



# Universidad Nacional Autónoma de México

---

## Facultad de Contaduría y Administración

*Plan de negocios para la creación de una empresa de E-commerce*

**Diseño de un Sistema o Proyecto**

**Que para obtener el título de:  
Licenciada en Contaduría**

**Presenta:**

**Chenqi Xu**

**Asesor:**

**Dr. Juvenal Flores Sánchez**



**Ciudad de México**

**30 de mayo de 2019**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



# Universidad Nacional Autónoma de México

---

## Facultad de Contaduría y Administración

*Plan de negocios para la creación de una empresa de E-commerce*

**Diseño de un Sistema o Proyecto**

**Chenqi Xu**



**Ciudad de México**

**30 de mayo de 2019**

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIAS</b>	7
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	8
<b>INTRODUCCIÓN</b>	9
<b>CAPÍTULO 1 IDEA DE NEGOCIO</b>	11
1.1 Idea de Negocio	11
1.2 Descripción de la idea de negocio	12
1.2.1 Nombre de la Empresa	12
1.2.2. Antecedentes	12
1.2.3. Misión	15
1.2.4. Visión	15
1.2.5. Filosofía	15
1.2.6. Objetivos	16
1.2.7. Clasificación de la empresa	16
1.2.8. Análisis de factores externos que afecten su operación	16
1.2.9. Análisis FODA	17
1.2.10 Descripción general del producto y el servicio	18
<b>CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO</b>	20
2.1. Análisis de demanda y competencia	20
2.2. El precio de la competencia	27
2.3. Definición de la dimensión de la muestra	29
2.3.1. Población universo	29
2.3.2. Unidad de análisis	32
2.3.3. Psicografía	34
2.3.4. Perfil del consumidor	34
2.3.5. Muestra	35
2.3.6. Método adecuado al tamaño de la muestra.	37
2.3.7. Diseño del cuestionario	38

2.3.8. Expresión gráfica del resultado de la aplicación de los cuestionarios.	43
<b>CAPÍTULO 3 ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>55</b>
3.1.- Análisis de la tecnología de la aplicación.	55
3.2.- Funciones de la app Hormik	55
3.3.- Sistema de difusión de la aplicación Hormik.	60
3.4.- Sistema de promoción de la aplicación a dueños de negocios.	65
3.5.- La publicidad y promoción ofrecida a las Hormik shop.	69
3.6.- Tarifas que se manejan para las Hormik shop	72
3.7.- La renovación del servicio por parte de la Hormik shop.	73
3.8.- Mapeo de la arquitectura de la aplicación.	73
3.9.- Instalaciones productivas de Hormik.	76
<b>CAPÍTULO 4 PLAN ORGANIZACIONAL</b>	<b>81</b>
4.1.- Estructura organizacional de Hormik.	81
4.1.1.- Organigrama.	83
4.1.2.- Perfil De Puestos de la empresa Hormik.	84
4.1.2.1. Gerente general	85
4.1.2.2.- Auxiliar administrativo del gerente general	87
4.1.2.3.- Gerente de administración y finanzas	89
4.1.2.4.- Gerente de mercadotecnia	91
4.1.2.5.- Coordinador comercial	93
4.1.2.6.- Diseñador gráfico	95
4.1.2.7.- Gerente de recursos humanos.	97
4.1.2.8.- Responsable de atención al cliente.	99
4.1.2.9.- Gerente de TI	101
4.1.2.10.- Desarrollador senior.	104
4.1.2.11.- Desarrollador iOS.	106
4.1.2.12.- Desarrollador Android	108
4.1.2.13.- Desarrollador web master.	110
4.1.2.14.-Diseñador ui&ux	112

4.1.2.15.- Probadores de software.	114
4.2.- Junta de accionistas.	116
4.3.- Equipo y maquinaria inicial.	117
4.4.- Gestión de la calidad y procesos del servicio	123
4.5.- La importancia de la figura del Prosumer en el modelo de negocios C2B2B de hormk.	124
<b>CAPÍTULO 5 ESTUDIO FINANCIERO</b>	127
5.1.- Inflación	127
5.2.- Metas para el área de ventas.	128
5.3.- Pronósticos de ventas	131
5.4.- Ingresos por ventas	144
5.5.- Desglose del costo de activos	146
5.5.1.- Depreciación del equipo de cómputo.	148
5.5.2.- Depreciación del equipo de oficina.	148
5.5.3.- Depreciación de gastos de Instalación	149
5.6.- Sueldos de los integrantes de la empresa.	150
5.7.- Trámites, gastos de constitución, gastos de instalación y gastos de administración.	151
5.8.- Capital social	154
5.9.- Balance general	155
5.10.- Proyección de ventas en el primer ejercicio	157
5.11.- Costo de Ventas	158
5.12.- Estado de resultados del primer ejercicio.	164
5.12.1.-Flujo de Egresos.	168
5.13.2.- Flujo de Efectivo	168
5.13.- Valor Presente Neto	168
5.14.- Punto de Equilibrio	172
5.15.- Gráfica punto de equilibrio	177
5.16.- Razones Financieras	186

<b>CAPÍTULO 6 MARCO LEGAL DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</b>	187
6.1.- Constitución de la sociedad anónima	187
6.2.- Modelo de contrato de comisión.	188
6.3.- Obligaciones de tipo fiscal del negocio, de acuerdo a su forma legal.	189
6.4.- Obligaciones de tipo laboral.	191
6.5.- Trámites para inicio del proyecto.	192
6.5.1.- Inscripción al registro federal de contribuyentes.	192
6.5.2.-Declaración de apertura.	192
6.5.3.- Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT.	193
6.5.4.- Autorización del programa interno de protección civil.	193
6.5.5.- Acta de integración a la comisión de seguridad e higiene en los centros de trabajo.	194
6.5.6.- Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)	194
 <b>CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES</b>	 196
<b>CAPÍTULO 8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	198

## **DEDICATORIAS**

El presente trabajo es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente participaron varias personas, dando ánimo, acompañando en los momentos de crisis y en los momentos de felicidad.

Este trabajo representa la culminación de mi etapa de universitaria, en el están expuestos los conocimientos que adquirí durante mi formación en la Facultad de Contaduría y Administración de la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

También quiero hacer extensiva una dedicatoria especial a todas las personas que me han servido de guía en mi derrotero, a mis compañeros de trabajo de Hormik, a mis amigos y los familiares.



## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mi universidad por haberme permitido formarme. Me dio muchas oportunidades, aprovechar el conocimiento que de ella he adquirido, por brindarme las herramientas necesarias para lograr el objetivo personal y que gracias a ella logré una formación profesional y humana, y es un orgullo pertenecer a esta gran institución.

Gracias a todas personas que fueron partícipes de este proyecto, ya sea de manera directa o indirecta, fueron ustedes los responsables de realizar su aporte, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la universidad.

Gracias a grupo del trabajo de la empresa Hormik, me proporcionó todas informaciones necesarias para terminar mi trabajo.

Particularmente agradezco al Doctor Juvenal Flores Sánchez, mi asesor de diseño, por su paciencia y enseñanzas. Por sus consejos que fueron clave para la elaboración de este proyecto.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se centra en demostrar la rentabilidad de la empresa Hormik, cuyo objetivo empresarial es el desarrollo de aplicaciones móviles que integren una base de datos de productos de diferentes comercios que tenga a su alrededor, de manera que en el momento en que se haga una búsqueda en el dispositivo móvil surjan una serie de opciones para el usuario y con esto se facilite el proceso de compra, por el otro lado, la empresa obtendrá sus beneficios a través de la venta de los espacios en la aplicación móvil, es decir, a los pequeños y medianos negocios se les ofrecerá la aplicación web en donde podrán integrar una serie de productos que tienen en su almacén, para que los consumidores potenciales que se encuentran cerca de su comercio, se informen de los productos que tienen a su alcance en su tienda de manera más rápida y cómoda para ambos.

En el actual mundo digitalizado, los negocios reconocen la importancia de generar una diferencia con la competencia, y la respuesta primordial hoy por hoy es el uso de las aplicaciones móviles que funcionan como un vínculo con los clientes potenciales al ser sus dispositivos celulares no solo de uso telefónico, sino para el trabajo, para comer, para tiempos de ocio, pero principalmente para búsqueda de información de compra.

El trabajo está integrado por elementos básicos de un plan de negocios, comenzando con una sección para aclarar la idea del negocio, de donde surge el modelo, como es que se conectará al comercio con el cliente potencial, así como los integrantes del modelo a diseñar, para posteriormente presentar un estudio de mercado para identificar cuál es la situación actual del mercado de aplicaciones móviles, los principales competidores, así como de la aceptación de la gente por la idea de negocio a través de la implementación de cuestionarios.

Posteriormente, se realizará el estudio técnico, en donde se estudiarán los recursos indispensables para que el negocio tenga la capacidad de llevar a cabo las tareas diarias en pro de llevar a cabo el objetivo de la empresa; posterior a eso, se habrá de identificar cuál es el capital mental que se necesita para llevar a cabo los objetivos de la empresa, es decir, el personal administrativo y de producción necesario para diseñar, desarrollar, presentar, probar, vender, financiar, administrar, promover y construir las diferentes

modalidades de la aplicación móvil, así como la aplicación web destinada a crear el contenido derivado de la información que añadan los dueños de los negocios.

Por otro lado, se llevará a cabo el análisis financiero para descubrir cuál es el capital inicial, de qué manera se conseguirá, además de poner a prueba los números obtenidos a través de las proyecciones, mediante la implementación de algoritmos de análisis de rentabilidad, así como de ratios financieros que determinen si el modelo de negocios planteado a lo largo de la presente investigación representa un sistema rentable al grado de invertir tiempo dinero y esfuerzo para su logro.

Finalmente, en el último apartado se analizará el marco legal de la empresa, que en general representa, la forma de constitución, las obligaciones tributarias, el régimen tributario adecuado para la empresa, las obligaciones contables que contrae la empresa por el simple hecho de existir, así como una serie de obligaciones de gestión administrativa que se deberá implementar para alcanzar el éxito económico.

# CAPÍTULO 1

## IDEA DE NEGOCIO.

### 1.1 IDEA DE NEGOCIO

Diseñar y promocionar una plataforma de E-COMMERCE que tiene como objetivo facilitar la búsqueda de productos utilizando el geo-posicionamiento<sup>1</sup> para arrojar los comercios más cercanos que cuenten con el producto o servicio que se requiere. La plataforma se muestran todos negocios en 10 km redondos del producto querido con base en ubicación suya. Una creciente cobertura de internet en el país y un incremento de los poseedores de Smartphones, ayudará a que el comercio electrónico en México crezca al menos 10 veces en los próximos cinco años,<sup>2</sup> esto según las estimaciones de la Asociación Mexicana de Venta Online, por lo que la industria en donde se va a penetrar es la del comercio electrónico, que en grandes términos es aquel que consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos.

Otro de los conceptos que se van a abordar en el trabajo es el de Plataforma que se refiere al sistema operativo. En el presente caso de estudio, se busca crear una plataforma de comercio electrónico, la cual es ajena de una transacción entre un vendedor y un comprador, su objetivo es ofrecer un lugar donde pueda existir la comunicación entre el posible consumidor y una gama de vendedores que se encuentren a su alrededor en tiempo real basado en la geo posición del consumidor.

---

<sup>1</sup> Geo-posicionamiento.- se entiende como la determinación en el espacio de objetos móviles o estacionarios, determinados a través de sus coordenadas, de manera que permite ofrecer contenidos al usuario en función de la posición geográfica en la que se encuentre, la actual penetración de los teléfonos inteligentes permite brindar este servicio a una gran parte de la población.

<sup>2</sup> El UNIVERSAL, E-Commerce puede crecer 10 veces: AMVO, Ciudad de México, 2019, [S.P.], <<https://www.eluniversal.com.mx/cartera/e-commerce-puede-crecer-10-veces-amvo>>, (abril de 2019).

## 1.2 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

### 1.2.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

El origen del nombre de la marca viene de palabra “hormiga”. Este animal cuenta con un cuerpo pequeño pero tiene mucha fuerza, además de que son muy sociables, viven en colonias, y también son muy organizados. En “Hormik” también queremos hacer algo como las hormigas, aunque no se cuenta aún con tanta fuerza, pero se trabaja en conjunto para revolucionar algo en la industria del comercio electrónico.

El nombre de la empresa está constituido por Hormik y consecuentemente por la industria a la que pertenece, la empresa que es de tecnología, además de que se le añade el país en el que se está buscando su aplicación, de manera que la empresa lleva el nombre de: Grupo Hormik Tecnología de México S.A de C.V

### 1.2.2 ANTECEDENTES

El internet lleva casi 30 años de desarrollo, en la actualidad hay 79.1<sup>3</sup> millones de usuarios de internet, lo que representa una penetración de 67% de la población, 76% de ellos utiliza internet desde su Smartphone. Era de esperar que, desde el año 2009 hasta la fecha, la evolución del e-Commerce haya cambiado por mucho. Sumado a lo anterior, cabe destacar que se ha venido disminuyendo el costo en materia de plan de datos gracias a la reforma de telecomunicaciones presentada en el año 2013, al mismo tiempo diversas marcas de Smartphone entraron al mercado mexicano.

