



# Proyecto de aplicación profesional para MiPyMEs en colaboración con Plai

---

Por

Sofía Morris, Estudiante Licenciatura en Mercadotecnia

Germán Ruán, Estudiante Licenciatura en Finanzas



# CONTENIDO

---

- Objetivo del PAP Transformación Digital en Pymes
- Contexto e información
- Sobre la empresa (misión, visión y valores)
- Estructura de la empresa
- Identificación del problema
- Chequeo digital (PLAi)
- Metodología
- Valoración de producto y resultados
- Alcance de resultados

# PAP DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN MIPYMES

---

## **Sobre el PAP Modalidad “B”**

Colaborar con empresas y consultores senior para mejorar la gestión de datos y proceso comercial en MIPYMES mediante la transformación digital.

## **El objetivo del PAP**

Busca desarrollar habilidades prácticas en estudiantes mediante el diagnóstico y mejora de la madurez y mentalidad digital de empresas colaboradoras.

## **El objetivo de la consultoría**

Modernizar y mejorar sus procesos a través de la implementación de tecnologías digitales y estrategias innovadoras.

# EN COLABORACIÓN CON PLAI

---



PLAI es una Institución líder en Jalisco, enfocada en el desarrollo de habilidades para la era digital.

Conecta personas, empresas e ideas, fomentando la innovación y el emprendimiento para impulsar la competitividad en la región.

# ENTENDIMIENTO DEL ÁMBITO Y CONTEXTO

---



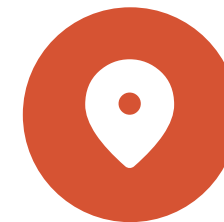
Las MiPyMEs son vitales en la economía global, pero muchas necesitan adaptarse a la transformación digital para mantener su competitividad.



La transformación digital implica tecnología, cambio cultural y mayor interacción con los clientes.



La directora de PLAi, refirió que de las **300 mil** empresas en el estado sólo **2,000** por año han recibido capacitación en los últimos tres años.



El presidente de Mind México, Centro de Innovación Industrial, informó que solo el **15%** de las empresas en Jalisco **se adapta a la innovación** y carece de plataformas para el mundo digital.

# INDUSTRIA JOYERA

---

Según la **Cámara Regional de la Industria Joyera y Plata de Jalisco:**

**75 millones**

El valor de las exportaciones joyeras ascendió a 75 millones de dólares en 2022.

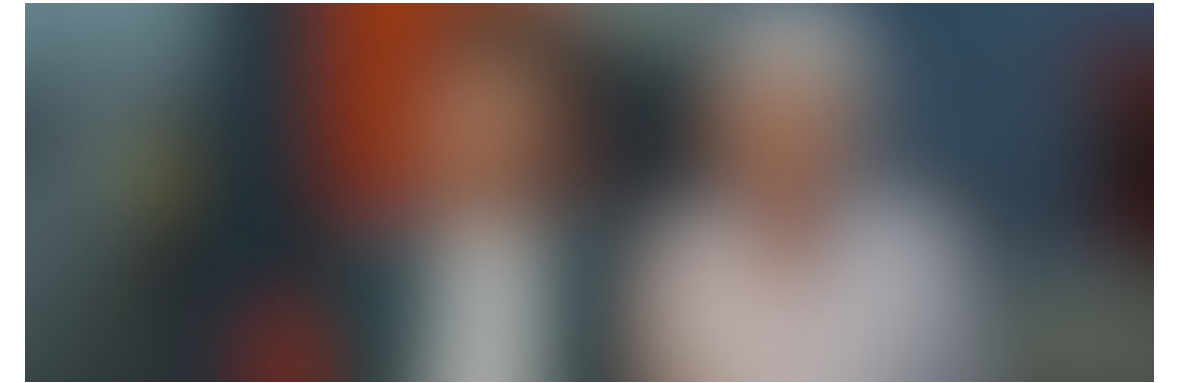
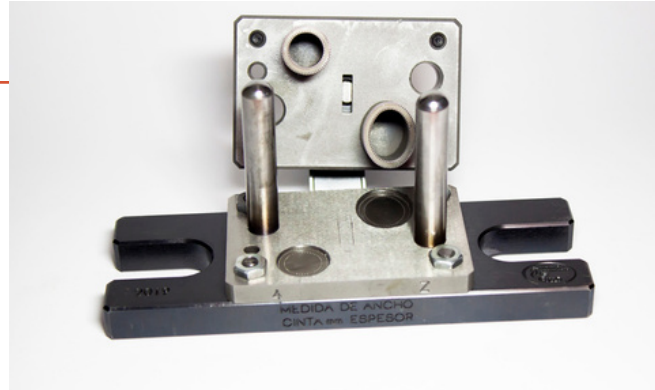
**90%**

Aparte de EUA, donde se exporta el 90% de las joyas, **Dubái se ha vuelto un mercado clave para el oro de Jalisco.**

**+8%**

La industria joyera de Jalisco espera terminar el 2023 con un aumento del 8%. Por la expansión en mercados internacionales.

# LA ORGANIZACIÓN



## Empresa

Maquinaria y Herramientas para Joyeros, con más de 30 años de Experiencia en la Industria.

## Misión

Desarrollar máquinas y herramientas de alta calidad para facilitar la producción de joyería en serie.

A lo largo de más de 30 años, el compromiso con sus clientes y la industria joyera los motiva a mejorar e innovar agilizando los tiempos y garantizando mayor calidad.

## Visión

Ser reconocidos como líderes en la fabricación de máquinas y herramientas de la más alta calidad para la producción de joyería en serie, impulsando la excelencia y la eficiencia en la industria.

