

Título del documento			
Memoria de Estadías: Análisis de Transformación Digital de la Empresa Artesanías Lupita			
Nombre del docente			
Mtra. Iris Castrejón Aivar			
Fecha de producción	Lugar		
11/04/2022	Querétaro, México		
Programa educativo (Marque un solo programa con una X):			
<input type="checkbox"/>	P1. TSU en Administración Área Capital Humano - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.6. TSU en Logística Área Cadena de Suministros - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P2. TSU en Administración Área Capital Humano - Flexible	<input type="checkbox"/>	P.7 Licenciatura en Gestión del Capital Humano - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P3. TSU en Desarrollo de Negocios Área Servicio Posventa - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.8 Licenciatura en Innovación de Negocios y Mercadotecnia - Intensivo
<input checked="" type="checkbox"/>	P4. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Intensivo	<input type="checkbox"/>	P.9 Licenciatura en Diseño y Gestión de Redes Logísticas - Intensivo
<input type="checkbox"/>	P5. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Flexible	<input type="checkbox"/>	
Nombre de la asignatura		Unidad Temática	
Mercadotecnia			
Propósito: Desarrollar una propuesta de transformación digital de la empresa Artesanías Lupita, a partir de su evaluación de su madurez digital y la aplicación de herramientas metodológicas, adecuadas para contribuir al desarrollo económico de Artesanías Lupita y su comunidad.			
Referencia (en formato APA):¹			

¹ Se recomienda consultar: Centro de Escritura Javeriano. (2020). *Normas APA, séptima edición*. Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. <https://www2.javerianacali.edu.co/centro-escritura/recursos/manual-de-no...>



Licencia Creative Commons:

(Conoce más aquí: <https://creativecommons.org/licenses/?lang=es>)

Pegue aquí la licencia

Nota: Autorizo el uso de este material didáctico

Mtra. Iris Castrejón Aivar



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE QUERÉTARO

Nombre del proyecto:

**“ANÁLISIS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA EMPRESA
ARTESANÍAS LUPITA”**

Nombre de la organización:

GLOBAL DIGITAL TALENT PROGRAM (GDT) – ALDEAS DIGITALES

Memoria que como parte de los requisitos para obtener el título es:

**TÉCTINO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS
ÁREA MERCADOTECNIA**

Presenta:

DURAN TAVERA ZAIRA JAMILETT

Matrícula:

2019337017

Asesor de la UTEQ

M. en A. Iris Castrejón Aivar

Asesor de la Organización

Lic. Christian Joel Aguilar Tinoco

Santiago de Querétaro. Qro. Agosto 2021.

Índice

Resumen	3
Dedicatorias	4
Agradecimientos	5
I. Introducción	6
II. Antecedentes	8
III. Justificación	9
IV. Objetivos	10
V. Alcance	11
VI. Análisis de riesgos	13
VII. Fundamentación teórica	14
VIII. Plan de Actividades	23
IX. Recursos materiales y humanos	25
X. Desarrollo del proyecto	26
XI. Resultados obtenidos y su Análisis	112
XII. Conclusiones y Recomendaciones	115
XIII. Anexos	
XIV. Bibliografía	

Resumen

En presente trabajo se explicará a detalle cada uno de los puntos que se tomaron en cuenta para la elaboración de este, se tiene como objetivo desarrollar una propuesta de transformación digital de la empresa a partir de la evaluación de su madurez digital y la aplicación de herramientas metodológicas adecuadas para contribuir en el desarrollo económico de artesanías lupita y su comunidad, como objetivo específico, se tiene evaluar el valor de madurez digital de la empresa antes mencionada, a través de investigación documental y de campo, utilizando herramientas como un análisis político, social, económico y tecnológico, customer persona, canvas y buyer persona de la empresa. Otro objetivo específico es proponer recomendaciones a partir de la investigación y análisis para impulsar la transformación digital de artesanías lupita, con la finalidad de lograr que se tenga un mayor alcance e impacto de tecnologías en el negocio, desarrollando estrategias que se implementaran a la empresa. Dentro de los puntos que se hablarán en el proyecto está el análisis de riesgo, en el cual se mencionan las dificultades que se presentaron en este trabajo, así como también se hablara de la fundamentación teórica ya que es de suma importancia porque permite sustentar la investigación o enfoque desde el cual se partió para iniciar y a través del cual se interpretan los resultados. El plan de actividades es una calendarización en la cual se muestran un conjunto de tareas necesarias para lograr un objetivo concreto en determinado tiempo, otro de los puntos importantes son los recursos materiales los cuales son importantes para llevar a cabo la realización del proyecto como el equipo de cómputo, dispositivos móviles, material de capacitación, etc. Se presentan a detalle las actividades realizadas durante la elaboración de este, así como también evidencias lo cual le da credibilidad para finalmente llegar a los resultados obtenidos y conocer la factibilidad de las estrategias que se planean implementar.

Palabras clave (**objetivo, estrategia y tecnología**)

Dedicatorias

Esta memoria de estadía está dedicada a:

A Dios principalmente quien ha sido el único que ha estado, que está y que estará. El que es mi guía, mi padre y mi amigo. Dios es fiel, todo el tiempo, lo digo porque yo soy un ejemplo viviente de su amor, de sus promesas y sé que todo lo puedo en Cristo que me fortalece.

A mis padres Norma y Rubén quienes con su amor, su corrección y su ejemplo me han ayudado alcanzar mis metas, gracias por inculcarme en mí el ejemplo de determinación, fidelidad y humildad, por recordarme cual es mi identidad como hija y como mujer.

A mis hermanos Daniela y Santiago quienes con su apoyo y cariño me han acompañado en este proceso. Sus consejos, aun siendo jóvenes me han enseñado sabias enseñanzas. A mi familia, quienes me han impulsado con palabras de aliento a seguir adelante.

Finalmente quiero dedicar esta memoria de estadía a mis amigas quienes fueron aliadas en este proceso, su ejemplo y su acompañamiento me ayudaron a llegar a este punto de mi vida.

Agradecimientos

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su amor y cobertura acompaña mi vida. A mi familia por estar presentes en todo momento.

Mis agradecimientos a todos los maestros, al personal y a las autoridades que rigen en la Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ), por abrirme las puertas en este establecimiento educativo.

Mis gratitudes a mis profesores, en especial a la Dra. Edna Figueroa, el Dr. Juan Manuel Vizcaíno y la M.en A. Iris Castrejón, quienes con su enseñanza y sus valiosos conocimientos formaron mi camino profesional. Gracias por su paciencia, su tiempo, su dedicación, sus consejos, su apoyo y su ayuda.

Mis agradecimientos a todos mi familiares, en especial a mi tío Fernando Tavera, quien me motivo a seguir adelante con sus palabras de apoyo y consejos.

Finalmente agradezco a mis amigos, por acompañarme en este camino profesional.

I. Introducción

El presente proyecto se trabaja de acuerdo al modelo educativo de la Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ) donde el 70% es práctico y el 30% es teórico, la cual brinda la oportunidad de realizar las estadías con una empresa. En las cuales se colabora para mejorar algunas cuestiones dentro de ella, en esta ocasión se trabaja en conjunto con Alibaba Group y SEJUVE.

Se asigna una empresa para analizar la madurez digital que tiene y poder proponer algunas propuestas digitales que podrían implementar en el negocio y ayudarla a mejorar tecnológicamente. Lo cual es muy importante, puesto que hoy día la tecnología ha crecido de manera muy rápida dentro de cualquier mercado. En este caso la empresa “Artesanías Lupita” ha dado la oportunidad de trabajar con ellos para poder desarrollar dicho proyecto.

La empresa se encuentra dentro del mercado textil y se crea a partir de las habilidades familiares dentro de este campo, es una empresa 100% mexicana con más de 6 años en el mercado artesanal buscando conservar la cultura y así mismo fomentar el reconocimiento al trabajo artesanal plasmando diseños artesanales de México, la cual es emprendida por Erika Esteban Bernabé.

Se dedica a la elaboración de artesanías en el sector textil, fabricando las famosas muñecas Lele, tortilleros, plumas, aretes, colgantes, monederos, cubre bocas, diademas, llaveros, bordados, trajes típicos, fundas, pulseras, pashminas,

rebosos etc. Cuenta con diseños originales y únicos debido a que sus bordados son generacionales representativos de su familia y aunque parecieran ser iguales al de la competencia no lo son.

El objetivo general de este proyecto es desarrollar una propuesta de transformación digital de la empresa Artesanías Lupita (carrito artesanal/textil) a partir de la evaluación de su madurez digital y la aplicación de herramientas metodológicas adecuada para contribuir en el desarrollo económico de “Artesanías Lupita” y su comunidad.

II. Antecedentes

A continuación, se presentan los antecedentes de la empresa con la que se está trabajando para poder digitalizar a otras empresas.

El Global Digital Talent Program (GDT) – Aldeas Digitales es un programa de capacitación y puesta en marcha de procesos de transformación digital de micro y pequeños negocios que se lleva a cabo por la Universidad Tecnológica de Querétaro en conjunto con Alibaba Group, una de las empresas más grandes de tecnología e innovación para comercio electrónico a nivel internacional y la Secretaría de la Juventud.

Con el objetivo de promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación. El proyecto dirigido por el grupo Alibaba, ha impactado tanto en China que ha logrado sacar de la pobreza a millones de habitantes en zonas rurales. Ese proyecto lleva más de 10 años circulando en China y ahora se está implementando en México con el fin de ayudar a micro y pequeñas empresas a transportarse a la era digital.

A demás busca lograr ser un detonador en jóvenes mexicanos, para que ayuden a microempresarios. Algunos beneficios son: Brindar herramientas para alcanzar los objetivos de los microempresarios, evitar intermediarios, revolucionar los sistemas de pagos en sus empresas, realizar registros digitales, A demás de que puedan exportar y sea comercializado de forma internacional.

III. Justificación

En este apartado, se presenta el porqué es importante la realización del proyecto.

El proyecto de aldeas digitales, impulsa el desarrollo tecnológico y económico a través del trabajo con las micro, pequeñas y medianas empresas aplicando el conocimiento de los estudiantes y maestros junto con la Secretaría de la Juventud y el apoyo que brinda a los jóvenes universitarios, a miembros de las comunidades y la experiencia de Alibaba Group en temas de transformación digital.

A través del Global Digital Talent Program se busca generar un cambio que contribuya al mejoramiento económico y social de las comunidades con impacto a nivel local, estatal, nacional y de ser posible, internacional. Alibaba, una de las empresas grandes en tecnología e innovación en el comercio electrónico a nivel internacional.

Para la empresa es de gran importancia promover la transformación digital a las pequeñas empresas mexicanas para que puedan obtener un mayor alcance en el mercado, otro de los intereses fundamentales de dicha empresa es hacer que más empresas se unan a su plataforma para tener más presencia en mercados internacionales

De tal forma que puedan operar como un centro comercial de manera virtual, proporcionando a los mayoristas y minoristas plataformas que conecten a los compradores y vendedores fuera de intermediarios, también busca proporcionar un amplio conjunto de datos sobre el comportamiento del consumidor que permite a los comerciantes mejorar en su marketing.

Buscando brindar una manera de compra personalizada para el consumidor, finalmente otros de los beneficios que brinda Alibaba es proporcionar a los usuarios nuevas marcas y productos que ni siquiera sabían que existían.

IV. Objetivos

A continuación, se presentan los objetivos generales y específicos del proyecto desarrollando la importancia de cada uno de ellos.

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de transformación digital de la empresa Artesanías Lupita (carrito artesanal/textil) a partir de la evaluación de su madurez digital y la aplicación de herramientas metodológicas adecuada para contribuir en el desarrollo económico de “Artesanías Lupita” y su comunidad.

Objetivos Específicos

- Evaluar el nivel de madurez digital de la empresa “Artesanías Lupita” a través investigación documental y de campo utilizando herramientas como análisis político, económico, social y tecnológico, customer persona canvas, Buyer persona.
- Proponer recomendaciones a partir de la investigación y análisis para impulsar la transformación digital de la empresa “Artesanías Lupita”

V. Alcance

En este apartado se describe la extensión y límites del proyecto dentro de la empresa, etapas y fin del mismo a detalle

El proyecto incluye la capacitación en Transformación Digital de los integrantes del equipo de trabajo, así como el desarrollo de una propuesta de transformación digital de la empresa “Artesanías Lupita” en donde se apliquen los temas de la capacitación. Esta capacitación contempla 8 tópicos:

Economía Digital, Características de la economía digital de negocios basados en plataforma, orientación al cliente y el análisis de datos, así como inclusión, cambio en el paradigma de los negocios, cambios en la naturaleza del trabajo, transformación de la industria tradicional hacia el nuevo mercadeo, hacia la logística inteligente, hacia las nuevas finanzas y hacia la manufactura inteligente.

El proyecto contempla una serie de entregables divididos por etapas y temas con alcances particulares:

- **T1 y T2 Introducción a la Economía Digital.** Se explicarán las características de la economía digital y sus beneficios en el negocio y la industria con las que se estará trabajando durante del desarrollo del programa.
- **T3 y T4 Cambio de Paradigma en los Negocios.** A partir del trabajo realizado con la empresa asignada, se desarrollará un “customer persona” y se evaluará su posibilidad de transformación digital.
- **T5 - T8 Transformación Digital: Data, Pagos, Logística y Operaciones.** Se presentará una propuesta de transformación digital a la empresa asignada, incluyendo presentación, justificación de la propuesta, confirmación del profesor responsable del GDT en la que se corrobore la integridad, veracidad y relevancia del contenido presentado en el portafolio.

- **Documentación del caso de estudio.** Se genera un documento de caso de estudio a partir de todos los entregables.

VI. Análisis de riesgos

En este apartado hubo limitantes que complicaron los objetivos programados por lo tanto se explican todos los riesgos que se presentaron antes y durante la realización del proyecto.

El principal riesgo que se presentó para la realización de este proyecto fue que se tardaron en la asignación de las empresas por lo tanto eso hizo que se también se retrasaran los entregables.

Otro de los riesgos que se presento fue el transporte a Amealco puesto que por la distancia se dificultaba para el traslado hacia la empresa, por lo que se tuvo que esperar a que Alibaba indicara que día se prestaría el servicio del transporte.

Otra limitante que se presentó fue que la organización nos cambió la empresa asignada, por lo que hubo confusiones de empresas.

De igual manera para el avance del proyecto, la distancia y lo horarios que se tenían, provocaban atrasos en el proyecto, ya que la artesana tenía dificultades para contactarse y viceversa.

El desarrollo del programa para el proceso de transportación digital para micro y pequeños negocios requiere una temporalidad mayor a un cuatrimestre, esto debido a las formas de comunicación, la distancia entre la empresa y los investigadores, la disponibilidad de los recursos como: técnicos y de temporalidad e inconvenientes que se presenten en el transcurso del proyecto.

VII. Fundamentación teórica

A continuación, se citan a diferentes autores que hablan sobre la economía digital, big data y demás información que sustente el desarrollo del proyecto.

La incorporación de las tecnologías y del internet logro un cambio inimaginable en los negocios y en la sociedad, en poco más de una década se duplicaron los usuarios de Internet, que ya alcanzaban el 50% de la población en 2014 hoy existen más de 700 millones de conexiones a telefonía móvil, con más de 320 millones de usuarios únicos, eso a nivel global. (Pensi)

El usar las tecnologías de la información es cada día más determinante puesto que muchos de los servicios, trabajos e intercambios son y serán cada vez más accesibles solamente a través de la red, brindando mayor claridad y urgencia la necesidad de formación de los nuevos ciudadanos para vivir en un nuevo entorno digital de posibilidades y riesgos desconocidos. (Gómez, 2013)

Los negocios no son la excepción, puesto que la digitalización ayuda a redefinir modelos que se adaptan a las nuevas posibilidades de oferta y las exigencias actuales de demanda y competitividad, hablar de transformación digital hablar de la transformación del negocio, los productos y servicios experimentarán una revolución, y aparecerán servicios de valor agregado que aprovecharán las nuevas tecnologías para generar un impacto directo en la experiencia con el cliente.

Así como la optimización de canales y procesos, busca nuevos modelos y fuentes de ingresos en base a las demandas del cliente y por supuesto el cambio de la cultura interna de la empresa para poner “digital” en el corazón de todo lo que se hace. (Llorente, 2016).

Puesto que la sociedad actual avanza tomada de la mano con la tecnología, de tal manera que la revolución digital se manifiesta constantemente en el mundo,

de forma social, política y económicamente nuestro entorno. El Internet ha cambiado diferentes aspectos de la vida, algunos se han simplificado y otros se han hecho más complejos.

Tener presencia en la web es estar disponible para el mundo y las facilidades de procesar información, transmitir datos y minimizar distancias con un solo clic, abren la posibilidad para que la economía mundial explote el mundo del Internet.

El aprovechamiento de las nuevas herramientas digitales ha mejorado la productividad y competitividad de las empresas, mismas que se han beneficiado de las ganancias obtenidas gracias a la nueva Economía Digital, múltiples servicios han probado la efectividad de mudarse a Internet.

El comercio electrónico ha facilitado el pedido y pago, como el marketing, mensajería y servicio postventa, trayendo consigo nuevas oportunidades de negocio. (fundacion carlos abascal, 2016) Frente a este panorama, México comienza a explotar el terreno digital, en 2013 el comercio electrónico representaba el 0.75% del PIB, lo que se traduce en 121 mil millones de pesos anuales.

Las oportunidades de desarrollo económico que se aprovechan en la web han permitido la generación de nuevos trabajos y nichos del mercado para explotar, en el Foro Expansión 2016, realizado en el país, Martin Cave, Vicepresidente de la Competition and Markets Authority, destacó los beneficios de usar las TIC para impulsar la economía en México.

Así mismo, la Asociación Mexicana de Internet (Amipci) pronostica que la Economía Digital en México tiene el potencial de elevar el PIB en un 4%, aún existen brechas por atender como la Conectividad de los mexicanos, Impulsar el comercio electrónico, las personas en el país han comenzado a hacer un mayor uso de portales para comprar en línea como Segunda Mano y Mercado Libre.

La nueva era de la Economía Digital en México, involucra al gobierno, pues el trabajo colaborativo de ambas partes podrá fortalecer esta forma de comercio que hoy en día rinde frutos, y ha traído beneficios para el crecimiento económico del país. (fundacion carlos abascal, 2016).

Por otra parte, la cuarta revolución industrial ha empujado a las organizaciones hacia una necesidad de abrazar nuevas tecnologías a las cuales no estaban acostumbradas, de tal forma que los canales digitales han impactado todos los sectores industriales y continúan impactando drásticamente la forma en que las empresas realizan sus negocios (Venezuela).

Según (Llorente, 2016) el actual contexto digital al que se enfrenta nuestra sociedad de manera relevante en el desarrollo de nuevos modelos de negocio y de gestión de las organizaciones, los cambios se están produciendo de una forma tan acelerada que la supervivencia de muchas organizaciones está en juego si no abrazan la era digital.

El cambio está teniendo lugar en las relaciones sociales y personales, pero también en nuestros consumidores, en nuestros públicos de interés y en nuestros empleados, pues hoy en día las empresas han emigrado a plataformas digitales y por supuesto al e-commerce, este modelo de hacer negocios consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet.

El año 2020 es el del Internet de las Cosas (IoT), conectividad con todos los dispositivos a través del 5G, datos en directo y obviamente la e-commerce tendrá un protagonismo más alto. (Management, 2020). Es fundamental saber elegir el modelo de negocio adecuado dependiendo de la actividad empresarial, pero principalmente se debe definir a quién se va a vender y así saber qué tipo de e-commerce será.

De acuerdo con (Management, 2020), existen 5 tipos de modelos. B2B (business-to-business), empresas que hacen negocios entre ellas. El B2C (business-to-consumer), hace referencia a las empresas que venden al público en general. El C2C (Consumer-to-Consumer), es la forma más antigua de comercio electrónico que conocemos. Por otro lado, está el B2G (Business-to-Government), son empresas que venden u ofrecen sus servicios a las instituciones del gobierno.

Y finalmente se encuentra el C2B (Consumer-to-Business), es el modelo de negocio de comercio electrónico en el que los consumidores pueden ofrecer productos y servicios a las empresas, y las empresas pagan a los consumidores, estos modelos de negocio son parte del cambio de paradigma en los negocios. Por otro lado, no se puede negar que el emprendimiento digital no sería posible si no fuera por la existencia de la innovación tecnológica, según el manual de OSLO, (2010)

La innovación es la implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados, los cambios se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa, mediante asesoramiento o por compra de tecnología.

La innovación en las empresas debe ir a la par con los avances científicos y tecnológicos. Rojas, (2010) una empresa debe conocer los cambios de las tecnologías y en los mercados próximos al entorno organizacional, reducir riesgos en la toma de decisiones, conocer nuevas necesidades de los clientes, dirigir los esfuerzos de innovación hacia aquellas tendencias que lo ameriten, conocer mejor la competencia, buscar alianzas con nuevos socios (Rojas, 2010)

Es importante analizar que las empresas, aunque estén posicionadas en el mercado deben tener innovaciones, ya que deben interesarse por prestar mayor atención a las demandas de los clientes y hacer inversiones que generen alta rentabilidad. En eso se puede decir que la innovación implica la utilización de un

nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes, el emprendimiento digital.

Ya que debe ir de la mano de la innovación tecnológica, puesto que si no surgen herramientas innovadoras difícilmente se podrá emprender de manera acertada, en este aspecto, se puede decir que la innovación es uno de los principales motores de desarrollo de las economías modernas. (Gómez & Mitchell, 2014)

La tecnología como herramienta del emprendimiento digital, permitirá la variación de la innovación en una organización empresarial, esta genera cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de optimizar los resultados mejorando la productividad.

La tecnología y la gestión del conocimiento entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad, un factor esencial en las organizaciones para determinar su crecimiento económico, mejorar su eficacia y aumentar su competitividad empresarial. Según López, (2005)

Por medio de la transformación digital las personas son el centro de la misma y a la vez son la principal causa de la resistencia al cambio, Los jóvenes ya no llevan reloj en su muñeca porque consultan la hora en su smartphome, ya no compran el periódico porque se informan a través de las redes sociales a las que atienden con frecuencia también en su smartphome.

Las personas hoy en día utilizan aplicaciones que les proporcionan transporte alternativo rápido, económico y seguro desde la comodidad de su móvil, compran ropa en una tienda online porque la seleccionan digitalmente y la reciben en donde deseen, no necesitan acudir a la sucursal bancaria, ya que todas sus transacciones son digitales, así como también las formas de pago en los productos que adquieren (Zarzalejos, 2016).

Gracias a la intervención de la tecnología en el comercio, los medios de pago se han digitalizado y evolucionado enormemente en los últimos 10 años, la disminución del uso del dinero físico ha sido posible en gran parte por la popularización de los teléfonos móviles que han permitido la integración de nuevos modelos de pago online más sencillos y prácticos para los usuarios y que la banca y el sector privado tratan de adoptar y mejorar para atraer y fidelizar a sus clientes.

Por esto se espera que la evolución de las formas electrónicas de pago continúe, los expertos predicen que el comercio a través de las redes sociales y el llamado “comercio por voz” o las compras con la ayuda de un asistente de voz, pues el contar con estas posibilidades de compras automáticas en los comercios, ayuda a fidelizar a los usuarios y mejoran la reputación de la marca (Fajardo, 2020).

Para las empresas, contar con plataformas de pago novedosas y sencillas les asegura seguir vigentes en el mercado, sin embargo, la experiencia del cliente sigue siendo un tema importante en el desarrollo de nuevas formas de pagos digitales, según la consultora tecnológica Accenture, a medida que el universo de pagos se expande.

La experiencia del cliente se está convirtiendo en el principal diferenciador competitivo para las compañías. La tendencia es que los procedimientos de los pagos sean cada vez más cortos y los pagos online y offline se mezclen para ofrecer una experiencia única (Fajardo, 2020). Asimismo, los consumidores también buscan formas de pago que les den mayor seguridad y confianza (Espinosa, 2016).

Las organizaciones deben actuar de inmediato en cuanto a la transformación digital o enfrentaran el riesgo de correr con el mismo destino que aquellas que no hicieron nada para adaptarse a los cambios que trajeron consigo las otras tres revoluciones industriales (Venezuela). Ya que la mayoría de las empresas más exitosas utilizan la tecnología como factor inspirador de una nueva manera de

imaginar, desde la relación con el cliente, hasta el diseño de productos y servicios (Aguilar, 2018).

Debido a la situación actual por la pandemia mundial el comercio electrónico mexicano ha crecido de forma significativa, con incrementos porcentuales de dos dígitos en los últimos años, la situación para nuestro país es muy positiva, ya que estudios de tendencias del sector indican que nuestro mercado tiene aún baja penetración y muestra la mayor tasa de crecimiento esperado para los próximos cinco años en comercio electrónico en la región.

El potencial del negocio en México es enorme (Espinosa, 2016). Pero el comercio electrónico enfrenta dos grandes retos en México, el primero es preparar a los equipos de trabajo para la innovación continua y la ejecución con alto sentido de urgencia y el segundo es desarrollar cimientos sólidos para poder crecer el negocio de forma exponencial, el cliente desea una experiencia omnicanal, ya sea buscar información, comparar, comprar, o ser atendido en múltiples canales.

El cliente claramente ya cambió y seguirá cambiando, ya no sólo busca productos, sino soluciones a su estilo de vida, por lo que la innovación y creatividad son clave para ganar su preferencia, los consumidores buscan tiendas que ofrezcan medios digitales, experiencias, conversación física o virtual y social en tiempo real, opciones de compra-online para comprar y llevar. Cualquier hora del día, las 24 horas y del año (Davara, 2018).

Un New Retail, centrado en el cliente, con independencia del canal (ALIBABA, 2016). Alibaba está revolucionando el comercio, no existen en la mente del nuevo consumidor canales independientes, ni compras de 10hs a 10hs, existen tiendas físicas digitalizadas, experienciales e integradas en una nueva cadena, canales, información, participación, conversación, logística y existen compras y entregas a cualquier hora, 24 horas los 365 días del año.

Buscando optimizar el *front end* y el *back end* con el marketing y el servicio al cliente, en una sola plataforma, para ello, en los últimos dos años, Alibaba ha avanzado en su aplicación del concepto *New Retail* con *joint ventures*, asociaciones y adquisiciones, también con tiendas físicas de nueva era, en la que el mejor ejemplo son sus supermercados Hema.

Un modelo retail omnicanal lanzado en 2016, que denomina O2O (Or online-to-offline), un formato híbrido que combina de forma uniforme su negocio entre el online y el offline (Davara, 2018). Las tiendas físicas deben comprender la necesidad de ofrecer una respuesta omnicanal a ese pensamiento único de marca en la mente de sus clientes.

Con este contexto, las marcas tienen que empezar a pensar en relacionarse de una manera diferente con sus audiencias, ofreciéndoles un nuevo tipo de contenido que este a la altura de la tecnología actual, estas revoluciones tecnológicas están rompiendo algunos de los paradigmas tradicionales, la transmisión de mensajes, la economía tradicional y la relación entre las marcas, así como sus consumidores (Migoya, 2016).

La realidad es que hoy más que nunca, vivimos en un mundo digital, esto es algo que las nuevas generaciones entienden perfectamente, ¡La era digital llegó para quedarse! La tecnología ha revolucionado la forma de consumir, de comunicarnos, la forma en que pensamos y trabajamos y ha transformado radicalmente la manera en la que hacemos negocios (Maydón, 2016).

Anteriormente se habló de la importancia de la transformación digital, lo cual es necesario para cambiar la forma de hacer negocios, el implementar nuevos procedimientos para que los negocios fluyan de manera correcta, hace que las empresas afronten retos digitales, al mismo tiempo existen herramientas que ayudan a mejorar esta adaptación, un ejemplo es el análisis PEST, el cual es utilizado para examinar oportunidades y amenazas en el entorno político, económico, social y tecnológico.