De acuerdo con un análisis de The Competitive Intelligence Unit<sup>4</sup> de las 112.8 millones de líneas móviles activas en México, durante el segundo trimestre de 2018, 95.9 millones corresponden a usuarios con smartphones, que representan el 85.0% del total, tiene un crecimiento de 16.9%, respecto al mismo periodo del año previo. Estos factores

---

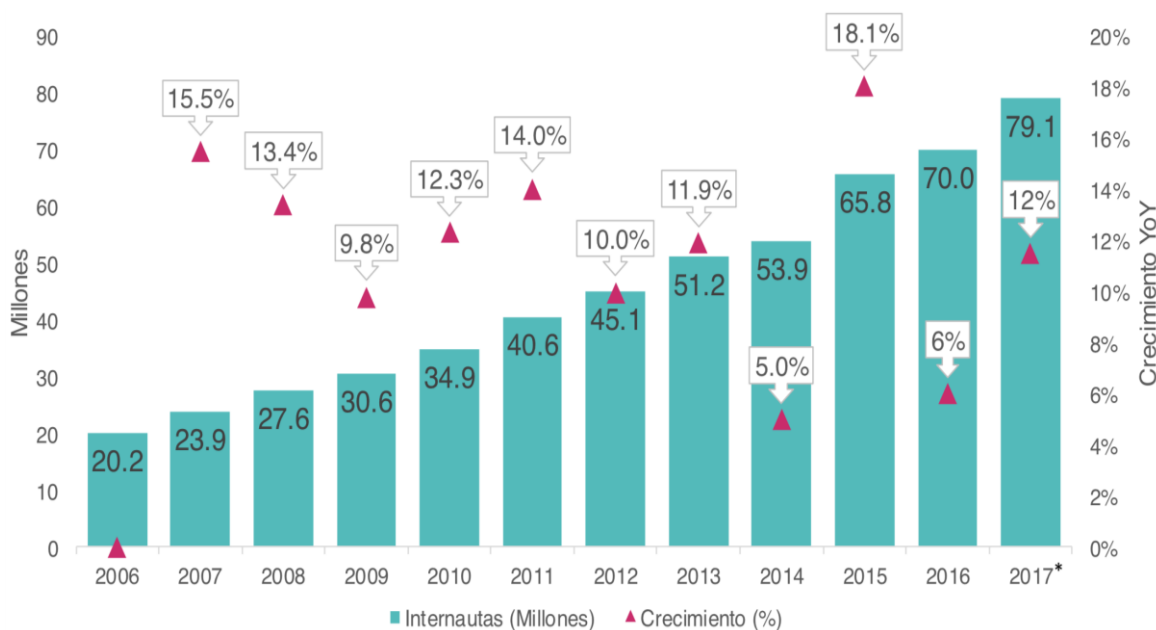
<sup>3</sup> Asociación de Internet.mx, *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018*, Ciudad de México, 2018, P.4, <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet>>, (25/11/2018).

<sup>4</sup> The Competitive Intelligence Unit (CIU), *Dinamismo en el Mercado de Smartphones en México 2017*, Ciudad de México, 2017, [S.P.], <<https://www.theciu.com/publicaciones-2/2017/10/6/dinamismo-en-el-mercado-de-smartphones-en-mxico-2t17>> (02/12/2018).

proporcionaron las bases para el desarrollo del comercio electrónico. En los últimos años, se han establecido más plataformas de comercio electrónico, las ventas de las que existen también cuentan con un crecimiento cualitativo. En México, el crecimiento del comercio electrónico fue 20.1%<sup>5</sup> en el periodo del 2016 al 2017. Poco a poco, la gente se ha ido acostumbrando al ambiente de internet a facilitar su vida, sobre todo, al uso del internet en los teléfonos para simplificar muchas de sus tareas.

A pesar de lo anterior, uno de los principales obstáculos para lograr el crecimiento del comercio en línea, es luchar en contra del miedo que produce caer en el fraude electrónico, pues aún hay muchas personas que le tienen desconfianza a proporcionar datos personales o que tienen miedo a realizar alguna equivocación al momento de realizar sus compras. Si se observa la siguiente gráfica:

**Gráfica 1 Usuarios de Internet en México (2006-2017)**



**Fuente:** Con base en, Asociación de Internet.mx, *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018*, Ciudad de México, 2018, P.4, <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet>>, (25/11/2018).

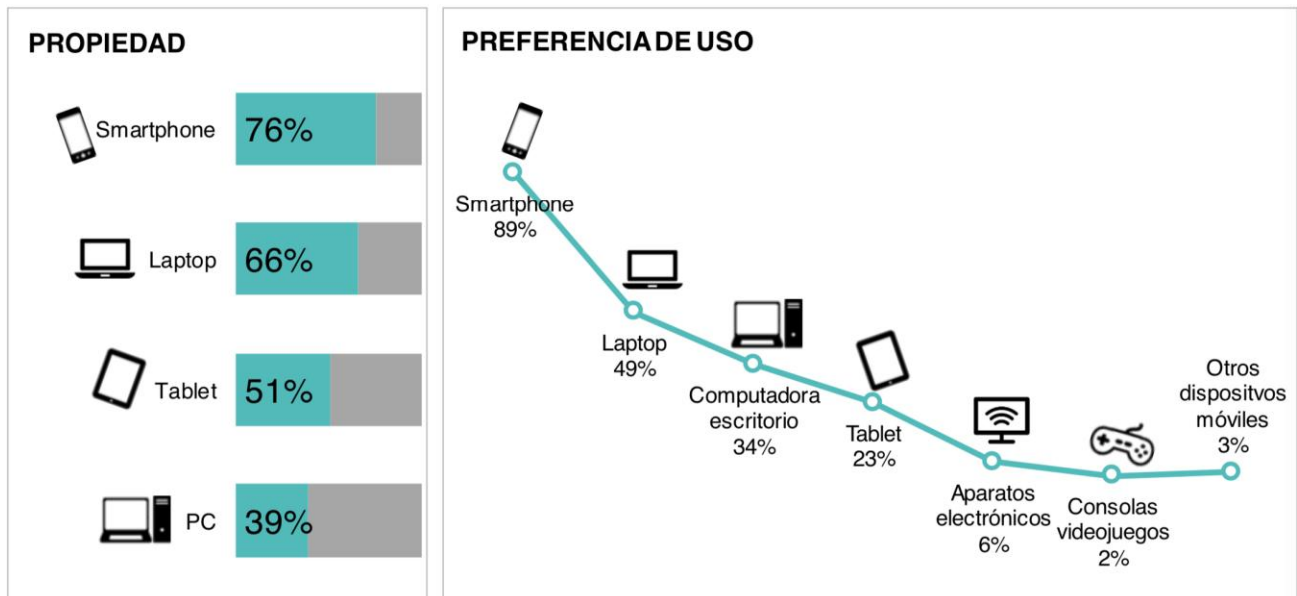
<sup>5</sup> Asociación de Internet.mx, *Estudio de Comercio Electrónico en México 2018*, Ciudad de México, 2018, <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/orderby,7/lang,es-es/?Itemid=>P.6>>, (14/12/2018).

El internet ha ido ganando cada vez más posicionamiento en la vida de los mexicanos, a su vez que ha ido creciendo el uso del internet, nuevas industrias y empresas han sido creadas, como por ejemplo:

- a) Amazon
- b) Ali Express
- c) e-Bay
- d) Mercado Libre

Entre otros, en la actualidad las compras por internet se hacen en su mayoría por el celular, ya que con la evolución que ha tenido la tecnología en la telefonía móvil se ha vuelto una herramienta indispensable en la vida del ser humano. ver la siguiente gráfica:

Gráfica 2 **Dispositivos de Conexión**



**Fuente:** Con base en, Asociación de Internet.mx, *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018*, Ciudad de México, 2018, P.4, <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet>>, (25/11/2018).

Como importador Chino en México, se puede decir que a través de los años de experiencia de comercio exterior, además de la experiencia de vida en ambos países, se ha podido observar que el desarrollo del comercio electrónico en el mercado mexicano representa una gran oportunidad y reto en materia de comercio electrónico.

### 1.2.3 MISIÓN

Simplificar y potenciar las compras y ventas, llevando la mecánica tradicional a un entorno digital que permita una dinámica a una escala mucho mayor, facilitando su negocio en cualquier lugar al alcance del consumidor.

### 1.2.4 VISIÓN

Ser una compañía líder en el mundo, reconocida por su calidad, excelencia operativa y continua innovación, impulsada por el talento de nuestra gente, guiada por un modelo de negocio C2B2B<sup>6</sup> con el enfoque constante en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes y multiplicando oportunidades de inserción laboral y crecimiento de negocio.

### 1.2.5 FILOSOFÍA

La filosofía del trabajo de Hormik tiene orígenes orientales con el objetivo de que sean adoptados en México, de modo que el grupo de trabajadores pueda imprimir cada uno de los siguientes elementos al crecimiento de la empresa:

- Pasión y eficacia
- Trabajo en equipo
- Integridad y transparencia
- Responsabilidad y compromiso
- Servicio

---

<sup>6</sup> Frente a los modelos de negocio más tradicionales en el que las empresas generan valor estableciendo una cadena de valor lineal que controlan y dirigen con el objetivo de entregar productos y servicios a sus clientes que sean reconocibles como su propio producto, en el caso de las plataformas las empresas con esos modelos de negocio generan valor a través de la creación de un ecosistema alrededor suya que genere una oferta y una demanda tan potente que a través del efecto red se vaya haciendo aún más completa y compleja, y por lo tanto, genere aún más valor.

Desde este punto de vista, las empresas con modelos de negocio de plataforma son principalmente intermediarios, y por lo tanto, deben cumplir las funciones clásicas de un intermediario:

En este sentido tendríamos tres grandes grupos de plataformas:

–C2B2B: No hay muchas de estas, aunque es probable que veamos a medio plazo un paulatino aumento de estas plataformas de prosumers (consumidores que son también productores). Es fácil imaginarse una empresa que sea una plataforma para que personas que en su casa tienen paneles solares para el autoconsumo, vendan sus excedentes a distribuidoras eléctricas. Ya sé que esto suena a ciencia ficción en España, pero es algo que es probable que ocurra pronto en otros países.



## **1.2.6 OBJETIVOS**

Algunos de los objetivos que la empresa persigue a través de la creación de una aplicación que promueve la compra-venta de productos basada en la geo localización del consumidor son:

- Facilitar la vida de los consumidores;
- Potenciar las compras y ventas de los negocios;
- Convertir la mecánica tradicional a un entorno digital a una escala mucho mayor.

## **1.2.7 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA**

Es una empresa tecnológica que se enfoca en el comercio electrónico innovador para facilitar las compras de consumidores e impulsar una revolución en modelo de negocio en el mercado mexicano.

La empresa ofrece una plataforma dirigida a los negocios, para que se conviertan en una tienda virtual, para que de esta manera, en el momento en que una persona busque un producto o servicio en la aplicación Hormik, el comercio sea una de las opciones cercanas al consumidor basado en su geo localización.

## **1.2.8 ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS QUE AFECTEN SU OPERACIÓN**

Factores externos<sup>7</sup> son los elementos de entorno externo, la empresa no tiene control sobre cómo se formularán los mismos. Al realizar un análisis de factores externos se tiene como objetivo detectar oportunidades y amenazas de la empresa, así formular estrategias que le las permitan aprovechar o eludir. Los principales factores externos a considerar mayores afectaciones son siguientes:

---

<sup>7</sup> Los factores internos y externos de una empresa son aquellos agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, que pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma. Un concepto de negocio que se ve perfecto sobre el papel puede resultar imperfecto en el mundo real.

#### **a. Fuerza tecnológica:**

- Como se ha dicho en clasificación de la empresa, es una empresa tecnológica, de modo que el nivel de desarrollo tecnológico en todo el México es un factor muy influyente para el negocio.
- Grado de implantación de las tecnologías de la información. Es una tendencia en México, pero su implantación tiene una polarización grave a nivel nacional.
- Madurez de tecnología de pago online.

#### **b. Fuerza Socio-Cultural:**

- El nivel de aceptación del cliente por el comercio electrónico a través del celular.
- Hábito de consumo, desarrollar hábito en los usuarios.
- Generar confianza de los usuarios y de los comerciantes.

#### **c. Seguridad**

- Garantizar la seguridad de pago en línea.
- Asegurar ambiente de compra venta que es real y confiable.
- Mantener la tecnología de seguridad en internet.

### **1.2.9 ANÁLISIS FODA**

A continuación, se enumeran varias fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionado con el objeto de investigación en una matriz, analizados generalmente para realizar una planificación o estrategia de empresa.

Tabla 1 **Análisis FODA**

<p><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio competitivo;</li> <li>• Innovación</li> <li>• Proporciona información detallada de producto y tienda en venta;</li> <li>• Variedad de precios para un mismo producto;</li> <li>• Opera 24 horas al día los 7 días a la semana del territorio nacional.</li> </ul>	<p><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza de usuarios, es un modelo de negocio totalmente nuevo,</li> <li>• Empresa muy joven;</li> <li>• Falta de experiencia de organización,</li> <li>• Presión de capital, inversión para la publicidad y el técnico.</li> <li>• No posee reconocimiento de la marca.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de internet, se ha incrementado rápidamente últimos años en México;</li> <li>• Crecimiento de E-commerce cada vez más empresas de E-commerce desarrolla su sede en México.</li> <li>• Método de pago propietario.</li> </ul>	<p><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de nuevos actores en el mercado del comercio electrónico.</li> <li>• Empresas fraudulentas que puedan afectar la imagen del E-commerce.</li> <li>• Alta probabilidad de copia por parte de los competidores.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en la investigación de empresa Hormik.

### 1.2.10 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y EL SERVICIO

Para las tiendas se llamará Hormik-shop, puede opera desde sitio web, Play Store o App Store, la versión de aplicación se presenta como Hormik negocio y es una herramienta que ayuda a las tiendas a administrar desde la computadora o celular inteligente. En el sitio web o App te da siguientes módulos:

- **Gestión de las tiendas:** en esta pestaña se permite agregar, eliminar y editar tus tiendas.

- Gestión de jefe de tiendas: se puede registrar al encargado de cada una de las tiendas. Los jefes de tiendas administran las ventas, inventario y clientes de su tienda encargada.
- Gestión de productos: los dueños de negocio hacen trabajo de subir los productos de la tienda y decide cuales productos presentan en cada tienda.
- Órdenes y renovaciones: Hormik se cobra por SKU de producto, aquí se realizará la solicitud del paquete requerido.
- Reportes: Hormik ofrece los reportes del status por ventas, productos y evaluación de productos y servicios.
- Ofertas: cada semana se promociona un producto a los seguidores de tienda y les notifica directamente las promociones.

