planteada consistía en contar con los formatos desarrollados y listos para su implementación en abril de 2026, la cual se cumplió en su totalidad en términos de diseño y entrega. Sin embargo, su aplicación sistemática dentro de la operación diaria quedó pendiente.

Propuesta de continuidad:

Se recomienda implementar auditorías periódicas (semanales o mensuales) utilizando los formatos desarrollados, así como definir indicadores de desempeño (por ejemplo, porcentaje de cumplimiento 5S) que permitan evaluar la evolución en el tiempo. Adicionalmente, se sugiere asignar responsables por área para asegurar la correcta ejecución y seguimiento de las acciones Kaizen.

b. Actividad: Realizar un análisis completo de la situación actual en el área de producción

- **Producto:** Presentación ejecutiva del diagnóstico del área de producción.
- **Uso:** Proporcionar a la alta gerencia una visión integral del estado actual de los procesos productivos.
- **Beneficio:** Identificar problemáticas, áreas de oportunidad y fortalezas, facilitando la toma de decisiones estratégicas.
- **Meta:** Abril 2026.

Para el desarrollo de esta actividad, se llevó a cabo un análisis integral del área de producción mediante observación directa, revisión de procesos y evaluación de las condiciones operativas. Como parte de este análisis se utilizó la herramienta del Diagrama de Ishikawa permitiéndonos identificar y estructurar las principales causas que afectan el desempeño del sistema productivo. La información obtenida fue sintetizada en una presentación ejecutiva dirigida a la alta gerencia en la cual se expusieron las principales debilidades, fortalezas y oportunidades de mejora dentro del área. Este documento permitió traducir el análisis técnico en información clara y útil para la toma de decisiones.

Como resultado, la empresa cuenta ahora con un diagnóstico estructurado de su operación, lo que representa un insumo clave para la implementación de mejoras futuras. El impacto principal de este producto es la reducción de la incertidumbre en la gestión operativa, al

proporcionar información objetiva sobre el estado actual de los procesos. La meta planteada se cumplió en su totalidad en cuanto a la elaboración y entrega del diagnóstico; sin embargo, la implementación de las mejoras propuestas queda como una fase posterior.

Propuesta de continuidad:

Se recomienda priorizar las oportunidades de mejora identificadas mediante una matriz de impacto-esfuerzo, así como desarrollar planes de acción específicos con responsables, tiempos y métricas de seguimiento. Esto permitirá convertir el diagnóstico en resultados tangibles dentro de la operación.

Táctica: Auditar seguridad industrial y mantener buenas prácticas de seguridad

a. Actividad: Mantener a la empresa bajo normatividad de seguridad industrial (STPS)

- **Producto:** Checklists de seguridad industrial basados en la NOM-017-STPS y NOM-026-STPS.
- **Uso:** Evaluar el cumplimiento de las condiciones de seguridad relacionadas con el uso de equipo de protección personal dentro del área de trabajo.
- **Beneficio:** Asegurar condiciones seguras de trabajo, reducir riesgos laborales y facilitar el cumplimiento de auditorías regulatorias.
- **Meta:** Abril 2026.

Para el desarrollo de esta actividad, se diseñaron listas de verificación alineadas a los requerimientos de la normativa vigente en materia de seguridad industrial. Estas herramientas permiten evaluar de manera sistemática aspectos clave como la disponibilidad, uso adecuado y estado del equipo de protección personal por parte de los colaboradores. Inicialmente, también se contempló el desarrollo de checklists basados en la NOM-026-STPS, sin embargo, tras analizar el contexto operativo de la empresa, se determinó que el enfoque debía centrarse en el uso de EPP, al representar un factor de riesgo más crítico en la operación actual.

Como resultado, la empresa cuenta con herramientas que permiten monitorear su nivel de cumplimiento en seguridad industrial. El impacto esperado es la disminución de incidentes y

accidentes laborales, así como el fortalecimiento de una cultura preventiva dentro de la organización. La meta planteada se cumplió en cuanto al desarrollo y entrega de los instrumentos; no obstante, su implementación formal dentro de la empresa queda como una etapa posterior.