## Valores

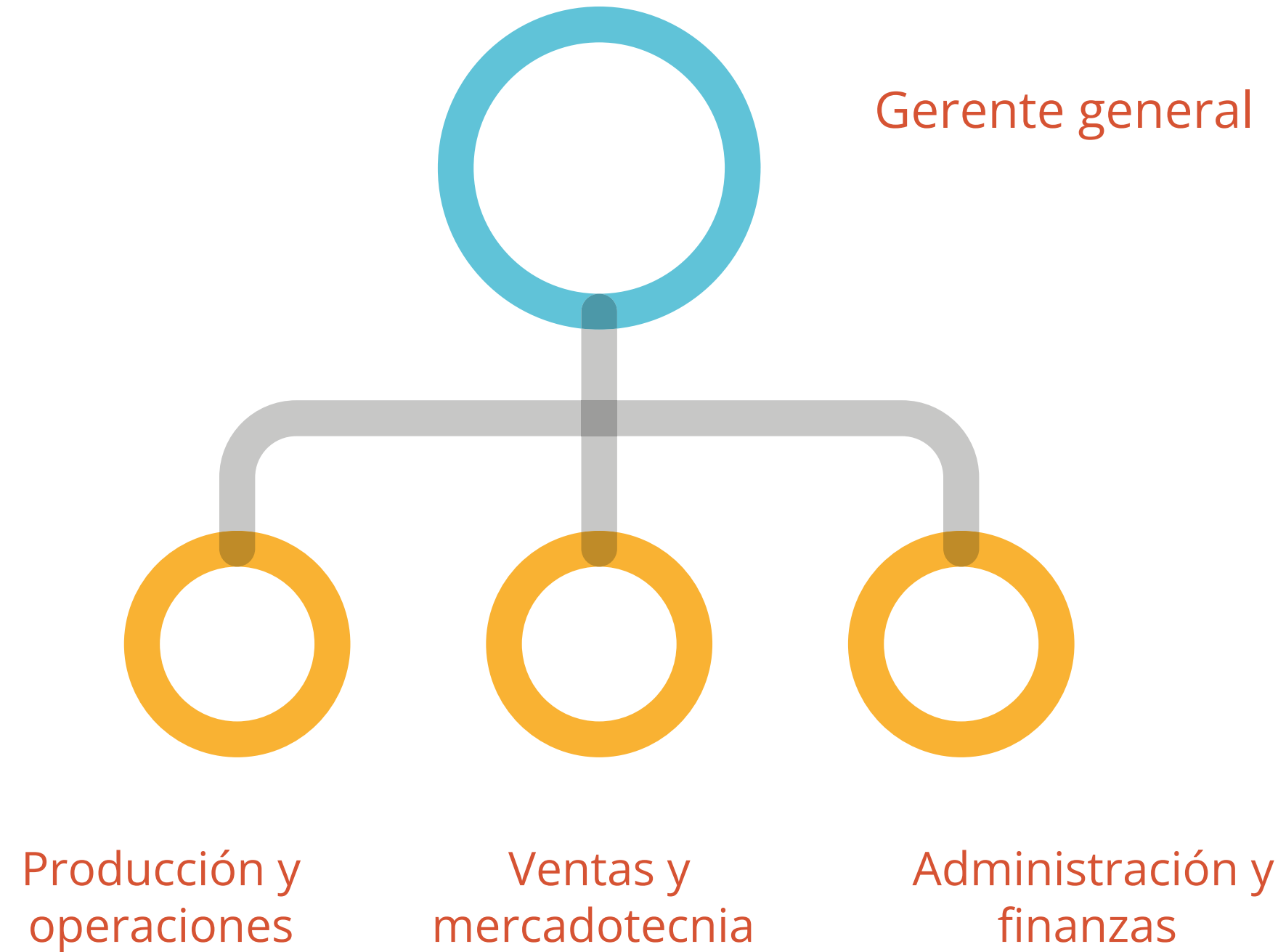
- Colaboración
- Respeto
- Honestidad



# ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

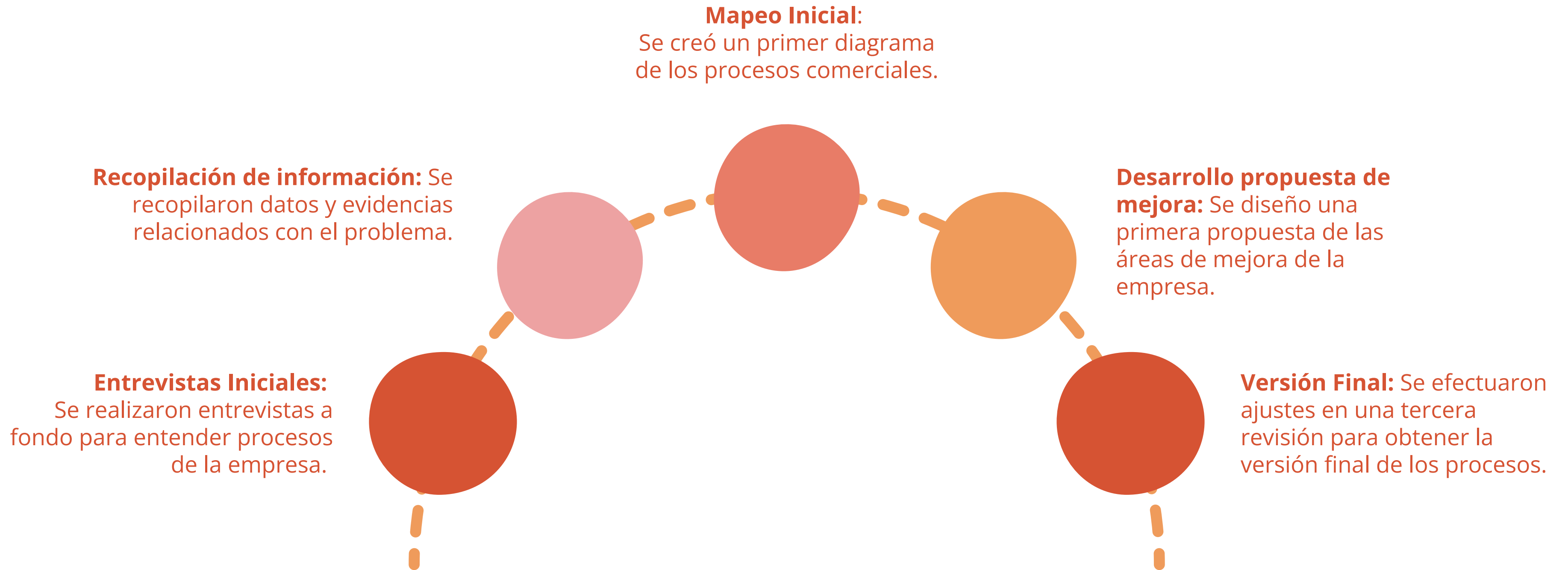
---

Total de 4 empleados

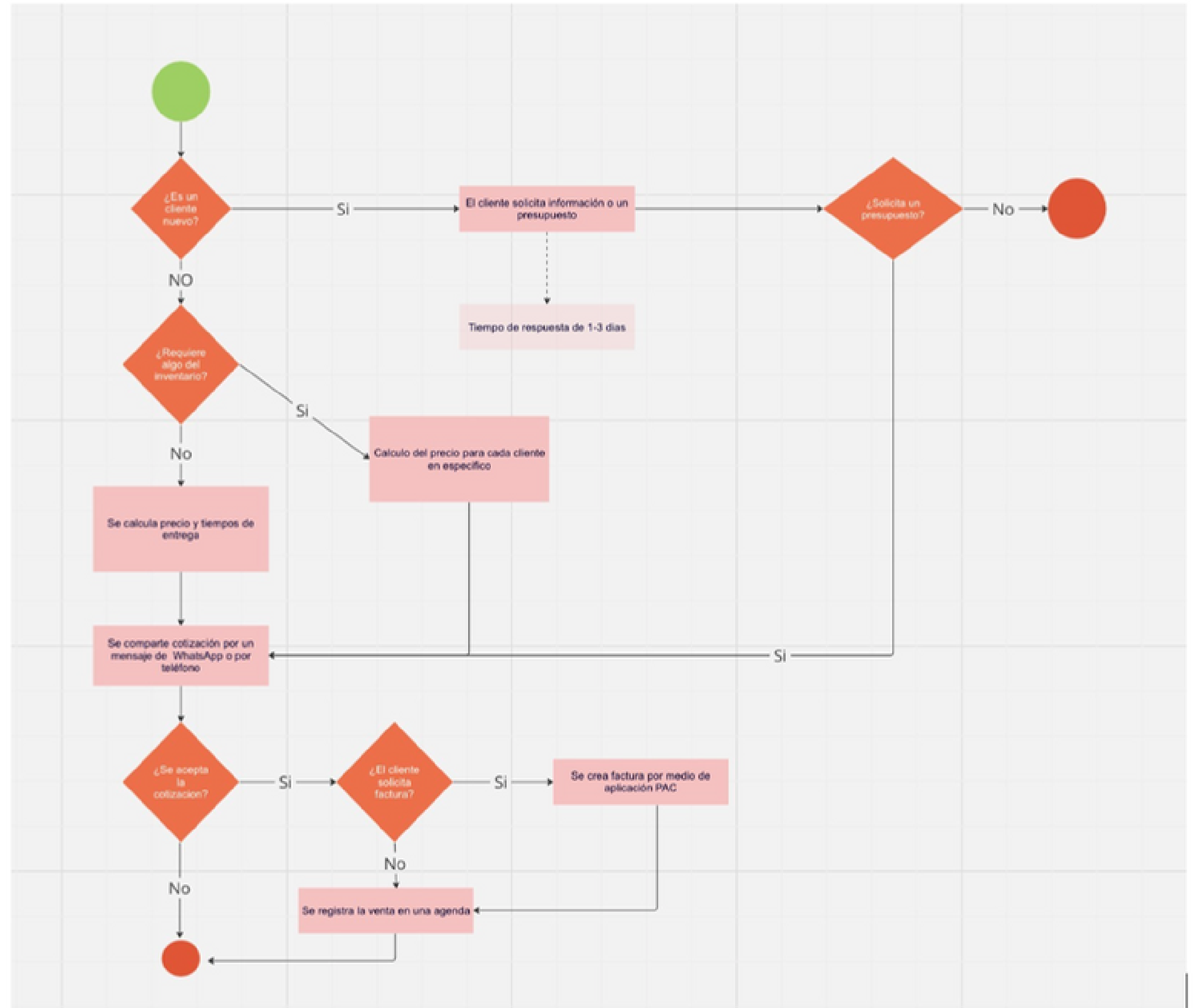


# PROCESO DE IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMÁTICA

---



# MAPEO PROCESO COMERCIAL (VERSIÓN 1)



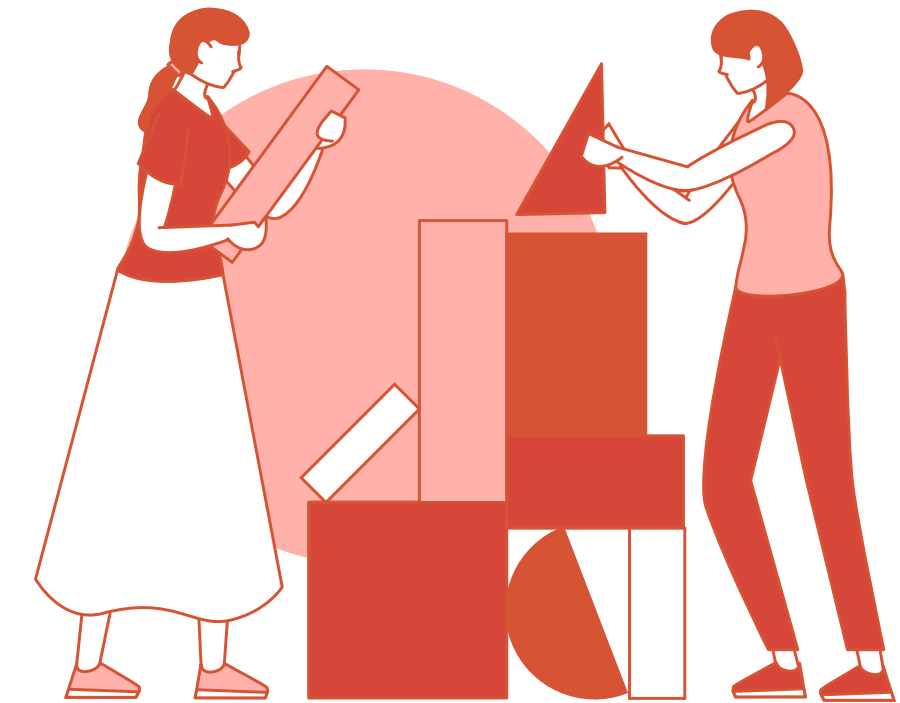
# IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

---

Se realizó una revisión retrospectiva para identificar procesos a intervenir, y la empresa valora la transformación digital. Dado los resultados imperiosos en su área, el equipo PAP no tuvo problemas en analizar cambios o propuestas.