Por otro lado, para los consumidores, la versión se encuentra en Play Store o App Store como Hormik y ofrece los siguientes servicios:

- Los consumidores pueden buscar los productos o servicios requeridos con base de la localización que tenga el momento. La aplicación se presenta siguientes funciones:
- Pestaña de Inicio: presenta promoción publicado por Hormik y las ofertas publicarán por las tiendas.
- Departamento: ayuda a buscar el producto o servicio por categoría.
- Tienda: se presenta el producto o servicio ofrecido por Hormik-shop dependiendo la localización.
- Carrito: los productos o servicios que se van a comprar.
- Cuenta: se refiere a la administración de la cuenta y a la forma de configurar la aplicación.

## **CAPÍTULO 2**

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

El estudio de mercado es clave, tanto antes como después del lanzamiento de la idea de negocio para minimizar los riesgos. Ayuda a conocer al cliente potencial, analizar el producto, precio y competencias, etc. Para definir bien la posición de la idea de negocio y dirigir a un mercado adecuado. Una empresa con recursos limitados puede competir con efectividad en los mercados seleccionados por estudio.

#### **2.1. ANÁLISIS DE DEMANDA Y COMPETENCIA**

El modelo de negocio es innovador, de manera que no existe una aplicación que ofrezca los mismos servicios, incluso lo más cercano sería Google Maps, quien muestra los establecimientos cercanos con base en una búsqueda, sin embargo, la aplicación Hormik arroja de manera detallada la posición, la disponibilidad del producto y el precio, de modo que encontrar una competencia 100% idéntica a Hormik es prácticamente nula, a continuación se va a analizar una serie de empresas anteriormente mencionadas sobre parte del servicio que ofrecen el precio y objetivo, entre otros:

Enlistamos unas empresas quienes tienen ideas similares que Hormik, como las siguientes:

- Amazon
- Mercado Libre
- Google Shopping
- Cornershop
- Tiendeo

**Amazon.-** Amazon.com.mx es operado por Amazon México Services, Inc., una filial de Amazon.com, Inc.<sup>8</sup>; es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube a todos los niveles con sede en la ciudad estadounidense de Seattle, Estado de Washington. Su lema es From A to Z. Fue una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de Internet.<sup>9</sup> Si se observa la siguiente tabla se apreciarán algunas de las características principales de Amazon.

Tabla 2 **Amazon**

Amazon				
<b>Datos generales</b>				
<b>Fundación</b>	5 de julio de 1994			
<b>País de origen</b>	Bellevue, Washington, Estados Unidos			
<b>Área de operación</b>	Mundial			
<b>Fundador</b>	Jeff Bezos			
<b>Productos</b>	Amazon Appstore, Amazon Echo, Amazon Kindle, Amazon Prime, Amazon Prime Video, ComiXology, Amazon S3, Amazon Web Services, Alexa Internet, Internet Movie Database y Shopbop			
<b>Rango de Empleados</b>	613300(2018)			
<b>Industria</b>	comercio electrónico, minorista y Alojamiento web			
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.amazon.com.mx">www.amazon.com.mx</a>			
<b>Tiempo opera en México</b>	30 de junio de 2015			
<b>Productos y servicios competitivos</b>				
<b>Productos y servicios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Procesos</b>	<b>Beneficios</b>	<b>Costo</b>
<b>Amazon-service: Vender en Amazon</b>	Vender en Amazon supone un programa que permite tanto a empresas como a particulares vender	1. Verifica si existe categoría del producto, y asegure cumple requisitos para subir un producto. 2. Registra como	1. Una sola sesión en los Marketplaces de México, EE.UU y Canadá. 3. Transacciones	La cuota de suscripción mensual + las tarifas por referencia

<sup>8</sup> Amazon.com.mx, *Información Corporativa*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <[https://www.amazon.com.mx/gp/feature.html/ref=footer\\_gw\\_m\\_b\\_corporate?ie=UTF8&docId=1001359011](https://www.amazon.com.mx/gp/feature.html/ref=footer_gw_m_b_corporate?ie=UTF8&docId=1001359011)> (9 de enero de 2019).

<sup>9</sup> Wikipedia, *Amazon*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon>> (9 de enero de 2019).

	<p>sus productos a través de amazon.com.mx</p>	<p>vendedor.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Publica productos.</li> <li>4. Vende productos</li> <li>5. Envía producto.</li> <li>6. Recibe pago.</li> </ol>	<p>seguras</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Usa Logística de Amazon</li> <li>5. Utiliza las herramientas de publicación de productos</li> </ol>	
<p><b>Amazon-service: Logística de Amazon</b></p>	<p>Es un servicio que tienes disponible cuando vendes en Amazon. Con Logística de Amazon, tú almacenas tus productos en nuestros centros de distribución y nosotros seleccionamos, empacamos y enviamos tus productos, además de proporcionar servicio de atención a cliente.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Envías tus productos al centro de distribución de Amazon.</li> <li>2. Amazon almacena tus productos.</li> <li>3. Los clientes compran tus productos.</li> <li>4. Amazon prepara y empaqueta tus productos.</li> <li>5. Amazon envía tus productos.</li> <li>6. Amazon brinda soporte de atención a cliente.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los productos serán elegibles para Amazon Prime entregas GRATIS y rápidas.</li> <li>2. Las ventas estarán respaldadas con el servicio de atención al cliente de nivel mundial de Amazon.</li> <li>3. Tener una sola fuente de inventario te permite optimizar tus operaciones por un costo fijo y poco riesgo.</li> </ol>	<p>Se te cobrará el espacio de almacenamiento y los pedidos que gestionemos (pago postventa).</p>
<p><b>Amazon-service: Anuncia en Amazon: Sponsored Products; Sponsored Brands; Stores</b></p>	<p>Sponsored Products son anuncios de listados de productos individuales publicados en Amazon. Aparecerán en las páginas de resultados de búsqueda y en las páginas de detalles del producto, lo que ayuda a impulsar ventas</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crear una campaña de anuncios por producto, dirige a clave de palabra seleccionada</li> <li>2. Según la relevancia y la puja, los anuncios se muestran a los clientes que usan términos de búsqueda que concuerdan con ellos en sitios de la página de alta visibilidad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aumenta la venta: La publicidad te ayuda a dirigirte a los clientes que buscan comprar productos como el tuyo.</li> <li>2. Haz que te descubran fácilmente</li> <li>3. Controla los costos</li> </ol>	<p>Los anuncios de Sponsored Products y Sponsored Brands funcionan con un modelo de precios de costo por clic basado en subastas. Las Stores gratis</p>

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de página oficial de Amazon. Amazon, *Vender en Amazon*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://services.amazon.com.mx/servicios/vender/beneficios.html>>, *Logística de Amazon*, <<https://services.amazon.com.mx/servicios/logistica-de-amazon/beneficios.html>>, *Anuncia en Amazon*, <<https://services.amazon.com.mx/publicidad/beneficios.html>>, (9 de enero de 2019).

Algunas de las características de Amazon es que el consumidor ha afianzado ya confianza con la empresa, ya que como todos lo saben, es líder de comercio electrónico en todo el

mundo, de modo que se asegura la compra y venta para ambas partes, además de la calidad de producto, pues se verifica estrictamente el registro del vendedor y datos del producto, incluido la marca, también tienen claramente las informaciones que quieren conocer como usuario, a pesar de esto, algunas desventajas de Amazon son que es menos fácil entrar y se tarda días para registrar. Además de que le falta variedad de sus productos.

**Mercado Libre.**- Se podría decir que es la plataforma de comercio electrónico más grande de América Latina y conecta a compradores y retailers de más de 16 países. También es una compañía de IT y desarrolladores de todo el mundo utilizan su Plataforma Abierta para crear aplicaciones que ayuden a vendedores y compradores a mejorar su experiencia.<sup>10</sup>

Tabla 3 **Mercado Libre**

<b>Mercado Libre</b>				
<b>Datos Generales</b>				
<b>Fundación</b>	2 de agosto de 1999			
<b>País de origen</b>	Buenos Aires, Argentina			
<b>Área de operación</b>	América			
<b>Fundador</b>	Marcos Galperín			
<b>Rango de Empleados</b>	5582			
<b>Industria</b>	Comercio Electrónico			
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.mercadolibre.com.mx">www.mercadolibre.com.mx</a>			
<b>Fecha de Inicio</b>	noviembre de 2005			
<b>Productos y servicios competitivos</b>				
<b>Productos y servicios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Procesos</b>	<b>Costo</b>	<b>Beneficios</b>
<b>Mercado libre Ventas</b>	Es el sitio de retail (es decir, de compra y venta de productos y servicios) más visitado de Latinoamérica. Con la integración se	1. Consigue toda la información del producto que va a subir. 2. Toma la foto 3. Decide el	Divide en tres tipos de cuenta, cada una maneja diferente tarifa y servicio, son siguientes:	1. Gestionar todos tus productos, precios, stocks y ventas 2. Conectas dos canales de venta y administras todo desde un sólo lugar. 3. Puedes publicar masivamente

<sup>10</sup> Mercado Libre, *Quiénes somos*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://developers.mercadolibre.com.mx/es-ar/quienes-somos>> (9 de enero de 2019).



	automatizan procesos manuales como publicar, controlar el stock, responder preguntas, gestionar pedidos, preparar paquetes de envío, etc.	precio 4. Publica el producto	1. Gratuita 2. Clásica 3. Premium	en Mercado Libre. 4. Brindas mejor atención al cliente al ser más rápido y eficiente 5. Automatizas la gestión de pedidos
<b>Mercado libre Publicidad</b>	Es la herramienta más básica para hacer publicidad dentro de Mercado Libre. Podrás crear y activar campañas para incrementar la exposición y la cantidad de visitas que reciben tus publicaciones, como también campañas enfocadas en generar ventas.	1. Elige el plan 2. Arma campaña gratis por Mercado Libre 3. Muestra el banner 4. Mide la eficacia.	Plan media Plan alta Plan máxima  Elige el plan depende de cuánto clic quiere alcanzar por tu publicación.	1. Los anuncios se crean automáticamente y actualiza en tiempo real. 2. Posibilidad de crear campañas independientes para cada una de las tiendas de los diferentes sellers 3. Gestión Multicampaña 4. se comercializan por clic, y se puede seleccionar un plan de acuerdo con la cantidad de visitas que se desee recibir por día 5. Un Account manager de publicidad encargado del seguimiento de las campañas y envío de reportes.
<b>Mercado Shops</b>	Es el socio perfecto para crear tu tienda online. Vende tus productos de forma sencilla y llega a tus clientes sin importar en donde estén. Mercado Shops es la solución para que vendas tus productos y servicios en tu propio sitio web con la tecnología de Mercado Libre.	1. Ingresas directamente con la cuenta de mercado Libre 2. Diseña la tienda 3. Administra las ventas y inventario.	Se cobra por plan: Principiante; Profesional; Profesional Plus.  Se ofrece diferente nivel de servicio.	1. Tu marca presente en tu tienda y en el mundo online. 2. Usa propia dirección web 3. Lanza las promociones y descuentos que quieras 4. Podrás vincular tu tienda online con tu página de Facebook 5. Gestiona tu proceso de venta directamente y diseña estrategia post venta. 6. Experto especialista en diseño y marketing para crea el negocio.

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de página oficial de Mercado Libre. Vender un producto, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <[https://www.mercadolibre.com.mx/ayuda/Vender-un-producto\\_988](https://www.mercadolibre.com.mx/ayuda/Vender-un-producto_988)>, Mercado shops, <<https://www.mercadoshops.com.mx/beneficios>>, Publicidad, <<https://publicidad.mercadolibre.com.mx/>>, ( enero de 2019)

Esta plataforma es de fácil de tener acceso como vendedor y subir productos, además de que es la más reconocida por toda América latina, y cuenta con el respaldo en el proceso de compra y venta por Mercado Libre. A pesar de esto, es difícil encontrar datos requeridos

como usuario y sus funciones están repetidas entre sus servicios. Ejemplo, Mercado Libre ventas y eShop y varios botones se confunden la función, además de que no tiene servicio al cliente por vía telefónica.

**Google.-** La especialización de Google son los productos y servicios relacionados con Internet, software, dispositivos electrónicos y otras tecnologías. El principal producto de Google es el motor de buscador de contenido en Internet. Los principales productos ofrecidos a sus usuarios son los siguientes:

- Gmail: servicio de correo electrónico seguro y rápido.
- Google Drive: aplicación que te permite alojar todos tus archivos.
- Google Traductor: aplicación que te permite traducir textos en múltiples idiomas.
- Google Earth: famoso mapa que muestra las calles y direcciones.
- Google Chrome: considerado el navegador más rápido y limpio del mundo.
- Youtube: el portal web de videos más completo del mundo
- Android: sistema operativo para Smartphone.

Tabla 4 **Google**

<b>Google</b>				
<b>Fundación</b>	4 de septiembre de 1998			
<b>País de origen</b>	California, Estados Unidos			
<b>Área de operación</b>	Mundial			
<b>Fundador</b>	Serguéi Brin Larry Page			
<b>Rango de Empleados</b>	60000 (2016)			
<b>Industria</b>	Internet, Software, Hardware, Tecnología			
<b>Sitio web</b>	<a href="http://www.google.com.mx">www.google.com.mx</a>			
<b>Productos y servicios competitivos</b>				
Prod.	Descripción	Procesos	Costo	Beneficios

<b>Google maps</b>	Servidor de aplicaciones de mapas. Ofrece imágenes de mapas desplazables, así como fotografías por satélite del mundo e incluso la ruta entre diferentes ubicaciones o imágenes a pie de calle con Google Street View, condiciones de tráfico en tiempo real y un calculador de rutas.	Define el destino, te presenta el lugar o enseña cómo llega.	Gratis	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir las direcciones de casa y del trabajo</li> <li>2. Obtener información sobre un sitio, como horario, carta de comida y comentarios, etc.</li> <li>3. Obtener indicaciones e iniciar la navegación</li> </ol>
<b>Google shopping</b>	Es un sitio web que integra directa a Google, es decir, dependiendo de la búsqueda realizada, los productos de Google Shopping aparecen en los resultados patrocinados de búsquedas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crea cuenta en Google Merchant</li> <li>2. Feed de datos</li> <li>3. Vincula Merchant con Adwords</li> <li>4. Crea la compañía</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Busca producto requerido</li> <li>2. Aparecen resultados antes de los links patrocinados</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los anuncios de producto de Shopping se cobran con el sistema de coste por clic (CPC)</li> <li>2. Los anuncios catálogo de Shopping se cobran con el sistema de coste por expansión (CPE)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Más tráfico</li> <li>2. Oportunidades de venta mejor cualificadas</li> <li>3. Fácil gestión de campañas específicas para tiendas</li> <li>4. Mayor presencia</li> <li>5. Informes eficaces y datos de la competencia</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de página oficial de Google. <<http://google.com>>.