Propuesta de continuidad:

Se recomienda implementar auditorías periódicas de seguridad utilizando los checklists desarrollados, así como establecer indicadores como tasa de cumplimiento de uso de EPP. Adicionalmente, se sugiere integrar estos controles dentro de la rutina operativa de supervisión.

b. Actividad: Capacitar a los colaboradores y alta gerencia en temas de seguridad industrial

- **Producto:** Presentación de capacitación en seguridad industrial.
- **Uso:** Sensibilizar a los colaboradores y directivos sobre la importancia de la seguridad, el uso del EPP y la prevención de riesgos.
- **Beneficio:** Reducir la probabilidad de accidentes, fortalecer la cultura de seguridad y mejorar el comportamiento operativo del personal.
- **Meta:** Abril 2026.

Para el desarrollo de esta actividad, se elaboró una presentación enfocada en conceptos clave de seguridad industrial, incluyendo la diferencia entre accidentes e incidentes, la clasificación de causas (actos y condiciones inseguras), el impacto del error humano y la importancia del uso adecuado del equipo de protección personal. El contenido fue diseñado con un enfoque práctico, incorporando ejemplos aplicables al entorno de trabajo de la empresa, con el objetivo de facilitar su comprensión e implementación.

Como resultado, se generó un material de capacitación que puede ser utilizado como base para la formación del personal. El impacto esperado de esta herramienta es el fortalecimiento de la cultura de seguridad y la reducción de riesgos operativos mediante la concientización del personal. La meta planteada se cumplió en términos de desarrollo del material; sin

embargo, la capacitación no pudo ser impartida durante el periodo del PAP, quedando pendiente su aplicación.

Propuesta de continuidad:

Se recomienda programar sesiones formales de capacitación utilizando el material desarrollado, así como establecer evaluaciones de comprensión y seguimiento en campo para verificar la correcta aplicación de los conceptos.

Desarrollo organizacional

Táctica: Actualización del reglamento interno

a. Actividad: Revisar y actualizar el reglamento interno de la empresa con base en las necesidades actuales y áreas de oportunidad detectadas.

- **Producto:** Reglamento interno actualizado.
- **Uso:** Servir como guía para colaboradores y directivos sobre normas, responsabilidades y lineamientos internos.
- **Beneficio:** Mejorar la organización interna, reducir conflictos y fortalecer el cumplimiento de normas dentro de la empresa.
- **Meta:** Contar con un reglamento más claro y adaptado a las necesidades reales de la empresa antes de finalizar el PAP.

Para construir esta propuesta se revisaron reglamentos base, lineamientos de trabajo y necesidades detectadas dentro de la empresa. También se identificaron áreas relacionadas con organización interna, comunicación y seguridad laboral que requerían mayor claridad. Con esta información se desarrolló una propuesta más adaptada al contexto real de la organización y a las problemáticas observadas durante el proyecto.

El reglamento actualizado tuvo como propósito brindar mayor orden y claridad dentro de la empresa, estableciendo lineamientos más definidos para mejorar la convivencia y

funcionamiento interno. Además, buscó servir como una herramienta de apoyo para fortalecer la cultura organizacional y facilitar la comunicación entre colaboradores y directivos.

Como resultado de este proceso, se obtuvo un reglamento interno actualizado y estructurado de acuerdo con las necesidades identificadas. El uso esperado era que tanto colaboradores como directivos contaran con lineamientos más claros que ayudaran a mejorar la organización y reducir confusiones dentro de la empresa. La meta planteada consistía en dejar una propuesta funcional y adaptable para una futura implementación por parte de la empresa.

Propuesta de continuidad: Para una siguiente etapa del PAP, sería importante implementar y difundir el reglamento dentro de la empresa, además de realizar capacitaciones o sesiones informativas para asegurar que todos los colaboradores conozcan y comprendan los lineamientos establecidos.

Táctica: Elaboración de organigrama organizacional

a. Actividad: Elaborar un esquema visual que mostrara la estructura organizacional y las líneas de reporte dentro de la empresa.

- **Producto:** Organigrama actualizado de la empresa.
- **Uso:** Facilitar la comprensión de la estructura organizacional y distribución de responsabilidades.
- **Beneficio:** Mejorar la comunicación interna y evitar duplicidad o confusión en funciones.
- **Meta:** Contar con una estructura organizacional más clara y funcional antes de finalizar el PAP.