Otra herramienta de transformación es el famoso customer persona, el cual es una representación sobre “el cliente ideal”, este es un retrato de comportamiento y características reales sobre los clientes, una manera de hacerlo es con el modelo Canvas, el cual describe características demográficas, creencias y hábitos del cliente, los cuales ayudan hacer estudios de mercado para la era digital.

Es claro que la era digital debe ser parte de todo negocio, de ahí surge la necesidad de transformar microempresas, de levantar un cambio, ya que existen millones de microempresas que no cuentan con una página web.

VIII. Plan de Actividades

A continuación, se presentan las actividades de manera secuencial para la realización de las etapas y actividades del proyecto.

CRONOGRAMA PROYECTO ALDEAS DIGITALES

Tabla 8.1. Cronograma de actividades del proyecto.

	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ETAPA 1 RECOPIACION DE DATOS GENERALES																
Antecedentes																
Justificación																
Objetivos																
Alcance																
Análisis de riesgos																
Fundamentación Teórica																
Plan de actividades																
Recursos Materiales y Humanos																
ETAPA 2 DESARROLLO DEL PROYECTO																
1. Conocimiento de la empresa																
Realizar un análisis PEST el cual nos ayudara a conocer los aspectos legales, económicos, socio cultural y tecnológicos.																
Formulación de una guía de entrevista para empresario, empleado y cliente.																
Realizar visita para el levantamiento de datos de la entrevista.																
Reclutar contenido (imágenes/videos) para el caso de estudio del proyecto de la empresa.																
Análisis de resultados de las entrevistas para conocer la situación actual de la empresa.																

IX. Recursos materiales y humanos

A continuación, en la siguiente tabla se presentan los materiales que se utilizaron para poder llevar a cabo la realización del proyecto.

Tabla 9.1 Recursos materiales y Humanos del proyecto.

RECURSOS MATERIALES	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS FINANCIEROS	TECNICAS
<ul style="list-style-type: none">• Equipo de cómputo con acceso a internet• Dispositivos móviles con acceso a internet• Material de capacitación• Lives en vivo y acceso a grabaciones pasadas.	<ul style="list-style-type: none">• Asesores asignados por Alibaba.• Capacitadores y equipo de investigación.	<ul style="list-style-type: none">• Viáticos y alimentos para visitar a la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Formato de cuestionario• Guías de entrevista.

X. Desarrollo del proyecto

En el apartado del desarrollo del proyecto se presentan a detalle todas las actividades realizadas durante la elaboración del proyecto, así como también evidencias.

Conocimiento de la empresa

Para poder realizar las actividades del alcance se tuvo que ir a visitar al negocio al municipio de Amealco, platicar con la dueña para poder realizar el análisis Pestel y de igual manera las entrevistas para poder conocer mejor el negocio. A continuación, se muestran las evidencias de las actividades.

Análisis PESTEL

Tabla 10.1 Factores externos que pueden influir en el proyecto.

POLÍTICAS	ECONÓMICAS	SOCIALES
<ul style="list-style-type: none">- Generan horarios limitados para la venta de productos- No permitir la venta de productos chinos.- Apoyos gubernamentales.- Dependencia del gobierno.	<ul style="list-style-type: none">- Ventas Escasas debido a la pandemia- Falta de turistas en el sector.- No querer pagar lo que cuesta el producto.- Aumento de ventas en eventos masivos.- Salarios reducidos para artesanos internos.	<ul style="list-style-type: none">- Pandemia (COVID)- Que los precios de la competencia sean menores- Cancelaciones de eventos masivos (ferias artesanales, fiestas patrias, días festivos, etc.).- Falta de publicidad.- Regatear los productos.- Menospreciar los productos

Tabla 10.1 Factores externos que pueden influir en el proyecto.

TECNOLÓGICOS	ECOLÓGICOS	LEGALES
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de herramientas digitales - No contar con redes sociales y pagina Web. - No contar con herramientas para realizar el inventario - No estar activos en el comercio digital - No contar con sistemas de pago electrónicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Productos amigables con el medio ambiente. - Productores locales. - Variación de ventas debido al cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> - No poder patentar sus productos. - No cualquier persona se puede poner a vender. - Sectores protegidos y regulados.

Resumen de evidencias de las visualizaciones de la publicación en las redes sociales

Con base en el análisis de los factores anteriormente mencionados, se realizará una transformación digital correspondiente a las necesidades del negocio, utilizando estrategias que mejoren la venta y comercialización de los productos.

A continuación, se muestran las evidencias del video en donde se presentan las interacciones, reacciones, veces compartidas, visualizaciones, en general todo el alcance del video en la red social.

Enlace del video: <https://fb.watch/7jUs6cPwo0/>

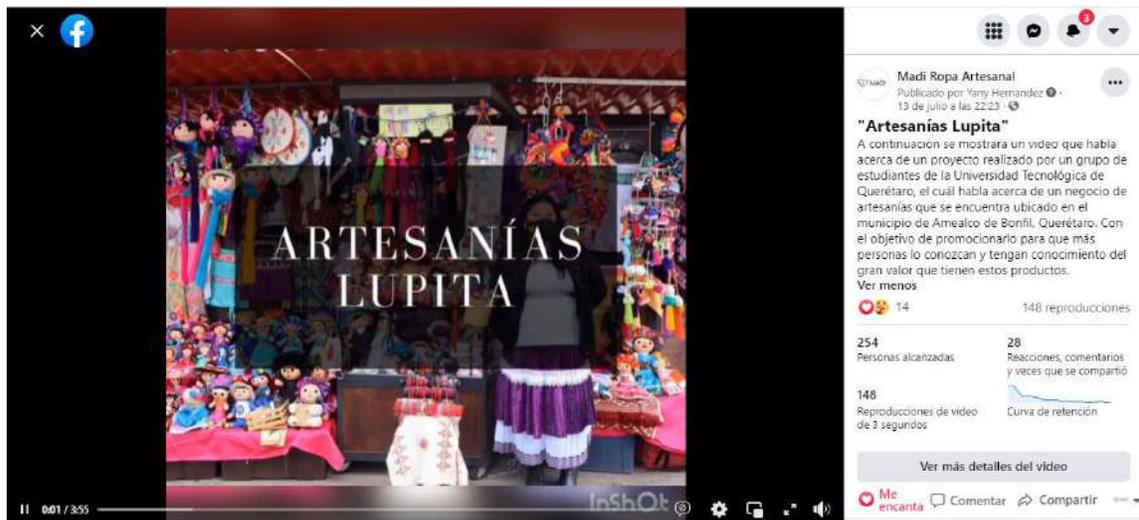


Imagen 10.2. Evidencia de las interacciones.

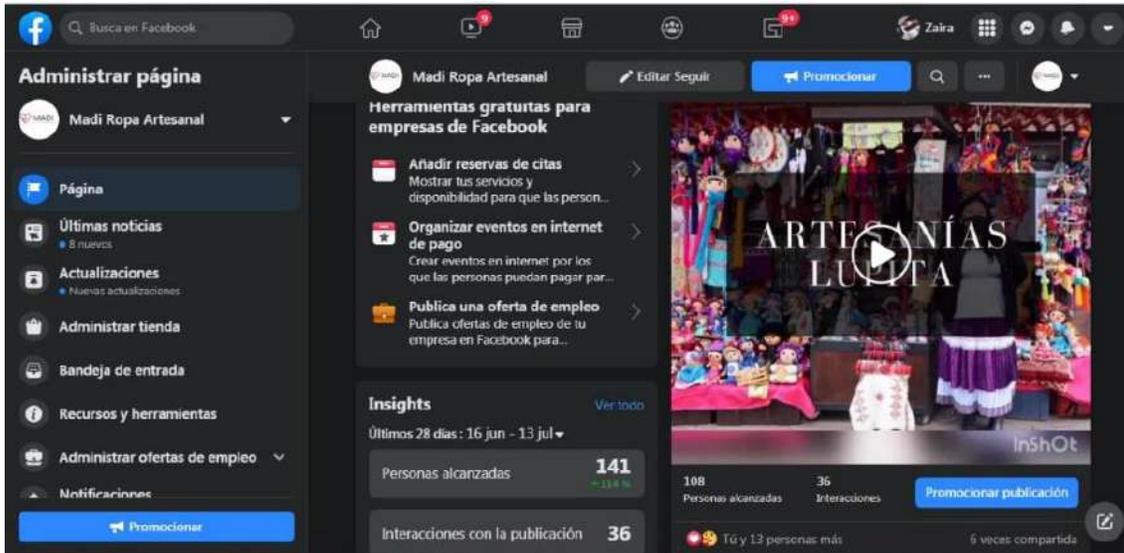


Imagen 10.3. Evidencia de las reacciones.



Imagen 10.4. Evidencia de las veces compartidas.

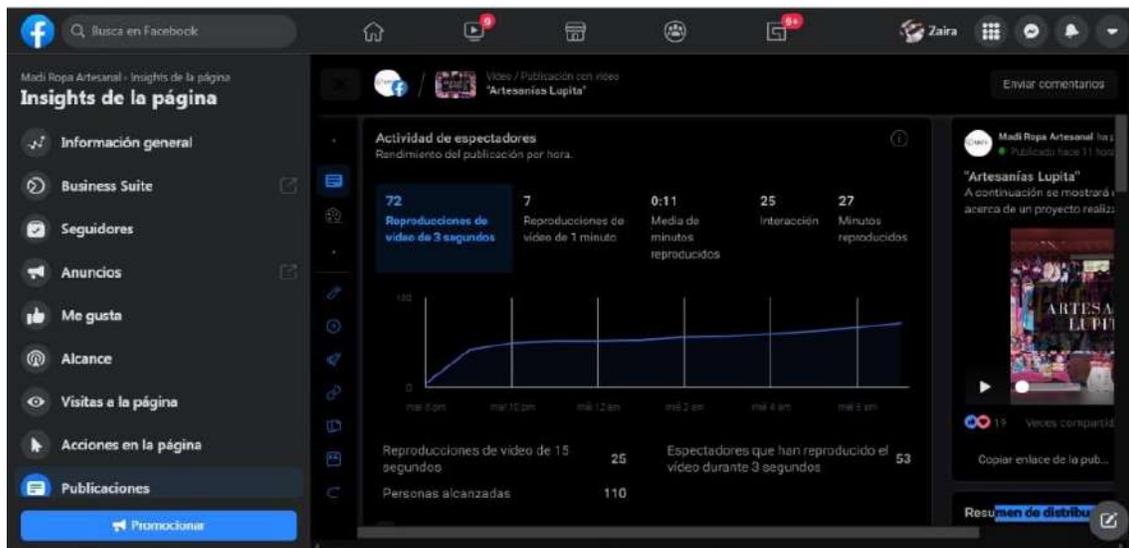


Imagen 10.5. Evidencia de las visualizaciones.

Entrevista a empleado

A continuación, se muestra la evidencia de la entrevista realizada a la empleada de la empresa para conocer mejor la atención y servicio al cliente. Así como también el ambiente laboral que existe dentro de la empresa. (Véase en el anexo 2)

TEM Alta Vacac, días festivos, puente

Entrevista Empleado

1. ¿Cómo te enteraste de este trabajo?
2. ¿Cuál es tu experiencia en la empresa? *hacer creaciones, mejorar*
3. ¿Cómo es la atención que se le brinda al cliente? *bueno, amable*
4. ¿Cuál es la actitud de los clientes hacia el producto? *muy buena*
5. ¿Qué es lo que buscan los clientes en el producto? *reflejo de la persona*
6. En un aproximado de visitas al día ¿Cuántas de esas personas te compran? *5 y 6 de 10 → nom de 100 → 20 a 30*
7. ¿Cómo es el ambiente laboral? *Muy bueno*
8. ¿Cuáles son los mayores temores del cliente hacia el producto? *que ora*
(que el producto salga defectuoso, la calidad de la tela, etc.) *chao los cosas*
9. ¿Cuáles son las mayores objeciones del cliente hacia el producto? (el producto es muy caro, no les gusta el diseño, otras empresas brindan el mismo producto pero a precio más accesible) *precio*
10. ¿Les han regateado? *Si*
11. ¿Qué piensa sobre los productos que vende? *muy buena calidad*
muy bien hecho el trabajo

Imagen 10.7 Evidencia entrevista empleado.

Entrevista cliente

A continuación, se muestra la evidencia de la entrevista realizada a un cliente de la empresa para conocer su nivel de satisfacción hacia la empresa. Así como también la calidad y servicio que le brindan. (Véase en el anexo 3)

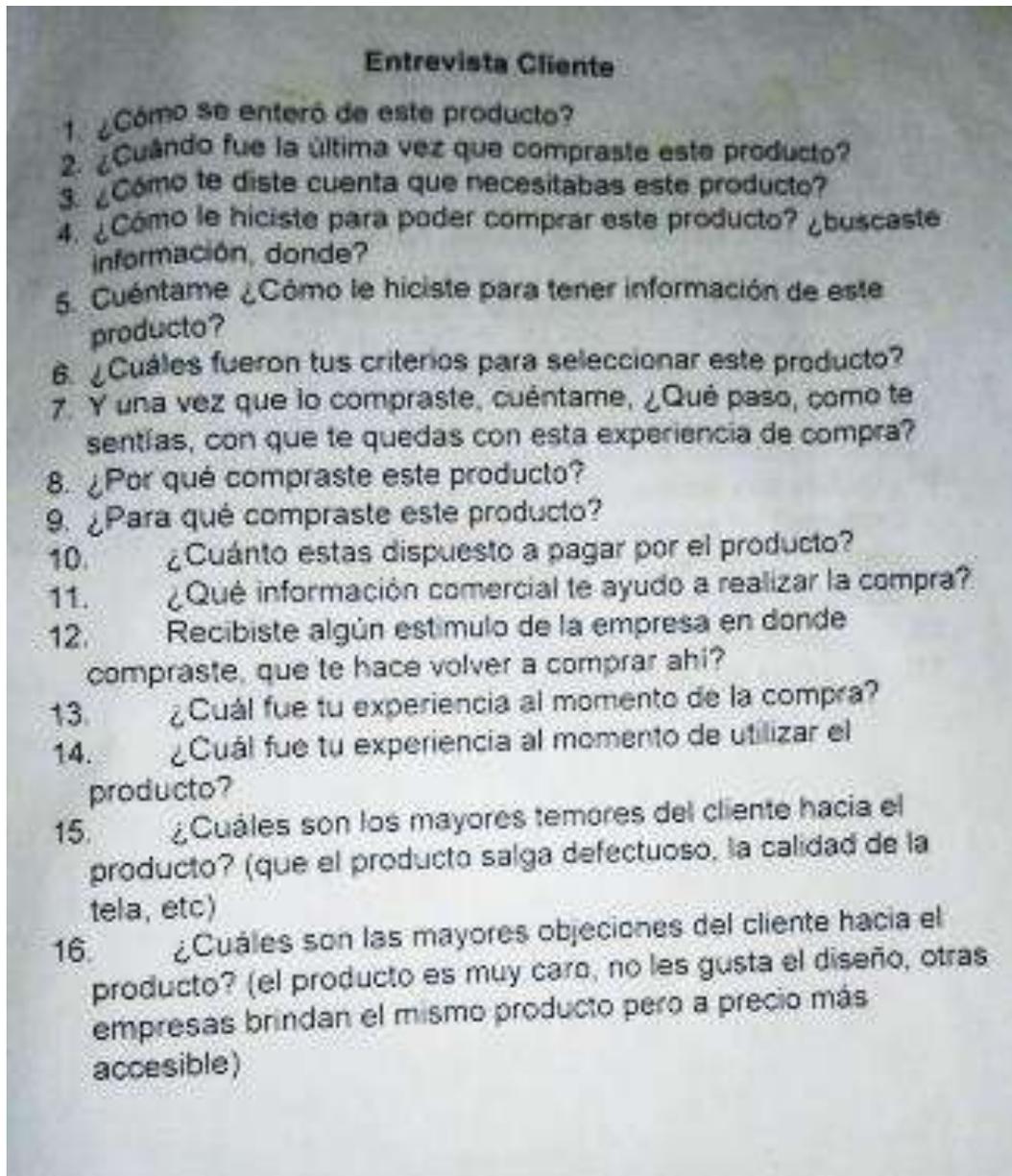


Imagen 10.8. Evidencia entrevista a cliente

Carta de autorización del proyecto

A continuación, se muestra la carta de autorización del proyecto que se realizó a la dueña del establecimiento para poder utilizar la información que nos brindó para la realización del proyecto.

Logo de UTEQ y Universidad Tecnológica de Querétaro. Encabezado: Carta de Autorización de Proyecto de Aplicación Pertinente del Conocimiento, Innovación y Emprendimiento. Fecha: Santiago de Querétaro, Qro. a 10 de junio de 2021.

Nombre del empresario: Erika Esteban Bernabe
Puesto: Dueño
Empresa: Artesanías Lupita
PRESENTE.

Como parte de los esfuerzos para desarrollar una mayor vinculación entre nuestra Universidad y el sector productivo así como responder a sus necesidades y requerimientos de Aplicación Pertinente del Conocimiento, Innovación y Emprendimiento, la Universidad Tecnológica de Querétaro en conjunto con Alibaba Group, una de las empresas más grandes de tecnología e innovación para comercio electrónico a nivel internacional y la Secretaría de la Juventud del Estado de Querétaro, realizan el Global Digital Talent Program-Aldeas Digitales buscando "Promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación".

Por ello, me permito solicitar su apoyo para que los alumnos:
Divian Talavera Zaira Jamillette Hernández Rodríguez Janet Esmeralda Rodríguez Rodríguez Nancy Guadalupe y Vazquez Perote Ana Lizel
y el(los) asesor(es) Christian Joel Aguilar Tunco y Erika Noéles Juárez
lleven a cabo un proyecto de evaluación de madurez digital y propuestas de Transformación Digital en la empresa "Artesanías Lupita"

El proyecto busca la **Aplicación Pertinente del Conocimiento** de la capacitación en Transformación Digital que los alumnos están tomando, así como de las competencias de las asignaturas de sus Programas Educativos tales como *Integradora I y II, Planeación y Seguimiento de Proyectos, Formación Sociocultural, Expresión Oral y Escrita, Inglés y las relacionadas con las competencias específicas de su carrera*, así como el desarrollo del proyecto de evaluación de madurez digital y propuesta de Transformación Digital específico para su empresa. Los alumnos están asesorados además por la Coordinadora del Global Digital Talent Program-Aldeas Digitales, la Mtra. Marianela Talavera Ruz y los asesores que Alibaba Group disponga de acuerdo a los temas específicos que se requieran.

Para ello, solicitamos que los alumnos estén en contacto con usted sus empleados y clientes durante el periodo de desarrollo del proyecto que abarca del **10 junio de 2021 al 31 de agosto de 2021**. Si el proyecto resulta seleccionado para continuar con su desarrollo al final de este periodo (cuatrimestre) el desarrollo del proyecto podrá extenderse hasta el **21 de diciembre de 2021**, incluyendo el desarrollo de un emprendimiento digital innovador en su empresa. Todo lo desarrollado, al finalizar del periodo mencionado, será presentado por los estudiantes mediante un informe técnico y reporte detallado de proyecto con evidencias de implementación y podrá derivar en producción académica tal como artículos de investigación, estudios de casos, entre otros. Todos nuestros alumnos cuentan con un número facultativo de IMSS y su permanencia dentro de su organización no genera ningún compromiso para contrataciones, así mismo, enterarlo que la información solicitada y generada por los participantes en el proyecto, será tratada bajo un estricto control de confidencialidad y utilizada exclusivamente con los fines del Programa.

Agradeciendo de antemano su atención y apoyo, para cualquier comentario quedo a sus órdenes.

Atentamente.

M. en C. Marianela Talavera Ruz
Coordinadora del Global Digital Talent Program-Aldeas Digitales UTEQ
Líder de Proyecto de Gestión del Conocimiento y Capacidades Tecnológicas
Universidad Tecnológica de Querétaro

Firma:
Nombre del encargado de la empresa:
Puesto:
Nombre de la empresa:
(Sello de la empresa si cuenta con uno)

El presente documento se extiende por duplicado, quedando un ejemplar en poder del entrevistado y el otro en poder del equipo de proyecto, así mismo es obligatorio integrar al portafolio de evidencias del proyecto la copia electrónica de este documento. Que entendido que la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UTEQ podrá requerir este documento en cuanto lo considere necesario. Este documento deberá ser conservado por el equipo responsable durante su participación en el Programa hasta que dicha participación sea concluida.

voluntad • conocimiento • servicio

Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional, Querétaro, Qro., C.P. 76148, Tels.: (442) 209 61 00 al 04
www.uteq.edu.mx

ORO ORGULLO DE MX

Imagen 10.9. Evidencia carta de autorización.

Carta de consentimiento para entrevista

A continuación, se muestra el formulario de consentimiento que se realizó a la dueña del establecimiento para poder realizarle algunas entrevistas.

UTEQ
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE QUERÉTARO

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA

Por este medio, declaro que se me ha informado que el proyecto que se realiza en el negocio Artesanías Lupita como parte del desarrollo del Programa Global Digital Talent-Aldeas Digitales, tiene por objetivo general: "Promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación" y como objetivo particular, el desarrollo del proyecto para el negocio Artesanías Lupita.

Se me ha explicado que forman parte del equipo de trabajo los estudiantes: Zaira Duran, Janet Hernández, Nancy Rodríguez y Ana Vázquez y el(los) asesor(es) Christian Aguilar y Erika Morales, y que ellos están trabajando en el proyecto de Transformación Digital con dicho negocio, en la etapa de Evaluación de Madurez Digital, por lo que se requiere realizar diversas sesiones de entrevistas, con el propósito de analizar la información para el desarrollo del proyecto.

Se me ha explicado, que pertenezco al grupo seleccionado para el estudio y que los estudiantes recurrirán a mí para entrevistarme acerca de las actividades desarrolladas en el negocio. Para lo cual me comprometo a contestar dicha entrevista con detenimiento, de manera veraz y oportuna según las preguntas.

Se me explicó también que el equipo de trabajo puede recurrir a mí después de haber contestado la entrevista si existiera duda en el momento del análisis de la información recabada. Entiendo que los resultados de este estudio ayudarán a generar una mejor evaluación de madurez digital del negocio descrito anteriormente y una mejor propuesta de transformación digital, por lo que autorizo la publicación de los resultados de mi estudio a condición de que en todo momento se mantendrá respeto profesional y que lo que señale como CONFIDENCIAL, no será publicado.

Se me ha asegurado que puedo preguntar hasta mi complacencia todo lo relacionado con el estudio y mi participación en él, también se me ha garantizado que resolveré cualquier duda acerca de los procedimientos, beneficios y otros asuntos relacionados con el proyecto.

Se me aclaró que no tengo que hacer ningún aporte económico a la investigación ni para participar en ella ni terminada la misma. Entiendo que mi participación es voluntaria y que no obtendré por ella ningún pago ni monetario ni en especie.

Con fecha _____, habiendo comprendido lo anterior y una vez que se me aclararon todas las dudas que surgieron con respecto a mi participación en el proyecto, yo, C. Erika Esteban Bernabe, acepto participar en el proyecto y doy consentimiento para grabar/transcribir/analizar y reproducir las entrevistas (total o parcialmente) para fines del proyecto cuyos resultados se darán a conocer al negocio descrito anteriormente.

Entiendo que dicha información será utilizada para los fines del proyecto y podrá ser compartida con el personal relacionado con el Global Digital Talent Program de la Universidad Tecnológica de Querétaro, así como el personal de Secretaría de la Juventud del Estado de Querétaro y Alibaba Group que esté relacionado con el Global Digital Talent Program, exceptuando aquella información que señale como CONFIDENCIAL.

Nombre del entrevistado: Erika Esteban Bernabe
Puesto: DUEÑO
Firma: _____

El presente documento se extiende por duplicado, quedando un ejemplar en poder del entrevistado y el otro en poder del equipo del proyecto, así mismo es obligatorio integrar al portafolio de evidencias del proyecto la copia electrónica de este documento. Queda entendido que la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UTEQ, Alibaba Group

Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional, Querétaro, Gro., C.P. 76146, Tels: (442) 209 61 00 al 04
www.uteq.edu.mx

ORO ORGULLO de MX

Imagen 10.10. Evidencia carta de consentimiento para entrevista.

Entrevista de diagnóstico de estado de la economía digital de la empresa

A continuación, se muestran las evidencias de la entrevista realizada a la empresa para determinar su nivel de estado en la economía digital. (Véase en el anexo 4)

Universidad de Celaya
Diagnóstico de estado de la economía digital
ESTE DOCUMENTO ES DE APOYO AL ESTUDIANTE
NO DEBERÁ ADJUNTARSE COMO EVIDENCIA DE TAREA YA QUE PARA ESO ESTÁ EL LINK DE CAPTURA

Estimado empresario

Gracias por dedicar tiempo para responder este cuestionario que ha sido diseñado como una herramienta para determinar las condiciones actuales más relevantes de su empresa con relación al comercio digital.

Sus respuestas se usarán sólo para integrar o mejorar su estrategia de comercio digital.

Puede consultar nuestro aviso de privacidad en http://www.udoc.edu.mx/Circulares-documentos//Aviso_de_privacidad.pdf

Agradecemos que sus respuestas sean lo más apegadas a la realidad de modo que nos permitan generar un diagnóstico para desarrollar un plan de trabajo y de apoyos en materia de comercio digital.

Por su valioso tiempo y atención, ¡muchas gracias!

Nombre del profesor de Economía Digital _____

Matrícula de uno de los entrevistadores _____

Datos Generales

DATOS DE LA EMPRESA*

Razón social de la Empresa _____

RFC _____

Estado _____

Municipio _____

Calle *Plaza de la Comi*

Número Ext. *41*

Código Postal _____

Información de contacto que responde el cuestionario

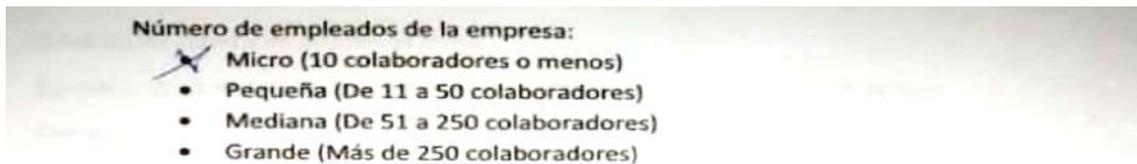
Nombre de la Persona _____

Puesto:

- Dueño o propietario
- Gerente, administrador o director
- Contador interno
- Contador externo
- Familiar del dueño
- Encargado/supervisor
- Empleado
- Otro

Email de contacto _____

Imagen 10.11. Evidencia Diagnóstico de economía.



Nuestra empresa pertenece al sector de:

1. Nuestra empresa pertenece al sector de:

Agroalimentos

Cajetas

Metalmecánica

Molcajetes

Calzado y Moda

Construcción, Decoración y Artesanías

Industria

Tecnologías de la Información y Comunicación

Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza

Minería

Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final

Construcción

Industrias manufactureras

Comercio al por mayor

Comercio al por menor

Transportes, correos y almacenamiento

Información en medios masivos

Servicios financieros y de seguros

Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles

Servicios profesionales, científicos y técnicos

Corporativos

Servicios de preparación de alimentos, restaurantes y bares

Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación

Servicios educativos

Imagen 10.12. Evidencia Diagnóstico de economía.