La empresa enfrenta desafíos fundamentales:

- La falta de gestión moderna
- Carencia de una base de datos centralizada
- Imprecisión en la fijación de precios competitivos
- Presencia en línea limitada.
- Ausencia de procesos internos digitalizados



# PLANEACIÓN DE ALTERNATIVAS

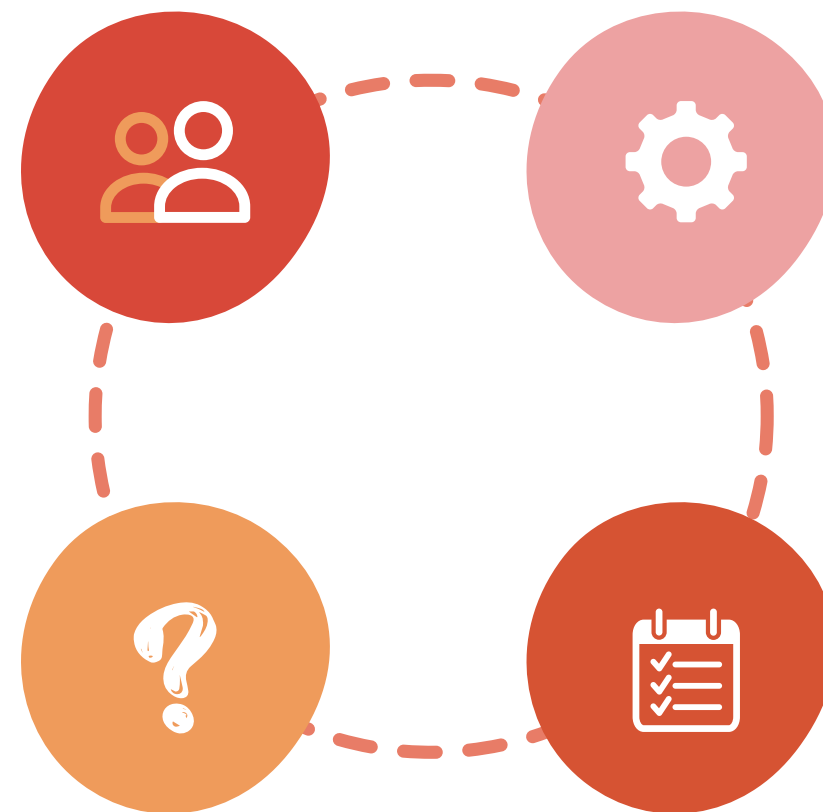
---

## 1. Segmentación de Clientes:

- Diferenciación entre buyer persona 1 (fabricantes de joyería) y buyer persona 2 (nuevos emprendedores).

## 2. Mapeo comercial nuevo

- Atendiendo áreas de oportunidad identificadas en el primer mapeo, nos enfocamos en mejorar la experiencia del cliente.



## 3. Identificación de plataforma ideal:

- Tras investigar diversas herramientas para abordar el problema principal y optimizar el proceso comercial, se optado por implementar Odoo.
- Se elige por precio, versatilidad y gama de funcionalidades.

## 4. Implementación de módulos y otros productos complementarios:

- Se seleccionan módulos para optimizar el registro de datos, la experiencia del cliente y la presencia en línea.

# BUYER PERSONA

---



## Jose Luis

**Rol:** Dueño de empresa

**Edad:** 50 años

**Medios de comunicación:** Teléfono, correo electrónico, cara a cara.

**Responsabilidades:** Encargado de ventas, finanzas, inventario, RH, relaciones con clientes y proveedores.

**Resultados:** Ventas generales.

**Metas y objetivos:** Generar mayor número de ventas y expansión de mercado.

**Mayores desafíos:** Cultura empresarial, delegación de tareas, mantenerse actualizado en tendencias.



## Fernanda

**Rol:** Dueña de emprendimiento

**Edad:** 30 años

**Medios de comunicación:** Redes sociales, teléfono, WhatsApp.

**Responsabilidades:** Vender, producir y llevar control de información.

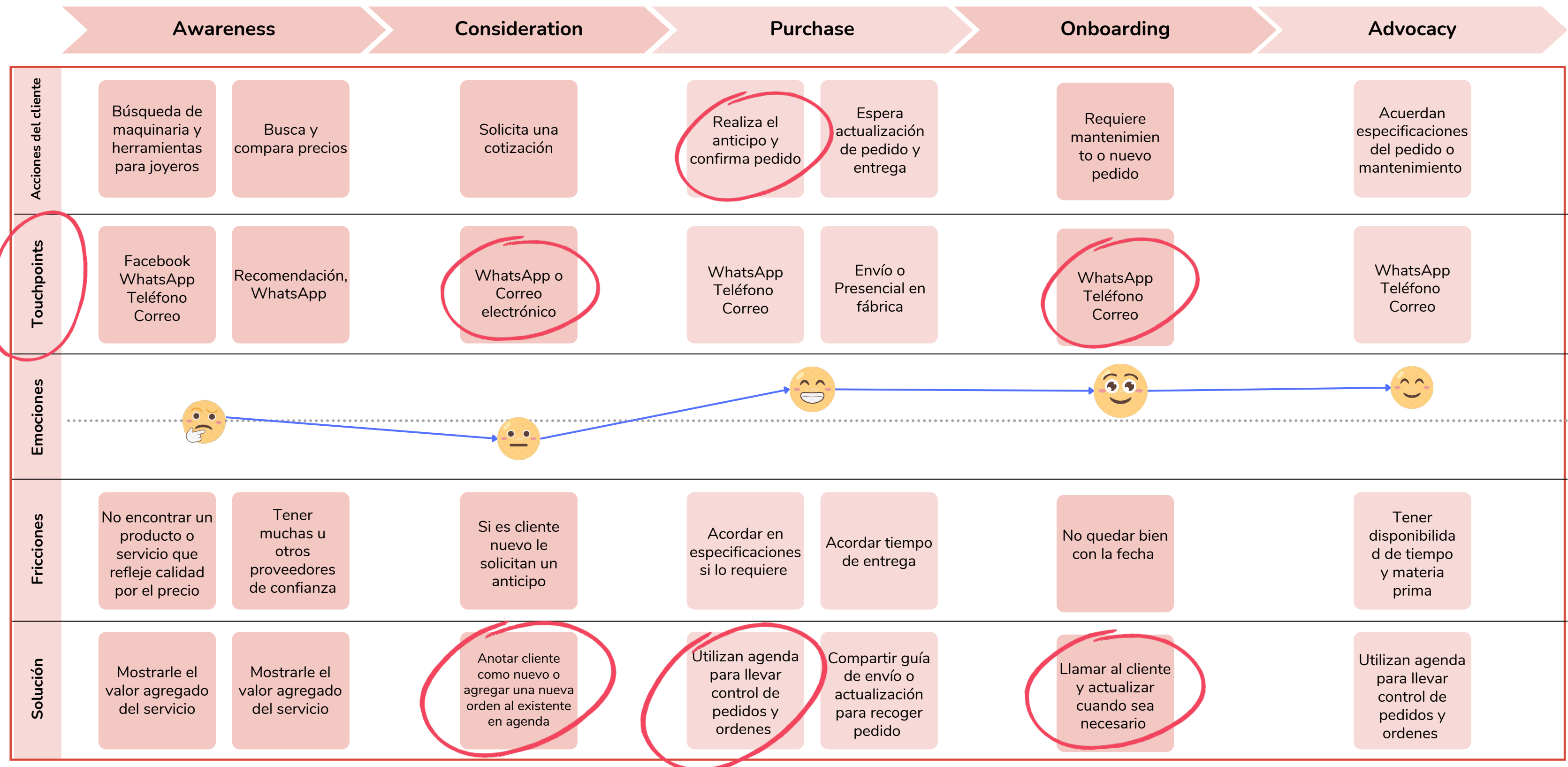
**Resultados:** Basados en venta de producto y leads generados por redes.