Para realizar esta propuesta se recopiló información sobre la estructura interna de la empresa y los cambios organizacionales que ocurrieron durante el proyecto. Posteriormente, se identificaron las relaciones jerárquicas y responsabilidades principales de cada área para representarlas de forma visual y clara.

El organigrama desarrollado tuvo como propósito ayudar a la empresa a visualizar de mejor manera su estructura interna y facilitar la comprensión de funciones y líneas de autoridad. También buscó apoyar la coordinación entre áreas y mejorar la organización del trabajo.

Como resultado, se obtuvo un organigrama actualizado con la información disponible durante el PAP. El uso esperado era que la empresa pudiera utilizar esta herramienta para mejorar la comunicación y claridad organizacional. La meta fue dejar una propuesta funcional que pudiera seguir actualizándose conforme creciera la empresa.

Propuesta de continuidad: Para futuras etapas sería importante complementar el organigrama con perfiles de puesto más específicos y definir de manera más clara las responsabilidades de cada colaborador.

Táctica: Propuesta de team building e integración laboral

a. Actividad: Diseñar actividades de integración enfocadas en fortalecer la relación entre líderes y colaboradores.

- **Producto:** Propuesta de actividades de team building.
- **Uso:** Promover la integración, comunicación y trabajo en equipo dentro de la empresa.
- **Beneficio:** Mejorar el ambiente laboral y fortalecer las relaciones internas entre colaboradores y directivos.
- **Meta:** Generar una propuesta de integración adaptable a las necesidades de la empresa.

Para desarrollar esta propuesta se analizaron problemáticas relacionadas con comunicación interna y ambiente laboral dentro de la empresa. A partir de ello se diseñaron actividades enfocadas en fomentar la participación, el trabajo en equipo y la confianza entre colaboradores y líderes.

La propuesta tuvo como propósito generar espacios de convivencia y fortalecer la cultura organizacional de la empresa. Además, buscó sensibilizar sobre la importancia del trabajo colaborativo y la comunicación efectiva dentro del entorno laboral.

Como resultado se obtuvo una propuesta estructurada de actividades de integración; sin embargo, esta no pudo implementarse debido a la falta de seguimiento por parte de la empresa. Aun así, el uso esperado era que en un futuro pudiera aplicarse como una herramienta para fortalecer el clima laboral.

Propuesta de continuidad: Para una siguiente etapa del PAP sería importante implementar las actividades propuestas y dar seguimiento a los resultados obtenidos mediante retroalimentación de los colaboradores.

1.7. Bibliografía y otros recursos

- Empresariales, D. en C. (n.d.). Clasificación de las empresas: guía general. Edu.mx. Retrieved February 16, 2026, from <https://blog.up.edu.mx/doctorado-en-ciencias-empresariales/clasificacion-de-las-empresas-guia-general>
- Secretaría, E. (01 de abril de 2024). Mipymes mexicanas: motor de nuestra economía. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/923851/20240626_Dosier_MIPYMES_SALIDA_Interactivo_5_.pdf
- (N.d.). Com.Mx. Retrieved February 16, 2026, from <https://www.debate.com.mx/economia/El-90-de-las-empresasmexicanas-son-familiares-20240927-0085.html>
- Inegi (n.d.). ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS. Org.Mx. Retrieved February 16, 2026, from https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2025/EAP_MIPY_MES_25.pdf
- Jiménez, R. (2025, abril 7). Visualiza Coparmex un 2025 incierto para emprendedores. MURAL. <https://www.mural.com.mx/visualiza-coparmex-un-2025-incierto-para-emprendedores/ar2983643>

- Jalisco. (s/f). Secretaría de Desarrollo Económico. Gob.mx. Recuperado el 19 de febrero de 2026, de <https://sedeco.jalisco.gob.mx/prensa/noticias/aumenta-en-jalisco-inversion-extranjera-directa-i-3424>
- Molina, I. (2025, agosto 28). Industria mueblera mexicana refuerza integración de Norteamérica ante posibles aranceles de EE. UU. Mexico Industry. <https://mexicoindustry.com/noticia/industria-mueblera-mexicana-refuerza-integracion-de-norteamerica-ante-posibles-aranceles-de-ee-uu>
- Molina, I. (2025, agosto 28). Industria mueblera mexicana refuerza integración de Norteamérica ante posibles aranceles de EE. UU. Mexico Industry. <https://mexicoindustry.com/noticia/industria-mueblera-mexicana-refuerza-integracion-de-norteamerica-ante-posibles-aranceles-de-ee-uu>
- Vidojevic, B. (s/f). The state of the furniture industry and how to excel in 2026. Cylindo.com. Recuperado el 19 de febrero de 2026, de <https://blog.cylindo.com/the-state-of-the-furniture-industry>
- Mercado del mueble online en México 2033. (s/f). Imarcgroup.com. Recuperado el 19 de febrero de 2026, de <https://www.imarcgroup.com/report/es/mexico-online-furniture-market?utm>
- Romo, P. (2025, agosto 13). Expo Mueble proyecta ventas por 4,000 millones de pesos en su edición Verano 2025. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/expo-mueble-proyecta-ventas-4-000-millones-pesos-edicion-verano-20250813-772596.html>