Servicios de salud y de asistencia social

Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos

Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas

Otros servicios excepto actividades gubernamentales

Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales

__ Otro

Tiempo de operación de la empresa:

- Menos de 1 año
- 1-5 años
- 6-10 años
- Más de 10 años

Operación interna

Seleccione todas aquellas en las que la empresa utiliza software para:

(Seleccione todas las que aplican)

- Control de Inventarios o catálogo de servicios
- Gestión de créditos y cobranza
- Contabilidad electrónica
- Nóminas
- Facturación
- Punto de venta
- Administración de proyectos
- Control de calidad
- Control de procesos o manufactura
- CRM (Gestión de la Relación con los clientes)
- No utiliza software de este tipo

Activos para comercio digital

Indique aquellos activos digitales de su empresa (seleccione todos los que apliquen y capture el enlace web en el campo que corresponda, en caso de no saberlo puede escribir "no sé" en el mismo recuadro)

Imagen 10.13. Evidencia Diagnóstico de economía.

Servicios de salud y de asistencia social

Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos

Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas

Otros servicios excepto actividades gubernamentales

Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales

Otro

Tiempo de operación de la empresa:

Menos de 1 año

1-5 años

6-10 años

Más de 10 años

Operación interna

Seleccione todas opciones en las que la empresa utiliza software para:

(Seleccione todas las que apliquen)

- Control de Inventarios o catálogo de servicios
- Gestión de créditos y cobranza
- Contabilidad electrónica
- Nóminas
- Facturación
- Punto de venta
- Administración de proyectos
- Control de calidad
- Control de procesos o manufactura
- CRM (Gestión de la Relación con los clientes)
- No utiliza software de este tipo

Activos para comercio digital

Indique aquellos activos digitales de su empresa (seleccione todos los que apliquen y capture el enlace web en el campo que corresponda, en caso de no saberlo puede escribir "no sé" en el mismo recuadro)

Imagen 10.14. Evidencia Diagnóstico de economía.

Otra manera que implique difusión en línea y luego cierre de venta por otro medio

No vendo por Internet

Marca y marketing digital

Esta sección está enfocada a los niveles de posicionamiento y madurez de su marca y/o productos, así como a los esfuerzos dirigidos a campañas digitales.

18. - ¿Cuál es la principal propuesta de valor de la marca o del producto?

- No se tiene identificada
- Precio
- Calidad
- Productos innovadores
- Productos diferenciados
- Productos únicos en el mercado y/o que nadie más ofrece

19. - Indique cuál de las siguientes afirmaciones es la que aplica a su marca:

- No tenemos una marca
- La marca es nueva y/o aún no es conocida
- Aunque tiene tiempo, la marca aún no es reconocida
- La marca tiene algunos seguidores
- La marca es ampliamente reconocida pero no es líder
- La marca es líder en el mercado regional
- La marca es líder en el mercado nacional
- La marca es reconocida a nivel internacional

20. - ¿Conoce quiénes son sus clientes, sus hábitos de vida y consumo, sus datos demográficos y socioeconómicos, etc?

- Realmente no lo sabemos
- Tenemos una ligera idea
- Tenemos una buena idea
- Lo sabemos con certeza
- Tomamos acciones para monitorearlo y saberlo siempre

21. - Indique cuál de las siguientes afirmaciones es la que aplica en cuanto a su inversión en Marketing Digital:

- No se hace inversión alguna
- Se hacen inversiones ocasionales
- Se hacen inversiones constantes
- Tenemos una partida y un plan anual de Marketing Digital a nivel nacional
- Tenemos una partida y un plan anual de Marketing Digital a nivel nacional e internacional

Imagen 10.15. Evidencia Diagnóstico de economía.

Estructura organizacional de comercio digital

Queremos conocer si actualmente ya cuenta con personal, así como procesos y proveedores, para la venta digital de sus productos. En los siguientes rubros seleccione todas las opciones que apliquen para su empresa:

22. Con relación a los activos humanos, contamos con: (seleccione los que apliquen)

- Contamos con personal especializado en ventas en línea
- Contamos con personal bilingüe de atención al cliente
- Contamos con personal interno de comercio exterior
- Contamos con personal interno especializado para Marketing Digital
- Las ventas en línea las maneja una agencia externa
- Tenemos un plan permanente de capacitación en temas digitales
- Ninguna de las anteriores

23 asociados estratégicos. La empresa tiene convenios comerciales con: (seleccione los que apliquen)

- Empresa de paquetería (UPS, FedEx, DHL, Estafeta, entre otros)
- Distribuidores en el extranjero
- Agente aduanal
- Ninguno de los anteriores
- Otros prestadores de servicios para la comercialización

24 La empresa cuenta con: (selecciona los que apliquen)

- Procesos de seguimiento de pedidos digitales
- Procesos de atención al cliente en línea
- Procesos para envíos
- Plataformas seguras de pago para pedidos digitales
- Proceso para devoluciones de pedidos digitales
- Políticas de venta en línea
- Términos y condiciones de venta en línea
- Ninguno de los anteriores

Sistemas de Pagos

25 Cuál de estas formas de pago acepta su empresa: (selecciona los que apliquen)

- a) Efectivo
- b) PayPal.
- c) Tarjetas de crédito/débito.
- d) Cargo contra entrega (COD)

Imagen 10.16. Evidencia Diagnóstico de economía.

- e) Pago con el móvil (NFC o CoDi) (Apple Pay, Samsung Pay Google Pay).
- f) Apps de pagos.
- g) Criptomonedas.
- h) Transferencias bancarias.
- i) Otras ¿cuál?

GRACIAS POR SU RESPUESTAS

Imagen 10.17. Evidencia Diagnóstico de economía.

Evaluación de Madures Digital de la empresa inicial

A continuación, se muestran las evidencias de la evaluación de madures digital inicial de la empresa.

Tabla. 10.18. Evidencia de madures digital de la empresa.

Instrucciones: Vacíe datos sólo en los espacios en color gris	
	¿Tiene la empresa?
DIMENSION 1 Operación Interna	
1. Control de Inventarios o catálogo de servicios	No
2. Gestión de créditos y cobranza	No
3. Contabilidad electrónica	No
4. Nóminas	No
5. Facturación	No
6. Punto de venta	No
7. Administración de proyectos	No
8. Control de calidad	No
9. Control de procesos o manufactura	No
10. CRM (Gestión de la Relación con los clientes)	No
Total Dimensión 1	0
DIMENSION 2 Activos para comercio digital	
2.1 Anuncia (solo anuncia) sus productos a través de:	No
2.2 ¿Utilizas alguna aplicación para apoyo a tus procesos de comercialización	No
2.3 Vende (cierra la venta) de sus productos a través de (MENSAJERÍA):	Si
2.4 Vende (cierra la venta) de sus productos a través de (PLATAFORMAS):	No
Total Dimensión 2	3
DIMENSIÓN 3 Marca y marketing digital	
3.1 ¿Cuál es la principal propuesta de valor de la marca o del producto?	Productos diferenciados
3.2 Indique cuál de las siguientes afirmaciones es la que aplica a su marca:	Aunque tiene tiempo, la marca aún no es reconocida
3.3 ¿Conoce quiénes son sus clientes...?	Tenemos una ligera idea
3.4 inversión en Marketing Digital:	No se hace inversión alguna
Total Dimensión 3	7
DIMENSIÓN 4 Estructura organizacional de comercio digital	
4.1 Activos humanos	
Las ventas en línea las maneja una agencia externa	NO
Contamos con personal especializado en ventas en línea	NO
Contamos con personal bilingüe de atención al cliente	NO
Contamos con personal interno de comercio exterior	NO

Contamos con personal interno especializado para Marketing Digital	NO	
Tenemos un plan permanente de capacitación en temas digitales	NO	
Total Dimensión 4.1		0
4.2 Asociados estratégicos		
Empresa de paquetería (UPS, FedEx, DHL, Estafeta, entre otros)	NO	
Distribuidores en el extranjero	NO	
Agente aduanal	NO	
Otros prestadores de servicios para la comercialización	NO	
Total Dimensión 4.2		0
4.3 Logística y atención al cliente		
Procesos de seguimiento de pedidos digitales	NO	
Procesos de atención al cliente en línea	NO	
Procesos para envíos	NO	
Plataformas seguras de pago para pedidos digitales	NO	
Proceso para devoluciones de pedidos digitales	NO	
Políticas de venta en línea	NO	
Términos y condiciones de venta en línea	NO	
Total Dimensión 4.3		0
DIMENSIÓN 5 Sistemas de Pagos		
5.1 Formas de pago		
Efectivo/Cheques	NO	
PayPal.	NO	
Tarjetas de crédito/débito.	NO	
Cargo contra entrega	NO	
Pago con el móvil (NFC) (Apple Pay, Samsung Pay Google Pay)	NO	
Otras Apps de pagos como MercadoPago	NO	
Criptomonedas.	NO	
Transferencias bancarias y/o SPEI	NO	
Otros sistemas de pago digitales	NO	
Total Dimensión 5		0
TOTAL		10

Resumen de respuestas de las entrevistas

México es un país que posee diferentes tradiciones culturales desarrolladas por la diversidad de pueblos. De los cuales surge una infinita galería de productos artesanales representativos de cada región. Sin embargo, los pueblos indígenas siempre han buscado el reconocimiento de sus productos hechos por ellos mismos. Pero, a lo largo de la historia, siempre se han violado sus derechos.

En este video se hablará sobre la historia de una emprendedora mexicana su nombre es Erika Esteban Bernabé y se dedica a la elaboración de artesanías en el sector textil, fabricando las famosas muñecas Lele, Tortilleros, plumas, aretes, colgantes, monederos, cubre bocas, diademas, llaveros, bordados, trajes típicos, fundas, pulseras, pashminas, etc.

Además de que cuenta con diseños originales y únicos debido a que sus bordados son generacionales representativos de su familia y aunque parecieran ser iguales al de la competencia no lo son. Su negocio llamado “Artesanías Lupita” se crea a partir de las habilidades familiares en el campo textil, es una empresa 100% mexicana con más de 6 años en el mercado artesanal buscando conservar la cultura y así mismo fomentar el reconocimiento al trabajo artesanal plasmando diseños artesanales de México.

Su misión es dar a conocer sus productos internacionalmente. Su visión es lograr ser una empresa internacional y que grandes cadenas (hoteles, tiendas, restaurantes, tiendas de souvenir) se interesen en sus productos. Cabe destacar que es un negocio donde abundan valores como el respeto, igualdad y la responsabilidad. Dicho establecimiento se encuentra ubicado en plaza de la constitución, carrito # 11, Amealco de Bonfil, Querétaro.

A pesar de que la tecnología nos ha invadido, dicho negocio no cuenta con apoyo tecnológico para poder expandir su negocio y debido a ello se realizó un análisis

Pest para poder identificar los factores tecnológicos, sociales, políticos, ambientales, económicos y legales que puedan afectar y beneficiar al negocio.

Informe del proceso

En este apartado se presenta un resumen sobre las reflexiones, debates, conclusiones y decisiones del equipo sobre lo antes realizado.

Resumen (reflexiones, debates, conclusiones y decisiones del equipo)

A partir del análisis Pestel y las entrevistas realizadas a la dueña del negocio, se determinaron ciertos factores que influyen en el negocio y evitan el crecimiento de este, Se detectó una gran oportunidad de transformación digital, ya que la marca no posee otras formas de pago, no cuenta con página web para vender sus productos, no cuenta con infraestructura, entre otros.

De igual manera se observó que son productos con gran potencial los cuales poseen un gran valor y podrían llegar a comercializarse internacionalmente sin perder su esencia cultural. Ya que el negocio no está bien estructurado, se ayudará a la emprendedora en áreas de venta, mezcla promocional, estrategias de precio, marketing digital, entre otras áreas. Para poder mejorar sus ventas.

Por ello se llegó a la conclusión de que para comenzar el proceso de dicho negocio se tenía que empezar a recaudar información y contenido para así después poder empezar a buscar la mejor opción en las redes sociales para dar a conocer cada uno de los productos y que las personas puedan conectar con ellos sin importar donde estén y con base en eso, comenzar la comercialización por medio de redes sociales y plataformas.

Carta de confirmación del asesor GDT

En este apartado el asesor de grupo Alibaba, confirma que se corroboró la integridad, veracidad y relevancia del contenido presentado en el portafolio.



Alibaba
Business School



Global
Digital Talent

CARTA CONFIRMACIÓN DEL PROFESOR

NOMBRE DEL PROFESOR RESPONSABLE DE GDT:	Christian Joel Aguilar Tinoco
NOMBRES DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO:	Zaira Jamilett Duran Tavera Janet Esmeralda Hernandez Rodríguez Nancy Guadalupe Rodríguez Rodríguez Ana Itzel Vázquez Peñate
MODALIDAD:	Estadías
NOMBRE DE LA EMPRESA:	Artesanías Lupita
FECHA DE REVISIÓN:	11 de Agosto

FACTORES A EVALUAR:

FACTOR	CUMPLIMIENTO (SI/NO)
1. Integridad	
Todos los materiales necesarios para cada una de las tareas se deberán añadirse al portafolio, considerando que si falta algún elemento del check list no será aprobado.	Si
2. Veracidad – la veracidad de cualquier trabajo presentado en el portafolio es verificable. Un portafolio en el que el candidato a GDT no pueda sustentar la veracidad de algún elemento de su trabajo no será aprobado. Se espera que las instituciones mantengan un estándar de integridad académica con respecto al plagio, la falsificación y el engaño, y que no acepten ningún trabajo que presente alguno de estos problemas.	Si
3. Relevancia – todo el contenido presentado en el portafolio (incluyendo, por ejemplo preguntas de las entrevistas, vídeos, presentaciones, informes, etc.) debe ser relevante para las tareas y los temas para los que se presenta. Un portafolio con contenido que no sea directamente relevante para la tarea para la que se presenta no será aprobado.	Si
FIRMA DEL PROFESOR RESPONSABLE	

voluntad • conocimiento • servicio



Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional.
Querétaro, Qro., C.P. 76148, Tels.: (442) 209 61 00 al 04
www.uteq.edu.mx



SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN

Buyer persona

A continuación, se muestran dos Buyer persona de la empresa. En el primero se muestra el perfil del consumidor que tiene la empresa y en el segundo se muestra una representación ficticia del cliente ideal, los cuales están basados en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas de los clientes "Artesanías Lupita", así como en una creación de su historia personal, motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones.

Buyer persona del negocio

Tabla 10.19. Perfil del consumidor

ANTECEDENTES <ul style="list-style-type: none">● Amante de los pueblos mágicos y/o artesanías● interesados por culturas de los diferentes pueblos● Gusto por lo artesanal● Turista extranjero.	NOMBRE DE LA EMPRESA <p>"Artesanías Lupita"</p>	DESAFIOS <ul style="list-style-type: none">● Rescatar la cultura Mex.● Reconocimiento del trabajo artesanal● Aprender sobre las culturas y tradiciones● Darle valor a sus raíces
DEMOGRAFÍA <ul style="list-style-type: none">● Hombres y Mujeres● Edades de 20 a 50● Con un ingreso mensual de \$5,000 a más● Que vivan en México o visiten México	PERFIL DEL CONSUMIDOR 	OBJESIONES <ul style="list-style-type: none">● Consideran que no son productos 100% artesanales● Consideran que son productos caros● Que el precio no vale lo que ofrecen● Piensan que los diseños son repetitivos
INTERESES <ul style="list-style-type: none">● Interesadas en la historia● Que les guste apoyar el comercio local● Que les gusta conocer nuevas culturas	METAS <p>Trabaja duro y viaja constantemente para conocer mas lugares. Comprar recuerdos de los lugares que va visitar. Saber las ultimas tendencias en lugares turísticos. Impulsar el trabajo de los artesanos mexicanos.</p>	MAYORES MIEDOS <ul style="list-style-type: none">● Que los productos sean chinos● Que los productos sean elaborados con materiales de mala calidad

Buyer persona ideal del negocio

Tabla 10.20. Perfil del cliente ideal.

ANTECEDENTES <ul style="list-style-type: none">• Manejo de redes sociales• Navegación de internet• Investigación de las culturas• Manejo de efectivo electrónico	NOMBRE DE LA EMPRESA “ARTESANIAS LUPITA”	DESAFIOS <ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento del trabajo artesanal.• Aprender sobre las culturas y tradiciones de los diferentes pueblos.
DEMOGRAFÍA <ul style="list-style-type: none">• Mujer/ Hombre• 23 años• NSC C...• Ingreso mensual de \$5,000 o mas• Residentes de México o extranjeros	PERFIL DEL CONSUMIDOR <ul style="list-style-type: none">• Atrevido• Divertido• Amable• Cool• Original• Cultural 	OBJESIONES <ul style="list-style-type: none">• No ser hipster• Inconformidades respecto a las ofertas del día a día• Poca oferta• Falta de cultura
INTERESES <ul style="list-style-type: none">• Redes sociales• Compra online• Interés por conocer las culturas• Viajar• Amante de la culturas y tradiciones• Asistir a eventos culturales y musicales.	METAS <ul style="list-style-type: none">• Viajar y conocer nuevos lugares.• Tener un recuerdo de cada lugar que conozca.• Rescatar la cultura Mexicana• Aprender de sus raíces.	MAYORES MIEDOS <ul style="list-style-type: none">• Decoloración de la prenda• Talla exacta• Material de mala calidad• Duración del diseño• No estar a la moda• Diseños pirata

Conclusiones sobre el mercado objetivo

El talento de los artesanos mexicanos tiene un amplio reconocimiento y valoración en el extranjero, y por las personas que tengan una personalidad atrevida, divertida, amable, cool, original y cultural, por consiguiente, representa un mercado muy atractivo y prometedor ya que dichas personas potencializan las ventas debido a que no regatean dichos productos artesanales, es por ello que para “Artesanías Lupita” es grato recibir estas visitas.

De igual manera un consumidor ideal para la empresa es aquella persona que esté en constante actualización digital para que cuando el negocio se digitalice más, pueda llegar a mas consumidores a través de los medios digitales que tenemos hoy en día. Y pueda ser una oportunidad más para ampliar su negocio.

Según la secretaria de turismo (Sectur), las artesanías son una fuente de motivación para que los turistas nacionales e internacionales visiten los destinos de México. La adquisición de artesanías representa más de 4% del Producto Interno Bruto (PIB) que genera el turismo en México.

Recomendaciones para la empresa sobre cómo pueden incrementar su capacidad de transformación digital

En este apartado se muestran las recomendaciones dadas a la empresa sobre cómo puede incrementar su capacidad de transformación digital

Gracias a los estudios que se realizaron se llegó a la conclusión que Artesanías Lupita no cuenta con la tecnología necesaria para poder ofertar sus productos a los diferentes consumidores del mercado, y algunos productos tienen gran potencial de poder ofertarse internacionalmente. Es por ello que recomendamos tres transformaciones digitales con el fin de que la artesana pueda vender sus productos fuera del punto de venta donde se encuentra.

Los cuales son:

1. Crear una página en las diferentes redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram). Donde al inicio de la creación de la página, se subirá información sobre la historia y origen del negocio, posteriormente se darán a conocer los productos que ofrece y donde se encuentran para poder adquirirlos, facilitando la compra de estos a través de sus redes sociales. Además de que se subirá constantemente contenido para poder interactuar con los usuarios.
2. Implementación del pago con tarjeta.
A la artesana se le ayudará abrir una cuenta mercantil en el banco o cualquier institución financiera, ya que la mayoría de las personas utilizan el pago como electrónico a través de tarjetas bancarias en sus diversas presentaciones (débito o crédito). Se aceptarán las tarjetas comunes como visa y MasterCard. Para ello se tendrá un equipo de procesamiento para la elaboración de pagos con tarjeta. De igual manera en las páginas web, tener un procesador de pago en línea para una segura transacción
3. Se buscará ingresar a una plataforma (Alibaba, Amazon, Mercado libre) para que puedan ofertar los productos a más personas y el negocio pueda internacionalizarse y ofrecer una mejor experiencia de entrega.

Mapa mental que muestre las conclusiones de las evaluaciones

A continuación, se muestra un mapa mental resumiendo el proceso de información recabada de la empresa, las tres recomendaciones que se sugieren para la implementación de la empresa, los productos que ofrece la empresa y la madurez digital.



Imagen 10.21. Evaluación de la preparación digital.

Presentación a la empresa que incluya la retroalimentación de la misma con respecto a la evaluación y recomendaciones realizadas.

A continuación, se muestra evidencia de la presentación realizada a la artesana con las recomendaciones dadas para su empresa, los beneficios y los posibles resultados de su implementación

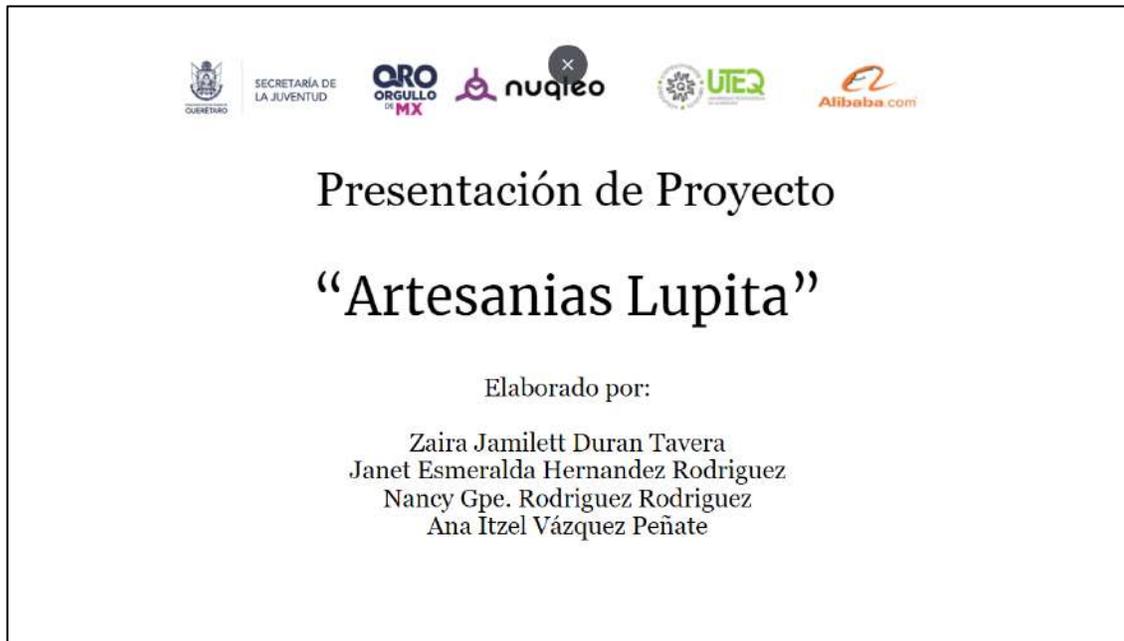


Imagen 10.22. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Historia

La historia de Erika Esteban Bernabé, una emprendedora Mexicana dedicada a la elaboración de artesanías, crea su negocio a partir de las habilidades en las que destaca su familia en el sector textil, decide llamar su negocio como "Artesanías lupita"



El establecimiento se encuentra ubicado en plaza de la constitución, carrito # 11, Amealco de Bonfil, Querétaro.

Imagen 10.23. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.



Historia

una empresa 100% mexicana con más de 6 años en el mercado artesanal buscando conservar la cultura y así mismo fomentar el reconocimiento al trabajo artesanal plasmando diseños artesanales de México.

carrito # 11, Amealco de Bonfil, Querétaro.

Imagen 10.24. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Mision y vision

- Su misión es dar a conocer sus productos internacionalmente.
- Su visión es lograr ser una empresa internacional y que grandes cadenas (hoteles, tiendas, restaurantes, tiendas de souvenir) se interesen en sus productos.

Valores

- respeto
- Igualdad
- Responsabilidad.



Imagen 10.25. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Productos

Artesanias lupita fabrica las famosas muñecas Lele, Tortilleros, plumas, aretes, colgantes, monederos, cubre bocas, diademas, llaveros, bordados, trajes típicos, fundas, pulseras, pashminas, etc. Además de que cuenta con diseños originales y únicos debido a que sus bordados son generacionales representativos de su familia y aunque parecieran ser iguales al de la competencia no lo son.



Imagen 10.26. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Análisis PESTEL

Políticas	Económicas	Sociales
<ul style="list-style-type: none"> • Generan horarios limitados para la venta de productos • No permitir la venta de productos chinos. • Apoyos gubernamentales. • Dependencia del gobierno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas Escasas debido a la pandemia • Falta de turistas en el sector. • No querer pagar lo que cuesta el producto. • Aumento de ventas en eventos masivos. • Salarios reducidos para artesanos internos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pandemia (COVID) • Que los precios de la competencia sean menores • Cancelaciones de eventos masivos (ferias artesanales, fiestas patrias, días festivos, etc). • Falta de publicidad. • Regatear los productos. • Menospreciar los productos

Imagen 10.27. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Tecnológicos	Ecológicos	Legales
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de herramientas digitales • No contar con redes sociales y página Web. • No contar con herramientas para realizar el inventario • No estar activos en el comercio digital • No contar con sistemas de pago electrónicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos amigables con el medio ambiente. • Productores locales. • Variación de ventas debido al cambio climático. 	<ul style="list-style-type: none"> • No poder patentar sus productos. • No cualquier persona se puede poner a vender. • Sectores protegidos y regulados.

Imagen 10.28. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Resultados o conclusiones del análisis PESTEL

Con base al análisis realizado a "Artesanías Lupita" pudimos observar que dicho negocio no cuenta con la suficiente tecnología para poder comercializar sus productos, es por ellos que se realizará una transformación digital correspondiente a las necesidades del negocio, utilizando estrategias que mejoren la venta y comercialización de los productos.



Imagen 10.29. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

<p>ANTECEDENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de redes sociales • Navegación de internet • Investigación de las culturas • Manejo de efectivo electrónico 	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA “ARTESANIAS LUPITA”</p>	<p>DESAFIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento del trabajo artesanal. • Aprender sobre las culturas y tradiciones de los diferentes pueblos.
<p>DEMOGRAFÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mujer/ Hombre • 23 años • NSC C... • Ingreso mensual de \$5,000 o mas • Residentes de México o extranjeros 	<p>PERFIL DEL CONSUMIDOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atrevido • Divertido • Amable • Cool • Original • Cultural 	<p>OBJESIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No ser hipster • Inconformidades respecto a las ofertas del día a día • Poca oferta • Falta de cultura
<p>INTERESES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Compra online • Interés por conocer las culturas • Viajar • Amante de la culturas y tradiciones • Asistir a eventos culturales y musicales. 	<p>METAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viajar y conocer nuevos lugares. • Tener un recuerdo de cada lugar que conozca. • Rescatar la cultura Mexicana • Aprender de sus raíces. 	<p>MAYORES MIEDOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decoloración de la prenda • Talla exacta • Material de mala calidad • Duración del diseño • No estar a la moda • Diseños pirata

Imagen 10.30. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Mercado objetivo



El talento de los artesanos mexicanos tiene un amplio reconocimiento y valoración en el extranjero, por consiguiente, representa un mercado muy atractivo y prometedor ya que dichas personas potencializan las ventas debido a que no regatean dichos productos artesanales, por ser amantes y conocer de las diferentes culturas que existen en nuestro país, es por ello que para "Artesanías Lupita" será grato tener un mercado objetivo con las características planteadas en el buyer persona.

Imagen 10.31. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Recomendaciones

Gracias a los estudios que se realizaron se llegó a la conclusión que Artesanías Lupita no cuenta con la tecnología necesaria para poder ofertar sus productos a los diferentes consumidores del mercado, y algunos productos tienen gran potencial de poder ofertarse internacionalmente. Es por ello que recomendamos tres transformaciones digitales con el fin de que la artesana pueda vender sus productos fuera del punto de venta donde se encuentra.



Imagen 10.32. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.