**Cornershop.-** Es un grupo de chilenos, un sueco y muchos mexicanos expertos en tecnología y comercio digital. La idea fue simple: No sólo llevan las compras de súper al domicilio, sino que entrega bolsas llenas de tiempo libre en la puerta de tu hogar.<sup>11</sup>

**Tiendeo.-** Es la web y app líder de ofertas y catálogos online geo localizados. Los consumidores han escogido a Tiendeo como su plataforma favorita para planificar las compras.<sup>12</sup>

Como se puede observar, la competencia puede estar dentro de la industria del comercio electrónico, sin embargo no penetran por completo a la geo localización y sobre todo a la

<sup>11</sup> Cornershop, Nosotros, Ciudad de México, 2019, [S.P.] < <https://cornershopapp.com/about>> (9 de enero de 2019).

<sup>12</sup> Tiendeo, Sobre Nosotros, Ciudad de México, 2019, [S.P.] < [https://www.tiendeo.com/info/es\\_mx/sobre-nosotros-mx/](https://www.tiendeo.com/info/es_mx/sobre-nosotros-mx/)> (9 de enero de 2019).

administración y gestión de la información del almacén de las tiendas, lo que hace mucho más rápida una búsqueda de productos y por supuesto de la venta para los comercios cercanos al usuario.

## 2.2. EL PRECIO DE LA COMPETENCIA

Tabla 5 Costo Amazon

<b>Costo de vender en Amazon</b>	Tipo de Costo		Plan profesional de venta
	Costo mensual por uso de la plataforma		MX\$ 600.00
	Comisión por venta		10% a 15% dependiendo por categoría
<b>Gasto de envío</b>	<b>Opción 1:</b> Entrega tu mismo con tu forma de envío	<b>Opción 2:</b> Usa Logística de Amazon (Son siguiente tres tarifas)	
	Gestión Logística	Almacenamiento por dm <sup>3</sup> al mes	Almacenamiento prolongado
	De 0 a 5 kg, tiene un precio MXN 52.71 a 67.35. Por cada 0.5 kg adicionales, cuesta MXN 2.80	De enero a septiembre: MXN 0.31 De octubre a diciembre: MXN 0.44	Entre 6 y 12 meses: MXN 4.42 12 meses o más: MXN 14.62 (A partir de 15 de feb. de 2019)
<b>Gasto de anuncio</b>	Los anuncios de <b>Sponsored Products</b> y <b>Sponsored Brands</b> funcionan con un modelo de precios de costo por clic basado en subastas. Puedes establecer el monto máximo que estás dispuesto a pagar cuando un comprador hace clic en tu anuncio. Cuanto más competitiva sea tu puja, más probabilidades hay de que se muestre tu anuncio. Tu decides cuando inviertes diariamente en anuncio.		

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de Amazon.

Tabla 6 **Costo de Vender en Mercado Libre**

<b>Costos de vender un producto</b>			
	Gratuita	Clásica	Premium
Exposición en los listados	Baja	Alta	Máxima
Duración	60 días	Ilimitada	Ilimitada
Ofreces Mercado Pago	Si	Si	Si
Ofreces meses sin interés	No	No	No
Costo por publicar	Gratis	Gratis	Gratis
Costo por venta	Gratuita	13% por venta	17.5% por venta
<p>Ten en cuenta que ofrecerás envío gratis en estos casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuando tu producto es nuevo y el precio de venta es \$549 o más.</li> <li>- Si te compran varias unidades de lo mismo y el total supera los \$549.</li> <li>- Si un carrito con varios de tus productos supera los \$549.</li> </ul> <p>Conoce cuáles son los costos, y los descuentos que te damos según tu reputación.</p>			

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de Mercado Libre

Tabla 7 **Costo de Envío en Mercado Libre**

<p>Ten en cuenta que ofrecerás envío gratis en estos casos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuando tu producto es nuevo y el precio de venta es \$549 o más.</li> <li>- Si te compran varias unidades de lo mismo y el total supera los \$549.</li> <li>- Si un carrito con varios de tus productos supera los \$549.</li> </ul> <p>Conoce cuáles son los costos, y los descuentos que te damos según tu reputación.</p>			
Peso*	Productos usados y publicaciones gratuitas	Productos nuevos menores a \$549	Productos nuevos desde \$549
		30% de descuento	50% de descuento
1-68 kg	MXN 105-920	MXN 73.5-644	MXN52.5-460

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de Mercado Libre.

Tabla No. 8 **Costo de Publicidad de Mercado Libre**

<b>Costo de Publicidad</b>			
<b>Product Ads</b>	<b>Display</b>		
	Media	Alta	Máxima
Mínimo MXN 198 por día	350,000 veces de clic	700,000 veces de clic	1,500,000 veces de clic
	MXN 46,000	MXN 77,000	MXN 146,000

**Fuente:** Elaboración propia con base en investigación de Mercado Libre.

### **Costo Google**

- Google Mapa: Totalmente gratis, siempre que se tengan datos en el celular.
- Google Shopping: Los anuncios de producto de Shopping se cobran con el sistema de costo por clic (CPC), es decir, cuando alguien hace clic en tu anuncio. Solo pagarás cuando un usuario haga clic en un anuncio que dirija a la página de destino en tu sitio web o a la alojada en Google correspondiente a tu inventario local. Los anuncios catálogo de Shopping se cobran con el sistema de costo por expansión (CPE), es decir, cuando alguien expande tu anuncio contraído durante diez segundos o más para ver más contenido y, a continuación, hace clic en él.

## **2.3. DEFINICIÓN DE LA DIMENSIÓN DE LA MUESTRA**

### **2.3.1. POBLACIÓN UNIVERSO**

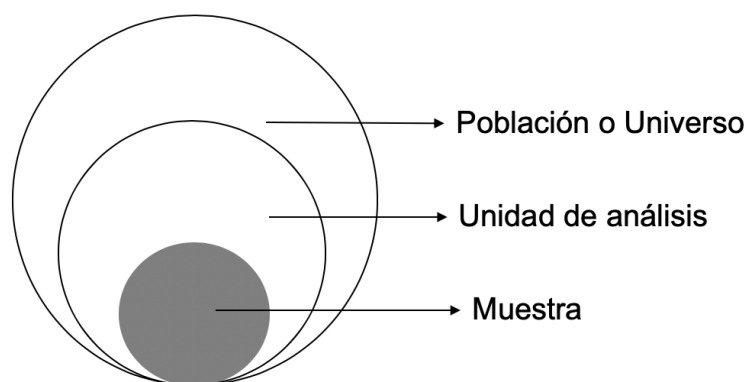
Como consecuencia y siguiendo a Hernández Sampieri<sup>13</sup>, la investigación que actualmente nos ocupa es de tipo: exploratoria, descriptiva y además de campo; es exploratoria porque el objeto de estudio es poco conocido, poco se ha expuesto a cerca de una aplicación que se dedique a mediar en la operación de comercio electrónico en tiempo real, si bien es cierto

<sup>13</sup> Hernández Sampieri, Roberto: "Metodología de la Investigación"; México, Editorial McGraw Hill, 2016, 19na Edición, P.91.

hay varias empresas que se dedican a ser intermediarios entre el vendedor y consumidor, sin embargo, la aplicación Hormik responde a una compra venta física, de modo que lo que se hace es brindar una base de datos al consumidor sobre el establecimiento más cercano que tiene en su almacén el producto que está buscando, situación que no ocurre con ninguna otra aplicación; de modo que no hay tantos resultados empíricos que se puedan ocupar, razón por la cual, es necesaria la aplicación de campo.

Como consecuencia de lo anterior, con el fin de dimensionar la muestra elegida, es indispensable seguir el método que para este tipo de investigaciones se aconseja, por lo que, si se observa el cuadro siguiente

**Gráfica 3 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.**



**Fuente:** Preparación de un Proyecto de Investigación, Elena Henríquez Fierro y Maria Inés Zepeda Gonzalez, Dic 2003, [S.P.] <[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95532003000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95532003000200003&script=sci_arttext)> (15 de enero de 2019).

Es preciso considerar en principio a la población, esto para determinar correctamente la muestra tal y como lo aconseja Frans Doorman<sup>14</sup> quien considera que el diseño de la investigación es un proceso sistemático, disciplinado, controlado, con directrices e intereses que van desde lo más general para llegar a lo particular.

Por su parte, Ario Garza<sup>15</sup> presenta un enfoque cualitativo de la descripción de los conceptos que se hacen desde el marco teórico, identificando la ciencia social con las

<sup>14</sup> Frans Doorman, Elizabeth: "Estudio de la Investigación Científica"; México, Editorial Themis, 2010, 4ta Edición, P.106

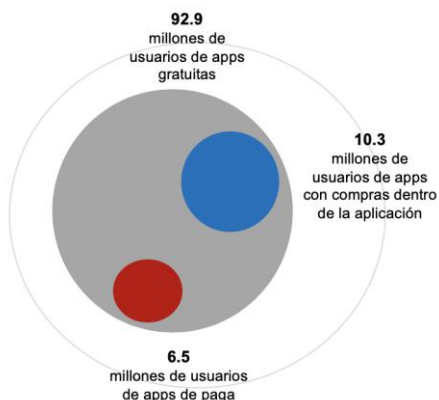
<sup>15</sup> Ario Garza, Felipe: "Elementos del análisis de la investigación"; México, 2007, Editorial Pearson Education, P.71.

calidades del concepto frente a un enfoque cuantitativo que debe de medir con mayor precisión la aplicación del marco teórico descrito. Evidentemente el enfoque que debemos de seguir en esta exposición es el mixto, ya que entre los datos cualitativos expresados en la primera parte que versa sobre la idea de negocio y los cuantitativos que en esta y las siguientes secciones del presente diseño se deben recabar en la muestra elegida.

Es en este punto donde se identifica cual es la Población Universo del presente proyecto, la población en este caso es la República Mexicana, que es en donde se va a implementar la aplicación Hormik, En México, se instalaron cerca de 36.4 millones de aplicaciones (apps) durante 2017, lo que convierte al país en el segundo de Latinoamérica en el que se descargan más herramientas de este tipo en dispositivos móviles, lo que genera un mercado con un valor de 2 mil 100 millones de dólares anuales<sup>16</sup>.

Debido a la modalidad de descarga, las apps gratuitas han sido un sobresaliente en el mercado mexicano, de tal manera que todos los usuarios de teléfonos inteligentes tienen al menos una aplicación gratuita descargada en su celular, en el caso de estudio, Hormik basa su modelo de negocio en el cobro de una renta a los comercios que buscan que sus productos o servicios sean ubicados por los clientes cercanos a sus establecimientos, Si se observa la siguiente:

**Gráfica 4: Usuarios de Apps Móviles por Modalidad de Descarga**



**Fuente:** *El Consumo de Aplicaciones en México crece 7%*, 20/08/2018, Redacción CIO México, <http://cio.com.mx/el-consumo-de-aplicaciones-en-mexico-para-smartphones-crece-casi-7/> (20 de febrero de 2019).

<sup>16</sup> Con base en, Merca2.0, *¿Cómo ha avanzado el mercado de las APPS en México?*, 29/03/2018, [S.P.] <<https://www.merca20.com/como-ha-avanzado-el-mercado-de-las-apps-en-mexico/>> (20 de febrero de 2019).



El número de aplicaciones de descarga gratuita sobrepasa enormemente a las de compras dentro de la aplicación y la de aplicaciones de paga, a diferencia de las apps con compras dentro de la misma aplicación, Hormik no cobra al usuario de la aplicación, sino al establecimiento que desea dar a conocer sus productos o servicios al momento en que el usuario está realizando una búsqueda en tiempo real. Situación que pone en ventaja a Hormik en la población universo que es la República Mexicana.

### 2.3.2. UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis seleccionada es: la Ciudad de México, el Estado de México y Jalisco, esto se debe a que tienen mayor madurez de consumidor<sup>17</sup> de internet y unidades económicas por entidad federativa<sup>18</sup>, como se muestra a continuación:

Tabla 9 Unidad de análisis

Estado	Población	Unidades Económicas	% de Comprador	Ciudad Principal
Ciudad de México	2,388,534	618,392	22%	Ciudad de México
México	3,689,053	471,957	13%	Estado de México

Fuente: Elaboración propia con base en estadística de INEGI, < <http://www.inegi.com.mx> >, (03/2019).

En materia demográfica, los siguientes son los elementos característicos de la población que puede descargar de manera gratuita la aplicación Hormik para hacer la búsqueda de productos o servicios dentro del rango geográfico en el que se encuentren:

<sup>17</sup> Asociación de Internet.mx, *Estudio Comercio Electrónico en México 2017, Ciudad de México*, 2017, P.8. <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/Estudio-de-Comercio-Electronico-en-Mexico-2017/lang.es-es/?Itemid=>>, (25/11/2018)

<sup>18</sup> Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Directorio de empresas y establecimientos*, ciudad de México, 2018, <<http://www.beta.inegi.org.mx/temas/directorio/>>. (03/2019).