2. Reflexión crítica y ética de la experiencia

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

2.1 Sensibilización ante las realidades

Lic. Administración de Empresas y Emprendimiento/Bárbara Armijo Paredes

Durante este periodo del PAP, enfocado en el área de marketing y ventas, mi perspectiva se amplió al comprender con mayor profundidad las dinámicas comerciales y organizacionales que enfrentan las empresas en contextos reales. A través del desarrollo de herramientas como perfiles de puesto, el organigrama del área de ventas, políticas de venta y devolución, así como un plan de marketing, pude observar cómo las decisiones estratégicas no solo impactan en los resultados económicos, sino también en la forma en que las empresas se relacionan con sus clientes y colaboradores.

Este proceso me permitió posicionarme frente a realidades donde muchas veces las empresas operan sin estructuras claras o sin lineamientos definidos, lo que genera desorganización e incluso conflictos internos o con los clientes. Al involucrarme en la construcción de estas propuestas, sentí una mayor responsabilidad, ya que entendí que estas herramientas pueden influir directamente en la claridad, transparencia y equidad dentro de la organización.

En cuanto a lo personal, la experiencia despertó en mí un sentido de empatía hacia los retos que enfrentan tanto los empresarios como los equipos de trabajo. Reconocí que mi forma de actuar estuvo guiada tanto por mis valores —como la importancia de la honestidad, el orden y la responsabilidad— como por un análisis racional orientado a proponer soluciones funcionales y sostenibles.

Desde la perspectiva profesional, este periodo reforzó la idea de que la administración, especialmente en áreas como marketing y ventas, debe ejercerse con un fuerte compromiso ético. No se trata solo de vender más, sino de hacerlo de manera responsable, generando valor real para el cliente y construyendo relaciones de confianza a largo plazo. Asimismo, comprendí que una buena estructura organizacional y políticas claras no solo

benefician a la empresa, sino que también aportan al bienestar de las personas que forman parte de ella.

En general, esta experiencia reafirmó que mi papel como futura profesionalista implica no solo diseñar estrategias eficientes, sino también considerar su impacto social, promoviendo prácticas más justas, transparentes y alineadas con las necesidades reales del entorno.

Lic. Comercio y negocios globales/ Jorge Eduardo Báez Cossain

Durante el desarrollo del proyecto fue posible comprender distintas realidades organizacionales y humanas presentes dentro de una empresa familiar. A través de la convivencia con directivos y colaboradores, se identificó cómo la falta de estructura y liderazgo puede impactar directamente en la motivación, comunicación y estabilidad laboral. También se observó el compromiso de trabajadores con muchos años dentro de la empresa, quienes han contribuido a mantener la operación a pesar de las dificultades existentes.

La experiencia permitió generar una mayor sensibilidad frente a las problemáticas que enfrentan las pequeñas empresas familiares, especialmente cuando atraviesan procesos de cambio y adaptación. Asimismo, despertó sentimientos de empatía y responsabilidad profesional al entender que las decisiones de los altos mandos afectan directamente a las personas que forman parte de la organización.

Este proyecto también permitió reflexionar sobre la importancia de ejercer la profesión con ética, responsabilidad y capacidad de adaptación, comprendiendo que las propuestas de mejora deben ajustarse al contexto real de cada empresa y considerar tanto los aspectos organizacionales como humanos.