3. Registro en plataformas

Se buscará ingresar a una plataforma (Alibaba, Amazon, Mercado libre) para que puedan ofertar los productos a más personas y el negocio pueda internacionalizarse y ofrecer una mejor experiencia de entrega.





Imagen 10.35. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Conclusiones y beneficios de la transformación digital

- Mejora la experiencia del cliente
- Nuevas oportunidades de negocio
- Aumenta la productividad de la compañía
- Promueve la innovación
- Logra una mayor cobertura del mercado
- Ayuda a promocionar la empresa
- Mejora la imagen de la marca




Imagen 10.36. Evidencia de la presentación del proyecto a la artesana.

Investigación documental

En este apartado se muestra información recopilada para conocer la situación actual del mercado en la que la empresa está vinculada, los informes del sector y comentarios realizados por consumidores tanto en línea como ajenos a la red

I. Información actual sobre el mercado

El mercado de las artesanías en México ha sido un importante impulsor en el sector turístico. Las artesanías en México son muy valiosas dada la amplia variedad de culturas étnicas y su contenido histórico, tiene un tremendo potencial. Según la base de datos estadísticos de comercio internacional de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), México posee el tercer lugar como uno de los países más importantes en producir artesanías, seguido de India y China.

Asimismo, el Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI) señala que en el país hay 12 millones de personas dedicadas a elaborar artesanías, de las cuales 8 millones (70 por ciento), son mujeres. Con respecto a los ingresos que el mercado de artesanías en México genera, estos equivalen a 2.8 por ciento del PIB nacional.

No obstante, 1 millón 300 mil trabajadores (10.83 por ciento de los artesanos), son considerados población sub ocupada.

Esto quiere decir que, dado que la actividad artesanal no les es suficiente para satisfacer sus necesidades básicas, necesitan recurrir a más de un trabajo. (Xpart Capital). La industria textil y de la confección es muy importante para México, tanto en términos de generación de empleo como de su contribución a la economía y a la industria nacional.

Sin embargo, en la última década se ha pronunciado su déficit comercial (diferencia entre importación y exportación) y en 2018 alcanzó los 4 mil 154 millones de dólares (mdd), al producir sólo 6 mil 797 mdd en exportaciones totales contra 10 mil 951 mdd en importaciones.

México y muchos otros países estamos inundados de piratería. Esto, aunado a la carencia de regulaciones para que los artesanos puedan registrar sus creaciones, le resta bastante fuerza al mercado de artesanías en México, el cual no está adecuadamente preparado para enfrentar la agresiva competencia extranjera.

Pues un gran porcentaje de las artesanías que los mexicanos adquirimos están manufacturadas en Asia, provocando graves afectaciones a los artesanos locales, quienes cada vez más están más vulnerables y desprotegidos debido a los vacíos legales en materia de propiedad intelectual.

Según las últimas cifras disponibles de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (Canaco), la artesanía pirata deja ganancias de 22 mmdp pesos. Si este monto llegar a las manos de los artesanos mexicanos su situación económica sería otra. (Xpart Capital)

Un estudio elaborado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados revela que uno de los principales problemas con respecto a las artesanías mexicanas es su proceso de comercialización, pues son pocos los artesanos que exportan. Por ello, es necesario promover un marco jurídico de defensa, sobre todo para combatir la piratería.

II. Informes del sector

A pesar de la aportación cultural y peso económico del sector artesanal, las personas y familias artesanas de México no han mejorado proporcionalmente su condición económica y ante la coyuntura actual de la pandemia, se han visto severamente afectadas toda vez que es un sector que vive al día de la venta directa de sus productos de los apoyos de FONART, de las casas de las artesanías de los estados y del flujo del sector turismo.

Ante la actual situación, han recurrido a varias estrategias para sobrevivir, tales como: intercambio de productos por comida, venta en línea, apoyo de créditos federales, estatales y municipales; compras por adelantado de artesanías por parte del FONART, asociaciones civiles y casas de las artesanías, así como la diversificación de sus producciones, por ejemplo, la elaboración de cubre bocas, lo que les ha ayudado a sobrevivir durante esta emergencia sanitaria.

La crisis de salud por la enfermedad COVID -19 amenaza al sector artesanal con el cierre de gran cantidad de talleres, situación que afectaría de manera directa a cientos de miles de personas artesanas, la mayoría viviendo en niveles de marginación de media a muy alta.

En el aspecto cultural, el cierre de talleres significaría una irreparable pérdida de nuestro patrimonio cultural, ya que en muchos de ellos se elaboran piezas con técnicas en proceso de extinción que, de no seguirse aplicando, podrían perderse para siempre.

De acuerdo con la información proporcionada por las Casas e Institutos de las Artesanías a petición del FONART se reporta que muchos productores artesanales han empezado a abandonar la producción artesanal para emigrar a otras actividades que les permitan sortear la crisis de sobrevivencia caracterizada por la cada vez más apremiante necesidad alimentaria, la falta de espacios de comercialización y la falta de recursos para tener materias primas.

Para cubrir sus gastos esenciales en salud y alimentación se han visto obligados a buscar ingresos en la actividad agrícola, la albañilería y la migración a las ciudades; esto significa la aceptación de trabajos mal pagados, poner en riesgo su salud y su seguridad, ya que, en las actuales circunstancias, corren riesgos como ser contagiados de COVID-19 y, entre los más jóvenes, de ser reclutados por la delincuencia organizada.

III. Comentarios de los consumidores en línea

A continuación se muestran los comentarios de diferentes personas que han comprado artesanías por medio de redes sociales (Facebook, Instagram, entre otros).

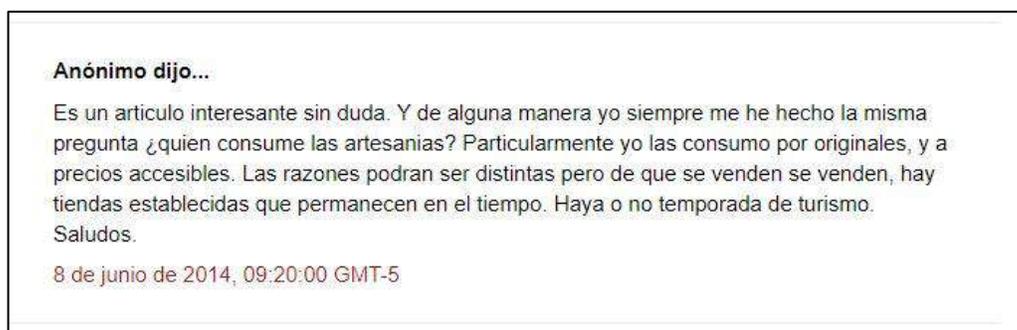


Imagen 10.37. Evidencia de comentarios sobre artesanías.



Imagen 10.38. Evidencia de comentarios sobre artesanías.



Imagen 10.39. Evidencia de comentarios sobre artesanías.



Imagen 10.40. Evidencia de comentarios sobre artesanías.

Evidencias de encuestas

A continuación, se muestra la encuesta realizada a 30 personas, las cuales son consideradas consumidores correspondientes. Esto con el fin de determinar áreas que falten del cliente potencial. (Véase en el anexo 5)

Encuesta



Comportamiento del consumidor

“Artesanías Lupita” se crea a partir de las habilidades familiares en el campo textil, es una empresa 100% mexicana con más de 6 años en el mercado artesanal buscando conservar la cultura y así mismo fomentar el reconocimiento al trabajo artesanal plasmando diseños artesanales de México.

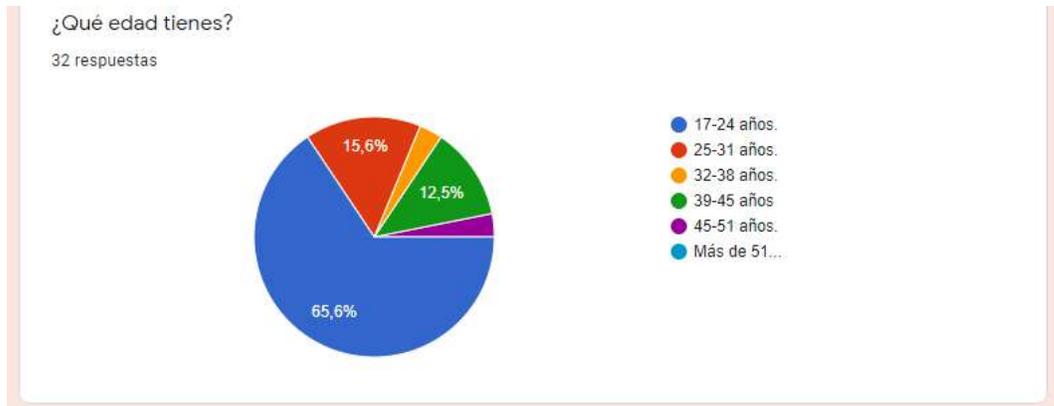
***Obligatorio**

Preguntas **Respuestas** 33 Puntos totales: 0

Se aceptan respuestas

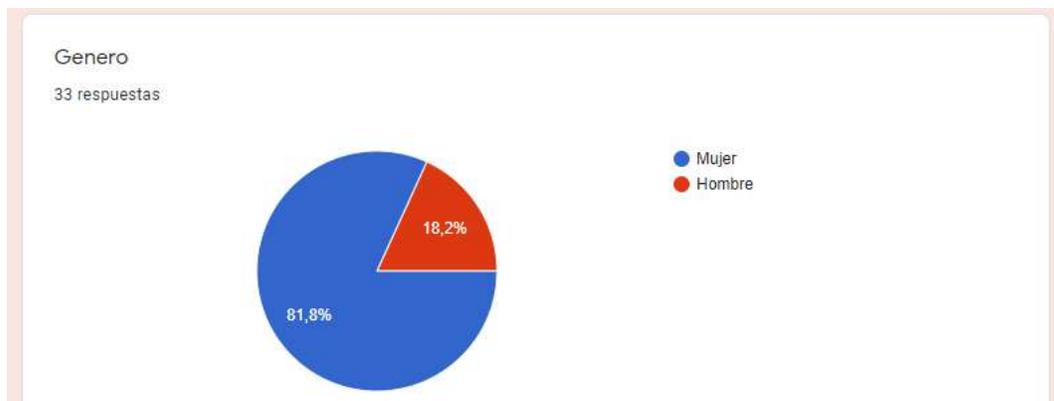
Resumen
Pregunta
Individual

Gráfica 1. Edad de los encuestados



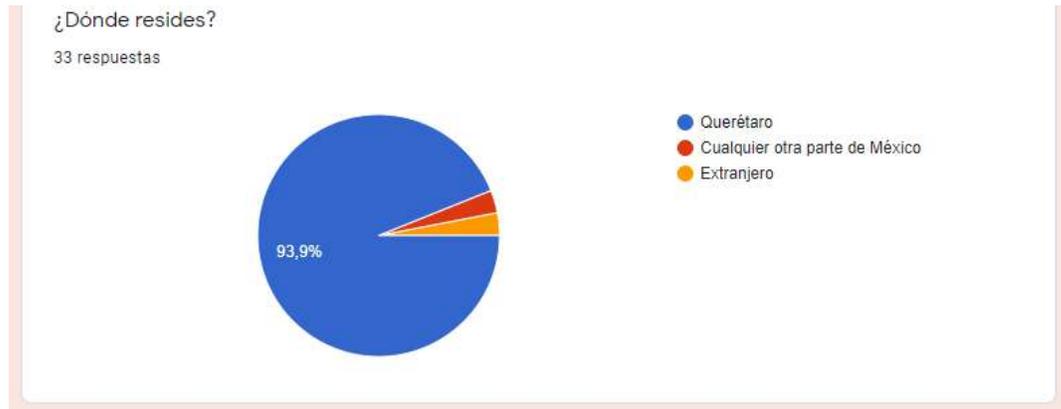
Gráfica 1. En esta gráfica se muestra que el 70% de los encuestados se encuentran en un rango de edad de 17 a 24 años, lo cual indica que la población joven tiene más interés por estos productos.

Gráfica 2. Género



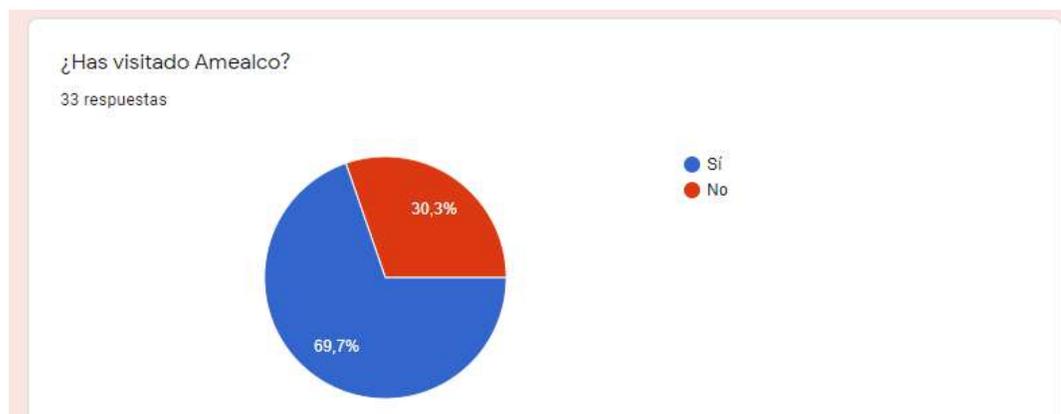
Como se muestra en la gráfica dos podemos observar que 8 de cada diez son mujeres, lo cual indica que hay mayor porcentaje de mujeres en el resultado del muestreo.

Gráfica 3. Residencia de los encuestados



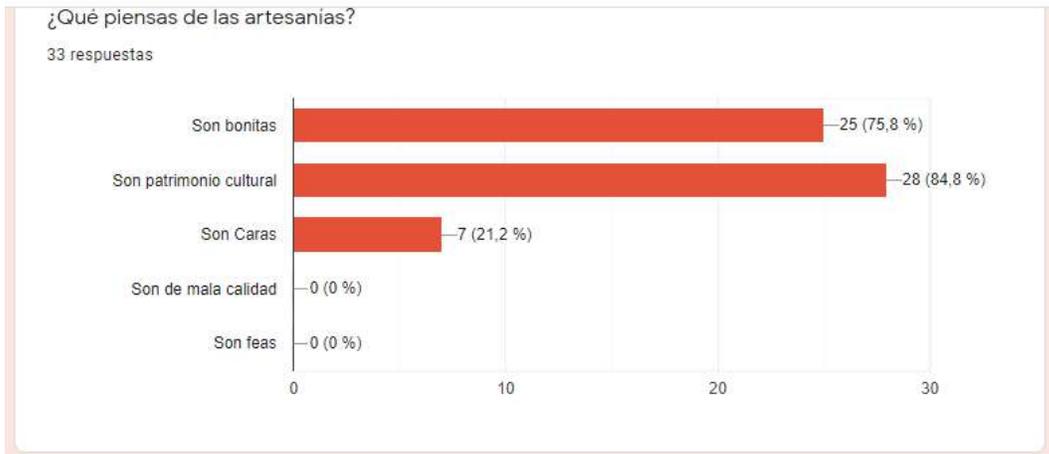
En la gráfica tres muestra que 9 de cada 10 personas son residentes del estado de Querétaro, lo cual indica un buen índice para la ubicación del establecimiento.

Gráfica 4. Visitantes a Amealco



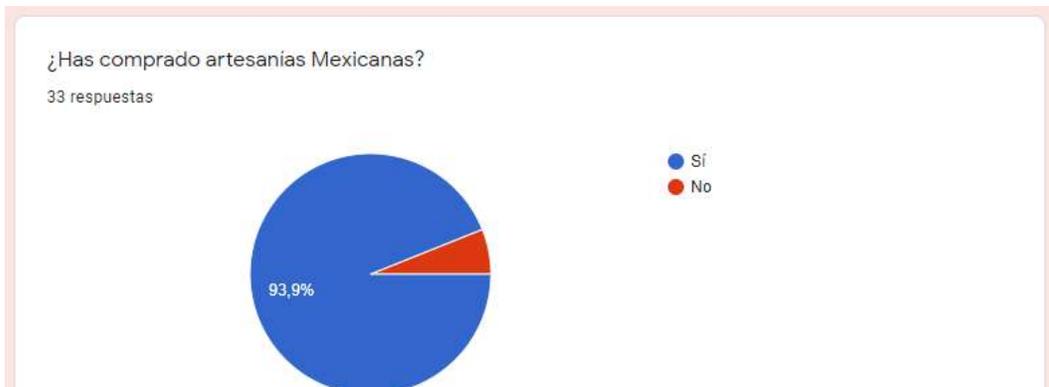
La gráfica 4 muestra que el 70% de los encuestados a visitado Amealco, lo cual indica una gran oportunidad para que conozcan el establecimiento de Artesanías Lupita.

Gráfica 5. ¿Qué piensas de las artesanías?



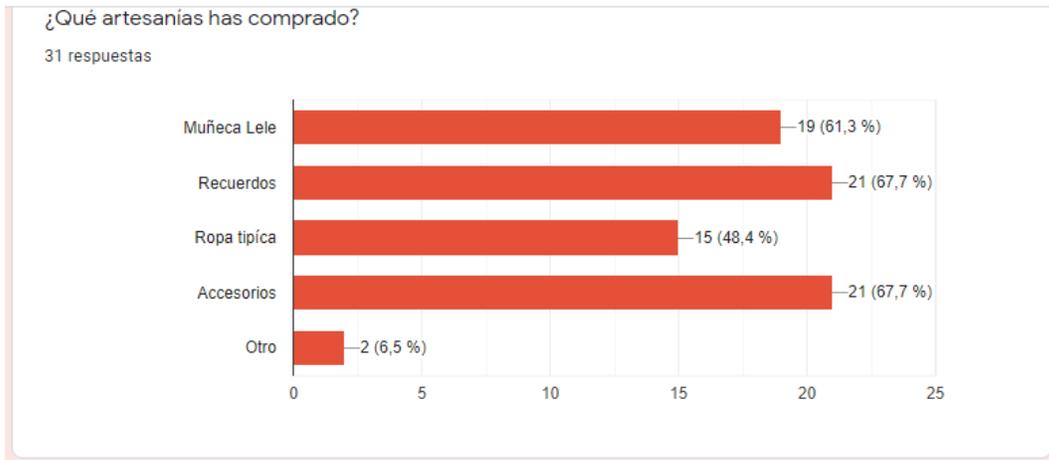
En la gráfica 5 muestra que el 8 de cada 10 personas piensa que las artesanías son patrimonio cultural, lo cual indica que la mayoría de las personas muestra interés hacia estos productos.

Gráfica 6. ¿Has comprado artesanías mexicanas?



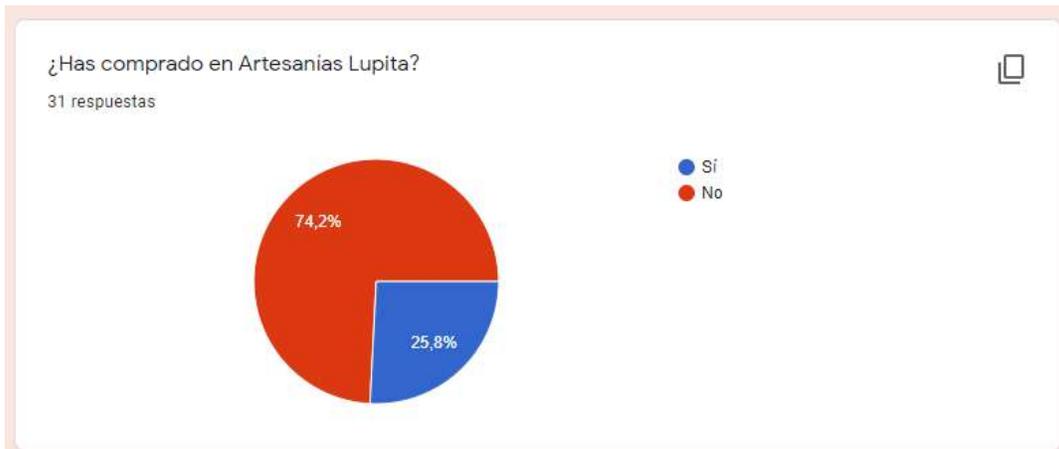
En la gráfica 6 muestra que el 90% de las personas encuestadas si ha comprado artesanías mexicanas, lo cual indica que hay una gran oportunidad para continuar con la venta de estos productos.

Gráfica 7. Artesanías que han comprado



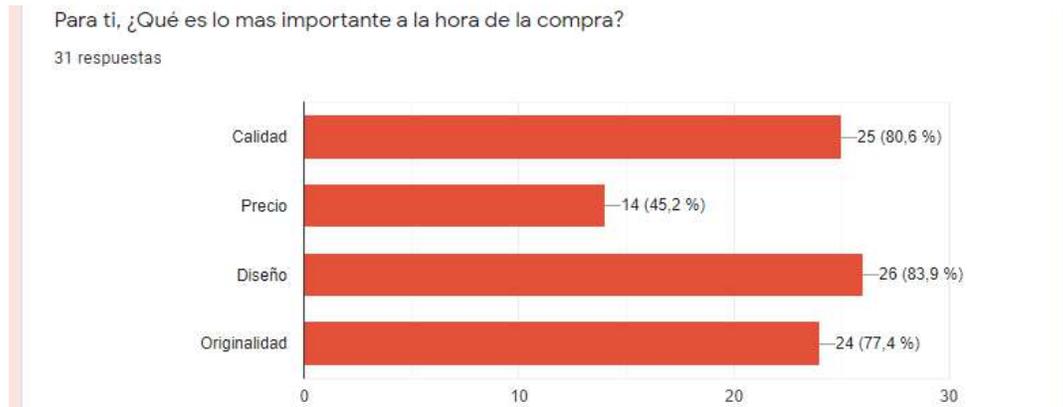
En esta grafica muestra que el 70% de las personas compran recuerdos y accesorios, lo cual indica que se inclinan más por llevarse un presente a casa.

Gráfica 8. ¿Has comprado en Artesanías Lupita?



En la gráfica 8 muestra que 8 de cada 10 personas no ha comprado en Artesanías Lupita, lo cual indica que la mayoría de las personas desconoce este negocio.

Gráfica 9. ¿Qué es lo más importante a la hora de la compra?



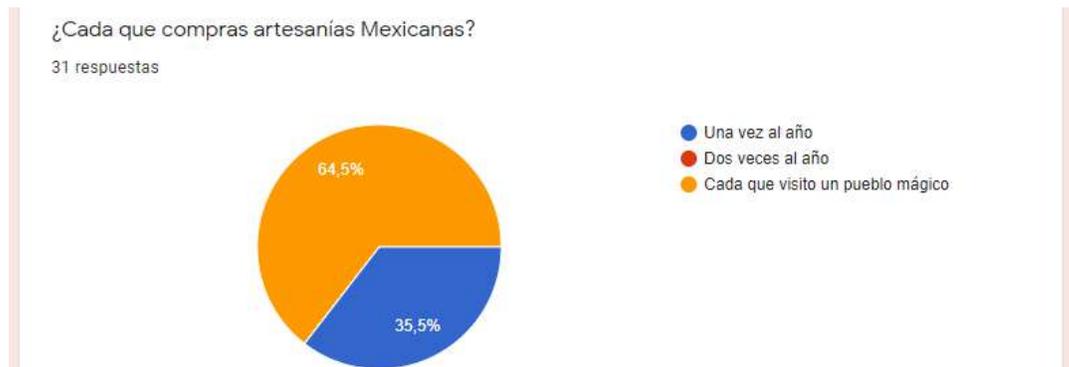
En la gráfica 9 muestra que el 80% de las personas cree más importante el diseño del producto, lo cual indica que los productos son más llamativos visualmente para ellos.

Gráfica 10. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por una artesanía?



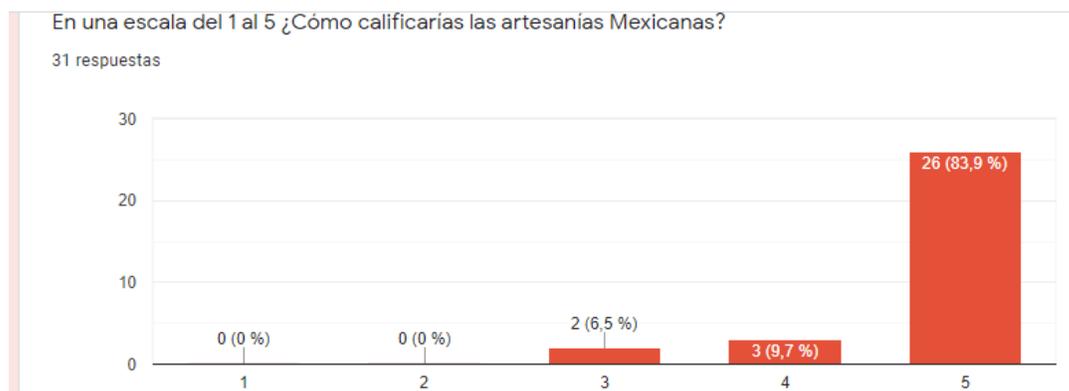
La grafica 10 muestra que 8 de cada 10 está dispuesto a pagar de \$100 a \$300 por alguna artesanía, lo cual indica que las personas están dispuestas a pagar un precio adecuado por los productos.

Gráfica 11. ¿Cada que compras artesanías?



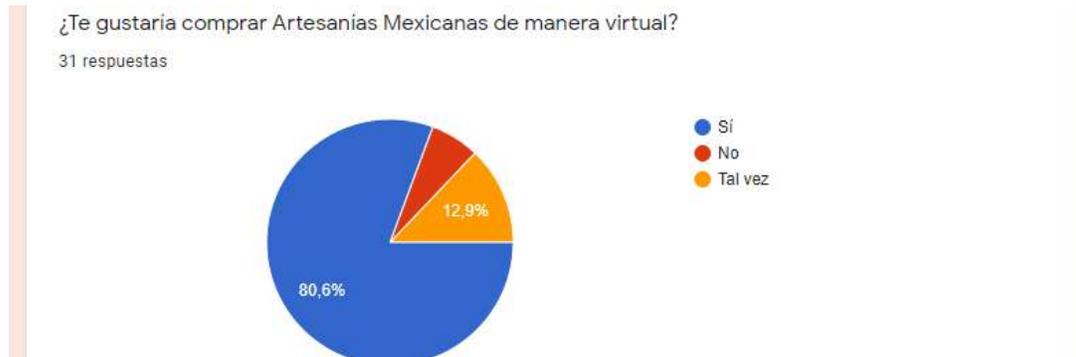
En la siguiente gráfica se muestra que más del 60% de los encuestados compra artesanías cada que visitan un pueblo mexicano, lo cual indica que las personas siempre se lleva un recuerdo cuando visita un nuevo lugar.

Gráfica 12. ¿Cómo calificarías las artesanías mexicanas?



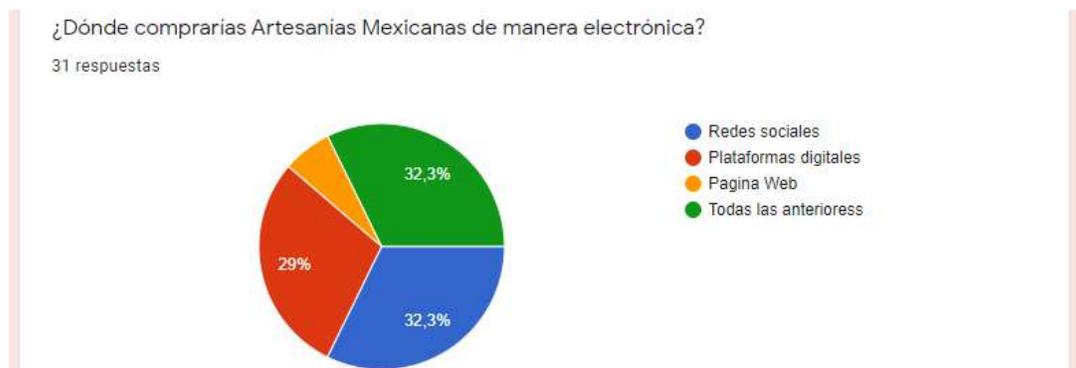
En la siguiente escala se muestra que más del 80% de los encuestados consideran los productos artesanales buenos, lo cual indica un aspecto positivo hacia estos productos.