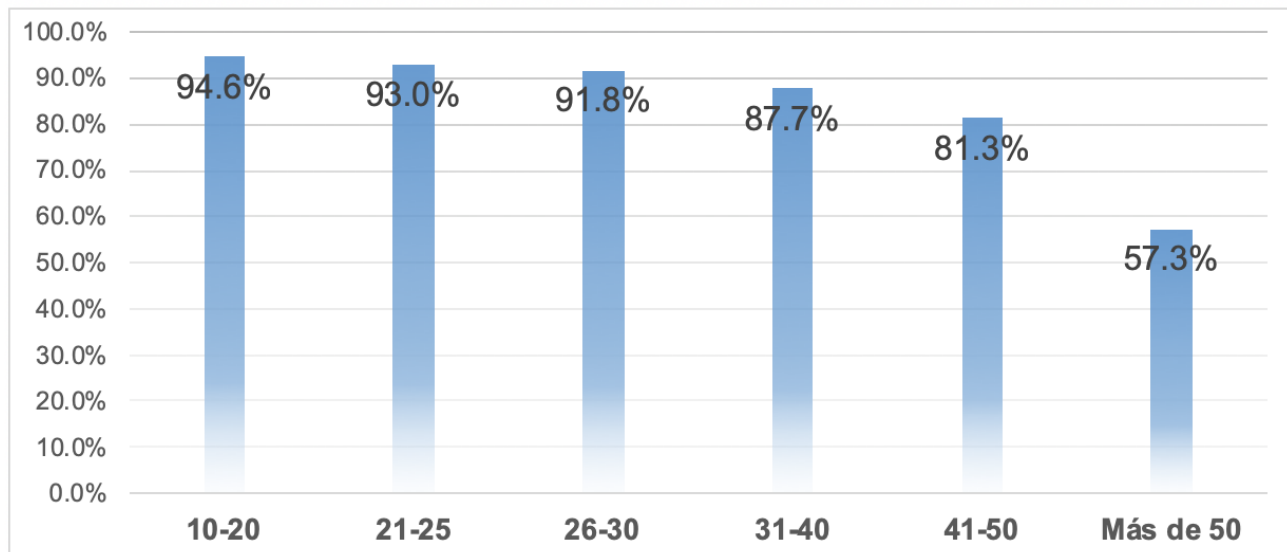
Tabla 10 **DEMOGRÁFICA**

<b>Edad</b>	18 a 60 años
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Estado civil</b>	Indistinto
<b>Educación</b>	Mínimo Preparatoria
<b>Ocupación</b>	Indistinto

**Fuente:** Elaboración propia con base en la investigación en internet.

La segmentación por edad se justifica en base a que se registra una alta penetración en prácticamente todos los segmentos, aunque con una alta oportunidad de crecimiento en las personas de más de 50 años, quienes han mostrado un mayor crecimiento en la adquisición de dispositivos móviles, especialmente de aquellos asequibles en los últimos años:

Gráfica 5. **Acceso a Aplicaciones por Edad**



**Fuente:** CIO MEXICO, *El Consumo de Aplicaciones en México crece 7%*, 20/08/2018, <<http://cio.com.mx/el-consumo-de-aplicaciones-en-mexico-para-smartphones-crece-casi-7/>> (15/03/2019).

### 2.3.3. PSICOGRAFÍA<sup>19</sup>

La selección de segmento de mercado del proyecto está enfocado al negocio tradicional, principalmente a las Pymes, así mismo, el uso de la aplicación en el celular se enfoca a la gente que tiene interés de tecnología, conocimiento de internet y la utiliza en la innovación de hábito de consumo del mercado de hoy, algunas de las actitudes, personalidades y estilos de vida que tiene el consumidor meta son:

- Nivel socioeconómico medio.
- Estilo de vida más agitado, que pase mucho tiempo en la calle.
- Cuenta con habilidades e interés en la aplicación de tecnología para resolver sus problemas cotidianos.
- Deberá ser gente de buena conducta y responsable.

### 2.3.4. PERFIL DEL CONSUMIDOR

La mayoría de los usuarios actuales de aplicaciones móviles tienen en común estas tres características: son impulsivos, inconstantes e hiperactivos.

- a) Son impulsivos: los usuarios no son fieles a una app en concreto. Más bien les gusta picotear por aquí y por allá. La generalización de Smartphones trajo consigo el consumo de internet en micro momentos y eso se refleja en que los usuarios suelen realizar sesiones cortas en distintas apps de distintas categorías durante el mismo día.
- b) Poca constancia: los usuarios móviles son caprichosos y exigentes o se quedan con cualquier app de por vida. Aseguran que antes de decidir dejar de usar una aplicación móvil la usan, al menos, 4 o 5 veces.
- c) Hiperactividad: Los usuarios de apps suelen ser activos de forma regular dentro de un determinado rango de apps. De media, los usuarios suelen utilizar unas 18 apps al mes y suelen acceder a las apps una media de 15 veces al día.

---

<sup>19</sup> Los hábitos de compras en los consumidores, a menudo se relacionan con el estilo de vida e intereses que tienen los consumidores. En este sentido, la segmentación psicográfica proporciona a las marcas, la posibilidad de dividir su mercado en grupos basados en la personalidad de cada consumidor.

De modo que algunas de las características generales del perfil del consumidor son:

- Edad de 18 a 45 años.
- Un nivel de socio económico medio.
- Usuario de internet.
- Responsable.
- Honesto.

El perfil especial para Hormik shop que se refiere a los Dueños de micro, pequeñas y medianas empresas que ingresan los datos de almacén de productos y servicios en el programa de computadora, la mayor parte se concentra en edades de los 41 a los 60 años, siendo la mayoría casados. Gente responsable con su negocio, y capacitados en el uso de la computadora, y de la sistematización del almacén de su negocio.

### **2.3.5. MUESTRA**

Galicia Domínguez<sup>20</sup> alude a que "Una muestra debe ser definida con base en la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia"; una muestra representativa contiene las características relevantes de la población en las mismas proporciones que están incluidas en tal población. Por otro lado, la autora Pilar Batista Lucio<sup>21</sup> menciona que básicamente las muestras se categorizan en:

- a) Muestras no Probabilísticas.
- b) Muestras Probabilísticas.

Los elementos de las muestras probabilísticas tienen la misma posibilidad de ser escogidos, y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. En las muestras no probabilísticas la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de

---

<sup>20</sup> Galicia Domínguez, Alberto: "Metodología de la Investigación"; México, 2012, Editorial McGraw Hill, P.46.

<sup>21</sup> Bautista Lucio, Pilar: "Análisis probabilístico de la recolección de datos"; México, 2009, Editorial Themis, P.94.

causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico, sino es en base a la toma de decisiones de una persona o de un conjunto de personas, y desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación.

Con base en lo menciona anteriormente, se puede definir que se tendrá un muestreo no probabilístico o un muestreo dirigido, en apoyo a que se buscan características tan específicas como lo es el hecho de identificar los elementos de que es lo que busca el usuario de aplicaciones de celular inteligente, al momento en que requiere de hacer una búsqueda de algún producto o servicio referenciado a su posición geográfica.

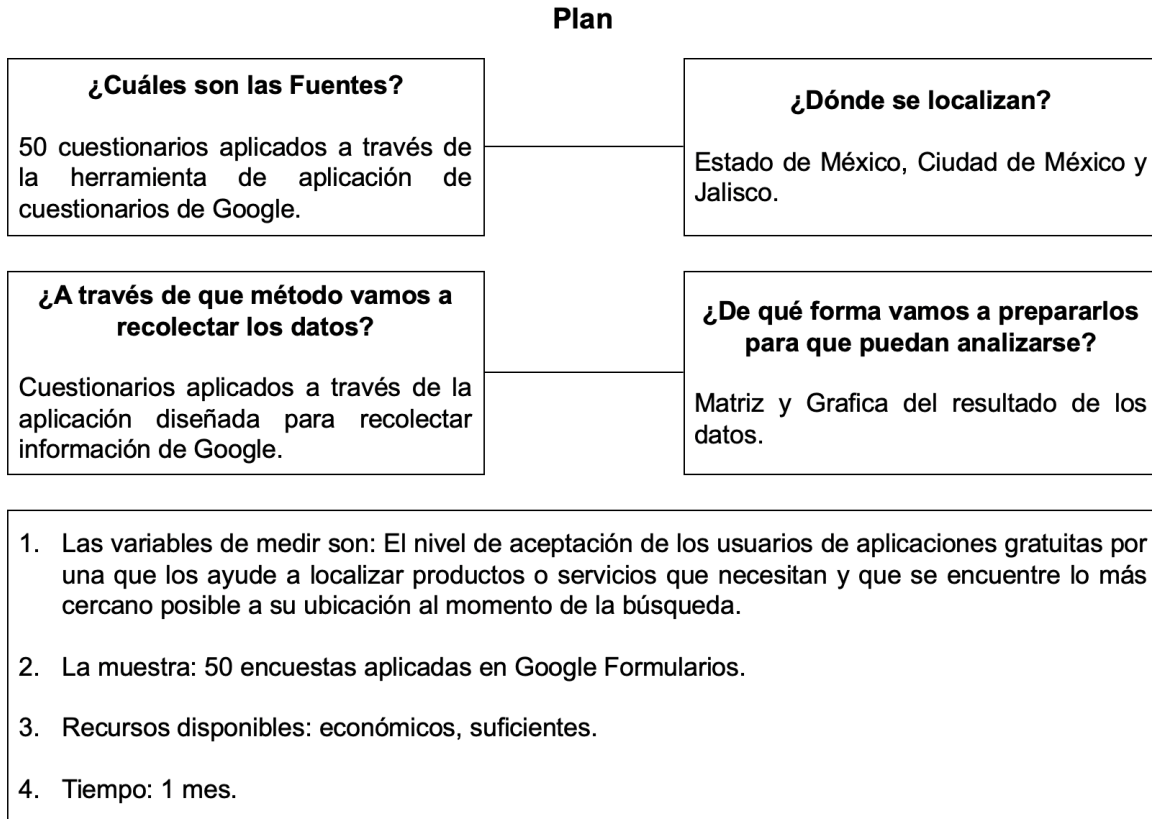
En este caso es adecuada una muestra no probabilística , pues se trata de un estudio con un diseño de investigación exploratorio y un enfoque cuantitativo y cualitativo, ya que aunque se asignen a los elementos de la muestra de manera aleatoria a las condiciones experimentales, para generalizar a la población se necesitarían repetidos experimentos, un estudio de estas características es importante en cuanto al nivel Causa-Efecto, es más preciso aislar otras variables; sin embargo, no es posible generalizar los datos a todos los elementos de la población de la Ciudad de México, el Estado de México y Jalisco.

De manera que utilizando la aplicación de formularios de google, se podrán obtener datos aleatorios que sirvan de muestra para resolver las características que deben sobresalir en la aplicación Hormik, así como de la forma de actuar de los encuestados a la hora de llevar a cabo compra ventas a través de una aplicación.

### 2.3.6. MÉTODO ADECUADO AL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

En el siguiente esquema se pueden apreciar las fuentes y su localización:

Imagen 1 PLAN DE SELECCIÓN MUESTRA



**Fuente:** Elaboración propia con base en la investigación del tema.

Los métodos que se utilizarán serán las entrevistas y las encuestas. La siguiente etapa que se debe cubrir, consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos, cualidades o variables de los usuarios que utilizan aplicaciones para celulares inteligentes, así como, de la aceptación por parte de los comerciantes para pagar una renta mensual para que sus productos puedan ser localizados por consumidores potenciales derivado de su posición geográfica, que son los que se encuentran involucrados en la investigación.

De esta manera, ya se tiene la forma en cómo se va a llevar a cabo la recolección de datos y los elementos que se necesitan para el mismo a través de instrumentos de medición que serán los que registren los datos observables que representan verdaderamente los

conceptos o las variables que se tienen en mente. Los datos que se van a recolectar, van a requerir de ciertas características, en función de que son utilizados para la toma de decisiones; a la vez que revelarán situaciones tan importantes como lo son la correlación entre la aceptación de pagar una renta por los comercios que deben subir una base de datos de los productos y servicios que ofrece, y el usuario de la aplicación de celular gratuita que lo ayude a encontrar el producto o servicio de manera rápida y lo más cercano a su posición geográfica.

### **2.3.7. DISEÑO DEL CUESTIONARIO:**

## **Cuestionario general Hormik**

### **Información básica:**

1. Ciudad:
  
2. Edad
  - a. 18-25
  - b. 26-30
  - c. 31-35
  - d. 36-40
  - e. 41-45
  - f. 45-50
  - g. 51-55
  - h. 56-60
  - i. Más de 60
  
3. Sexo
  - a. Femenino
  - b. Masculino
  
4. Ocupación

- a. Estudiante
- b. Empleado
- c. Hogar
- d. Jefe propio
- e. Otros

5. Cuál es su nivel de estudios

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Preparatoria
- d. Carrera técnica
- e. Licenciatura
- f. Posgrado
- g. Doctorado

6. Que tan familiarizado estas con el uso de Internet.

- a. Nada
- b. Poco
- c. Regular
- d. Mucho

7. ¿Conoces la aplicación Hormik?,

Si.

No

En caso de ser sí, ¿Por qué medio conociste Hormik? (Más de una opción)

- a. Facebook
- b. Youtube
- c. Google
- d. Por Consuhormiks
- e. Por amigos
- f. Por medio de esta encuesta



## **Emprendedor-propietario:**

\* Contesta las preguntas como si fueras el dueño de un negocio, si es que no cuentas con un negocio propio.

8. ¿Has escuchado de algún sistema para la publicidad y administración de los negocios? (Más de una opción)
- a. Facebook
  - b. Mercadolibre
  - c. Amazon
  - d. Wordpress
  - e. No
  - f. Otro \_\_\_\_\_
9. ¿Has usado algún sistema para la publicidad y administración de tu negocio? (Más de una opción)
- a. Facebook
  - b. Mercadolibre
  - g. Amazon
  - h. Wordpress
  - i. No
  - c. Otro \_\_\_\_\_
10. ¿Qué esperarías que tuviera Hormik-shop en su sistema para la administración de tu negocio? (Más de una opción)
- a. Poder acercar mis promociones
  - b. Reportes de venta y productos
  - c. Comentarios de mis usuarios
  - d. Otro \_\_\_\_\_.
11. ¿Cuánto crees que se debe invertir en un sistema de administración para tu negocio? (Una opción)
- a. Mayor a 10,000.00
  - b. Entre 5,000.00 a 10,000.00

- c. Entre 1,000.00 a 5,000.00
- d. Menor a 1,000.00
- e. Nada
- f. No tengo un negocio propio

12. ¿Has tenido la experiencia de comprar en línea? (Una opción)

- a. Si
- b. No
- c. No sabía que puedo comprar en línea.