**Metas y objetivos:** Ventas, generar comunidad, mayor alcance a nuevos prospectos.

**Mayores desafíos:** Mejorar comunicación con clientes, encontrar proveedores confiables y de calidad.

*Imágenes creadas mediante las herramientas de inteligencia artificial de Canva, ofreciendo los prompts necesarios para su desarrollo.*

# CUSTOMER JOURNEY MAP



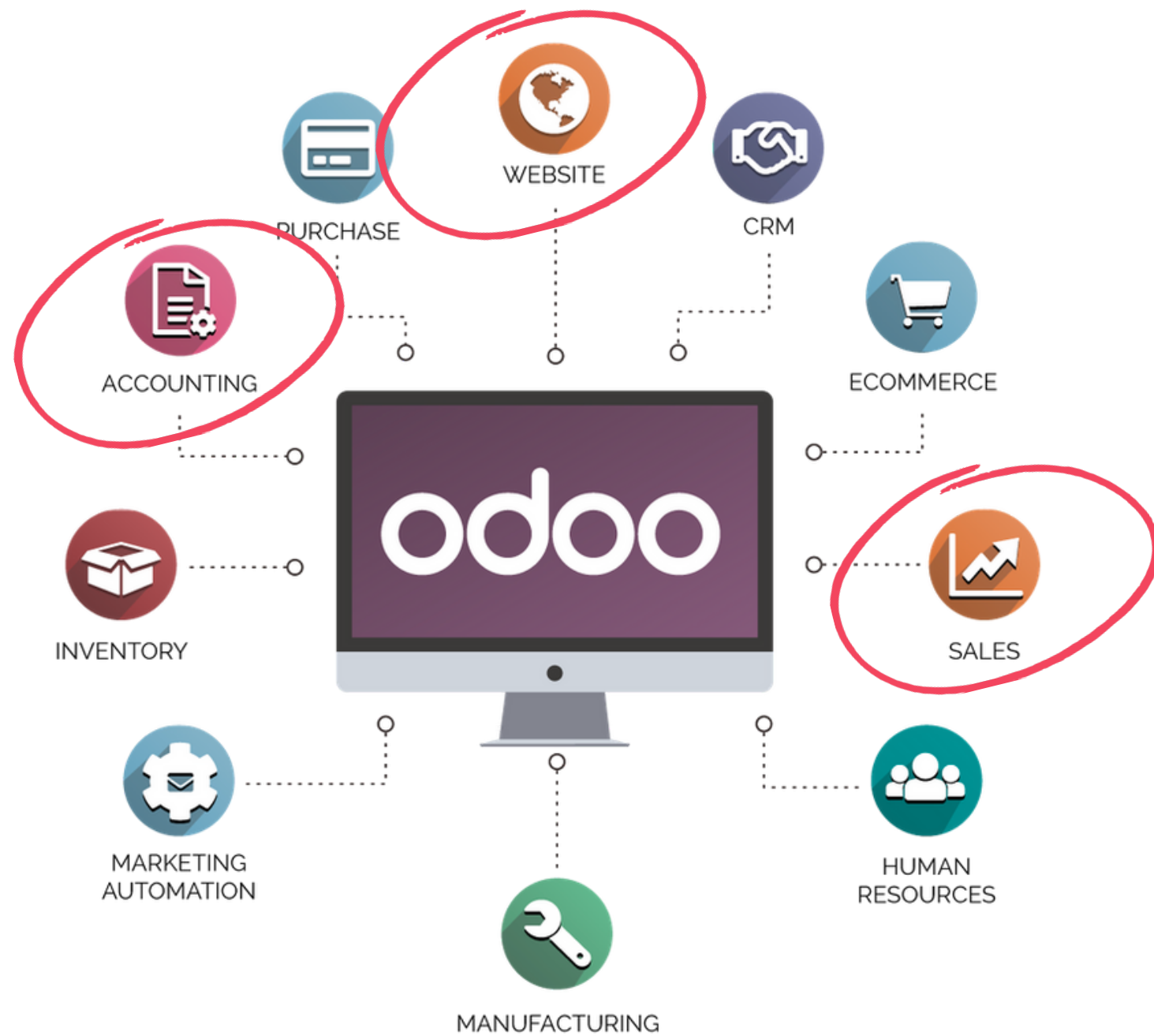




Odoo permite al usuario utilizar bajo una misma plataforma diferentes funcionalidades de software empresarial como CRM, ventas, inventario, informes, contabilidad, envío de facturas, web, e-commerce, e-mail marketing y muchas más. Todas las aplicaciones de Odoo están totalmente integradas y se comunican entre sí.

# MÓDULOS Y OTROS PRODUCTOS

---



## Módulos

- Ventas
- Contabilidad
- Sitio Web
- Marketing social
- Marketing por correo electrónico

## Otros productos entregados fuera de Odoo

- Plantillas de correo
- Plantillas para redes
- Guía de estilos
- Manual de uso de Odoo

# METODOLOGÍA

---

## Google Sprint

El diseño del sprint de Google es el marco para mapear desafíos, explorar soluciones, seleccionar las mejores, crear un prototipo y probarlo.

## Etapas

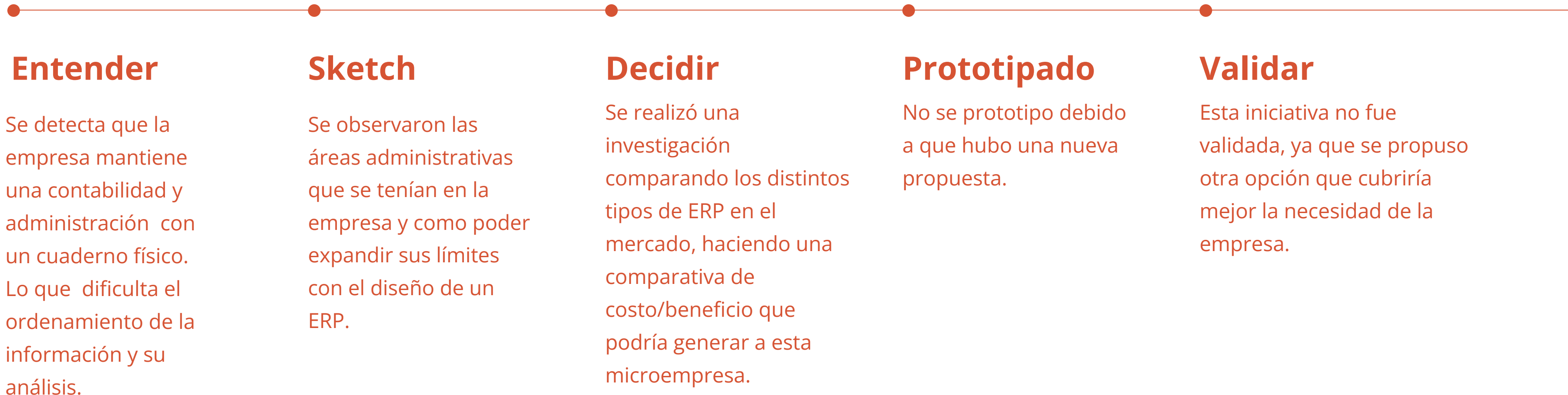
1. **Entender.** Comprender el problema y objetivos a abordar a través de la recopilación de información.
2. **Sketch.** Generación de ideas innovadoras y soluciones por parte del equipo.
3. **Decidir.** Revisión y evaluación de las ideas para identificar las mejores soluciones.
4. **Prototipado.** Creación de un prototipo visual o interactivo de la solución seleccionada.
5. **Validar.** Pruebas con usuarios reales para refinar la solución y tomar decisiones informadas.

## Sprints realizados

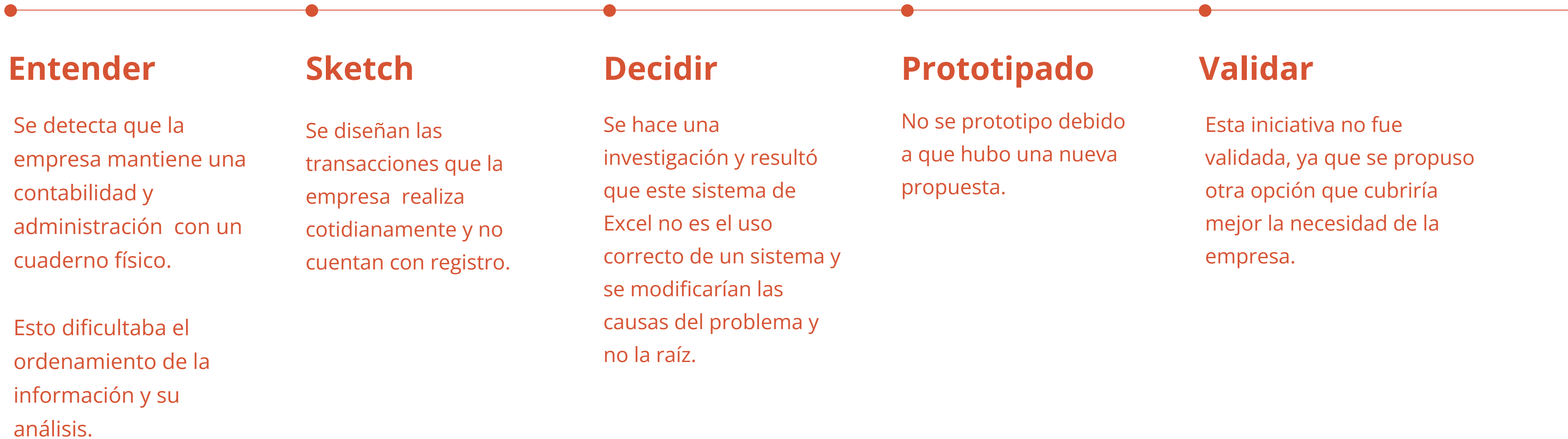
# 12

Cada uno de los Sprints que hemos llevado a cabo en este proyecto de consultoría ha sido fundamental para alcanzar la solución e implementación exitosa del mismo.