Gráfica 13. ¿Te gustaría comprar artesanías mexicanas de manera virtual?



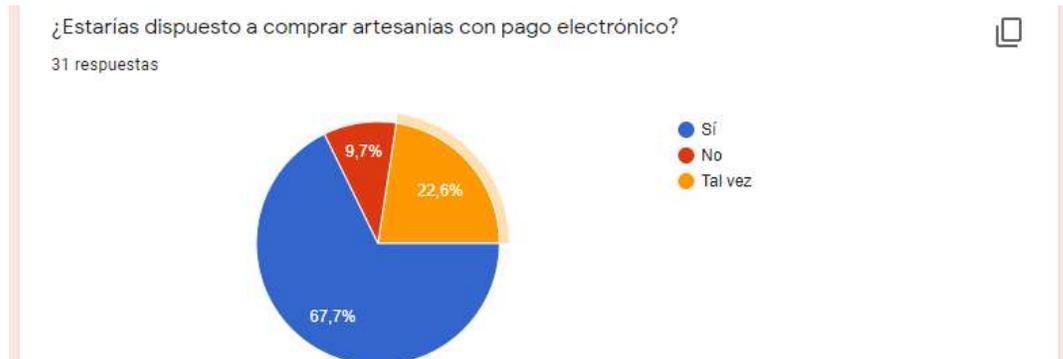
De acuerdo con la gráfica el 80% de los encuestados si les gustaría comprar artesanías de manera virtual, lo cual indica que puede ser una oportunidad para Artesanías Lupita, puesto que puede implementarse la tecnología en dicho negocio.

Gráfica 14. ¿Dónde comprarías artesanías mexicanas de manera electrónica?



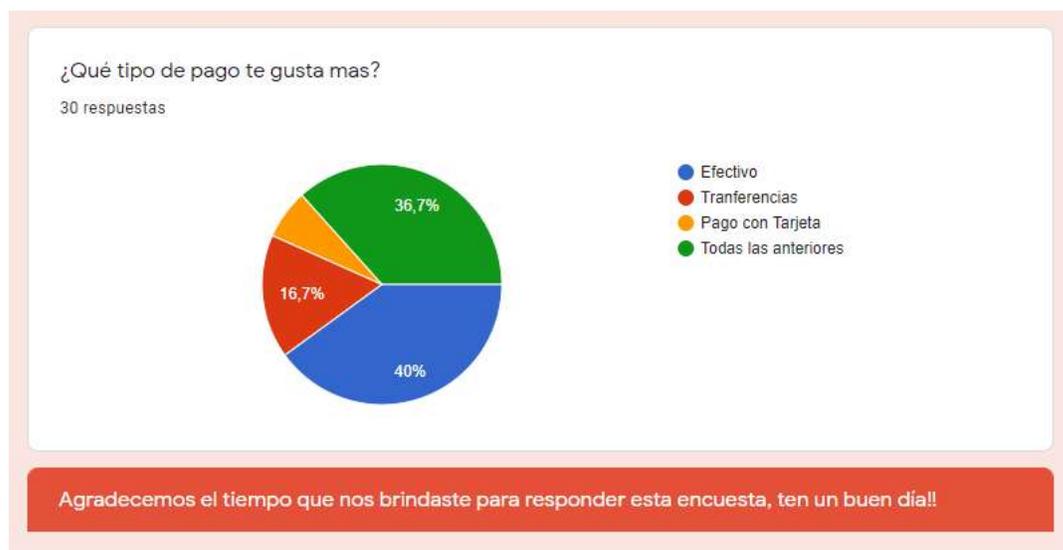
De acuerdo con los resultados, más del 30% les gustaría comprar artesanías por medio de redes sociales, mientras que otro 30% le gustaría comprar en redes sociales, plataformas digitales y pagina web, lo cual indica una gran oportunidad para la empresa para poder registrarlo en alguna plataforma o red social y pueda llegar a más personas.

Gráfica 15. ¿Estarías dispuesto a comprar artesanías con pago electrónico?



De acuerdo con la gráfica el 70% de los encuestados si les gustaría pagar artesanías por medio de pagos electrónicos, lo cual indica que el mayor número de personas le gustaría implementar el pago electrónico en las artesanías.

Gráfica 16. ¿Qué tipo de pago te gusta más?



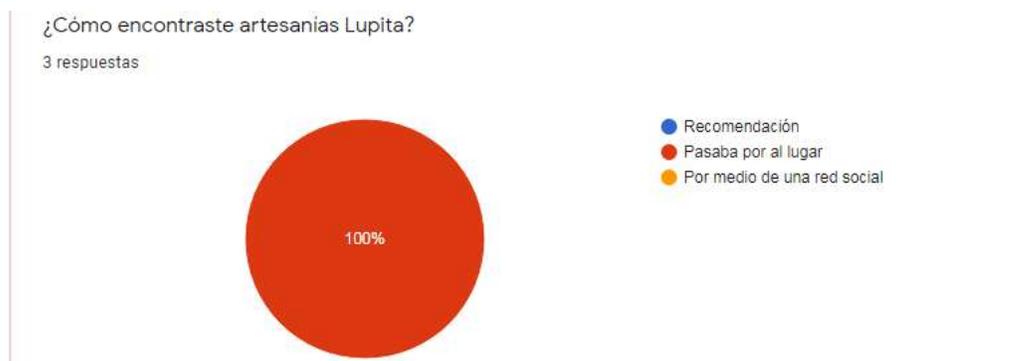
El 40% de los encuestados prefieren el pago con efectivo, mientras que el 37% prefiere las transferencias, el pago con tarjeta y el efectivo, lo cual indica que el mayor número de personas prefiere pago en efectivo.

Encuestas obligatorias a tres consumidores

A continuación, se presenta las preguntas que se hicieron a 3 consumidores de “Artesanías Lupita”, esto para reforzar más el conocimiento de cliente potencial. (Véase en el anexo 6)

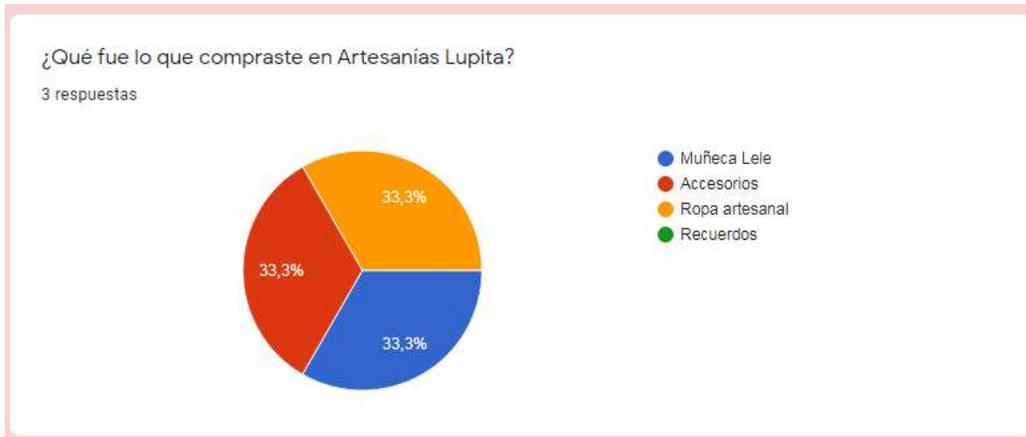


Gráfica 1. ¿Cómo encontraste Artesanías Lupita?



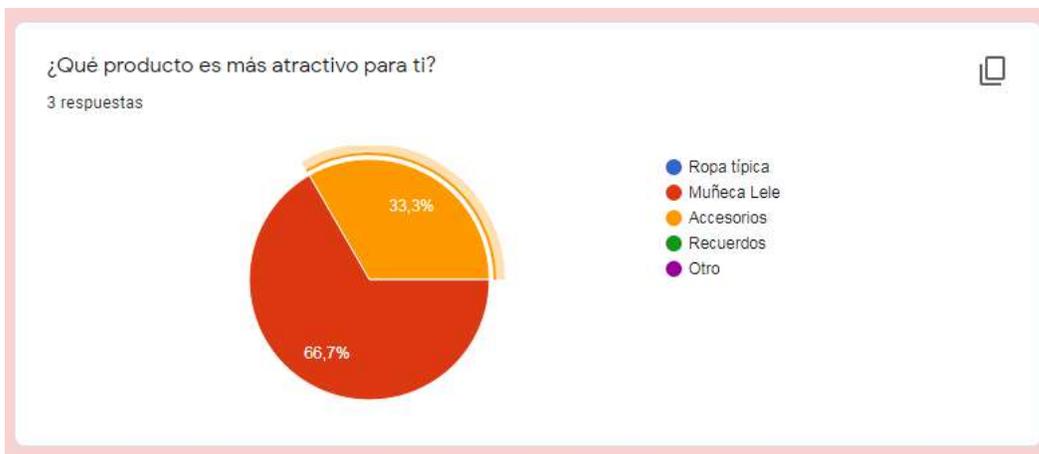
La gráfica uno muestra que el 100% de los encuestados encontraron artesanías lupita porque pasaban por el lugar, lo cual es favorable ya que tiene una ubicación visible el establecimiento

Gráfica 2 ¿Qué fue lo que compraste en artesanías Lupita?



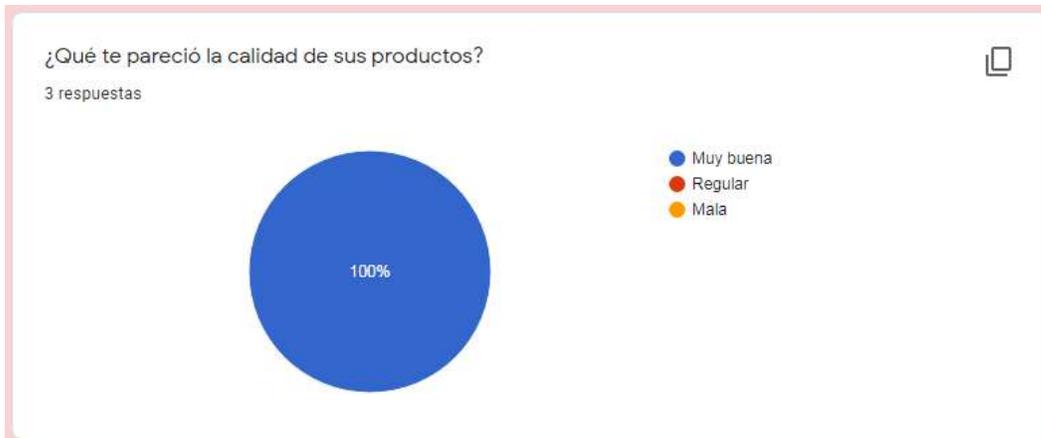
En la gráfica dos, se muestra 30% de los consumidores prefieren comprar accesorios, ropa artesanal y muñecas lele en compras de este establecimiento, lo cual indica cuales pueden ser los productos más fuertes de la empresa

Gráfica 3 ¿Qué producto es mas atractivo para ti?



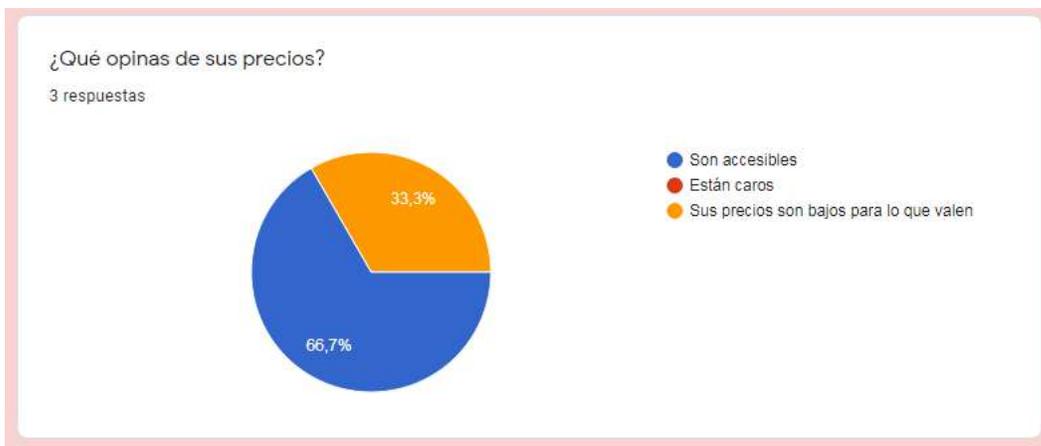
En la gráfica tres, se muestra que al 70% de los encuestados les es más atractiva la muñeca lele, esto indica que existe interés cultural por parte de los encuestados

Gráfica 4 ¿Qué te pareció la calidad de sus productos?



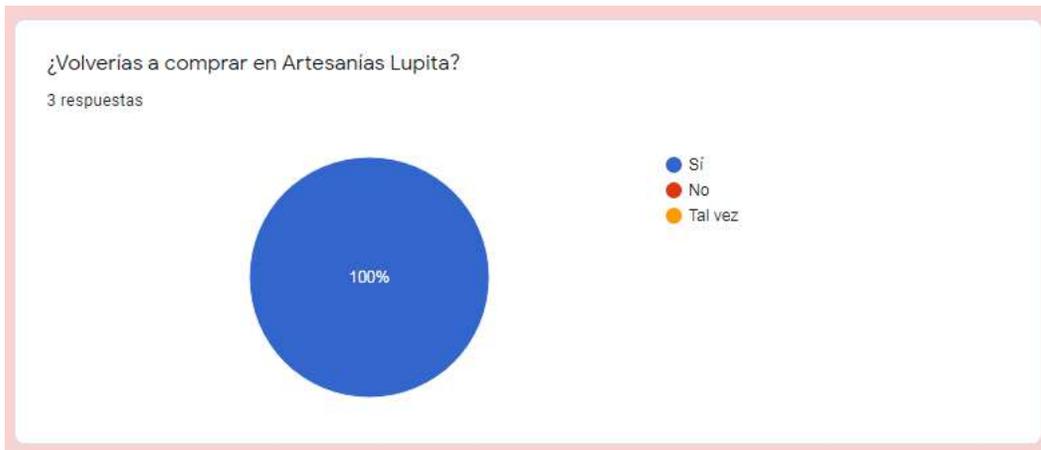
La gráfica cuatro, indica que el 100% de los encuestados califica con muy buena calidad los productos de artesanías lupita, lo cual es muy positivo para la empresa

Gráfica 5 ¿Qué opinas de sus precios?



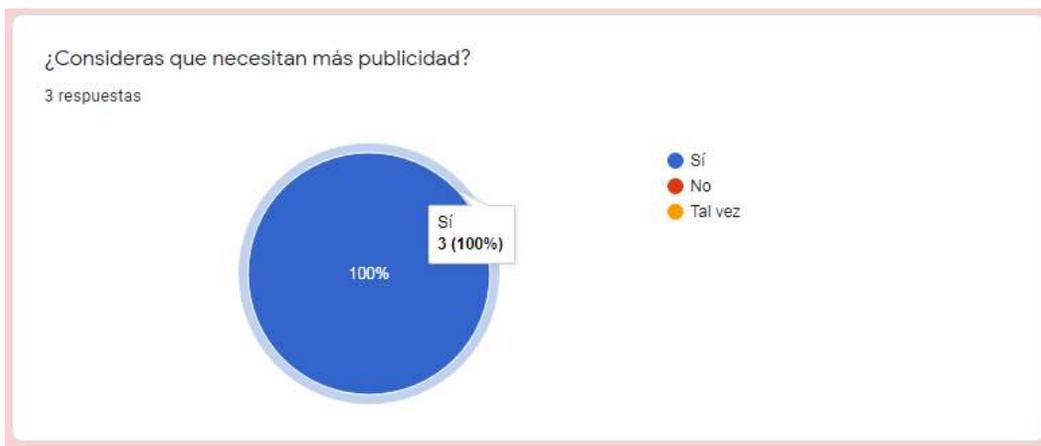
En la gráfica cinco, se muestra que 70% de los encuestados considera que los precios de artesanías lupita son adecuados y bastante accesibles, lo cual es bueno porque es un fuerte contra la competencia

Gráfica 6 ¿Volverías a comprar en artesanías Lupita?



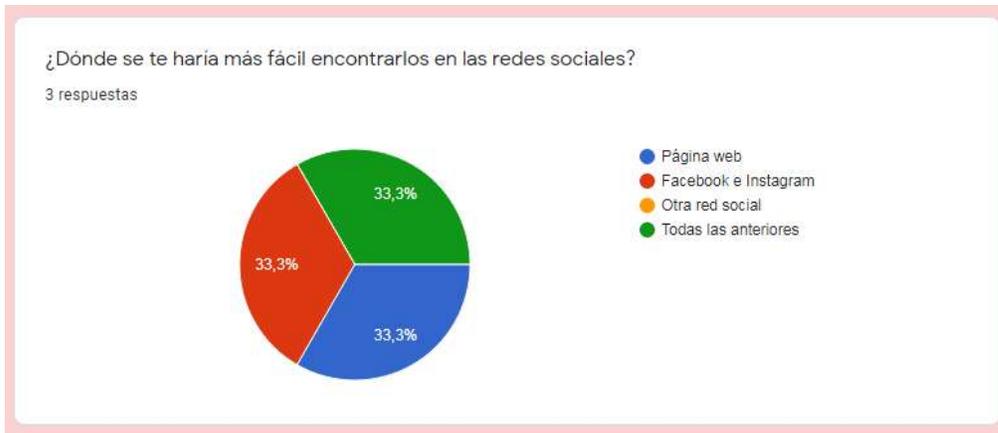
La gráfica seis, muestra que el 100% de los encuestados volverían a comprar en artesanías lupita, lo cual es bueno, ya que estas personas pueden volverse clientes fieles

Gráfica 7 ¿Consideras que necesita mas publicidad?



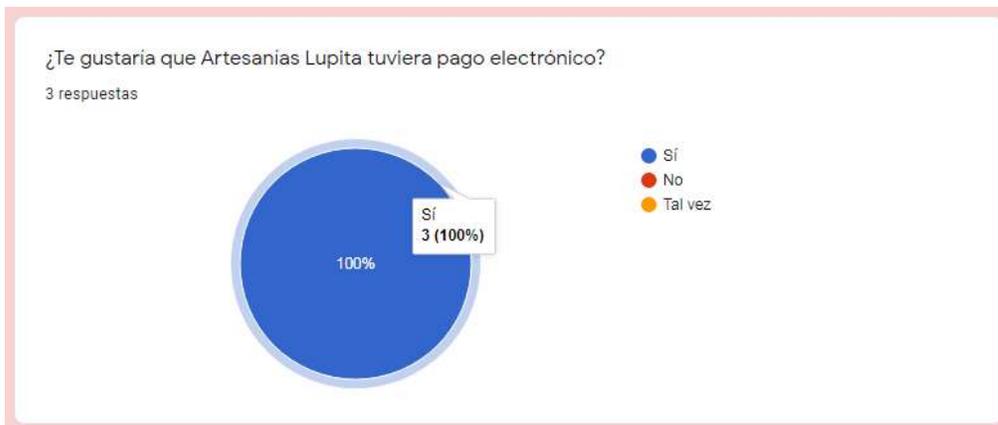
La gráfica siete muestra que el 100% de los encuestados opina que la empresa necesita mas publicidad, lo cual es un foco rojo, ya que artesanías lupita debe trabajar en estrategias de publicidad para generar un alcance mayor

Gráfica 8 ¿Dónde se te haría más fácil encontrarlos en redes sociales?



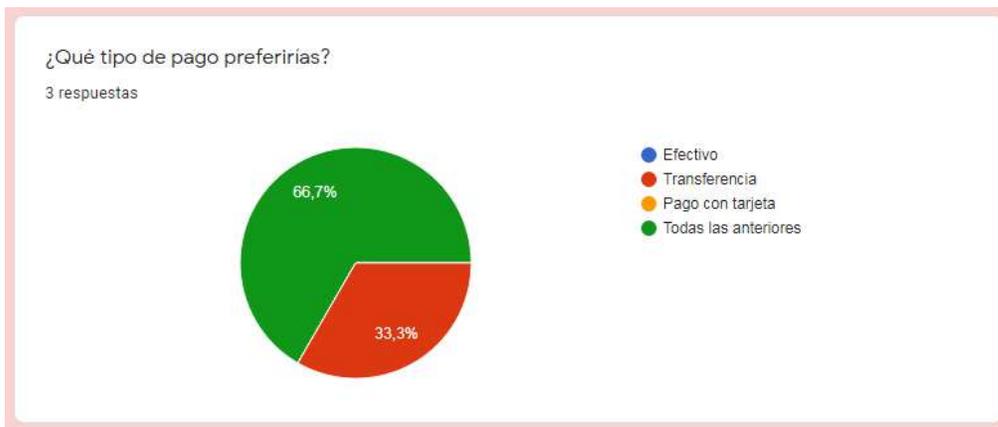
La gráfica ocho muestra que el 30% de los encuestados prefiere página web, otro 30% Instagram y Facebook, mientras que el otro 30% se inclina por cualquier red social

Gráfica 9 ¿Te gustaría que artesanías lupita tuviera pago electrónico?



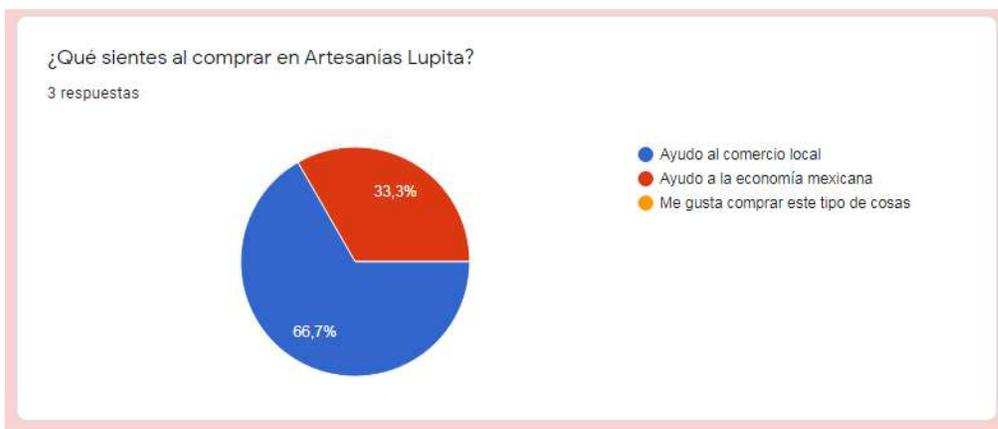
Se muestra que al 100% de los encuestados les agrada que la empresa contara con pago electrónico, lo cual indica que las personas prefieren realizar transacciones electrónicas

Gráfica 10 ¿Qué tipo de pago preferirías?



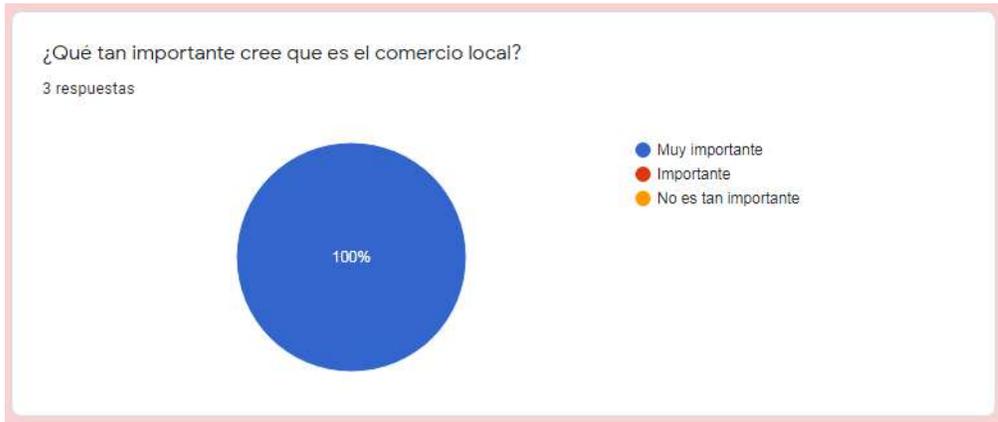
La gráfica diez muestra que el 70% de los encuestados les agradan 3 tipos de pago, efectivo, transferencia y pago con tarjeta, lo cual abre posibilidades para que la empresa aplie sus metodos de pago

Gráfica 11 ¿Qué sientes al comprar en artesanías Lupita?



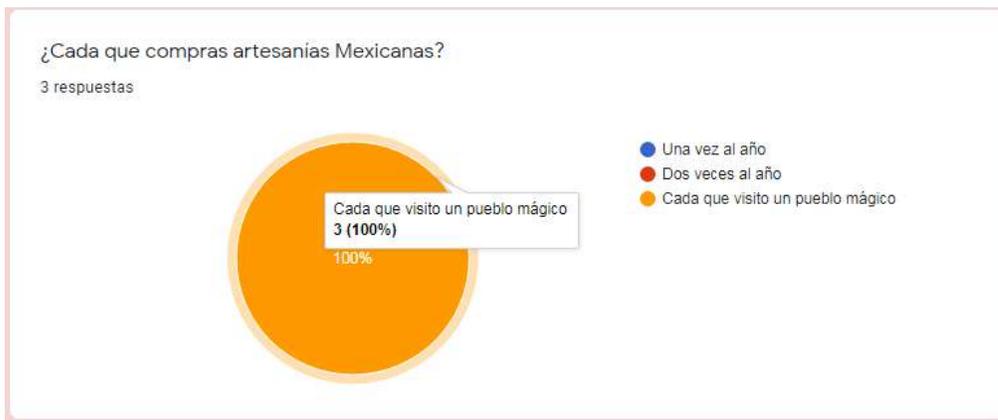
La gráfica once muestra que al 70% de los encuestados les gusta comprar en artesanías lupita ya que consideran que ayudan al comercio local

Gráfica 12 ¿Qué tan importante crees el comercio local?



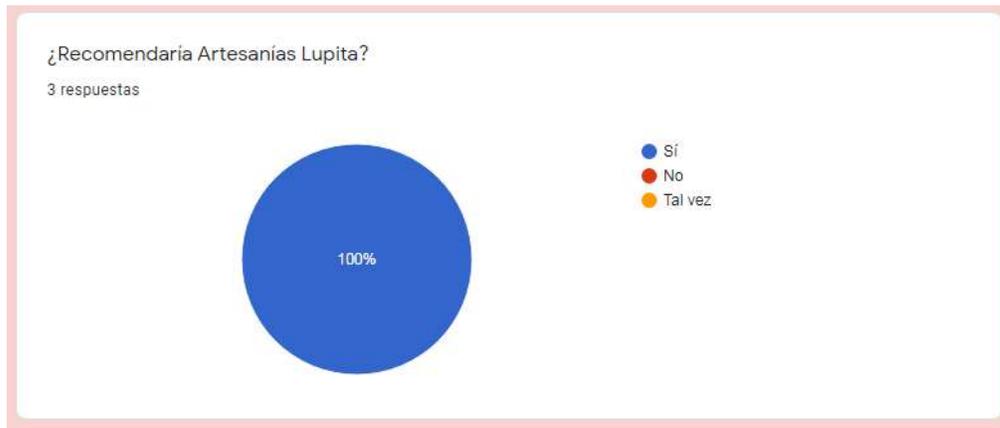
La gráfica doce muestra que para el 100% de los encuestados, el comercio local es muy importante, lo que es bueno ya que así se fomentan más empleos para los artesanos mexicanos

Gráfica 13 ¿Cada que compras artesanías mexicanas?