13. ¿En qué aplicación sueles frecuentemente realizar compras? (Una opción)

- a. Amazon
- b. Mercado libre
- c. Linio
- d. Ebay
- e. Hormik
- f. Otro \_\_\_\_\_

14. ¿En qué momento sueles comprar en línea? (Una opción)

- a. Durante trayectos en el transporte
- b. En casa después de trabajar
- c. En casa los fines de semana
- d. En el trabajo o escuela
- e. Otro \_\_\_\_\_.

15. En que ocasiones compras en línea (Más de una opción)

- a. Cuando encuentro una oferta
- b. Cuando me urge algún producto
- c. Cuando no lo encuentro en tiendas físicas
- d. Normalmente acostumbro a comprar en línea

16. ¿Qué funciones ocupas cuando compras en una aplicación de compra? (Más de una opción)

- a. Búsqueda de productos
- b. Ver las características de los productos
- c. Comparación de precios
- d. Búsqueda de tiendas
- e. Búsqueda de descuentos
- f. Ver las recomendaciones y opiniones de los usuarios
- g. Otro \_\_\_\_\_

17. ¿Qué servicios esperas al comprar en nuestra aplicación Hormik? (Más de una opción)

- a. Conocer tiendas y productos
- b. Recibir promociones y descuentos
- c. Entrega a domicilio
- d. Que sea sencilla de utilizar
- e. Otro \_\_\_\_\_

18. ¿Qué es más importante para ti durante tu compra? (Una opción)

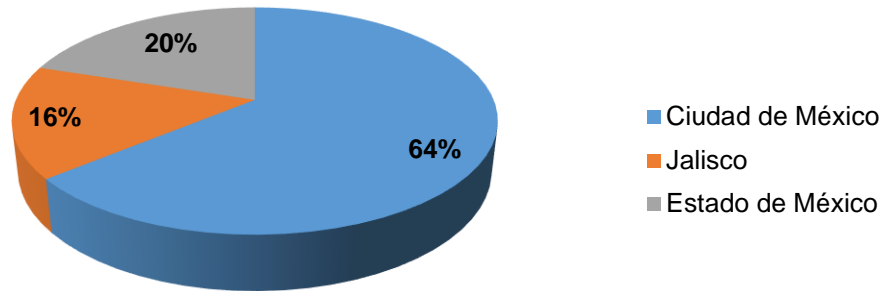
- a. Precio
- b. Servicio
- c. Innovación
- d. Presentación
- e. Seguridad

19. ¿Si has comprado en línea por qué medio has pagado tu compra? (Más de una opción)

- a. Tarjeta Débito o Crédito
- b. Paypal
- c. American express
- d. OXXO
- e. Mercado pago
- f. Hormik pay
- g. Nunca he comprado en línea

## 2.3.8. EXPRESIÓN GRAFICA DEL RESULTADO DE LA APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS.

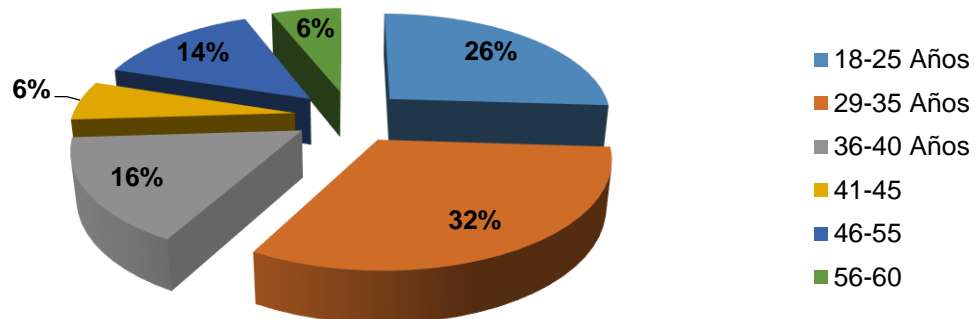
### 1.- ¿En que ciudad vives?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

La mayor parte de la muestra es de la Ciudad de México, esto es bueno, ya que es el Estado más grande del país, con un gran número de habitantes, y en donde prácticamente en cualquier lado de la ciudad se tiene acceso a internet a través del celular sin mayor problema.

### 2.-¿Cuál es su Edad?

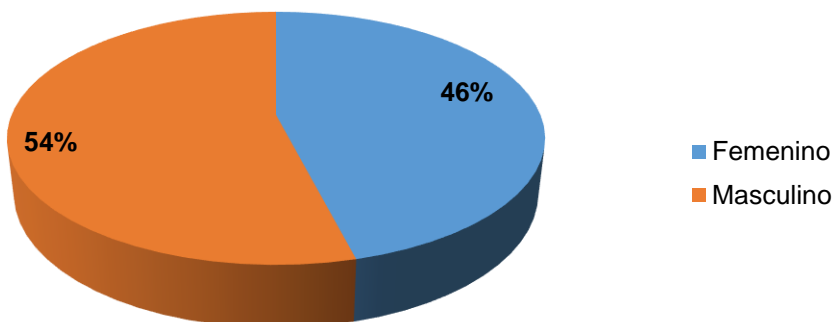


**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Es la gente de adultez joven, la que representa una mayoría de la muestra seleccionada, sin embargo, si se toma en cuenta que el 26% es una población que está en un rango de 18 a 25 años, se puede considerar entonces que prácticamente la mitad de la muestra está

por debajo de los 35 años. Situación que se debe tomar en cuenta al momento de seleccionar algunos métodos de publicidad y promoción.

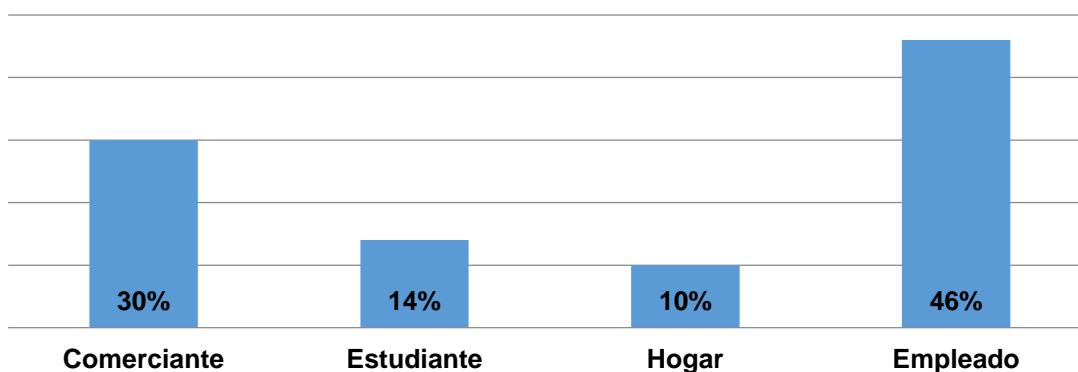
### 3.- Sexo



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Sin duda la población femenina a pesar de que no es una mayoría en la muestra, en materia de promoción y publicidad siempre son un objetivo más sustancioso, pues tienen mayor poder de convencimiento no solo entre otras mujeres, sino con los mismos hombres, por lo que la aplicación debe cubrir necesidades básicas de las mujeres a la hora de la compra venta.

### 4.- ¿Cuál es su ocupación?

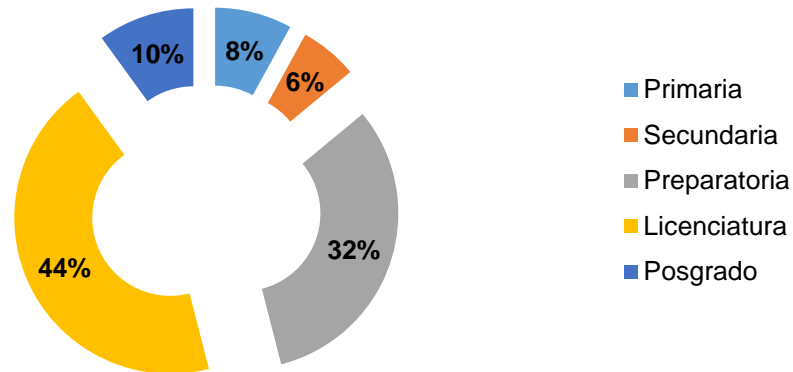


**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Los empleados y los estudiantes son los que más se encuentran en la calle, y en el momento en que necesitan de un producto o servicio, lo primero que hacen es buscarlo en internet, a través de Hormik no solo podrán encontrar el producto o servicio que buscan, sino que

también sabrán a que distancia se encuentran del establecimiento más cercano que cuenta con dicho producto o servicio, además de la disponibilidad del mismo.

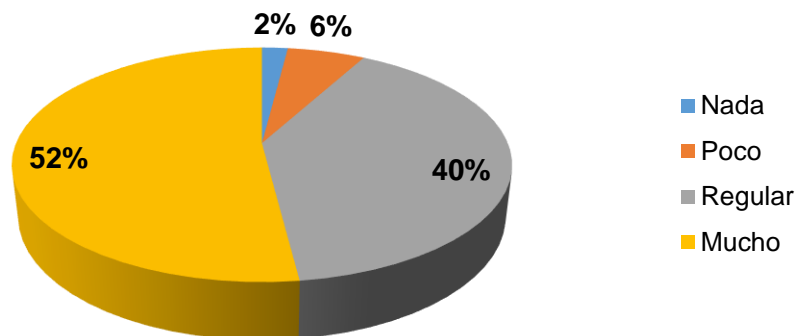
## 5.- ¿Cuál es su nivel de Estudios?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

No se requiere tener grandes estudios para saber usar una aplicación de celular, por lo que esta pregunta es tan solo para medir el grado de estudios de la muestra, que como se puede observar en su mayoría tienen un nivel por encima de la preparatoria.

## 6.- ¿Que tan familiarizado estás con el uso de internet?

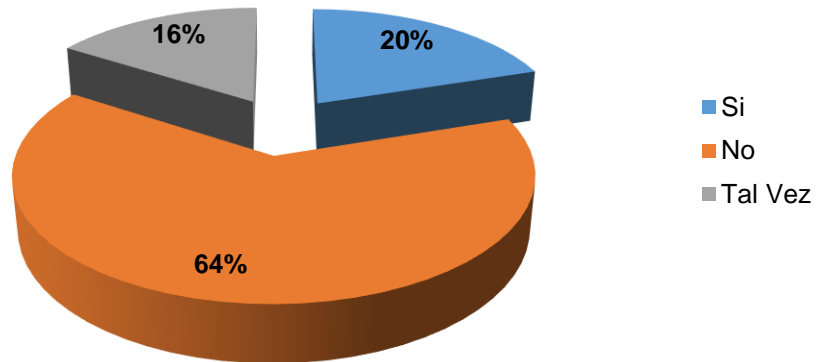


**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

A pesar de que suena extraño, solo una persona fue la que mencionó que no se encontraba familiarizado con el internet, cabe mencionar que es la misma persona cuyos estudios se limitan a la primaria, de ahí en fuera un 92% sabe utilizar el internet entre mucho y regular, lo que abre la posibilidad del manejo, no solo de la aplicación Hormik en los celulares, sino

del programa computacional para la administración y publicación de la diversidad de productos o servicios que ofrece el comercio, para que los usuarios de la aplicación puedan acceder a dichos datos y se incrementen las ventas del comerciante.

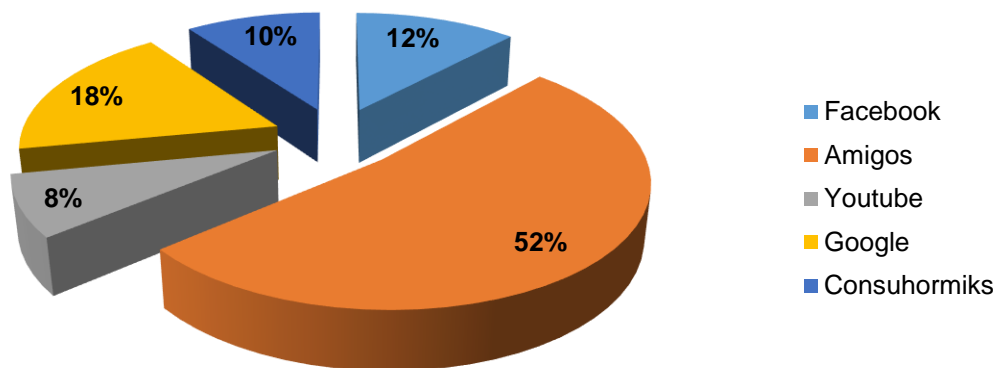
## 7.- ¿Conoces la aplicación Hormik?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Sin duda la aplicación requiere de una gran campaña de promoción y publicidad, principalmente destinada a los comerciantes que son los que representan la base de datos de la aplicación, ofreciendo buenos paquetes de bienvenida a la aplicación, y una vez que se logre una base de datos sustanciosa, ya se podría invertir en promoción y publicidad para el usuario de la aplicación vía celular.