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial /Santiago Uruñuela Ruiz

Durante este periodo del PAP, dentro del área de marketing y ventas, tuve la oportunidad de involucrarme en diferentes actividades que me permitieron comprender de manera más

cercana las necesidades y problemáticas reales que enfrentan muchas empresas. Mi participación se enfocó principalmente en el desarrollo de políticas de venta y devolución, perfiles de puesto y en la creación de contenido para redes sociales, como historias y reels, complementando también parte del plan de marketing. A través de estas actividades pude observar que, en muchas ocasiones, las empresas buscan crecer y mejorar, pero no siempre cuentan con estructuras organizacionales claras, procesos definidos o un liderazgo que impulse adecuadamente el desarrollo del negocio.

Una de las experiencias que más impactó mi percepción fue el momento en que la empresa decidió dejar de colaborar activamente con el equipo, mostrando poco interés en continuar con el proyecto. Esta situación representó un reto importante, ya que muchas de las propuestas e implementaciones no pudieron presentarse ni aplicarse directamente. Sin embargo, como equipo decidimos adaptarnos a las circunstancias y continuar trabajando para entregar un proyecto de calidad. Esto me hizo darme cuenta de la importancia del compromiso profesional, incluso cuando las condiciones no son las ideales o cuando el esfuerzo realizado no recibe la respuesta esperada por parte del cliente.

En lo personal, esta experiencia me hizo sentir frustración y desmotivación en algunos momentos, pero también fortaleció mi sentido de responsabilidad y perseverancia. Considero que mi manera de actuar estuvo influenciada tanto por mis valores personales (como el compromiso, la disciplina y la responsabilidad) como por un razonamiento profesional enfocado en cumplir con los objetivos del proyecto y aportar soluciones útiles para la empresa, aun cuando el contexto no favorecía completamente el trabajo.

Además, creo que esta experiencia me permitió reconocer la importancia de contar con colaboradores y maestros que brinden apoyo y orientación durante los procesos difíciles. El acompañamiento del equipo y de los profesores fue clave para mantener la motivación y continuar desarrollando propuestas con profesionalismo. Esto me hizo valorar aún más el trabajo colaborativo y el impacto positivo que tiene el liderazgo y el apoyo dentro de cualquier organización o proyecto.

Desde una perspectiva profesional, comprendí que el desarrollo de áreas como marketing y ventas no debe limitarse únicamente a esperar resultados comerciales, sino que también implica una responsabilidad relacionada con la organización, la comunicación y la creación de relaciones de confianza. Asimismo, entendí que como futuro profesional será importante mantener una actitud ética y comprometida, incluso ante situaciones complicadas o poco favorables, buscando siempre aportar valor y desarrollar soluciones responsables y bien estructuradas.

En general, esta experiencia reforzó mi aprendizaje sobre la importancia de la organización, el liderazgo y la constancia dentro de las empresas, así como el papel que tiene un profesional al actuar con responsabilidad, adaptarse a los cambios y mantener la calidad de su trabajo frente a distintos retos.

Ing. Industrial /Lian Ricardo Camejo Cervera

Durante el desarrollo del PAP mi experiencia en el área clave de desempeño de Dirección de Operaciones me permitió enfrentar una realidad distinta a la esperada desde el enfoque académico. A lo largo del proyecto me di cuenta que una de las principales dificultades no radicaba en el análisis técnico del área de producción o en la generación de propuestas, sino en la falta de continuidad, liderazgo y compromiso por parte de la empresa. La constante postergación de reuniones, la baja disponibilidad de los empresarios y la pérdida de interés en la consultoría representó un obstáculo importante para el desarrollo e implementación de las mejoras planteadas.

Esta situación generó en mí momentos de frustración y desmotivación ya que implicó trabajar en propuestas que, aunque eran técnicamente sólidas y funcionales no llegaron a aplicarse ni siquiera a considerarse. Estos problemas también me permitieron cuestionar mis propias expectativas sobre el ejercicio profesional entendiendo que en la realidad organizacional alla afuera intervienen factores como la resistencia al cambio, la carga

operativa y las dinámicas internas de las empresas, especialmente en contextos de negocios familiares.

A partir de esta experiencia desarrollé una mayor sensibilidad hacia las condiciones en las que operan este tipo de empresas que, aunque ya tenía algo de experiencia en el rubro nunca me había tocado un caso tan drástico. Más allá de interpretar la falta de seguimiento como desinterés, logré reconocer que muchas decisiones están influenciadas por limitaciones de tiempo, prioridades inmediatas y una visión de corto plazo. Esto me llevó a adoptar una postura más analítica y empática frente a la situación.