La gráfica trece dice que el 100% de los encuestados compra artesanías mexicanas normalmente cuando visita pueblos mágicos, lo cual indica que a las personas les gusta llevar recuerdos a sus hogares, amigos o para ellos mismos de sus visitas

Gráfica 14 ¿Recomendarías artesanías Lupita?



La gráfica catorce, muestra que el 100% de los encuestados recomiendan artesanías lupita, lo cual es muy bueno ya que habla del buen trabajo que hace la empresa para hacer que sus clientes queden satisfechos

Encuesta al personal de la empresa

A continuación, se muestra la entrevista realizada mediante una plataforma digital (google formulario) dirigida a la dueña de la empresa, para recabar información acerca del proceso de toma de decisiones de la empresa, estructura de la empresa, estilo de gestión, cultura empresarial y escasez de competencias. De igual manera no se explicarán las gráficas de las preguntas, puesto que solo es una respuesta y por lo tanto hay claridad en cada uno de los resultados. (Véase en el anexo 7)

Preguntas Respuestas 1



ARTESANIAS LUPITA

Esta encuesta es con el fin de recabar información acerca de:

- a) el proceso de toma de decisiones de la empresa,
- b) estructura de la empresa,
- c) estilo de gestión,
- d) cultura empresarial y
- e) escasez de competencias.

Para poder mejorar dentro de la organización.

Pregunta 1. ¿Cuál es el objetivo de la empresa?

¿Cuál es el objetivo de la empresa?

1 respuesta

Dar a conoser nuestra artesanía

Pregunta 2. ¿Qué persona es la que toma las decisiones dentro de la empresa y que puesto tiene?

¿Qué persona es la toma las decisiones dentro de la empresa y qué puesto tiene?

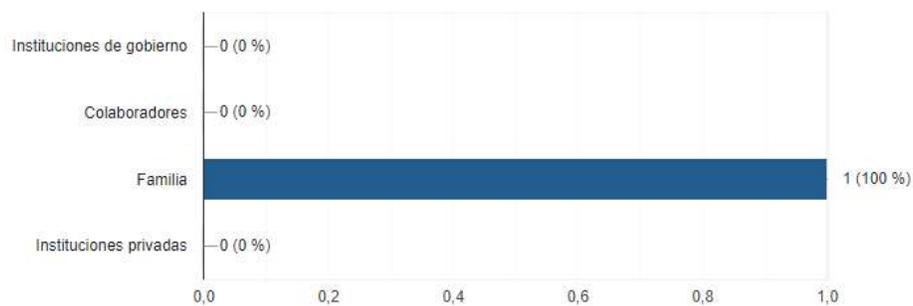
1 respuesta

Sra.guadalupe y es la encargada de la empresa

Pregunta 3. ¿Qué personas han influido en una decisión difícil dentro de la empresa?

¿Qué personas han influido en un decisión difcil dentro de la empresa?

1 respuesta



Pregunta 4. Para mejorar la comercialización de los productos ¿implementaría el uso de medios digitales?

Para mejorar la comercialización de los productos. ¿Implementarian el uso de medios digitales?

1 respuesta



Pregunta 5. ¿Cuáles son las ventajas que tendría utilizar los medios digitales?

¿Cuáles son las ventajas que tendría utilizar los medios digitales?

1 respuesta

Que conoscan nuestro producto y les entérese comprar

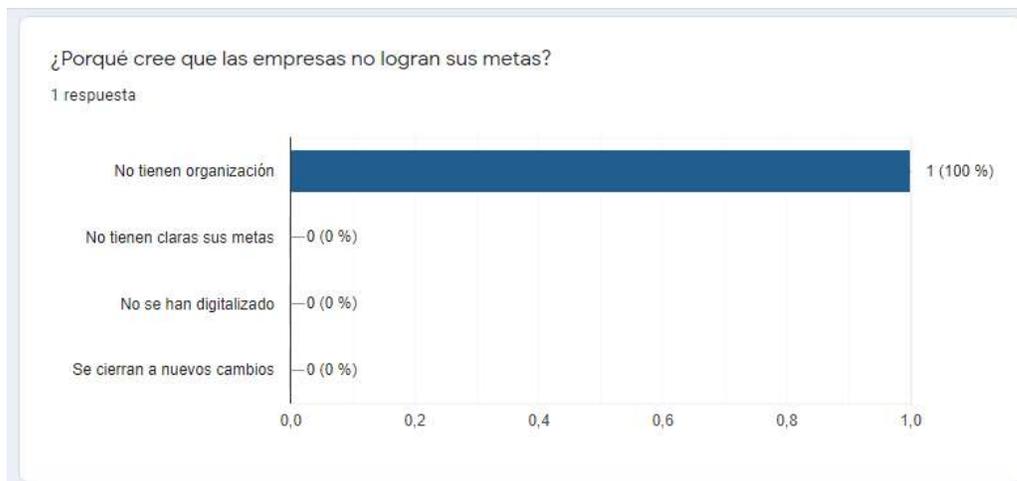
Pregunta 6. ¿Cuáles son las desventajas que tendría utilizar los medios digitales?

¿Cuáles son las desventajas que tendría utilizar los medios digitales?

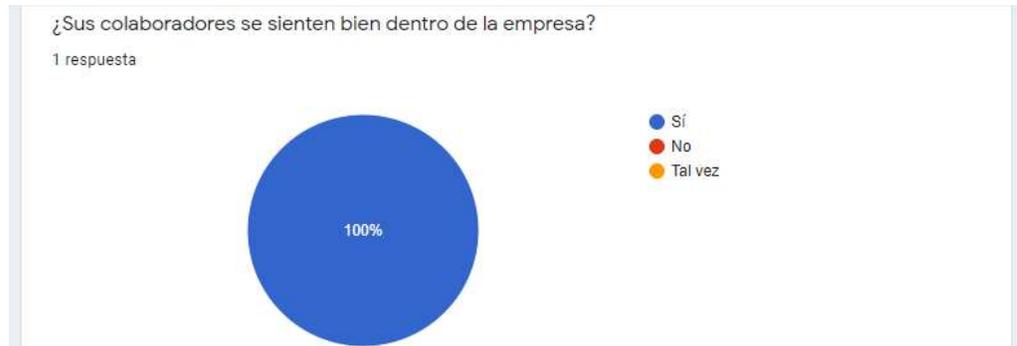
1 respuesta

Que solo sean personas sería y solo quieran conoser y no comprar

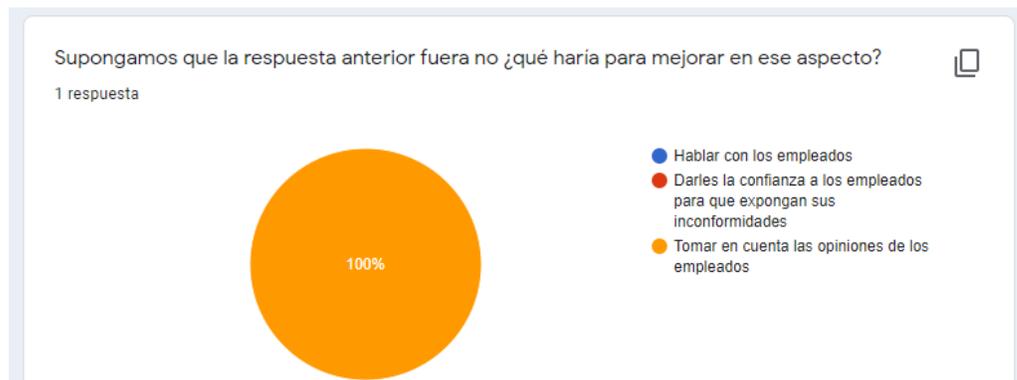
Pregunta 7. ¿Por qué cree que las empresas no logran sus metas?



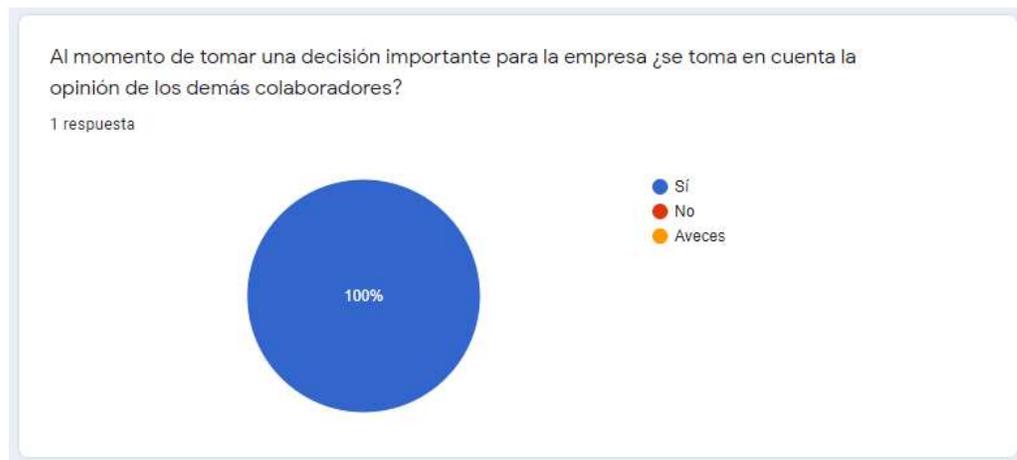
Pregunta 8. ¿Sus colaboradores se sienten bien dentro de la empresa?



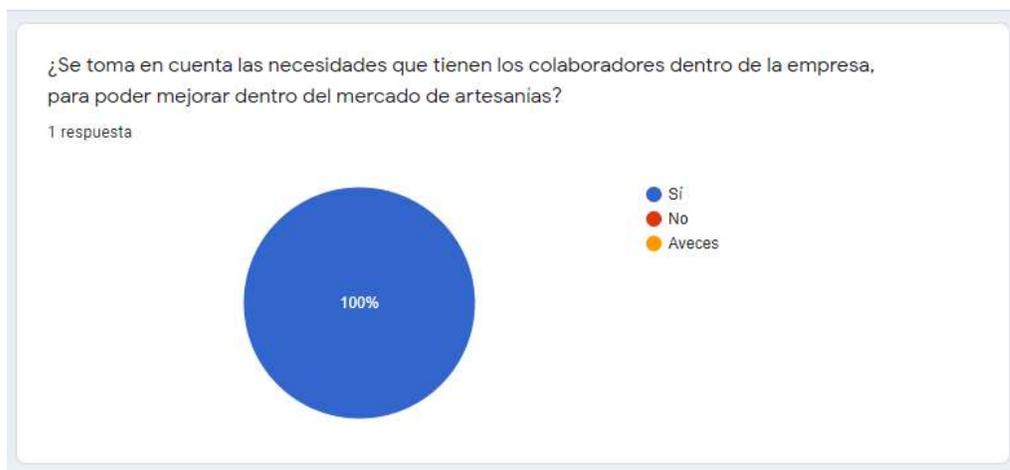
Pregunta 9. Supongamos que las respuestas fueron no ¿Qué haría para mejorar en ese aspecto?



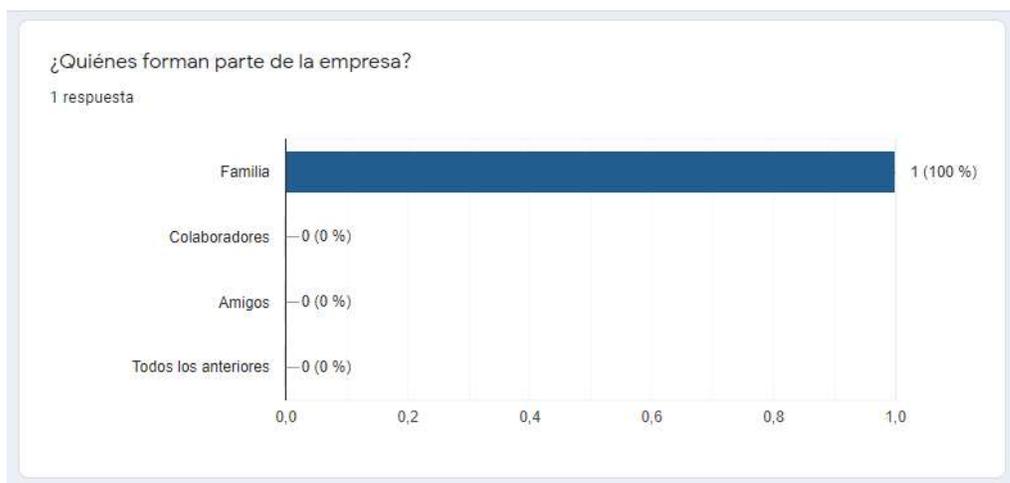
Pregunta 10. Al momento de tener una decisión importante para la empresa ¿se toma en cuenta la opinión de los demás colaboradores?



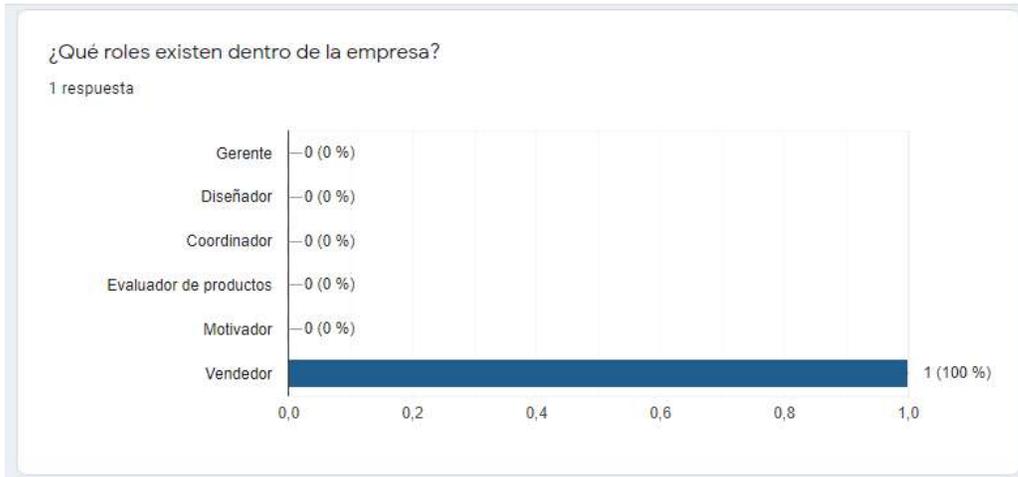
Pregunta 11. ¿Se toma en cuenta las necesidades que tienen los colaboradores dentro de la empresa, para poder mejorar dentro del mercado de artesanías?



Pregunta 12. ¿Quiénes forman parte de la empresa?



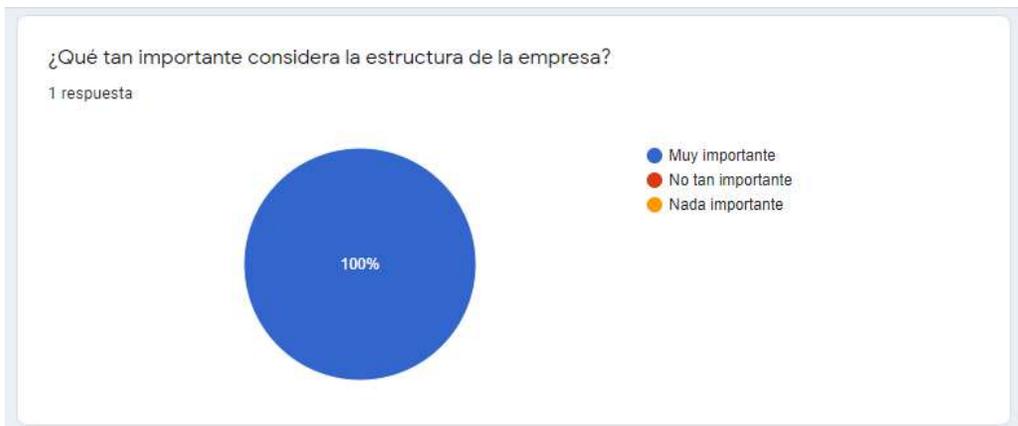
Pregunta 13. ¿Qué roles existen dentro de la empresa?



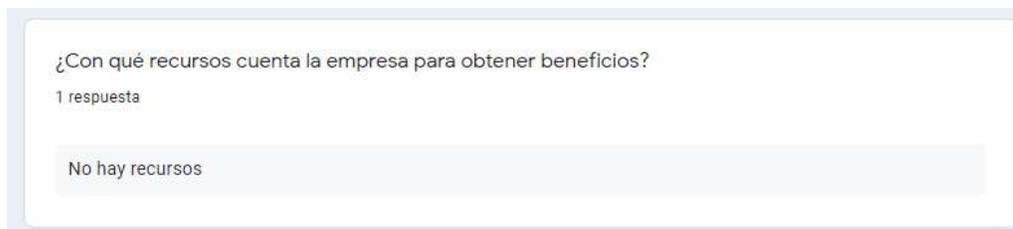
Pregunta 14. ¿Qué roles desempeña cada miembro de la empresa?



Pregunta 15. ¿Qué tan importante considera la estructura de la empresa?



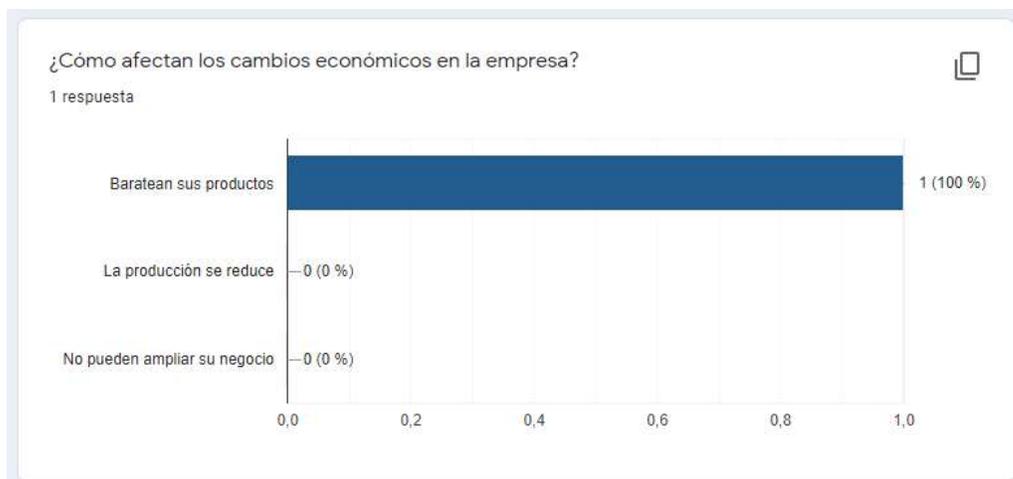
Pregunta 16. ¿Con qué recursos cuenta la empresa para obtener beneficios?



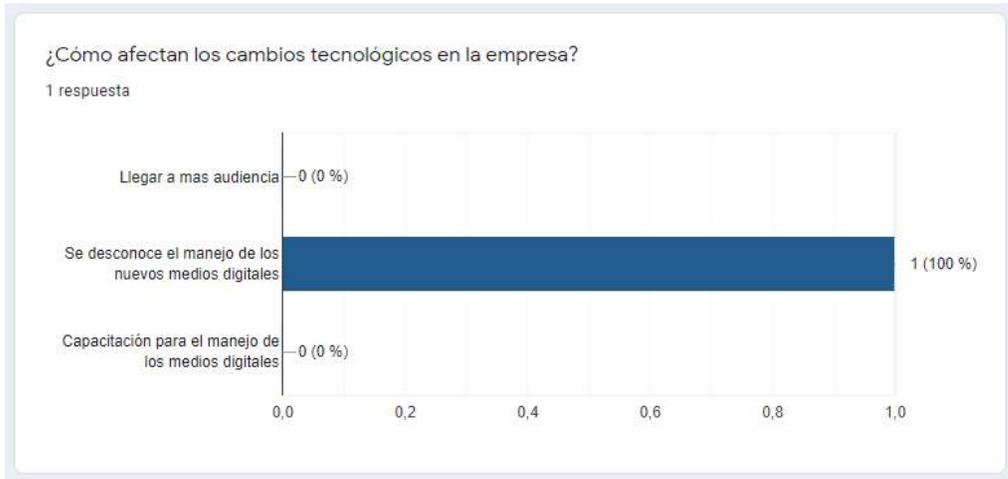
Pregunta 17. ¿De qué manera afronta la empresa los cambios que se están produciendo?



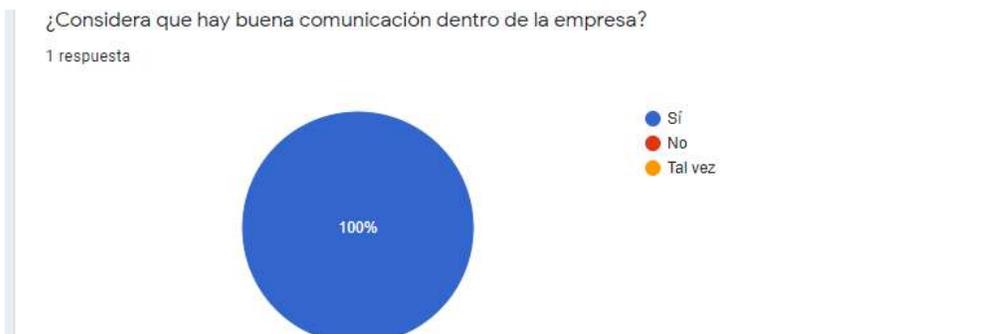
Pregunta 18. ¿Cómo afectan los cambios económicos en la empresa?



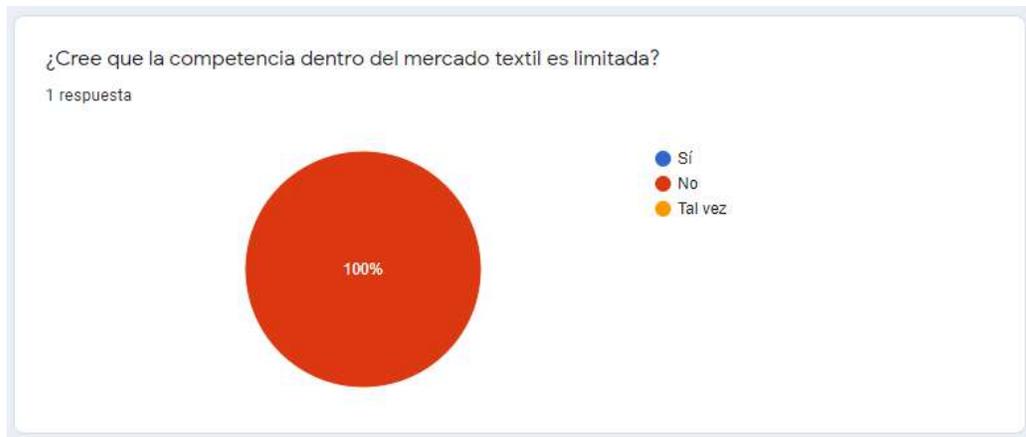
Pregunta 19. ¿Cómo afectan los cambios tecnológicos en la empresa?



Pregunta 20. ¿Considera que hay buena comunicación dentro de la empresa?



Pregunta 21. ¿Cree que la competencia dentro del mercado textil es limitada?



Pregunta 22. ¿Qué tanto afecta la competencia a su empresa? ¿Por qué?

¿Qué tanto afecta la competencia a su empresa? ¿Por qué?

1 respuesta

Mucho porque al tener mismos productos estan a bajo costo y ya no consumen de nuestra empresa

Encuesta sobre atención y servicio al cliente en Artesanías Lupita.

A continuación, se muestra la entrevista realizada mediante una plataforma digital (google formulario) dueña de la empresa, para recabar información acerca la atención y servicio al cliente que se tiene en la empresa. De igual manera no se explicarán las gráficas de las preguntas, puesto que solo es una respuesta y por lo tanto hay claridad en cada uno de los resultados. (Véase en el anexo 8)

Preguntas Respuestas 2 Puntos totales: 0



Sección 1 de 2

Atención al Cliente

Esta encuesta tiene como objetivo mejorar el servicio al cliente en "Artesanías Lupita" para la continuidad del proyecto.

Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en Artesanías Lupita?



Pregunta 2. ¿Cuál fue el caso del servicio al cliente más difícil que has manejado?

¿Cuál fue el caso del servicio al cliente mas difiicil que has manejado?

2 respuestas

- El precio por producto de calidad
- El costo de productos hechos a mano

Pregunta 3. ¿Cuáles son las exigencias de los clientes a la hora de la compra del producto?



Pregunta 4. Describe alguna experiencia buena que tuvo con el cliente.

Describe alguna experiencia muy buena que tuvo con un cliente

2 respuestas

- Valoración de nuestra artesanía
- Valoración de mi artesanía

Pregunta 5. ¿Cuáles son los mayores problemas que se presentan o se han presentado en este tiempo de trabajo?

¿Cuáles son los mayores problemas que se presentan o se le han presentado en este tiempo de trabajo?

2 respuestas

Quejas por precios en producto echos a mano

Afectación por pandemia porque no hay visitas de turismo

Pregunta 6. ¿Cómo tratarías a un cliente enojado?

¿Cómo tratarías a un cliente enojado?

2 respuestas

Con calma y amabilidad y no caer en provocaciones aunque no reciba el mismo trato

Pregunta 7. Tres palabras que elegirían tus amigos y familiares para describirte.

Tres palabras que elegirían tus amigos y familiares para describirte

2 respuestas

Responsable, participativa y creativa

Pregunta 8. ¿Cómo trabajarías en una situación estresante?

¿Cómo trabajas en situaciones estresantes?

2 respuestas

Con actitud y calma para no quedar mal con el cliente

Con inteligencia y responsabilidad

Pregunta 9. ¿Te gusta trabajar en equipo o prefieres trabajar solo?

¿Te gusta trabajar en equipo o prefieres trabajar solo?

2 respuestas



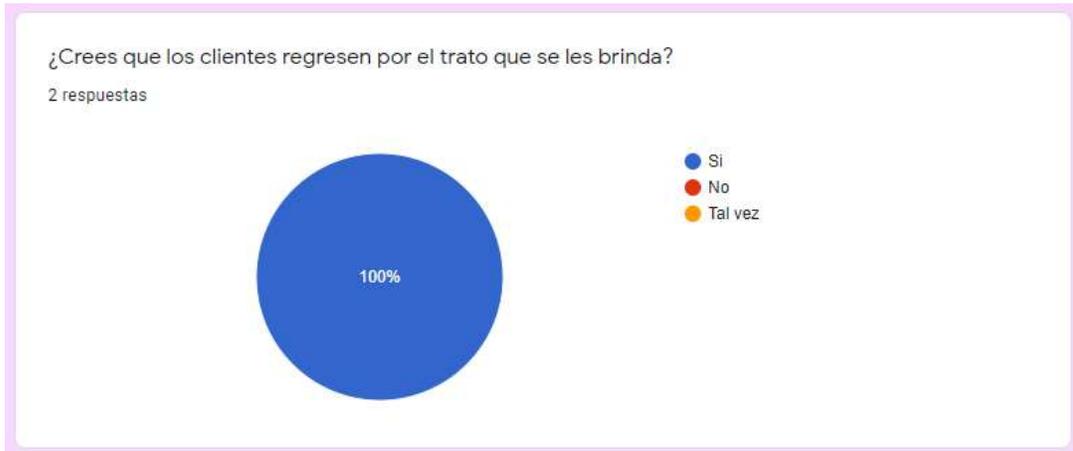
Pregunta 10. Menciona alguna habilidad nueva que has aprendido para mejorar la atención al cliente.