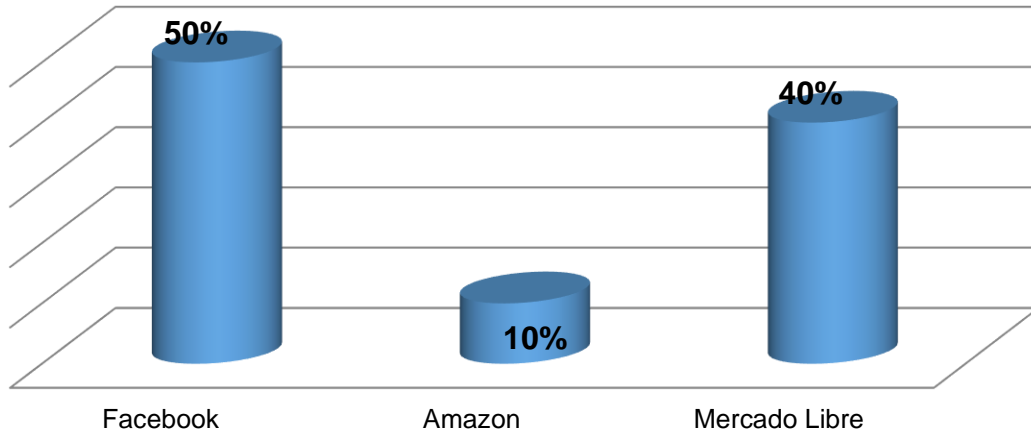
## 8.- Por qué medio conociste Hormik



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

De la parte de la muestra que mencionó tener conocimientos acerca de la aplicación Hormik, un gran porcentaje la conoce derivado de la publicidad de voz en voz, que se da entre amigos, familiares, noviazgos, amistades, que difunden información de aplicaciones que les simplifican la vida. De manera que a través de dar un buen servicio se puede generar una gran publicidad de voz en voz, que debido a que viene de parte de un amigo, es mucho más confiable la recomendación.

### 9.- ¿Has escuchado de algún sistema para la publicidad y administración de los negocios?

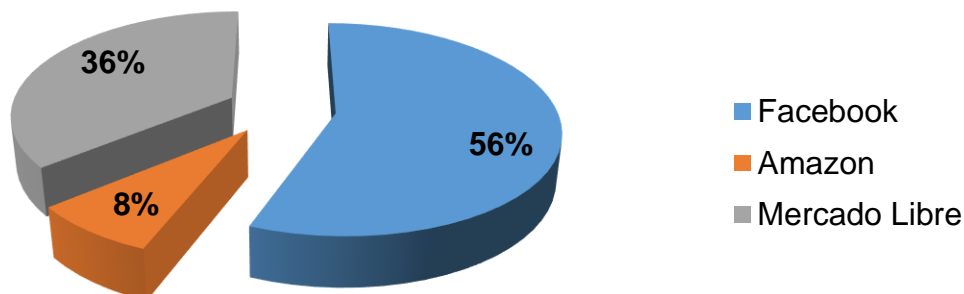


**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Sin duda, Facebook tiene una gran aceptación entre los comercios, y esto se debe a que ellos como usuarios se percatan de toda la publicidad que se encuentra en esta aplicación, sin embargo, no tiene los mismos elementos que Hormik, además de que su aplicación es más de red social más allá de comercio electrónico, en comparación con Mercado Libre que si está bien definida en sus funciones y que es obvio que se encuentra sobre Amazon derivado de que Mercado Libre es más popular en América Latina.



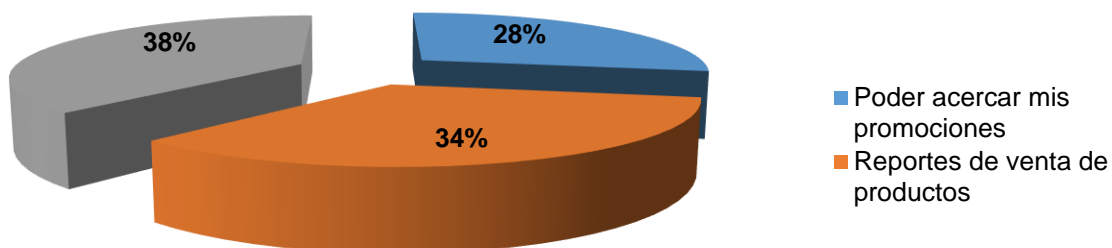
## 10.- ¿Has usado algún sistema para la publicidad y administración de tu negocio? (Más de una opción)



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

En esta parte se puede apreciar el protagonismo con el que cuenta Facebook, esta aplicación ofrece buenos paquetes de publicidad y promoción, además de que permite crear paginas comerciales sin costo alguno, estas páginas sirven a su vez como formas de interactuar con sus clientes, ya que hay una retroalimentación continua y al instante. Sin embargo, como ya se comentó antes, no ofrecen lo mismo que Hormik.

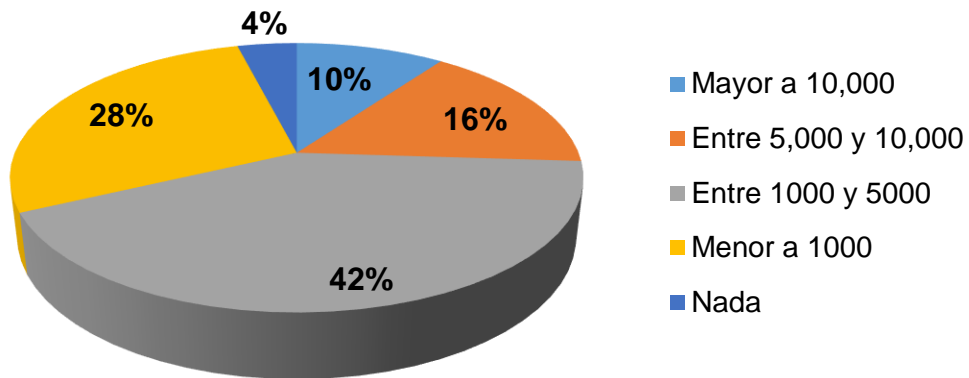
## 11.- ¿Qué esperarías que tuviera Hormik-shop en su sistema para la administración de tu negocio?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

En el tema de la administración del negocio, los comerciantes de la muestra prefieren obtener datos acerca de la venta de sus productos, de esta manera pueden llevar a cabo decisiones importantes en cuanto a la logística con sus proveedores, posteriormente a eso, buscan tener una comunicación con los clientes, y finalmente acercar las promociones al mercado potencial, y todo esto se cubre con la aplicación Hormik.

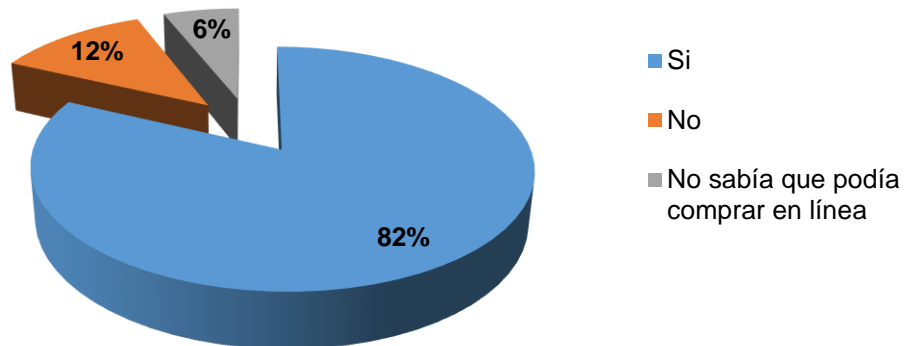
## 12.- ¿Cuánto crees que se debe invertir en un sistema de administración para tu negocio?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Un negocio podrá ser expandido cuando se verifique que se está dejando de atender algún porcentaje de clientes porque el negocio no cuenta con la capacidad para ello. En este caso será conveniente utilizar las ganancias obtenidas para incrementar la capacidad del negocio y poder obtener ganancias mayores a mediano y largo plazo. En caso de que el negocio este trabajando en su capacidad máxima, entonces será el momento de conservar las ganancias para uso personal.

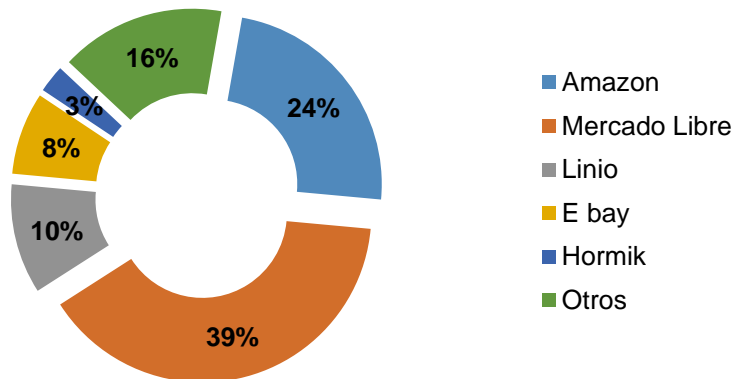
### 13.- ¿Has tenido la experiencia de comprar en línea?



Fuente: Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Como se demostró en el capítulo anterior del presente proyecto, las experiencias de compra en línea van en aumento, sobre todo porqué hay mayores formas de asegurar la transacción, sumado a que los intermediarios se han ido ganando la confianza de los clientes, tal es el caso de mercado libre y Amazon, ese es el objetivo de Hormik, lograr generar una confianza para que la aplicación pueda ser usada de manera apropiada y que genere ventajas no solo para el usuario de la aplicación, sino también para los comercios, tanto pequeños, medianos e incluso los micro negocios que lo que necesitan es que su mercado meta los ubique y conozca sobre los productos que ofrece al mercado.

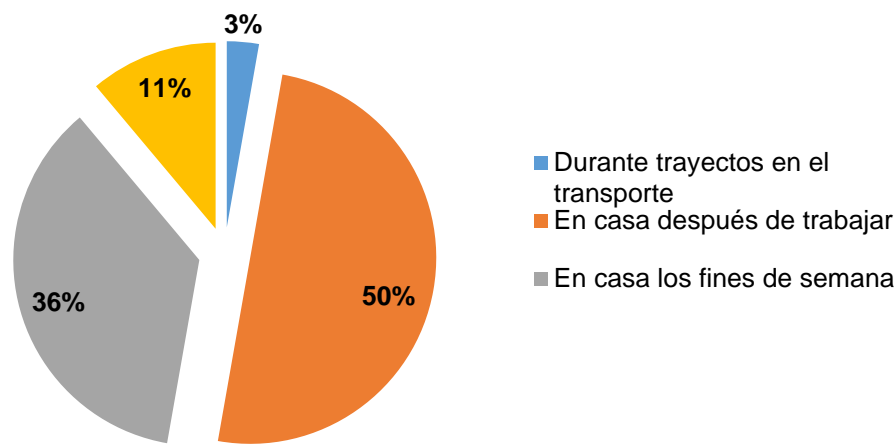
### 14.- ¿En qué aplicación sueles frecuentemente realizar compras?



Fuente: Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Mercado Libre, como se ha estado comentando, sigue siendo una de las aplicaciones en donde más se lleva a cabo las compras a través de medios electrónicos, esto se debe a que protegen la privacidad de la información, además de que aseguran la transacción, pues a pesar de que el vendedor puede observar ya el dinero en su cuenta después de una transacción, tiene que esperar para poder hacer uso de él, hasta el momento en que se asegure que se entregó el producto en buen estado.

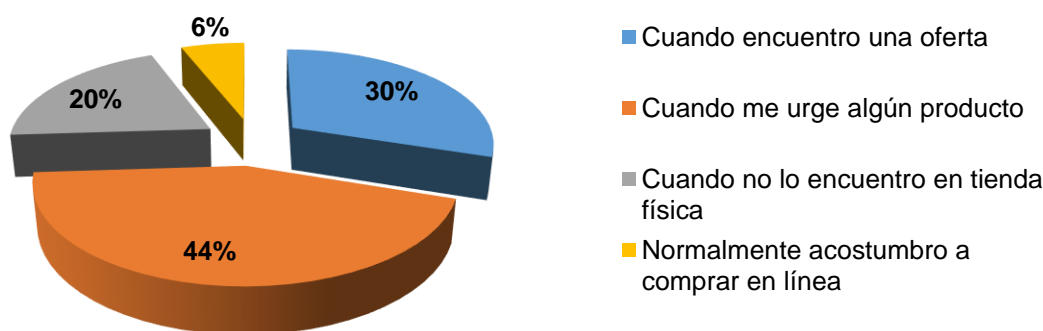
### 15.- ¿En qué momento sueles comprar en línea?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Los momentos de ocio parecen ser los más indicados para realizar compras en línea de manera más tranquila, sin embargo, esta pregunta limita el contexto de la búsqueda, pues más adelante veremos que muchas veces cuando se compra en línea son compras de urgencia, y en esos casos no se puede esperar a estar en casa un fin de semana.

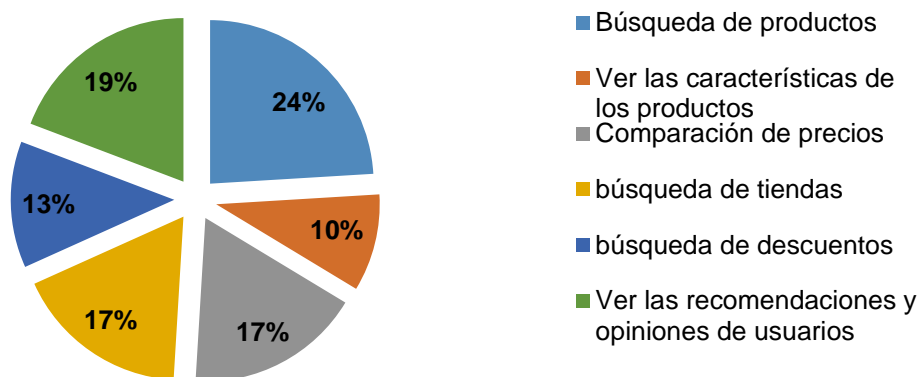
### 16.- ¿En que ocasiones compras en línea ?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

En esta pregunta se demuestra que el mayor número de personas de la muestra declara hacer compras en línea debido a que se encuentra en una urgencia, y esta se puede deber muchas veces a que no se encuentra el producto en una tienda física.