# SPRINT 1: Implementación ERP



# SPRINT 2: Sistema de vaciado de información (excel MACROS)



# SPRINT 3: Creación Página Web

## Entender

Se entiende como necesidad que a la empresa carece de presencia en línea, confiabilidad, información, contacto y catálogo de productos.

## Sketch

Se inicia con el diseño de estructura de las diferentes secciones y elementos que debería contener.

Se hizo una lluvia de ideas de las diferentes plataformas que podrían funcionar a la creación de una página web.

## Decidir

La elección se fundamentó en consideraciones de tiempo, de la información requerida por la empresa y por la estrategia de mercadotecnia digital que abordaría por el problema raíz.

## Prototipado

No se prototipo debido a que hubo una nueva propuesta.

## Validar

Esta iniciativa no fue validada, ya que se propuso otra opción que cubriría mejor la necesidad de la empresa.

# SPRINT 4: Creación Landing page

## Entender

Se sugiere la creación de un Landing Page con el propósito de mejorar presencia en línea, alineándonos con la meta de captar leads, promocionar productos, generar confiabilidad.

El Customer Journey Map favoreció para saber el proceso por el que pasa el cliente para llegar a las páginas de proveedores e invertir en un producto o servicio.

## Sketch

Se realiza una lluvia de ideas para definir la estructura general del landing page, asignando espacios para inicio, nosotros, catálogo y contacto.

Se crearon bocetos detallados de cada sección, considerando la disposición de elementos, imágenes, texto y llamadas a la acción.

## Decidir

Se evaluaron bocetos en función de la alineación con los objetivos y la facilidad de uso.

Se decide sobre la información clave a incluir en la sección de contacto, un formulario para obtener información del cliente y sus necesidades.

## Prototipado

Se selecciona un diseño apropiado para la carga de información, utilizando las plantillas proporcionadas por Odoos y asegurándose de que se alinee con el tema elegido.

Se integró un formulario interactivo en la sección de Contacto para recopilar información valiosa del cliente.

## Validar

La iniciativa del Landing Page fue validada y aprobada durante el proceso de validación.

Este éxito se fundamenta en su capacidad para cumplir con las expectativas y necesidades específicas de la empresa.



### Aspectos Sobresalientes:

- En el mundo digital actual, nos pareció crucial resaltar y preservar la esencia humana.
- Formulario eficaz para analizar datos e insights del cliente.



### Desafíos:

- La protección de la privacidad, especialmente en el ámbito legal de las políticas de privacidad.

# SPRINT 5: Conexión de landing con WhatssApp

## Entender

Se sugiere la conexión de WhatsApp con el Landing Page, para mejorar la comunicación con los usuarios y facilitar el contacto directo.

## Sketch

Se propone agregar el teléfono directo a WhatsApp desde el landing.

## Decidir

Se decide agregar la forma específica en que se integrará WhatsApp, a través de un contacto.

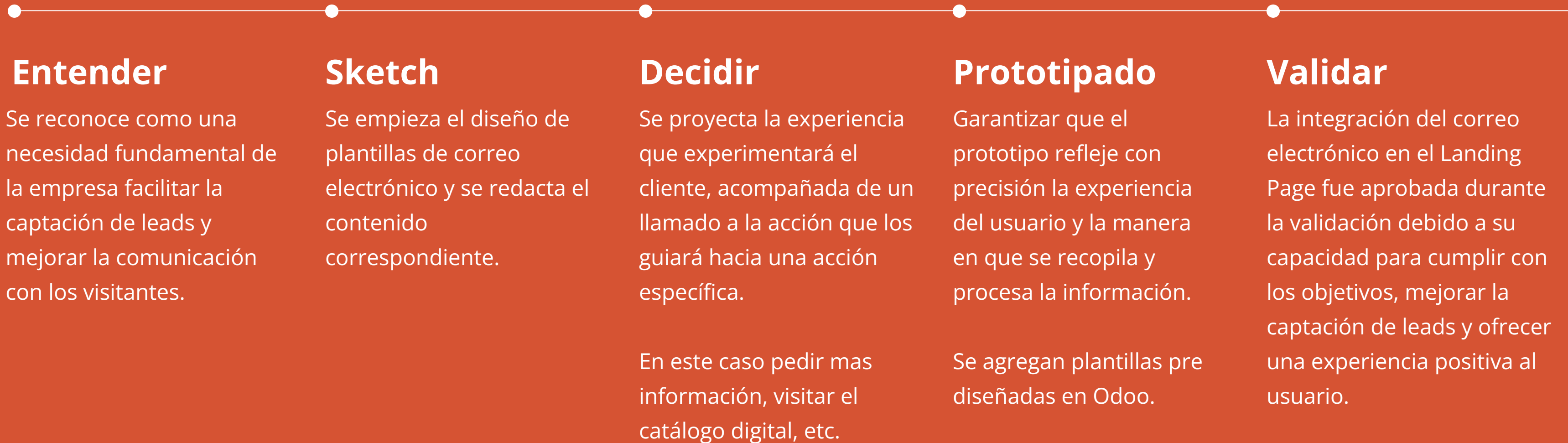
## Prototipado

Se garantiza que el prototipo refleje la experiencia del usuario y las funciones esperadas de la conexión.

## Validar

La conexión de WhatsApp en el landing page fue aprobada durante la validación debido a su capacidad para cumplir con los objetivos y mejorar la experiencia del usuario.

# SPRINT 6: Integración de landing con correo electrónico (auto)



# PLANTILLAS DE CORREO ELECTRÓNICO

---



# SPRINT 7: Integración de Módulo de Ventas y Contabilidad Odoo

## Entender

Se detecta que la empresa mantiene una contabilidad y administración con un cuaderno físico. Lo que dificultaba el ordenamiento de la información y su análisis.

También que la empresa necesita un sistema hecho a la medida para vaciar su información financiera y contable.

## Sketch

Con ayuda del mapeo del proceso comercial se observó cuales procesos podían ser intervenidos y automatizados.

## Decidir

Se decide que los módulos de contabilidad y ventas eran los más adecuados para integrar información y tomar decisiones.

## Prototipado

Se contempla la integración de varios módulos adicionales en este sprint, pero nos enfrentábamos nuevamente al riesgo de una subutilización potencial.

## Validar

Se descarga la versión gratuita y durante 15 días probando estos módulos para evaluar su integración con los procesos comerciales de la empresa, logrando resultados favorables.



# SPRINT 8: Configuración e integración de información, bases de datos y dashboards

## Entender

Debido a la carencia de un sistema que almacene la información, no era posible respaldar las decisiones con datos concretos.

## Sketch

Se desarrolla un modelo para vaciar la información en Odoo, donde se almacenarán los registros y permitirá un análisis gráfico de los mismos.

## Decidir

Al ser una empresa de productos específicos, la toma de decisiones se verá beneficiada con los dashboards por la información que podrán proporcionar.

## Prototipado

Se diseñan dashboards de ventas mensuales y top ventas del mes, siendo un resumen de las operaciones y al paso del tiempo poder analizar esta información con diferentes temporalidades y otros filtros.

## Validar

Se valida con el administrador que las transacciones coincidan con la información de registro y los gráficos.

También se validan las decisiones que se pueden tomar con esta información.



# SPRINT 9: Creación perfil LinkedIn

---

## Entender

LinkedIn facilita conexiones con profesionales, clientes, socios y empleados, mejorando la visibilidad de la marca y proporcionando una plataforma centralizada para compartir información clave.

Es esencial para el crecimiento y reconocimiento profesional.

## Sketch

Se empieza a crear bocetos visuales de la interfaz de usuario considerando la experiencia del usuario.