Menciona alguna habilidad nueva que has aprendido para mejorar la atención al cliente

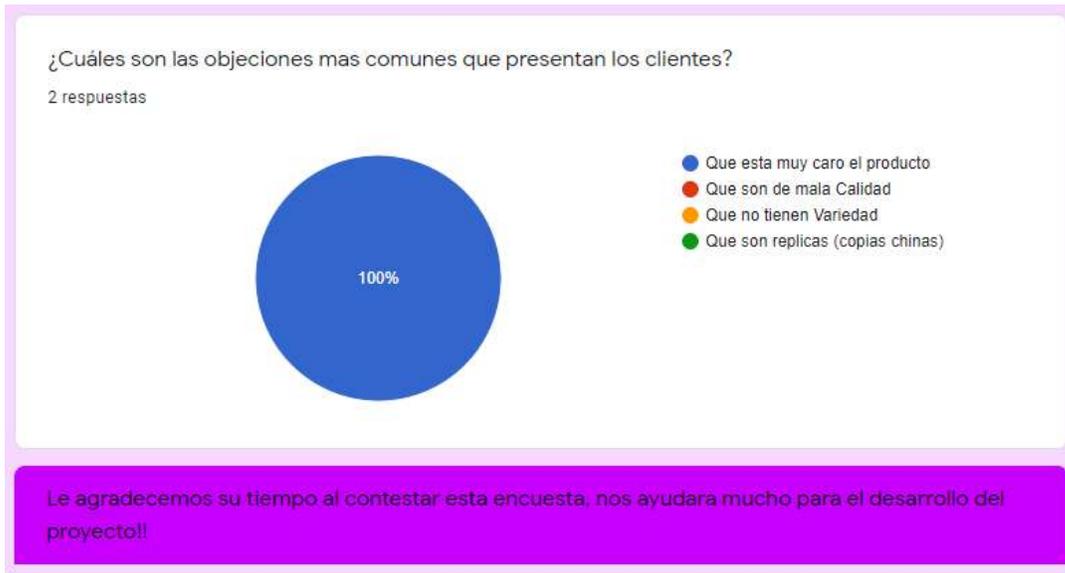
2 respuestas

Comunicación y paciencia

Pregunta 11. ¿Crees que los clientes regresen por el trato que se les brinda?



Pregunta 12. ¿Cuáles son las objeciones más comunes que presentan los clientes?



Formato “Formulario de consentimiento e imagen del entrevistador junto al entrevistado”

A continuación, se muestran las evidencias de las entrevistas los consumidores de Artesanías Lupita.



Imagen 10.41.
Evidencia entrevistado.



Imagen 10.42.
Evidencia entrevistado.



Imagen 10.43. Evidencia
entrevistado.

ARTESANÍAS LUPITA



Imagen 10.44. Evidencia del negocio.

Cartas de consentimiento a los entrevistados

En las siguientes imágenes se muestran las cartas de consentimiento firmadas por los entrevistados, donde aprueban el uso de su imagen, así como de la información proporcionada.



FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA



Por este medio, declaro que se me ha informado que el proyecto que se realiza en el negocio, ARTESANIAS LUPITA. Como parte del desarrollo del Programa Global Digital Talent-Aldeas Digitales, tiene por objetivo general: "Promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación" y como objetivo particular, el desarrollo del proyecto para el negocio.

Se me ha explicado que forman parte del equipo de trabajo los estudiantes: Zaira Jamileti Duran Tavera, Janet Esmeralda Hernández Rodríguez, Nancy Gpe. Rodríguez Rodríguez, Ana Itzel Vázquez Peñate y el(los) asesor(es) Cristhian Joel Tinoco Aguilar, y que ellos están trabajando en el proyecto de Transformación Digital con dicho negocio, en la etapa de Evaluación de Madurez Digital, por lo que se requiere realizar diversas sesiones de entrevistas, con el propósito de analizar la información para el desarrollo del proyecto.

Se me ha explicado, que pertenezco al grupo seleccionado para el estudio y que los estudiantes recurrirán a mí para entrevistarme acerca de las actividades desarrolladas en el negocio. Para lo cual me comprometo a contestar dicha entrevista con detenimiento, de manera veraz y oportuna según las preguntas.

Se me explicó también que el equipo de trabajo puede recurrir a mí después de haber contestado la entrevista si existiera duda en el momento del análisis de la información recabada. Entiendo que los resultados de este estudio ayudarán a generar una mejor evaluación de madurez digital del negocio descrito anteriormente y una mejor propuesta de transformación digital, por lo que autorizo la publicación de los resultados de mi estudio a condición de que en todo momento se mantendrá respeto profesional y que lo que señale como CONFIDENCIAL, no será publicado.

Se me ha asegurado que puedo preguntar hasta mi complacencia todo lo relacionado con el estudio y mi participación en él, también se me ha garantizado que resolveré cualquier duda acerca de los procedimientos, beneficios y otros asuntos relacionados con el proyecto.

Se me aclaró que no tengo que hacer ningún aporte económico a la investigación ni para participar en ella ni terminada la misma. Entiendo que mi participación es voluntaria y que no obtendré por ella ningún pago ni monetario ni en especie.

Con fecha 02/09/21 habiendo comprendido lo anterior y una vez que se me aclararon todas las dudas que surgieron con respecto a mi participación en el proyecto, yo, Emilio Villalobos Beltrán, acepto participar en el proyecto y doy consentimiento para grabar/transcribir/analizar y reproducir las entrevistas (total o parcialmente) para fines del proyecto cuyos resultados se darán a conocer al negocio descrito anteriormente.

Entiendo que dicha información será utilizada para los fines del proyecto y podrá ser compartida con el personal relacionado con el Global Digital Talent Program de la Universidad Tecnológica de Querétaro, así como el personal de la Secretaría de la Juventud del Estado de Querétaro y Alibaba Group que esté relacionado con el Global Digital Talent Program, exceptuando aquella información que señale como CONFIDENCIAL.

Nombre del entrevistado: Emilio Villalobos Beltrán

Firma

voluntad • conocimiento • servicio



Av. Pie de la Cuesta No. 3301 Col. Unidad Nacional

El presente documento se extiende por duplicado, quedando un ejemplar en poder del entrevistado y el otro en poder del equipo del proyecto, así mismo es obligatorio integrar al portafolio de evidencias del proyecto la copia electrónica de este documento. Queda entendido que la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UTEQ, Alibaba Group o SEJUVE podrán requerir este documento en cuanto lo consideren necesario. Este documento deberá ser conservado por el equipo responsable durante su participación en el Programa hasta que dicha participación sea concluida.



Imagen 10.45. Carta de consentimiento.



UTEQ
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE QUERÉTARO

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA



Por este medio, declaro que se me ha informado que el proyecto que se realiza en el negocio, ARTESANIAS LUPITA. Como parte del desarrollo del Programa Global Digital Talent-Aldeas Digitales, tiene por objetivo general: "Promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación" y como objetivo particular, el desarrollo del proyecto para el negocio.

Se me ha explicado que forman parte del equipo de trabajo los estudiantes: Zaira Jamilett Duran Tavera, Janet Esmeralda Hernández Rodríguez, Nancy Gpe. Rodríguez Rodríguez, Ana Itzel Vázquez Peñate y el(los) asesor(es) Cristhian Joel Tinoco Aguilar, y que ellos están trabajando en el proyecto de Transformación Digital con dicho negocio, en la etapa de Evaluación de Madurez Digital, por lo que se requiere realizar diversas sesiones de entrevistas, con el propósito de analizar la información para el desarrollo del proyecto.

Se me ha explicado, que pertenezco al grupo seleccionado para el estudio y que los estudiantes recurrirán a mí para entrevistarme acerca de las actividades desarrolladas en el negocio. Para lo cual me comprometo a contestar dicha entrevista con detenimiento, de manera veraz y oportuna según las preguntas.

Se me explicó también que el equipo de trabajo puede recurrir a mí después de haber contestado la entrevista si existiera duda en el momento del análisis de la información recabada. Entiendo que los resultados de este estudio ayudarán a generar una mejor evaluación de madurez digital del negocio descrito anteriormente y una mejor propuesta de transformación digital, por lo que autorizo la publicación de los resultados de mi estudio a condición de que en todo momento se mantendrá respeto profesional y que lo que señale como CONFIDENCIAL, no será publicado.

Se me ha asegurado que puedo preguntar hasta mi complacencia todo lo relacionado con el estudio y mi participación en él, también se me ha garantizado que resolveré cualquier duda acerca de los procedimientos, beneficios y otros asuntos relacionados con el proyecto.

Se me aclaró que no tengo que hacer ningún aporte económico a la investigación ni para participar en ella ni terminada la misma. Entiendo que mi participación es voluntaria y que no obtendré por ella ningún pago ni monetario ni en especie.

Con fecha 02/09/21 habiendo comprendido lo anterior y una vez que se me aclararon todas las dudas que surgieron con respecto a mi participación en el proyecto, yo, Carolina Guevara Muñoz, acepto participar en el proyecto y doy consentimiento para grabar/transcribir/analizar y reproducir las entrevistas (total o parcialmente) para fines del proyecto cuyos resultados se darán a conocer al negocio descrito anteriormente.

Entiendo que dicha información será utilizada para los fines del proyecto y podrá ser compartida con el personal relacionado con el Global Digital Talent Program de la Universidad Tecnológica de Querétaro, así como el personal de la Secretaría de la Juventud del Estado de Querétaro y Alibaba Group que esté relacionado con el Global Digital Talent Program, exceptuando aquella información que señale como CONFIDENCIAL.

Nombre del entrevistado: Carolina Guevara Muñoz

Firma

voluntad • conocimiento • servicio



Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional.

Querétaro, Qro. C.P. 76148. Tel. 442 200 2000 ext. 200

El presente documento se extiende por duplicado, quedando un ejemplar en poder del entrevistado y el otro en poder del equipo del proyecto, así mismo es obligatorio integrar al portafolio de evidencias del proyecto la copia electrónica de este documento. Queda entendido que la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UTEQ, Alibaba Group o SEJUVE podrán requerir este documento en cuanto lo consideren necesario. Este documento deberá ser conservado por el equipo responsable durante su participación en el Programa hasta que dicha participación sea concluida.



SECRETARÍA
DE EDUCACIÓN

Imagen 10.46. Carta de consentimiento.



FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA



Por este medio, declaro que se me ha informado que el proyecto que se realiza en el negocio, ARTESANIAS LUPITA. Como parte del desarrollo del Programa Global Digital Talent-Aldeas Digitales, tiene por objetivo general: "Promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación" y como objetivo particular, el desarrollo del proyecto para el negocio.

Se me ha explicado que forman parte del equipo de trabajo los estudiantes: Zaira Jamilett Duran Tavera, Janet Esmeralda Hernández Rodríguez, Nancy Gpe. Rodríguez Rodríguez, Ana Itzel Vázquez Peñate y el(los) asesor(es) Crithian Joel Tinoco Aguilar, y que ellos están trabajando en el proyecto de Transformación Digital con dicho negocio, en la etapa de Evaluación de Madurez Digital, por lo que se requiere realizar diversas sesiones de entrevistas, con el propósito de analizar la información para el desarrollo del proyecto.

Se me ha explicado, que pertenezco al grupo seleccionado para el estudio y que los estudiantes recurrirán a mí para entrevistarme acerca de las actividades desarrolladas en el negocio. Para lo cual me comprometo a contestar dicha entrevista con detenimiento, de manera veraz y oportuna según las preguntas.

Se me explicó también que el equipo de trabajo puede recurrir a mí después de haber contestado la entrevista si existiera duda en el momento del análisis de la información recabada. Entiendo que los resultados de este estudio ayudarán a generar una mejor evaluación de madurez digital del negocio descrito anteriormente y una mejor propuesta de transformación digital, por lo que autorizo la publicación de los resultados de mi estudio a condición de que en todo momento se mantendrá respeto profesional y que lo que señale como CONFIDENCIAL, no será publicado.

Se me ha asegurado que puedo preguntar hasta mi complacencia todo lo relacionado con el estudio y mi participación en el, también se me ha garantizado que resolveré cualquier duda acerca de los procedimientos, beneficios y otros asuntos relacionados con el proyecto.

Se me aclaró que no tengo que hacer ningún aporte económico a la investigación ni para participar en ella ni terminada la misma. Entiendo que mi participación es voluntaria y que no obtendré por ella ningún pago ni monetario ni en especie.

Con fecha 02/09/21 habiendo comprendido lo anterior y una vez que se me aclararon todas las dudas que surgieron con respecto a mi participación en el proyecto, yo, María Cárdenas Olvera, acepto participar en el proyecto y doy consentimiento para grabar/transcribir/analizar y reproducir las entrevistas (total o parcialmente) para fines del proyecto cuyos resultados se darán a conocer al negocio descrito anteriormente.

Entiendo que dicha información será utilizada para los fines del proyecto y podrá ser compartida con el personal relacionado con el Global Digital Talent Program de la Universidad Tecnológica de Querétaro, así como el personal de la Secretaría de la Juventud del Estado de Querétaro y Alibaba Group que esté relacionado con el Global Digital Talent Program, exceptuando aquella información que señale como CONFIDENCIAL.

Nombre del entrevistado: María Cárdenas Olvera


Firma

voluntad • conocimiento • servicio



Av. Pie de la Cuesta No. 2201 Col. Unidad Nacional
Querétaro, Qro. C.P. 76146. Tel: (443) 578 41 00 al 04

El presente documento se extiende por duplicado, quedando un ejemplar en poder del entrevistado y el otro en poder del equipo del proyecto, así mismo es obligatorio integrar al portafolio de evidencias del proyecto. La copia electrónica de este documento queda entendido que la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UTEQ, Alibaba Group o SEJUVE podrán requerir este documento en cuanto lo consideren necesario. Este documento deberá ser conservado por el equipo responsable durante su participación en el Programa hasta que dicha participación sea concluida.



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

Imagen 10.47. Carta de consentimiento.

Guía de preguntas para el entrevistado

A continuación, se muestra el formato de guía de preguntas que se utilizó para encuestar a los clientes potenciales. (Véase en el anexo 9)

Resumen de respuestas de los clientes potenciales

De acuerdo a la información recaudada en las encuestas y entrevistas, la mayoría de los clientes potenciales entran en el rango de edades estimadas, donde más del 80% son mujeres, de los cuales la mayor parte se encuentra ubicada en la ciudad de Querétaro. De igual manera la mayor parte de los encuestados ha visitado Amealco con un 69%, otro punto a notar es que más del 80% de los encuestados consideran las artesanías son patrimonio cultural del país, eso hace que más del 90% de los encuestados hayan comprado por lo menos una artesanía, sin duda las artesanías que más destacan son los recuerdos y los accesorios.

Aunque la mayoría no ubicaba el nombre o lugar de la empresa, se pudo notar que la mayoría de los encuestados buscan diseños en el producto, algo que destaca en los productos de la empresa. Otra cosa la cual coincidió con las respuestas de los entrevistados y encuestados, fue en el rango de precios, ya que los clientes están dispuestos a pagar entre 100 a 300 pesos, también otra cosa la cual se detectó, fue que la mayoría de los entrevistados compran una artesanía cada que visitan un pueblo mágico.

También se logró detectar la oportunidad de transformación digital, ya que la mayoría de las personas les gustaría comprar artesanías por medio de redes sociales o cualquier otro medio digital. De igual forma las propuestas dadas a la empresa recibieron buenas reacciones, ya que a la mayoría le gustaría pagar de manera electrónica, lo cual beneficiaría mucho a la empresa.

Carta del asesor de estadía

En este apartado el asesor de grupo Alibaba, confirma que se corroboró la integridad, veracidad y relevancia del contenido presentado en el portafolio.



CARTA CONFIRMACIÓN DEL PROFESOR

NOMBRE DEL PROFESOR RESPONSABLE DE GDT:	Christian Joel Aguilar Tinoco
NOMBRES DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO:	Zaira Jamilett Duran Tavera Janet Esmeralda Hernandez Rodriguez Nancy Guadalupe Rodriguez Rodriguez Ana Itzel Vázquez Peñate
MODALIDAD:	Estadías
NOMBRE DE LA EMPRESA:	Artesanías Lupila
FECHA DE REVISIÓN:	02 de Agosto

FACTORES A EVALUAR:

FACTOR	CUMPLIMIENTO (SI/NO)
1. Integridad Todos los materiales necesarios para cada una de las tareas se deberán añadirse al portafolio, considerando que si falta algún elemento del check list no será aprobado.	Si
2. Veracidad – la veracidad de cualquier trabajo presentado en el portafolio es verificable. Un portafolio en el que el candidato a GDT no pueda sustentar la veracidad de algún elemento de su trabajo no será aprobado. Se espera que las instituciones mantengan un estándar de integridad académica con respecto al plagio, la falsificación y el engaño, y que no acepten ningún trabajo que presente alguno de estos problemas.	Si
3. Relevancia – todo el contenido presentado en el portafolio (incluyendo, por ejemplo preguntas de las entrevistas, videos, presentaciones, informes, etc.) debe ser relevante para las tareas y los temas para los que se presenta. Un portafolio con contenido que no sea directamente relevante para la tarea para la que se presenta no será aprobado.	Si
FIRMA DEL PROFESOR RESPONSABLE	

voluntad • conocimiento • servicio



Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional,
Querétaro, Qro., C.P. 76148. Tels.: [442] 209 61 00 al 04
www.uteq.edu.mx



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

Propuesta de transformación digital a la empresa.

La incorporación de las tecnologías digitales y la aplicación del Internet, generó un cambio sin precedentes en las economías y sociedades. El objetivo es optimizar los procesos, mejorar su competitividad y ofrecer un nuevo valor añadido a sus clientes. Adaptarse a estas realidades no es una tarea fácil y se debe afrontar el gran reto de repensar, reformar, reestructurar, reformular, procesos y estructuras que permitan enfrentar esta “nueva” situación buscando oportunidades que ayuden a priorizar acciones en este campo.

Propuesta:

De acuerdo al análisis de la información interna, se da una propuesta externa a la empresa sobre la manufactura inteligente. La cual consiste en la **preventa de los productos en eventos o festivales de alto consumo.**

Justificación de la propuesta

Esta propuesta va de la mano con las 3 iniciativas anteriores ya que el comercio electrónico fuerza inversamente la transformación de toda la cadena de suministro y la industria de la manufactura. La cadena de suministros flexible respalda el éxito de la economía de las celebridades.

Es beneficioso puesto que reduce el stock del producto, ya que se pone en preventa los productos que ofrece Artesanías Lupita para algún evento o festival, lo que ocasiona que ya no quede producto rezagado, generando que se bajen los costos y se pierda la inversión del producto.

Al momento que se realice la preventa se puede tener un poco más de organización, ahorro de materiales y mano de obra para desarrollar de manera más eficiente y segura los productos. Y así ya no se tendrán que producir grandes lotes del producto, si no, solo lo necesario, igualmente en caso de que la persona

no asista al evento o festival, se podrá enviar a su residencia el producto adquirido.

La manufactura inteligente puede ayudar a los consumidores a la personalización de los productos eligiendo un color, forma, tamaño, etc. que sea de su agrado.

Esto hace que le dé un plus al comercio sobre la competencia ya que se toma en cuenta las necesidades o deseos de los clientes.

Video de la presentación presentado a la empresa incluyendo retroalimentación de la propuesta

<https://youtu.be/ciznCESgi-M>



Imagen 10.48. Evidencia de la presentación del video.

Evidencias del formato consentimiento

 **FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA**

Por este medio, declaro que se me ha informado que el proyecto que se realiza en el negocio Artesanías Lupita como parte del desarrollo del Programa Global Digital Talent-Aldeas Digitales, tiene por objetivo general: "Promover la transformación digital y el desarrollo inclusivo a través de la Educación" y como objetivo particular, el desarrollo del proyecto para el negocio Artesanías Lupita.

Se me ha explicado que forman parte del equipo de trabajo los estudiantes: Zaira Duran, Janet Hernández, Nancy Rodríguez y Ana Vázquez y el(los) asesor(es) Christian Aguilar y Erica Morales, y que ellos están trabajando en el proyecto de Transformación Digital con dicho negocio, en la etapa de Evaluación de Madurez Digital, por lo que se requiere realizar diversas sesiones de entrevistas, con el propósito de analizar la información para el desarrollo del proyecto.

Se me ha explicado, que pertenezco al grupo seleccionado para el estudio y que los estudiantes recurrirán a mí para entrevistarme acerca de las actividades desarrolladas en el negocio. Para lo cual me comprometo a contestar dicha entrevista con detenimiento, de manera veraz y oportuna según las preguntas.

Se me explicó también que el equipo de trabajo puede recurrir a mí después de haber contestado la entrevista si existiera duda en el momento del análisis de la información recabada. Entiendo que los resultados de este estudio ayudarán a generar una mejor evaluación de madurez digital del negocio descrito anteriormente y una mejor propuesta de transformación digital, por lo que autorizo la publicación de los resultados de mi estudio a condición de que en todo momento se mantendrá respeto profesional y que lo que señale como CONFIDENCIAL, no será publicado.

Se me ha asegurado que puedo preguntar hasta mi complacencia todo lo relacionado con el estudio y mi participación en el, también se me ha garantizado que resolveré cualquier duda acerca de los procedimientos, beneficios y otros asuntos relacionados con el proyecto.

Se me aclaró que no tengo que hacer ningún aporte económico a la investigación ni para participar en ella ni terminada la misma. Entiendo que mi participación es voluntaria y que no obtendré por ella ningún pago ni monetario ni en especie.

Con fecha _____, habiendo comprendido lo anterior y una vez que se me aclararon todas las dudas que surgieron con respecto a mi participación en el proyecto, yo, C. Erica Esteban Bernabe, acepto participar en el proyecto y doy consentimiento para grabar/transcribir/analizar y reproducir las entrevistas (total o parcialmente) para fines del proyecto cuyos resultados se darán a conocer al negocio descrito anteriormente.

Entiendo que dicha información será utilizada para los fines del proyecto y podrá ser compartida con el personal relacionado con el Global Digital Talent Program de la Universidad Tecnológica de Querétaro, así como el personal de Secretaría de la Juventud del Estado de Querétaro y Alibaba Group que esté relacionado con el Global Digital Talent Program, exceptuando aquella información que señale como CONFIDENCIAL.

Nombre del entrevistado: Erica Esteban Bernabe
Puesto: _____
Firma: 

El presente documento se extiende por duplicado, quedando un ejemplar en poder del entrevistado y el otro en poder del equipo del proyecto, así mismo es obligatorio integrar al portafolio de evidencias del proyecto la copia electrónica de este documento. Queda entendido que la Dirección de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la UTEQ, Alibaba Gr

Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional,
Querétaro, Gro. C.P. 76146, Tels: (442) 209 61 00 al 04
www.uteq.edu.mx



Imagen 10.49. Evidencia del formato de consentimiento.

Resumen de la retroalimentación de la empresa.

La empresaria mostro agrado hacia las estrategias que se buscan implementar en el negocio, puesto que ella vio que faltaba actualizar más su empresa tecnológicamente, de igual manera realizo varias preguntas como ¿Qué estrategia era mejor para la empresa?, ¿Cuándo se emplearían?, ¿si le daríamos cimiento?, ¿Qué si el equipo la seguía apoyando en cuestión de implementar las estrategias?, entre otras. Finalmente agradeció el tiempo que se trabajó con la empresa, por mantenerla al tanto de las cosas que se estaban llevando a cabo.

Informe del proceso

A continuación, se muestra un resumen de las reflexiones, debates, conclusiones y decisiones del equipo.

De acuerdo a lo investigado se llegó a la conclusión que Artesanías Lupita podría implementar la manufactura inteligente en su empresa como la preventa en eventos o ferias de gran importancia de venta, esto con el fin de poder digitalizarse más y así poder expandir su mercado, ahorro de mano de obra, evitar productos rezagados, facilitar la venta de sus productos a mayor escala, migrando a lo que son plataformas digitales, pago electrónico (VISA, MASTERCARD, MERCADO PAGO, etc.).

La empresa y los productos tienen un gran potencial de comercialización, lo cual genera que los productos se han más atractivos para las personas, puesto que se facilita la compra y entrega de los mismos. Lo cual podría generar una demanda sobre estos productos.

El equipo espera seguir trabajando con la empresa en la segunda etapa, puesto que la artesana está dispuesta a implementar cada una de las estrategias presentadas y seguir trabajando en conjunto con el equipo.

Carta de confirmación del asesor GDT.

En este documento el asesor confirma que se corroboró la integridad, veracidad y relevancia del contenido presentado en el portafolio.



CARTA CONFIRMACIÓN DEL PROFESOR

NOMBRE DEL PROFESOR RESPONSABLE DE GDT:	Christian Joel Aguilar Tinoco
NOMBRES DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO:	Zaira Jamilett Duran Tavera Janet Esmeralda Hernandez Rodríguez Nancy Guadalupe Rodríguez Rodríguez Ana Itzel Vázquez Peñate
MODALIDAD:	Estadías
NOMBRE DE LA EMPRESA:	Artesanías Lupita
FECHA DE REVISIÓN:	13 de Agosto

FACTORES A EVALUAR:

FACTOR	CUMPLIMIENTO (SI/NO)
1. Integridad	
Todos los materiales necesarios para cada una de las tareas se deberán añadirse al portafolio, considerando que si falta algún elemento del check list no será aprobado.	Si
2. Veracidad – la veracidad de cualquier trabajo presentado en el portafolio es verificable. Un portafolio en el que el candidato a GDT no pueda sustentar la veracidad de algún elemento de su trabajo no será aprobado. Se espera que las instituciones mantengan un estándar de integridad académica con respecto al plagio, la falsificación y el engaño, y que no acepten ningún trabajo que presente alguno de estos problemas.	Si
3. Relevancia – todo el contenido presentado en el portafolio (incluyendo, por ejemplo preguntas de las entrevistas, videos, presentaciones, informes, etc.) debe ser relevante para las tareas y los temas para los que se presenta. Un portafolio con contenido que no sea directamente relevante para la tarea para la que se presenta no será aprobado.	Si
FIRMA DEL PROFESOR RESPONSABLE	

voluntad • conocimiento • servicio



Av. Pie de la Cuesta No. 2501 Col. Unidad Nacional,
Querétaro, Qro., C.P. 76148, Tels.: [442] 209 61 00 al 04
www.uteq.edu.mx



Evaluación de Madurez Digital Final

A continuación, se muestra los resultados obtenidos de madurez digital de la empresa simulando que las estrategias que se sugirieron ya se implementaron, para ver como mejoraría digitalmente la empresa.

Tabla. 10.50. Madurez digital final.