Asimismo, esta experiencia evidenció que el ejercicio de la ingeniería en operaciones no se limita únicamente a la optimización de procesos, sino que implica también la capacidad de adaptarse a contextos inciertos, gestionar la frustración y mantener el compromiso profesional incluso cuando las condiciones no son favorables. En este sentido, el reto no solo fue técnico, sino también personal y ético.

Lic. Desarrollo Inmobiliario Sustentable/Julene Luisa Martínez

Durante el desarrollo del PAP, poco a poco me fui dando cuenta de que la realidad de la empresa era muy distinta a lo que normalmente vemos en clase. En teoría todo se ve más estructurado, pero en la práctica muchas empresas, sobre todo familiares, operan con desorganización, cambios constantes y sin procesos claros. Esto me hizo entender mejor cómo funciona realmente el entorno laboral y ver que muchas veces no es falta de intención, sino falta de estructura y organización.

En lo personal, sí me involucré con la situación de la empresa, sobre todo al ver cómo había una carga de trabajo muy concentrada en una sola persona y cómo eso afectaba la dinámica de todo el equipo. También hubo momentos en los que me sentí frustrada, porque aunque nosotros proponíamos soluciones, no siempre había seguimiento o interés por parte de los empresarios. Al final, eso sí me desanimó un poco, porque sentía que el trabajo no iba a tener el impacto que esperábamos. Aun así, traté de mantenerme profesional y cumplir con lo que nos correspondía como equipo.

Creo que mi forma de actuar fue una mezcla entre mis valores personales y mi razonamiento. Por un lado, valores como la responsabilidad, el compromiso y el querer hacer bien las cosas me impulsaron a seguir trabajando y entregar propuestas completas. Pero también hubo una parte más racional donde entendí que hay cosas que no dependen de nosotros como consultores y que no siempre se puede controlar la respuesta del cliente. Desde el punto de vista profesional, esta experiencia me sirvió mucho porque yo voy a entrar a una empresa familiar, y pude ver de primera mano los retos que este tipo de empresas tienen, como la falta de estructura, la centralización de decisiones y los problemas de comunicación. Esto me ayudó a reflexionar sobre la importancia de tener procesos claros y una buena organización interna si quiero que las cosas funcionen mejor en un futuro.

En términos éticos, entendí que como profesionista no solo se trata de proponer soluciones, sino de hacerlo de manera responsable, considerando el contexto real de la empresa y el impacto en las personas. También aprendí que, aunque no siempre se vean resultados inmediatos, el trabajo que se hace puede servir como base para cambios futuros, y que es importante mantener el compromiso y la calidad del trabajo incluso en situaciones complicadas.

2. 2 Aprendizajes logrados

Lic. Administración de Empresas y Emprendimiento/Bárbara Armijo Paredes

Durante este periodo del PAP desarrollé diversas competencias disciplinares, sociales y universitarias que fortalecieron mi formación profesional. En el ámbito disciplinar, el principal reto fue llevar los conocimientos teóricos a un contexto real, donde no todo es tan estructurado como en el aula. Ante esto, aprendí a analizar situaciones de manera más crítica, adaptarme a las necesidades de la empresa y proponer soluciones viables, lo que me permitió darme cuenta de que soy capaz de aplicar lo aprendido de forma efectiva.

En el ámbito social, fortalecí habilidades como la comunicación, la empatía y el trabajo en equipo. Al interactuar con los empresarios, aprendí a escuchar activamente, entender sus preocupaciones y expresar mis ideas de manera clara. Uno de los retos fue generar confianza y lograr que mis propuestas fueran comprendidas, lo cual logré manteniendo una actitud abierta, respetuosa y profesional.

A nivel universitario, desarrollé competencias como la organización, la responsabilidad y el pensamiento crítico. Hubo momentos en los que la carga de trabajo representó un desafío, pero aprendí a administrar mejor mi tiempo y a cumplir con los entregables de manera ordenada y constante.

En cuanto a los aprendizajes, en el ámbito profesional comprendí que la administración en escenarios reales requiere adaptación, análisis y toma de decisiones conscientes. En el ámbito social, reforcé la importancia de la empatía y la comunicación efectiva. Y en lo personal, gané mayor seguridad en mis capacidades, al reconocer que puedo enfrentar retos, adaptarme a distintos contextos y aportar valor con mi trabajo.