## Decidir

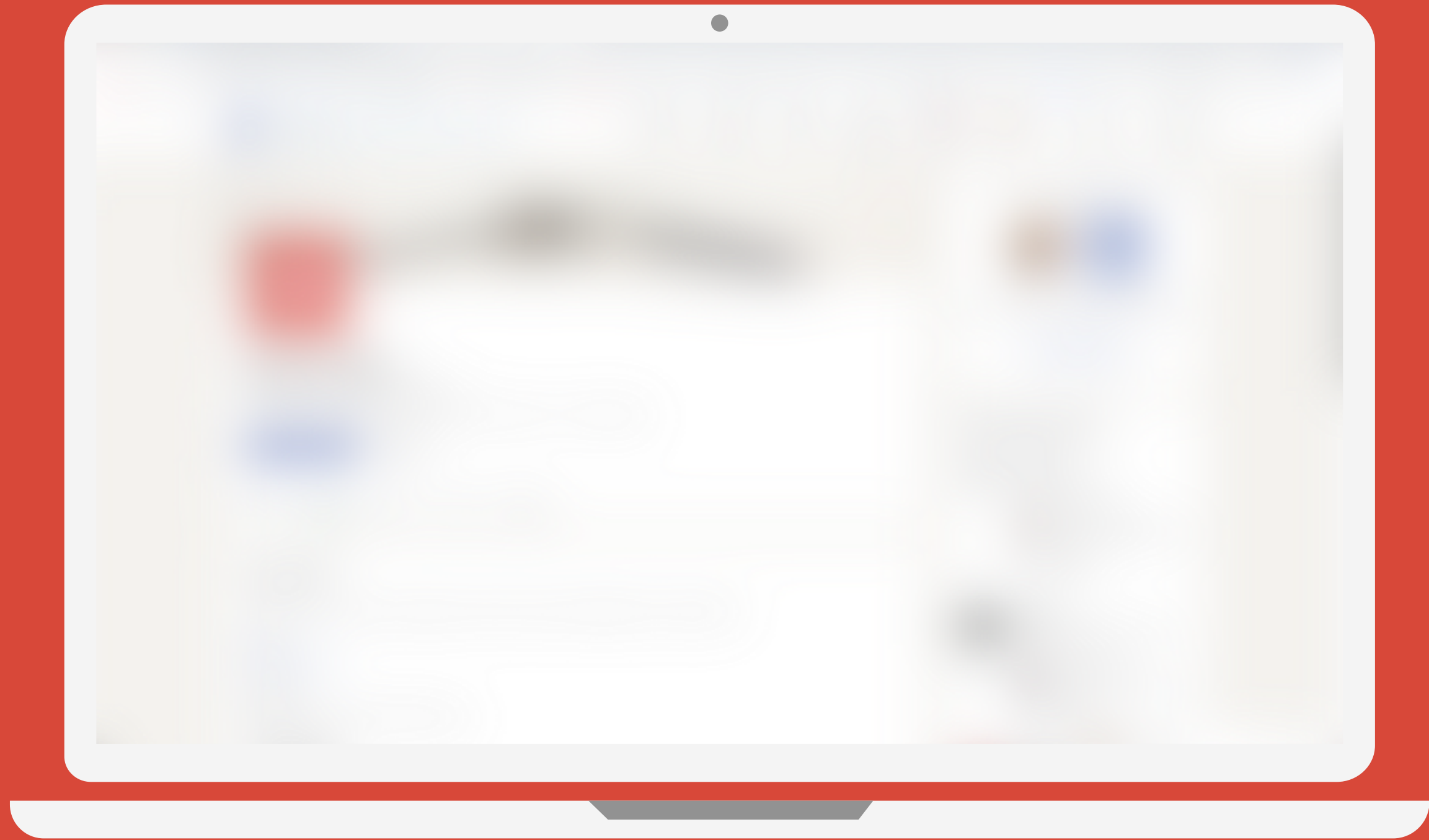
Decidir qué elementos específicos de LinkedIn se integrarán, teniendo en cuenta la relevancia para la audiencia.

## Prototipado

Establecer un perfil en LinkedIn con la información adecuada y esencial es fundamental para profesionales, proveedores y otros clientes.

## Validar

El perfil de LinkedIn fue aprobado debido a que satisface la necesidad de la empresa de fortalecer el reconocimiento de la marca y otros aspectos clave.



# SPRINT 10: Creación perfil Instagram

---

## Entender

De acuerdo al perfil del segundo Buyer persona identificado (emprendedores/personas independientes) sugiere que este mercado es ideal para el crecimiento continuo.

Además, permitiría interactuar con una audiencia más joven, ampliando así la exposición e interacción.

## Sketch

La creación de la cuenta inicia con la planificación de la información y el tipo de contenido a publicar.

## Decidir

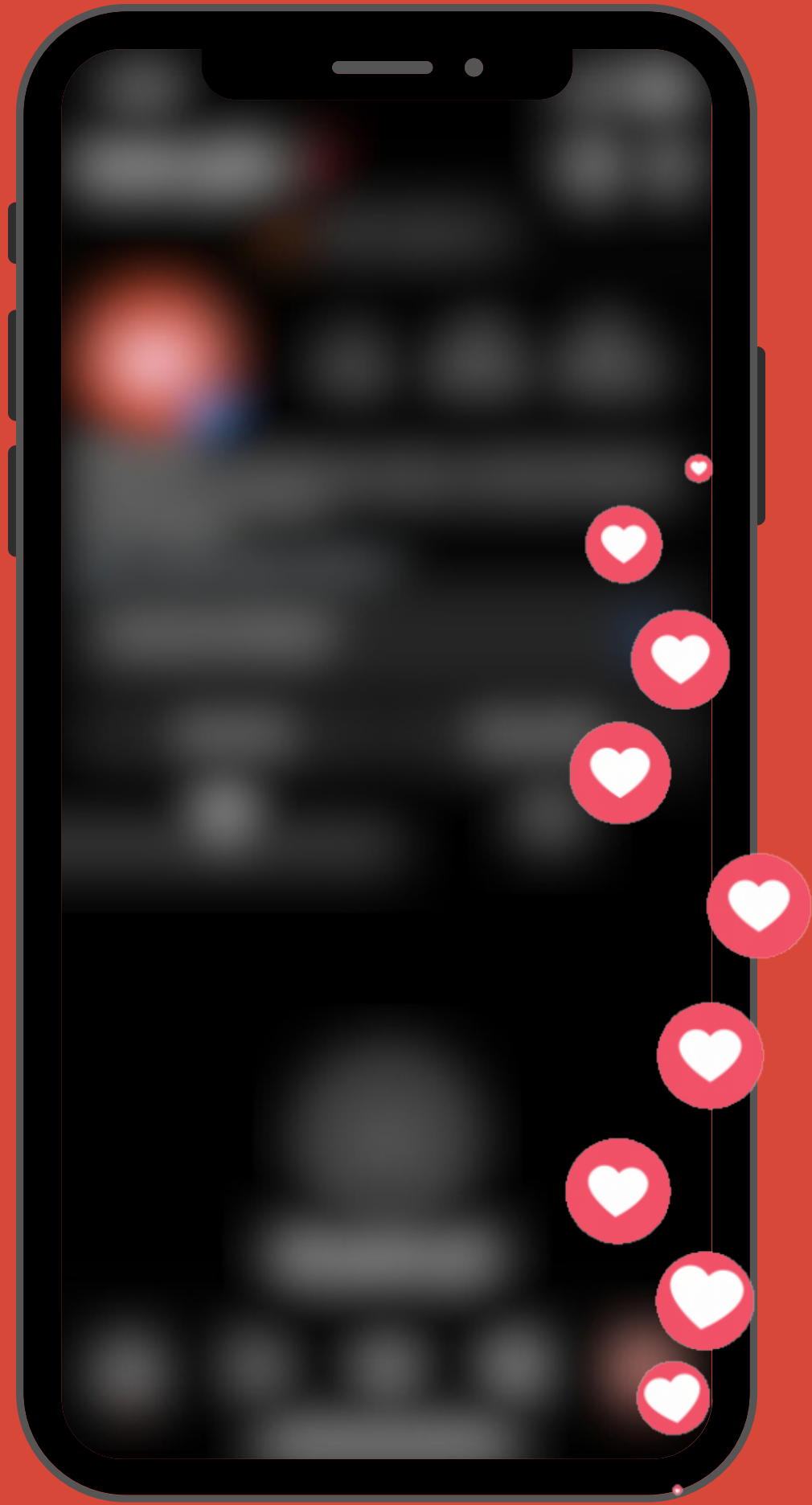
Se decide que servirá como reflejo de la cuenta de Facebook, manteniendo así la actualización y proporcionando contenido constante a la plataforma.

## Prototipado

Garantizar que el prototipo refleje con precisión la experiencia del usuario y la manera en que se recopila y procesa la información.

## Validar

El Sprint fue aprobado durante la etapa de validación debido a su capacidad para cumplir el objetivo.



# PLANTILLAS PARA REDES SOCIALES

---



1 - plantilla promo



2 - plantilla fb



3 - plantilla

# SPRINT 11: Google Analytics

---

## Entender

Se identifica la necesidad de obtener información detallada sobre el tráfico web y el comportamiento de los usuarios.

Esto permite entender mejor cómo interactúan los usuarios con el sitio web.

## Sketch

Se empieza el vaciado y recolección de información para la cuenta.