Instrucciones: Vacíe datos sólo en los espacios en color gris	
	¿Tiene la empresa?
DIMENSION 1 Operación Interna	
1. Control de Inventarios o catálogo de servicios	Si
2. Gestión de créditos y cobranza	Si
3. Contabilidad electrónica	Si
4. Nóminas	No
5. Facturación	No
6. Punto de venta	Si
7. Administración de proyectos	Si
8. Control de calidad	Si
9. Control de procesos o manufactura	Si
10. CRM (Gestión de la Relación con los clientes)	Si
Total Dimensión 1	8
DIMENSION 2 Activos para comercio digital	
2.1 Anuncia (solo anuncia) sus productos a través de:	Si
2.2 ¿Utilizas alguna aplicación para apoyo a tus procesos de comercialización	Si
2.3 Vende (cierra la venta) de sus productos a través de (MENSAJERÍA):	Si
2.4 Vende (cierra la venta) de sus productos a través de (PLATAFORMAS):	Si
Total Dimensión 2	11
DIMENSIÓN 3 Marca y marketing digital	
3.1 ¿Cuál es la principal propuesta de valor de la marca o del producto?	Productos diferenciados
3.2 Indique cuál de las siguientes afirmaciones es la que aplica a su marca:	Aunque tiene tiempo, la marca aún no es reconocida
3.3 ¿Conoce quiénes son sus clientes...?	Lo sabemos con certeza
3.4 inversión en Marketing Digital:	Tenemos una partida y un plan anual de Marketing Digital
Total Dimensión 3	13
DIMENSIÓN 4 Estructura organizacional de comercio digital	
4.1 Activos humanos	
Las ventas en línea las maneja una agencia externa	Si
Contamos con personal especializado en ventas en línea	Si
Contamos con personal bilingüe de atención al cliente	NO
Contamos con personal interno de comercio exterior	NO

Contamos con personal interno especializado para Marketing Digital	Si	
Tenemos un plan permanente de capacitación en temas digitales	Si	
Total Dimensión 4.1		4
4.2 Asociados estrategicos		
Empresa de paquetería (UPS, FedEx, DHL, Estafeta, entre otros)	Si	
Distribuidores en el extranjero	Si	
Agente aduanal	Si	
Otros prestadores de servicios para la comercialización	NO	
Total Dimensión 4.2		3
4.3 Logística y atención al cliente		
Procesos de seguimiento de pedidos digitales	Si	
Procesos de atención al cliente en línea	Si	
Procesos para envíos	Si	
Plataformas seguras de pago para pedidos digitales	Si	
Proceso para devoluciones de pedidos digitales	NO	
Políticas de venta en línea	Si	
Términos y condiciones de venta en línea	Si	
Total Dimensión 4.3		6
DIMENSIÓN 5 Sistemas de Pagos		
5.1 Formas de pago		
Efectivo/Cheques	Si	
PayPal.	NO	
Tarjetas de crédito/débito.	Si	
Cargo contra entrega	Si	
Pago con el móvil (NFC) (Apple Pay, Samsung Pay Google Pay)	Si	
Otras Apps de pagos como MercadoPago	Si	
Criptomonedas.	NO	
Transferencias bancarias y/o SPEI	Si	
Otros sistemas de pago digitales	NO	
Total Dimensión 5		5
TOTAL		50

XI. Resultados obtenidos y su Análisis

A continuación, se presentan los resultados obtenidos del proyecto.

Tabla 10.51. Resultados y análisis.

Objetivos	Resultados y Análisis
<p>Evaluar el nivel de madurez digital de la empresa “Artesanías Lupita” a través investigación documental y de campo utilizando herramientas como análisis político, económico, social y tecnológico, customer persona canvas, Buyer persona.</p>	<p>Para evaluar el nivel de madurez digital de la empresa Artesanías Lupita, se realizó un análisis PESTEL, un Customer persona del cliente actual y uno sobre el cliente potencial de la empresa, encuestas sobre la organización, empleados, clientes y dueños de la empresa. La cual sirvió para evaluar el nivel de madurez digital de la empresa.</p>
<p>Desarrollar una propuesta de transformación digital de la empresa Artesanías Lupita (carrito artesanal/textil) a partir de la evaluación de su madurez digital y la aplicación de herramientas metodológicas adecuada para contribuir en el desarrollo económico de “Artesanías Lupita” y su comunidad.</p>	<p>Para desarrollar la propuesta de transformación digital de la empresa Artesanías Lupita se realizó una encuesta de evaluación de madurez digital para poder conocer las necesidades y carencias tecnológicas de la empresa. La cual sirvió de estudio para el desarrollo de la propuesta de transformación digital. La cual es implementar la manufactura inteligente:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - La preventa de los productos en eventos, días festivos, o ferias artesanales de mayor importancia, teniendo como beneficio que el cliente pueda personalizar su producto eligiendo el color, forma, tamaño a su agrado, esto le da un plus sobre la competencia ya que se toman en cuenta las necesidades y deseos del cliente, el ahorro de mano de obra y materiales, evitar productos rezagados, plagio, de esta forma las personas aseguran comprar productos de buena calidad, también se evita el daño de los productos (por lluvias).
<p>Proponer recomendaciones a partir de la investigación y análisis para impulsar la transformación digital de la empresa “Artesanías Lupita”</p>	<p>A partir de los resultados de las encuestas se encontraron varias necesidades y de ahí partimos para brindar tres recomendaciones y una cuarta en general para la implementación de nuevas tecnologías. Las cuales fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implementación de redes sociales, con el fin de dar a conocer la empresa y los productos a mayor audiencia, para poder expandir su mercado internacionalmente.

	<ul style="list-style-type: none">- Implementación de los pagos digitales, para facilitar la compra de los productos.- Registro en plataformas digitales, para que el cliente tenga una mejor experiencia de entrega <p>Todo esto con el fin de ayudar tecnológicamente a la empresa, darla a conocer y poder internacionalizarse.</p>
--	---

XII. Conclusiones y Recomendaciones

A continuación, se exponen las conclusiones derivadas de los resultados obtenidos de la implantación de una propuesta tecnológica aplicada a la empresa Artesanías Lupita, así como los resultados obtenidos a través de las diferentes encuestas, las cuales trataban del servicio al cliente, gestión empresarial y cliente potencial.

El objetivo de estas propuestas tecnológicas es desarrollar una mejora digital de la empresa a partir de la evaluación de su madurez digital y la aplicación de herramientas metodológicas adecuadas para contribuir en el desarrollo económico de artesanías lupita y su comunidad.

Por ello se busca resaltar que es de suma importancia conocer a fondo el proyecto para identificar las necesidades, el logro del mismo termina de forma positiva ya que a la dueña le agrado cada una de las ideas y estrategias aportadas, a pesar de los obstáculos que se presentaron para realizar la investigación los cuales en su momento pudieron haber afectado el desarrollo del proyecto por cuestiones de distancia, mala organización y tiempo.

Es importante resaltar que tener un plan de medios con estrategias fundamentadas y estructuradas basándose en los resultados de la investigación para tener presentes las necesidades principales, para así poder generar la transformación digital y facilitar la comercialización de los productos, que más personas conozcan el establecimiento y se llegue a un alto impacto en el mercado.

Las recomendaciones

- Conocer las estrategias creativas de publicidad en ¿cómo?, ¿cuándo?, y ¿cuánto? nos podrá dar una campaña publicitaria.
- Escoger el medio adecuado en el que se haga más fácil implementar las estrategias para poder comercializar el producto
- Elegir el mejor medio en línea o plataforma digital
- Estar en constante innovación y tener presentes las necesidades de la empresa

XIII. Anexos

Anexo 1

Formato de “Guía de entrevista al dueño del negocio”.

1. Nombre o razón social de la empresa
2. Ubicación
3. Giro de la empresa
4. Origen de la empresa
5. Misión
6. Visión
7. Valores
8. Políticas
9. Cartera de producto
10. ¿Por qué decide emprender un negocio de textiles?
11. ¿Quiénes son tus socios y proveedores?
12. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?
13. ¿Cuánto fue su inversión inicial?
14. ¿A qué mercado va dirigido su producto?
15. ¿Cuánto están dispuestos a pagar los clientes por su producto?
16. ¿Cuál es el costo en el que sale producto su producto?
17. ¿Cuál es el costo de su producto al mercado?
18. ¿Cuántas unidades vende al mes?
19. Aproximadamente ¿Cuáles son sus ganancias mensualmente?
20. Situación actual del mercado
21. ¿Qué diferencia a tu producto de la competencia?
22. ¿Qué tipo de segmento es su mercado? Primario o secundario
23. ¿Cómo comercializa su producto?
24. ¿Tiene redes sociales? Si/No ¿Cuáles?

25. En caso de que no, ¿en qué redes sociales le gustaría anunciar su producto?
26. ¿Qué aspectos tecnológicos dentro del entorno pueden afectar a la venta de su producto?
27. ¿Qué aspectos políticos puede afectar a la venta de su producto?
28. ¿Qué aspectos económicos dentro del entorno externo pueden afectar a la venta de su producto?
29. ¿Qué aspectos socioculturales pueden afectar su producto?
30. ¿Qué le gustaría implementar en el negocio para incrementar las ventas?

Anexo 2

Formato de “Guía de entrevista a empleado”.

1. ¿Cómo te enteraste de este trabajo?
2. ¿Cuál es tu experiencia en la empresa?
3. ¿Cómo es la atención que se le brinda al cliente?
4. ¿Cuál es la actitud de los clientes hacia el producto?
5. ¿Qué es lo que buscan los clientes en el producto?
6. En un aproximado de visitas al día ¿Cuántas de esas personas te compran?
7. ¿Cómo es el ambiente laboral?
8. ¿Cuáles son los mayores temores del cliente hacia el producto? (que el producto salga defectuoso, la calidad de la tela, etc.)
9. ¿Cuáles son las mayores objeciones del cliente hacia el producto? (el producto es muy caro, no les gusta el diseño, otras empresas brindan el mismo producto, pero a precio más accesible)
10. ¿Les han regateado?
11. ¿Qué piensa sobre los productos que vende?

Anexo 3

Formato de “Guía de entrevista a cliente”.

1. ¿Cómo se enteró de este producto?
2. ¿Cuándo fue la última vez que compraste este producto?
3. ¿Cómo te diste cuenta que necesitabas este producto?
4. ¿Cómo le hiciste para poder comprar este producto? ¿buscaste información, donde?
5. Cuéntame ¿Cómo le hiciste para tener información de este producto?
6. ¿Cuáles fueron tus criterios para seleccionar este producto?
7. Y una vez que lo compraste, cuéntame, ¿Qué paso, como te sentías, con que te quedas con esta experiencia de compra?
8. ¿Por qué compraste este producto?
9. ¿Para qué compraste este producto?
10. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por el producto?
11. ¿Qué información comercial te ayudo a realizar la compra?
12. ¿Recibiste algún estímulo de la empresa en donde compraste, que te hace volver a comprar ahí?
13. ¿Cuál fue tu experiencia al momento de la compra?
14. ¿Cuál fue tu experiencia al momento de utilizar el producto?
15. ¿Cuáles son los mayores temores del cliente hacia el producto? (que el producto salga defectuoso, la calidad de la tela, etc.)
16. ¿Cuáles son las mayores objeciones del cliente hacia el producto? (el producto es muy caro, no les gusta el diseño, otras empresas brindan el mismo producto, pero a precio más accesible)

Anexo 4

Formato de entrevista de madurez digital de la empresa

Universidad de Celaya

Diagnóstico de estado de la economía digital

ESTE DOCUMENTO ES DE APOYO AL ESTUDIANTE.

NO DEBERÁ ADJUNTARSE COMO EVIDENCIA DE TAREA YA QUE PARA ESO ESTÁ EL LINK DE CAPTURA

Estimado empresario

Gracias por dedicar tiempo para responder este cuestionario que ha sido diseñado como una herramienta para determinar las condiciones actuales más relevantes de su empresa con relación al comercio digital.

Sus respuestas se usarán sólo para integrar o mejorar su estrategia de comercio digital.

Puede consultar nuestro aviso de privacidad en http://www.udec.edu.mx/Circulares-documentos//Aviso_de_privacidad.pdf

Agradecemos que sus respuestas sean lo más apegadas a la realidad de modo que nos permitan generar un diagnóstico para desarrollar un plan de trabajo y de apoyos en materia de comercio digital.

Por su valioso tiempo y atención, ¡muchas gracias!

Nombre del profesor de Economía Digital _____

Matrícula de uno de los entrevistadores _____

Datos Generales

Datos de la empresa:

Razón social de la Empresa ___

RFC ___

Estado ___

Municipio___

Calle

Número Ext___

Código Postal ___

Información de contacto que responde el cuestionario

Nombre de la Persona _____

Puesto:

- Dueño o propietario
- Gerente, administrador o director
- Contador interno
- Contador externo
- Familiar del dueño Encargado/supervisor or Empleado
- Otro

Email de contacto _____

Número de empleados de la empresa:

- Micro (10 colaboradores o menos)
- Pequeña (De 11 a 50 colaboradores)
- Mediana (De 51 a 250 colaboradores)
- Grande (Más de 250 colaboradores)

Nuestra empresa pertenece al sector de:

- Agroalimentos
- Cajetas
- Metalmecánica
- Molcajetes
- Calzado y Moda
- Construcción, Decoración y Artesanías
- Industria
- Tecnologías de la Información y Comunicación
- Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza
- Minería
- Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural por ductos al consumidor final
- Construcción
- Industrias manufactureras
- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor
- Transportes, correos y almacenamiento
- Información en medios masivos
- Servicios financieros y de seguros

- Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles
- Servicios profesionales, científicos y técnicos
- Corporativos
- Servicios de preparación de alimentos, restaurantes y bares
- Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos, y servicios de remediación
- Servicios educativos
- Servicios de salud y de asistencia social
- Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
- Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas
- Otros servicios excepto actividades gubernamentales
- Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales
- Otro _____

Tiempo de operación de la empresa:

() Menos de 1 año

() 1-5 años

() 6-10 años

() Más de 10 años

Operación interna

**Seleccione todas opciones en las que la empresa utiliza software para:
(Seleccione todas las que apliquen)**

- Control de Inventarios o catálogo de servicios Gestión de créditos y cobranza
- Contabilidad electrónica
Nómina
- Facturación
- Punto de venta
- Administración de proyectos Control de calidad
- Control de procesos o manufactura
- CRM (Gestión de la Relación con los clientes) No utiliza software de este tipo

Activos para comercio digital

Indique aquellos activos digitales de su empresa (seleccione todos los que apliquen y capture el enlace web en el campo que corresponda, en caso de no saberlo puede escribir “no sé” en el mismo recuadro)

14.- Anuncia (solo anuncia) sus productos a través de:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Sitio web propio | <input type="text" value="URL_____"/> |
| <input type="checkbox"/> Fan Page de Facebook | <input type="text" value="URL_____"/> |
| <input type="checkbox"/> Menciones de productos en Twitter | <input type="text" value="URL_____"/> |
| <input type="checkbox"/> Menciones de productos en Instagram | <input type="text" value="URL_____"/> |
| <input type="checkbox"/> Menciones de productos en Pinterest | <input type="text" value="URL_____"/> |
| <input type="checkbox"/> Menciones de productos en LinkedIn | <input type="text" value="URL_____"/> |
| <input type="checkbox"/> Menciones a través de WhatsApp | |
| <input type="checkbox"/> Ninguna | |

Otras redes sociales URL____

15 ¿A través de cuál/es de las siguientes plataformas vende (cierra la venta) sus productos? (Seleccione las que apliquen)

Marketplace de Facebook URL____

Mercado Libre URL____

Amazon URL____

eBay URL____

Tienda en línea propia URL____

Otros Marketplace URL____

Kichink

No vendo por Internet

16 ¿Utiliza alguna aplicación para apoyo a sus procesos de comercialización?

(Por ejemplo, UberEats, Airbnb, etc.)

- Sí, una aplicación de desarrollo propio
- Sí, una aplicación externa (aplicación comercial) ¿Cuál?
- No utilizo aplicaciones

¿Cuál aplicación externa utiliza para apoyo a sus procesos de comercialización? (Contestar solo si utiliza)

- UberEats
- Didi
- Airbnb
- Sindelantal

- Pickpal
- Rappi
- Otra ¿cuál?

**17 ¿En cuál de las siguientes formas cierra la venta de sus productos?
(Seleccione todas las que apliquen)**

- Un sistema de mensajería (como por ejemplo WhatsApp)
- Los anuncio en mi página web y cierro la venta por otro medio (llamada telefónica, correo electrónico, etc.)
- Otra manera que implique difusión en línea y luego cierre de venta por otro medio
- No vendo por Internet

Marca y marketing digital

Esta sección está enfocada a los niveles de posicionamiento y madurez de su marca y/o productos, así como a los esfuerzos dirigidos a campañas digitales.

18 ¿Cuál es la principal propuesta de valor de la marca o del producto?

- No se tiene identificada
- Precio
- Calidad
- Productos innovadores
- Productos diferenciados
- Productos únicos en el mercado y/o que nadie más ofrece

19 Indique cuál de las siguientes afirmaciones es la que aplica a su marca:

- No tenemos una marca

La marca es nueva y/o aún no es conocida

Aunque tiene tiempo, la marca aún no es reconocida

La marca tiene algunos seguidores

La marca es ampliamente reconocida pero no es líder

La marca es líder en el mercado regional

La marca es líder en el mercado nacional

La marca es reconocida a nivel internacional

20 ¿Conoce quiénes son sus clientes, sus hábitos de vida y consumo, sus datos demográficos y socioeconómicos, etc.?

Realmente no lo sabemos

Tenemos una ligera idea

Tenemos una buena idea

Lo sabemos con certeza

Tomamos acciones para monitorearlo y saberlo siempre

21 Indique cuál de las siguientes afirmaciones es la que aplica en cuanto a su inversión en Marketing Digital:

No se hace inversión alguna

Se hacen inversiones ocasionales

Se hacen inversiones constantes

Tenemos una partida y un plan anual de Marketing Digital a nivel nacional

Tenemos una partida y un plan anual de Marketing Digital a nivel nacional e internacional

Estructura organizacional de comercio digital

Queremos conocer si actualmente ya cuenta con personal, así como procesos y proveedores, para la venta digital de sus productos. En los siguientes rubros seleccione todas las opciones que apliquen para su empresa:

22 Con relación a los activos humanos, contamos con: (seleccione los que apliquen)

Contamos con personal especializado en ventas en línea

Contamos con personal bilingüe de atención al cliente

Contamos con personal interno de comercio exterior

Contamos con personal interno especializado para Marketing Digital

Las ventas en línea las maneja una agencia externa

Tenemos un plan permanente de capacitación en temas digitales

Ninguna de las anteriores

23 asociados estratégicos. La empresa tiene convenios comerciales con: (seleccione los que apliquen)

Empresa de paquetería (UPS, FedEx, DHL, Estafeta, entre otros)

Distribuidores en el extranjero

Agente aduanal

Ninguno de los anteriores

Otros prestadores de servicios para la comercialización

24 La empresa cuenta con: (selecciona los que apliquen)

Procesos de seguimiento de pedidos digitales

Procesos de atención al cliente en línea

Procesos para envíos

Plataformas seguras de pago para pedidos digitales

Proceso para devoluciones de pedidos digitales

Políticas de venta en línea

Términos y condiciones de venta en línea

Ninguno de los anteriores

Sistemas de Pagos

25 Cuál de estas formas de pago acepta su empresa: (selecciona los que apliquen)

- a) Efectivo
- b) PayPal.
- c) Tarjetas de crédito/débito.
- d) Cargo contra entrega (COD)
- e) **Pago** con el móvil (NFC o CoDi) (Apple Pay, Samsung Pay Google Pay).
- f) Apps de **pagos**.
- g) Criptomonedas.
- h) Transferencias bancarias.
- i) Otras ¿cuál?

GRACIAS POR SU RESPUESTAS

ANEXO 5

Formato de encuesta para determinar el comportamiento del consumidor

1. Edad
2. Genero
3. Residencia
4. ¿Haz visitado a Amealco?
5. ¿Qué piensas de las artesanías mexicanas?
6. Artesanías que han comprado
7. ¿Has comprado en Artesanías Lupita?
8. ¿Qué es lo más importante a la hora de la compra?
9. ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por una artesanía?
10. ¿Cada que compras artesanías?
11. ¿Cómo calificarías las artesanías mexicanas?
12. ¿Te gustaría comprar artesanías mexicanas de manera virtual?
13. ¿Dónde comprarías artesanías mexicanas de manera electrónica?
14. ¿Estarías dispuesto a comprar artesanías con pago electrónico?
15. ¿Qué tipo de pago te gusta más?

Anexo 6

Formato de encuestas obligatorias a tres consumidores

1. ¿Cómo encontraste Artesanías Lupita?
2. ¿Qué fue lo que compraste en artesanías Lupita?
3. ¿Qué producto es mas atractivo para ti?
4. ¿Qué te parecio la calidad de sus productos?
5. ¿Qué opinas de sus precios?
6. ¿Volverias a comprar en artesanías Lupita?
7. ¿Consideras que necesita mas publicidad?
8. ¿Dónde se te haria más fácil encontrarlos en redes sociales?
9. ¿Te gustaria que artesanías lupita tuviera pago electrónico?
10. ¿Qué tipo de pago preferirias?
11. ¿Qué sientes al comprar en artesanías Lupita?
12. ¿Qué tan importante crees el comercio local?
13. ¿Cada que compras artesanías mexicanas?
14. ¿Recomendarías artesanías Lupita?

Anexo 7

Encuesta al personal de la empresa

1. ¿Cuál es el objetivo de la empresa?
2. ¿Qué persona es la que toma las decisiones dentro de la empresa y que puesto tiene?
3. ¿Qué personas han influido en una decisión difícil dentro de la empresa?
4. Para mejorar la comercialización de los productos ¿implementaría el uso de medios digitales?
5. ¿Cuáles son las ventajas que tendría utilizar los medios digitales?
6. ¿Cuáles son las desventajas que tendría utilizar los medios digitales?
7. ¿Por qué cree que las empresas no logran sus metas?
8. ¿Sus colaboradores se sienten bien dentro de la empresa?
9. Supongamos que las respuestas fueron no ¿Qué haría para mejorar en ese aspecto?
10. Al momento de tener una decisión importante para la empresa ¿se toma en cuenta la opinión de los demás colaboradores?
11. ¿Se toma en cuenta las necesidades que tienen los colaboradores dentro de la empresa, para poder mejorar dentro del mercado de artesanías?
12. ¿Quiénes forman parte de la empresa?
13. ¿Qué roles existen dentro de la empresa?
14. ¿Qué roles desempeña cada miembro de la empresa?
15. ¿Qué tan importante considera la estructura de la empresa?
16. ¿Con qué recursos cuenta la empresa para obtener beneficios?
17. ¿De qué manera afronta la empresa los cambios que se están produciendo?
18. ¿Cómo afectan los cambios económicos en la empresa?
19. ¿Cómo afectan los cambios tecnológicos en la empresa?
20. ¿Considera que hay buena comunicación dentro de la empresa?

21. ¿Cree que la competencia dentro del mercado textil es limitada?
22. ¿Qué tanto afecta la competencia a su empresa? ¿Por qué?

Anexo 8

Encuesta sobre atención y servicio al cliente en Artesanías Lupita

1. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en Artesanías Lupita?
2. ¿Cuál fue el caso del servicio al cliente más difícil que has manejado?
3. ¿Cuáles son las exigencias de los clientes a la hora de la compra del producto?
4. Describe alguna experiencia buena que tuvo con el cliente
5. ¿Cuáles son los mayores problemas que se presentan o se han presentado en este tiempo de trabajo?
6. ¿Cómo tratarías a un cliente enojado?
7. Tres palabras que elegirían tus amigos y familiares para describirte.
8. ¿Cómo trabajarías en una situación estresante?
9. ¿Te gusta trabajar en equipo o prefieres trabajar solo?
10. Menciona alguna habilidad nueva que has aprendido para mejorar la atención al cliente.
11. ¿Crees que los clientes regresen por el trato que se les brinda?
12. ¿Cuáles son las objeciones más comunes que presentan los clientes?

Anexo 9

Guía de preguntas para el entrevistado

1. ¿Cómo encontraste artesanías Lupita?
2. ¿Qué fue lo que compraste en Artesanías Lupita?
3. ¿Qué producto es más atractivo para ti?
4. ¿Qué te pareció la calidad de sus productos?
5. ¿Qué opinas de sus precios?
6. ¿Volverías a comprar en Artesanías Lupita?
7. ¿Consideras que necesitan más publicidad?
8. ¿Dónde se te haría más fácil encontrarlos en las redes sociales?
9. ¿Te gustaría que Artesanías Lupita tuviera pago electrónico?
10. ¿Qué tipo de pago preferirías?
11. ¿Qué sientes al comprar en Artesanías Lupita?
12. ¿Qué tan importante cree que es el comercio local?
13. ¿Cada que compras artesanías mexicanas?
14. ¿Recomendaría Artesanías Lupita?

XIV. Bibliografía

Aguilar, F. V. (2018). *Transformación digital: del lifting a la reconversión*, 8-9.

Espinosa, L. (2016). LA CONVERGENCIA DEL MUNDO FÍSICO Y DIGITAL. *UNO*, 20.

Fajardo, D. G. (30 de enero de 2020). *EVOLVE FROM WITHIN*. Obtenido de La evolución de las nuevas formas de pago online en el 2020: <https://blog.cobiscorp.com/pagos-online-2020>

fundacion carlos abascal. (2016). Obtenido de <http://www.fundacioncarlosabascal.org/blog/pensamiento-humanista/32-cuadro-2/159-economia-digital-en-mexico>

fundacion carlos abascal. (2016). Obtenido de <http://www.fundacioncarlosabascal.org/blog/pensamiento-humanista/32-cuadro-2/159-economia-digital-en-mexico>

Llorente, J. A. (2016). LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL. *UNO*, 9.

Maydón, L. I. (2016). ALTO IMPACTO, TECNOLOGÍA Y LAS CLAVES DEL ÉXITO EN LA ERA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL. *UNO*, 55.

Migoya, M. (2016). Experiencias digitales para el consumidor actual . *UNO*, 49-50.

Venezuela, P. (s.f.). *El camino a la transformación digital*. Obtenido de 4ta. Revolución Industrial : <https://www.pwc.com/ve/es/publicaciones/assets/PublicacionesNew/Boletines/4RI-El-camino-a-la-transformacion-digital.pdf>

Zarzalejos, J. A. (2016). LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL. *UNO* , 11-13.

ALIBABA. (Octubre de 2016). *DA RETAIL.DISTRIBUCION ACTUALIDAD*.
Obtenido de Enseñanzas de Alibaba y su “New Retail”:
<https://www.distribucionactualidad.com/ensenanzas-alibaba-new-retail/>

Davara, A. (18 de 08 de 2018). *D/A RETAIL.DISTRIBUCIÓN/ACTUALIDAD*.
Obtenido de Enseñanzas de Alibaba y su “New Retail”:
<https://www.distribucionactualidad.com/ensenanzas-alibaba-new-retail/>

Fajardo, D. G. (30 de Enero de 2020). *EVOLVE FROM WITHIN*. Obtenido de La
evolución de las formas de pago online en el 2020:
<https://blog.cobiscorp.com/pagos-online-2020>

Manual de Oslo sobre Innovación, (2010) disponible en Migdely, B. (2007). et al.
Innovación, tecnología y gestión tecnológica. Consultado en
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S102494352007001000008&script=sci_arttext

Rojas, V., I. (2016) Las TIC como dinamizador de los nuevos negocios
económicos y sociales. *Ploutos*, 4(2), 4-13. Recuperado a partir de
<https://journal.ean.edu.co/index.php/plou/article/view/1377>

Gómez, H. & Mitchell, D. (2014). *Innovación y emprendimiento: balance,
perspectivas y recomendaciones de política*, 2014 Cuadernos de Fedesarrollo
Número cincuenta consultado en
<http://www.fedesarrollo.org.co/wpcontent/uploads/2011>

López. C. (2005). *Creatividad e innovación en la práctica empresarial*. Fundación
Cotec para la innovación tecnológica. España.
<http://www.economiaandaluza.es/sites/default/files/creatividad%20e%20innovacion.pdf>

¿Qué es E-commerce o comercio electrónico? (2020, 5 junio). Recuperado 22 de junio de 2021, de <https://marketingdigital.bsm.upf.edu/e-commerce-comercio-electronico/>

W. (2016, 30 marzo). La nueva era digital. Recuperado 22 de junio de 2021, de <https://www.tec.ac.cr/pensis/articulos/nueva-era-digitalibagroup.com/mx/de-México-para-el-mundo>