Lic. Comercio y negocios globales/ Jorge Eduardo Báez Cossain

La participación en este proyecto permitió desarrollar competencias relacionadas con el análisis organizacional, la comunicación empresarial y la elaboración de propuestas de mejora. Uno de los principales aprendizajes fue comprender la importancia del liderazgo y la dirección dentro de una empresa, especialmente en organizaciones familiares donde las decisiones de los altos mandos influyen directamente en el ambiente laboral y desempeño del equipo.

Durante el proyecto se presentaron retos relacionados con la adaptación de las propuestas al contexto y necesidades reales de la empresa. Esto permitió fortalecer habilidades de análisis, observación y comunicación, así como la capacidad de generar soluciones viables y funcionales.

En el ámbito profesional, se adquirió experiencia en la elaboración de herramientas organizacionales como perfiles de puesto, guías administrativas y propuestas de capacitación. En lo personal y social, la experiencia ayudó a desarrollar empatía, responsabilidad y mayor seguridad para trabajar directamente con directivos y colaboradores, comprendiendo la importancia de actuar con profesionalismo y ética dentro del entorno empresarial.

Lic. Mercadotecnia y Dirección Comercial/ Santiago Uruñuela Ruiz

Durante mi participación en el PAP desarrollé competencias que me permitieron crecer tanto en el ámbito profesional como humano. Uno de los principales retos que enfrenté al inicio fue sentir que realmente podía aportar valor dentro del trabajo colaborativo. Al convivir con áreas como finanzas o desarrollo organizacional, llegué a pensar que lo que yo podía aportar desde marketing y ventas no tenía la misma importancia. Sin embargo, conforme avanzó el proyecto, entendí que una organización funciona gracias al conjunto de todas sus áreas y que cada una cumple un papel esencial para lograr resultados completos. Esto me ayudó a valorar más mi trabajo y a confiar en mis capacidades.

Otro reto importante fue adaptarme al trabajo en equipo con personas que no conocía previamente. Al principio me costaba sentir confianza para expresar ideas, proponer soluciones o participar activamente dentro de las conversaciones profesionales. Con el paso de las semanas, el ambiente de trabajo se volvió más abierto y colaborativo, lo que me permitió desenvolverme con mayor seguridad y participar de manera más activa. Gracias a esto desarrollé competencias relacionadas con la comunicación, el trabajo colaborativo y la capacidad de escuchar diferentes puntos de vista, tanto de mis compañeros como de los empresarios involucrados en el proyecto.

Comprendí que trabajar en un contexto real genera muchas dudas sobre las propias capacidades, especialmente cuando se trata de investigar, desarrollar propuestas y defender ideas para una empresa ya establecida. Aun así, esta experiencia me permitió darme cuenta de que sí cuento con las herramientas y conocimientos necesarios para aportar

profesionalmente; muchas veces el reto más grande es confiar en uno mismo y esforzarse por hacer bien las cosas.

En el ámbito profesional, aprendí la importancia de la responsabilidad y el compromiso. Entendí que, independientemente del apoyo o interés que mostrara la empresa, teníamos la responsabilidad de cumplir y entregar un proyecto de calidad. Esto reforzó en mí la constancia, la organización y la responsabilidad en las entregas, ya que cada integrante dependía del trabajo de los demás para avanzar correctamente. También desarrollé habilidades relacionadas con la creación de propuestas, la investigación y el desarrollo de estrategias dentro de un ambiente profesional real.

En el ámbito social, considero que uno de los mayores aprendizajes fue la convivencia y colaboración en equipo. Aprendí a comunicar mis ideas con mayor seguridad, a trabajar junto a personas con diferentes perspectivas y a escuchar activamente las opiniones y necesidades de los demás. Esta experiencia me ayudó a desenvolverme mejor en ambientes profesionales y a comprender la importancia del respeto, la empatía y la comunicación dentro de cualquier equipo de trabajo.