## Decidir

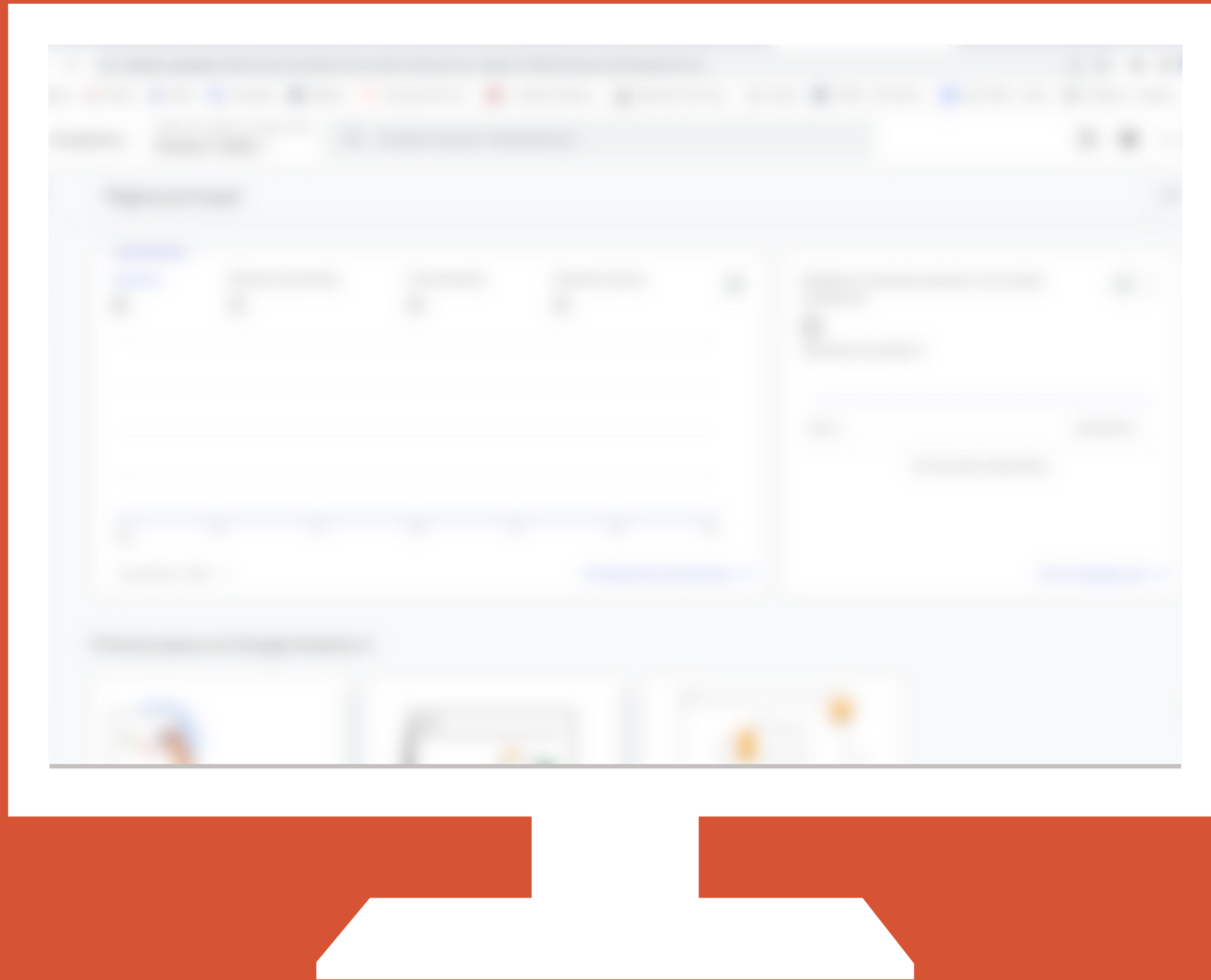
Se crea la cuenta en Google Analytics con la información correcta y correspondiente al sitio web.

## Prototipado

Garantizar que el prototipo refleje con precisión los datos y funcione de manera correcta.

## Validar

Este sprint fue aprobado debido a que satisface la necesidad de la empresa de proporcionar una visión profunda del rendimiento del sitio web y del comportamiento del usuario, lo que permite optimizar y mejorar continuamente la presencia en línea de la empresa.



### Tipo Información por medir

- Nuevos usuarios
- Comportamiento de usuarios
- Detalles demográficos
- Detalles de usuarios
- Interacciones
- Detalles de tecnología  
(navegadores y dispositivos)

# SPRINT 12: Manual de uso módulos de Odoo

---

## Entender

Se explora una forma de simplificar el uso de la plataforma Odoo para los usuarios, brindando una guía rápida que les permita regresar en cualquier momento en caso de olvidar algún paso.

## Sketch

Se diseña un esquema general del manual, dividiéndolo por módulos, funcionalidades o flujos de trabajo relevantes para los usuarios.

## Decidir

Se comparten borradores con usuarios y entre consultores para obtener comentarios.

## Prototipado

Se evaluaron las sugerencias recibidas y se realizaron ajustes en consecuencia.

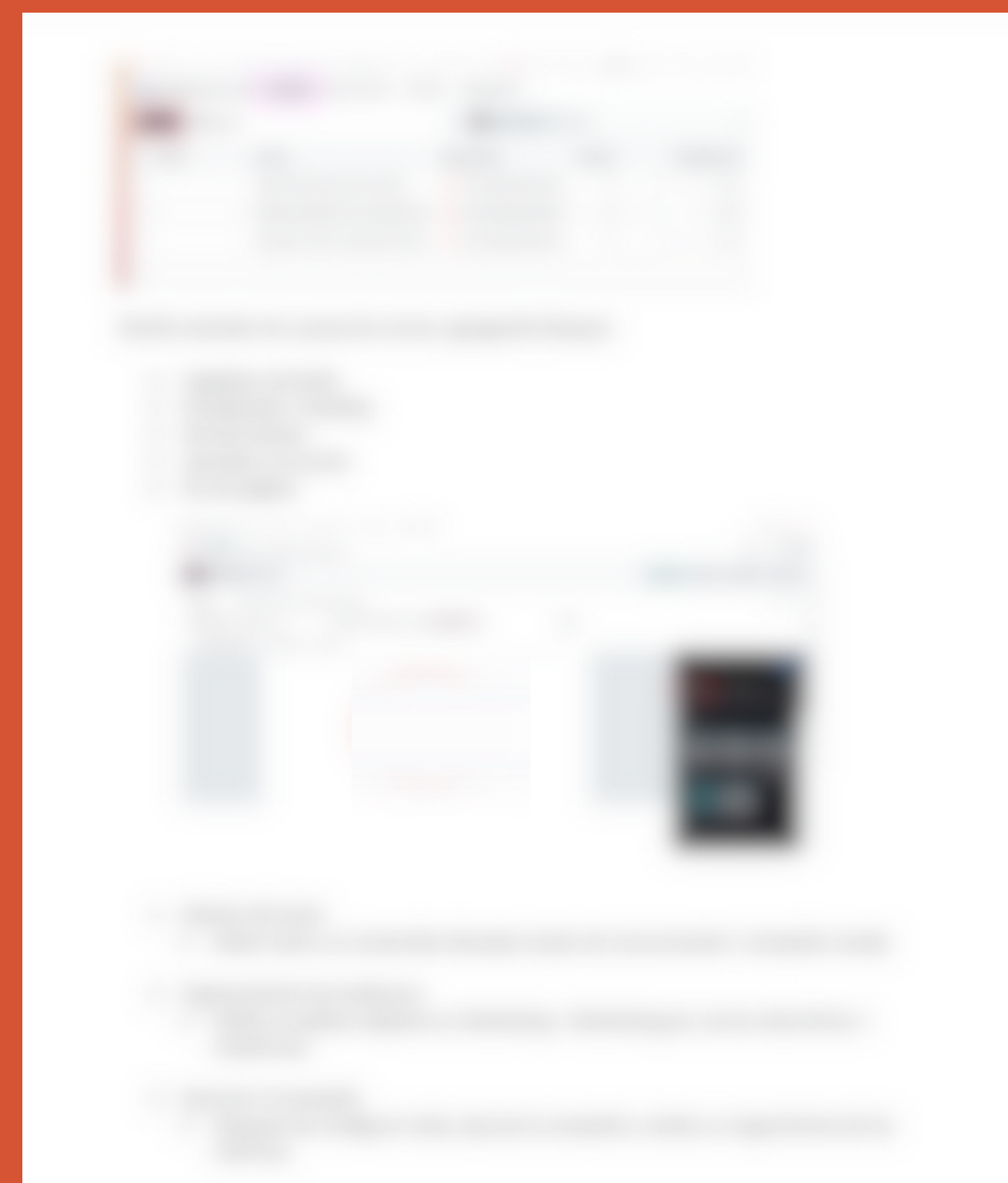
Se creó un documento en el que se incluyeron imágenes y capturas de pantalla para simplificar el proceso. Se ha desarrollado una versión inicial del manual, teniendo en cuenta la navegación, legibilidad y usabilidad para asegurar una experiencia fluida.

## Validar

Este sprint fue aprobado debido a que satisface la necesidad de la empresa de simplificar el uso de la plataforma Odoo para los usuarios, brindando una guía rápida que les permite regresar en cualquier momento en caso de ser necesario.



## Manual de uso- Módulos de Odoo

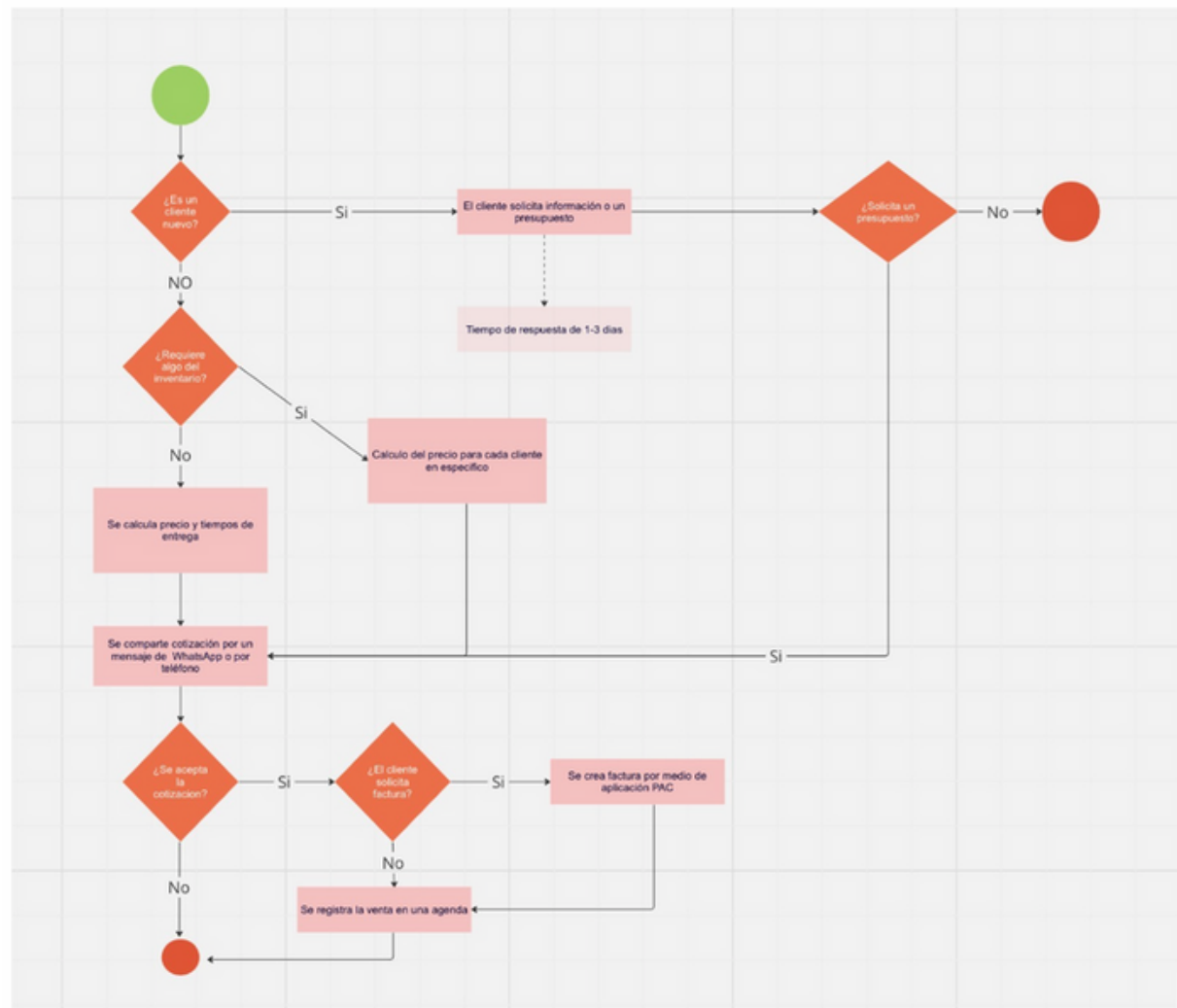


# RESULTADOS

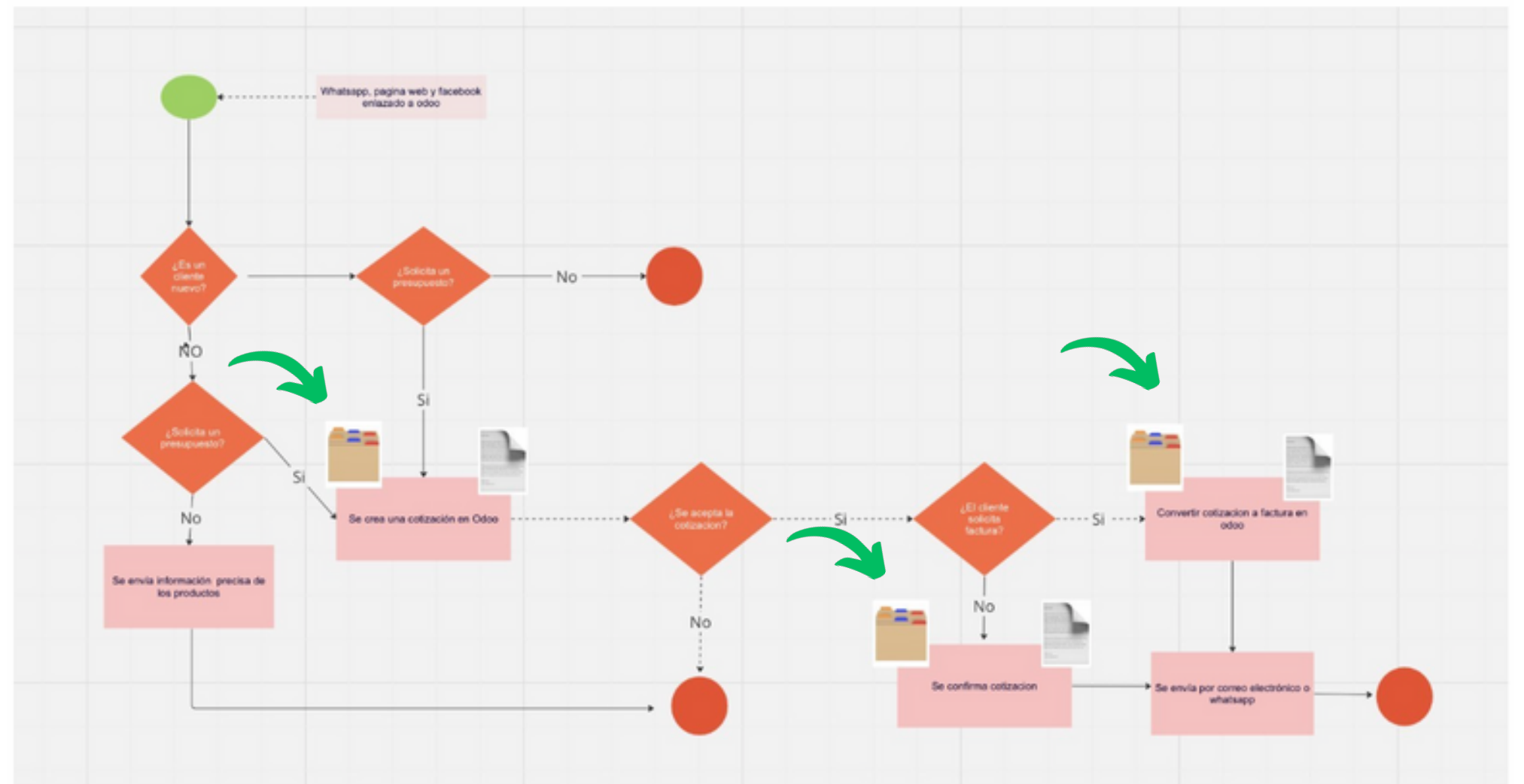
---

Concepto	Antes de Consultoría	Después de Consultoría
Tiempo de respuesta por correo electrónico	3 a 4 días hábiles.	12 horas en promedio.
Ventas	Se registraban las ventas manualmente. Sin registros ni bases de datos.	Se tiene registro del 100% de ventas, presupuestos y facturas
Contabilidad	Facturación en 24 horas.	6 horas en promedio.
Landing page / redes sociales	5% de información medible por Facebook.	70% información medible a través de clics, interacciones y vistas por Google Analytics.
Tableros	Inexistente.	Se tiene información gráfica al momento.

# MAPEO PROCESO COMERCIAL



Antes



Después

# Otros Productos

---

# GUIA DE ESTILO

Referencia gráfica y de diseño para garantizar la consistencia, coherencia y apariencia unificada.



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

Material Oficial de la Marca

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

Uso de logo en Web



en fondo blanco



en fondo naranja

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

Tipografía

Open Sans

Open Sans Light

Paleta de Colores



Naranja #f15a24



Rojo #ff0000

Estilo en imágenes







# ¡Gracias!

---

Por

Sofía Morris, Estudiante Licenciatura en Mercadotecnia

Germán Ruán, Estudiante Licenciatura en Finanzas