Finalmente, en el ámbito personal, me llevo la satisfacción de haber realizado un trabajo que requirió esfuerzo, compromiso y adaptación. Esta experiencia me permitió crecer, ir más allá de lo que pensaba que podía hacer y reconocer las capacidades y habilidades que tengo para aportar en un entorno profesional. Además, reforzó mi confianza y me ayudó a entender que, aunque existan momentos de duda o inseguridad, con dedicación y esfuerzo es posible responder de manera positiva a los retos que se presentan.

Ing. Industrial/ Lian Ricardo Camejo Cervera

La participación en este PAP representó un espacio de aprendizaje significativo no solo en el ámbito técnico, sino que también en el desarrollo de competencias personales y profesionales relacionadas con la contextualización del mundo laboral real. Uno de los principales retos fue enfrentar la falta de compromiso por parte de la empresa y el

desinterés progresivo de la alta gerencia lo cual implicó replantear constantemente la forma en que se abordaba el proyecto.

En el ámbito disciplinario fortalecí mi capacidad para analizar procesos productivos reales así como aprender a estructurar diagnósticos y diseñar herramientas de mejora continua, pero para ser honesto el mayor aprendizaje fue entender que el conocimiento técnico por sí solo no garantiza la implementación de soluciones. Esto me llevó a desarrollar una visión más integral de la ingeniería en operaciones en la que es necesario considerar factores organizacionales, culturales y humanos al momento de proponer mejoras.

En el ámbito social aprendí a manejar situaciones de incertidumbre y a interactuar con distintos niveles dentro de la organización particularmente con directivos y colaboradores molestos con su situación. Uno de los principales retos fue enfrentar la falta de respuesta y compromiso por parte de la empresa sin perder la postura profesional. Ante esto desarrollé habilidades de comunicación más estratégicas, así como una mayor capacidad de empatía para entender el contexto en el que operan las empresas familiares donde las decisiones no siempre siguen una lógica estructurada.

A nivel personal uno de los aprendizajes más relevantes fue la capacidad de gestionar la frustración y evitar que el desinterés externo afectara mi desempeño. Aprendí a desapegarme del resultado inmediato y a enfocarme en la calidad del trabajo realizado entendiendo que mi responsabilidad como profesional es entregar propuestas bien fundamentadas independientemente de su implementación. Este proceso me permitió fortalecer mi resiliencia y mantener la disciplina incluso en escenarios adversos.

Comprendí de una mejor manera la dinámica de las empresas familiares donde la toma de decisiones suele estar centralizada y fuertemente influenciada por factores personales y operativos. Esto me permitió desarrollar una mayor adaptabilidad y ajustar mis expectativas frente a este tipo de entornos entendiendo que la gestión del cambio requiere tiempo seguimiento y disposición por parte de la dirección.

En conjunto estos aprendizajes me permitieron reconocer que soy capaz de enfrentar situaciones complejas adaptarme a contextos reales y mantener un desempeño profesional sólido incluso cuando las condiciones laborales no son las más favorables.

Lic. Desarrollo Inmobiliario Sustentable/Julene Luisa Martínez

Durante este PAP aprendí varias cosas tanto en lo profesional como en lo personal. En lo disciplinar, uno de los principales retos fue pasar de la teoría a algo real. Al principio sí me sentía algo perdida porque la empresa no estaba tan organizada y no había mucha información clara, pero poco a poco fui entendiendo cómo adaptarme y trabajar con lo que había. Eso me ayudó a darme cuenta de que sí puedo resolver cosas, aunque no todo esté perfecto.

En lo social, mejoré en cómo trabajar en equipo y comunicarme. Al inicio me costaba un poco opinar o proponer ideas, pero conforme avanzó el proyecto me fui soltando más. También aprendí a escuchar a los demás y a adaptarme a diferentes formas de trabajar, lo cual fue importante para que el equipo pudiera avanzar.

A nivel personal y de la universidad, reforcé mucho la responsabilidad. Hubo momentos en los que la empresa no respondía o ya no mostraba tanto interés, y eso hacía más difícil mantener la motivación. Ese fue un reto importante, pero aun así traté de cumplir con lo que me tocaba y seguir trabajando bien.

En general, siento que este proyecto me dejó varios aprendizajes. En lo profesional, entendí que en la vida real no todo es tan ordenado como en clase y que tienes que adaptarte mucho. En lo social, aprendí a tener más paciencia y empatía. Y en lo personal, me di cuenta de que aunque haya momentos frustrantes, sí puedo seguir adelante y sacar las cosas.