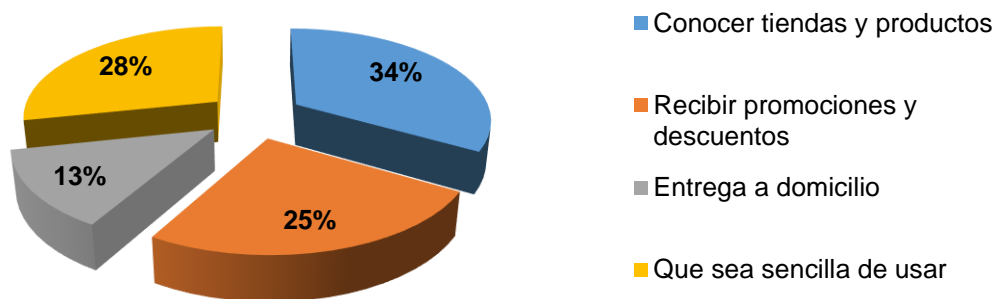
### 17.- ¿Qué funciones ocupas cuando compras en una aplicación de compra?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Esta es la pregunta más cerrada, y se puede observar cómo es que las respuestas se encuentran muy cerradas, debido a que en general todas las respuestas tuvieron números parecidos, a excepción de la búsqueda de productos, que es en sí, la principal función de las aplicaciones utilizadas por la muestra.

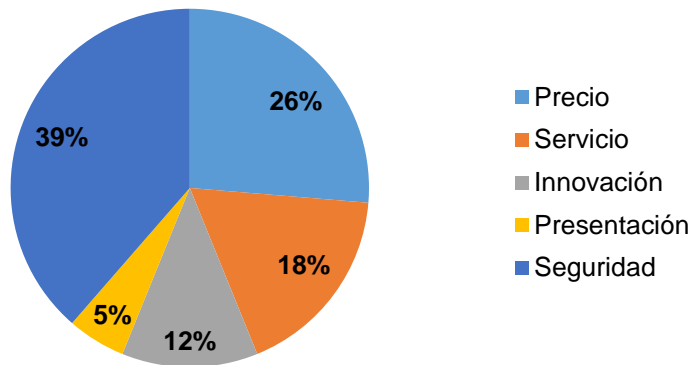
### 18.- ¿Qué servicios esperas al comprar en nuestra aplicación Hormik?



**Fuente:** Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

En primer lugar conocer las tiendas y productos son lo que se espera de la aplicación, y posteriormente que sea una aplicación sencilla de utilizar, ya que en la actualidad las aplicaciones cuentan con tantas funciones que se vuelven complicadas.

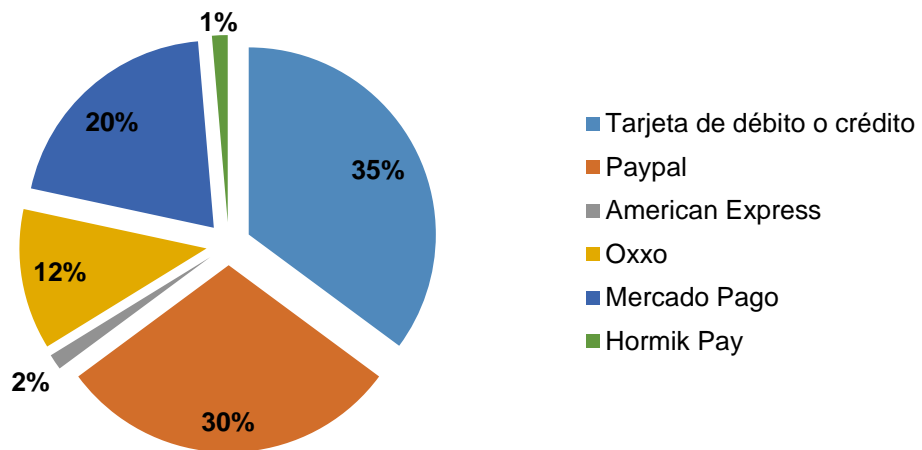
### 19.- ¿Qué es más importante para ti durante tu compra?



Fuente: Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Para la muestra seleccionada es más importante la seguridad, y esto es comprensible, ya que a pesar de que una página pueda ofrecer la mayor seguridad de entrega de un producto o servicio, el miedo a ser defraudado siempre existe, por lo que es uno de los grandes miedos del comprador en línea, y por supuesto después se encuentra el precio del producto.

### 20.- ¿Si has comprado en línea por qué medio has pagado tu compra?



Fuente: Elaboración propia con base en el resultado de cuestionario.

Finalmente, los medios de pago más usados son a través de las tarjetas de crédito o débito de Visa o MasterCard, haciendo uso de los números que vienen en la parte posterior de la tarjeta, este es uno de los modos más sencillos, y que se pueden monitorear a través de la institución bancaria, posteriormente, se encuentra el pago a través de PayPal que se volvió muy famosa debido a su seguridad, confianza y sencillez de uso.

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO TÉCNICO.

#### 3.1.- ANÁLISIS DE LA TECNOLOGÍA DE LA APLICACIÓN.

En el mercado hay varias clasificaciones de aplicaciones, estas modalidades se encuentran separadas según su función de la utilidad que se le quiera brindar, o a partir de las necesidades del dispositivo y de la complejidad de la propia aplicación, Hormik forma parte de un grupo de tecnología dirigida a través de un modelo de negocio C2B2B, con un enfoque constante de la satisfacción de las necesidades y del crecimiento de los negocios que se basa en una aplicación, no existen muchos modelos de negocios de aplicaciones de este tipo, aunque su futuro parece fructífero pues se espera que a mediano plazo exista un aumento de estas plataformas de *Prosumers*, en donde los consumidores son también los productores. Como consecuencia, se plantea una empresa en donde la plataforma sea el medio a través del cual el cliente que haga uso a fondo del mismo aporte información o contenido a la base de datos del programa, y que en base a dicha información, se atraiga a otro tipo de cliente que es el consumidor de los servicios de la aplicación móvil.

*Los Prosumers* son conocidos como una figura que ha cobrado especial relevancia, y cada vez tiene una mayor presencia en el ámbito digital, se trata del consumidor de una marca que no se conforma con solo ser el cliente, sino que también colabora de forma activa en ella, además de comprar los productos generan contenido relacionado al proceso de compra. Para tener un mayor entendimiento es necesario presentar las funciones propias de la aplicación.

#### 3.2.- FUNCIONES DE LA APP HORMIK

Hormik presenta diferentes modelos de gestión del negocio derivado de su tamaño, se desarrollan dos versiones para una tienda en Hormik, según el hábito de uso y dispositivo disponible en su ambiente de trabajo, por un lado, se presenta la versión para computadora,



y por el otro lado, la versión de app móvil que será gestionada a través del teléfono inteligente. La primera de ellas cubre los siguientes elementos:

Tabla 11 **Hormik shop**

<b>Hormik Shop</b>		
<b>Módulo</b>	<b>Sub-módulo</b>	<b>Descripción de módulo</b>
Perfil del propietario de tienda	Perfiles	Aquí se pueden modificar los perfiles registrados.
Mis tiendas	Lista de tiendas	En esta pestaña se tiene la posibilidad de agregar más tiendas.
Gestión de jefe de tiendas	Lista de jefe de tienda	Los jefes de tienda gestionan las ventas al igual que responden comentarios y evaluaciones.
Mis productos	Lista de productos	Aquí se podrá agregar cada uno de los productos.
	Gestión de productos	En esta opción se va a poder activar o desactivar los productos que anteriormente fueron registrados para cada una de las tiendas
	Inventario	Dentro de la opción inventario se va a poder ingresar la cantidad exacta de stock de cada producto activado.
Paquete	Orden del paquete	Aquí se realizará la solicitud del paquete requerido
	Pago de orden	Abre las opciones para elegir la forma de pago, en caso de pago con tarjeta, se transfiere a la página de pago en línea, y lo demás se debe subir el comprobante de pago con los últimos cuatro dígitos de la cuenta con la que se realizó el pago.
	Historia de pago	Aquí se encuentra el historial de pagos.

Reportes	Reporte de venta	Aquí se pueden revisar las órdenes que se tiene en cada tienda.
	Reporte de producto	Aquí se verifica el status del inventario y el volumen de venta, es decir cuánto ha sido vendido por cada producto
	Reporte de evaluación de producto	En esta opción podrás encontrar la lista de cada uno de los productos así como las evaluaciones de los clientes y sus comentarios.
	Reporte de evaluación de servicio	En esta opción se encuentra la lista de cada una de las tiendas así como las evaluaciones de los clientes y sus comentarios. Los jefes de tienda pueden responder comentarios y evaluaciones.
Ofertas	Gestión de ofertas	Aquí se ubican las promociones, publicidades o descuentos, etc. que serán enviadas a los seguidores de la tienda, ofreciendo de manera gratuita una notificación cada semana de cada tienda.

**Fuente:** Elaboración propia con base en estructura de la plataforma "Hormik", (marzo de 2019).

Derivado de lo anterior, la aplicación presenta las siguientes ventajas competitivas para el dueño de la tienda:

- La plataforma muestra la información de la tienda, producto o promoción a los compradores por medio digital.
- La plataforma coadyuva en la administración de la tienda a través de dar informes periódicos en materia de venta o post venta.
- Transmite los comentarios o recomendaciones que hace el comprador sobre producto, servicio o en general de la tienda.
- Derivado del punto anterior, el dueño de la tienda le puede dar seguimiento al servicio post venta, mejorando su servicio continuamente.
- A través de estadísticas que proporciona la plataforma se puede acceder a lo que buscan los clientes, su edad y tendencias de compra ofreciendo una publicidad dirigida, publicando folletos, lanzamientos y descuentos en cada

sucursal, todo lo que se quiera promocionar, así mismo, estas promociones se envían directamente a los seguidores de la tienda.

- Administra los clientes, da la posibilidad de conocer más a los clientes mediante las estadísticas, las opiniones y comentarios que dan los clientes sobre las tiendas a través de la plataforma, que ayuda a contar con una mejora continua.
- Organiza de manera óptima el manejo de inventarios, con una mejor rotación de los productos de poco movimiento e impulsar novedades lo que da una visión de lo que se debe prevenir para seguir vendiendo y nunca quedarse sin producto en almacén.

A continuación, se presentan los elementos propios del servicio dirigido al usuario de la aplicación móvil:

Tabla 12 **CONSUMIDOR**

<b>Consumidor</b>		
<b>Pestaña</b>	<b>Módulo</b>	<b>Descripción</b>
Inicio	Banner	Muestra los productos recomendados por Hormik
	Ofertas	Presenta una gama productos que presentan descuento por tienda.
Departamento	Categoría de producto	Abre la opción para búsqueda de un producto por categoría.
Tiendas	Categoría de tienda	En esta opción se abre la búsqueda de una tienda por categoría.
	Lista de tienda cercana	Abre un mapa de geo localización de las diferentes opciones de tiendas que quedan cerca del usuario de la aplicación móvil.
Carrito	Archivo de productos para comprar.	Archiva todos los productos que el usuario quiera comprar.

Cuenta	Modifica perfiles y muestra detalles de órdenes dependiendo del perfil.
--------	---

**Fuente:** Elaboración propia con base en aplicación "Hormik", (2019).

De manera, que para el usuario de la aplicación móvil se presentan los siguientes beneficios:

- Proporciona las opciones de compra cercanos a él, derivado de su geo posición.
- Mejora la experiencia de post venta comparada con el E-commerce tradicional.
- Garantiza la calidad y servicio del producto por Hormik y la tienda física.
- Establece una relación entre la tienda y consumidores.
- Gestiona las compras, el inventario, pedidos, comentarios y anuncios para usuarios.
- Encuentra el producto físico fácilmente, el usuario se quita las dudas sobre producto que fue visto por medio digital.
- Recoge rápidamente los productos que se compran.
- Reúne todos los tipos de producto o servicio, dando más opción de compra.
- Localiza el negocio más cercano por requerimiento. Los usuarios podrán buscar los productos que quieren comprar, su precio, inventario en línea y la ubicación de la tienda más cercana a su lugar, acelerando la decisión en el proceso de compra.

Como consecuencia de lo anterior, la aplicación ayuda a encontrar productos nacionales de distintas categorías, localiza la tienda más cercana desde la comodidad del dispositivo móvil, siendo el usuario quien elige la que más sea de su agrado, disminuyendo al máximo la preocupación por el tema de seguridad de los pagos y los problemas de garantía, ya que se presenta un sistema fácil en su uso y seguro en el manejo de la información bancaria.

La aplicación Hormik tiene el objetivo de ayudar al consumidor a encontrar rápidamente los productos o servicios que buscan en un negocio físico cercano. De acuerdo con la ubicación del usuario y el producto o servicio que busca, le aparecen los negocios más cercanos que contengan este producto o servicio, así mismo su existencia y contacto, etc. De esta forma

se acorta el tiempo de aprendizaje y se acelera la toma de decisiones en el proceso de compra. Por otro lado, los negocios logran posicionamiento e incremento de ventas ya que su información siempre está actualizada al alcance de los usuarios finales.

### **3.3.- SISTEMA DE DIFUSIÓN DE LA APLICACIÓN HORMIK.**

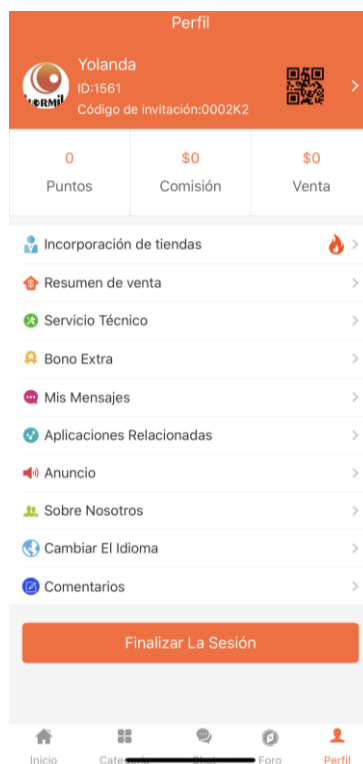
Uno de los elementos primordiales en la captación con base en los datos para construir el programa de Hormik, es el promotor de la aplicación web, conocidos como *Consuhormik*, son consultores que integran a cualquier tipo de negocio a la aplicación como: restaurantes, farmacias, tiendas de abarrotes, entre otras.

Esta es una figura importante, ya que prácticamente se convierte en otro usuario de la aplicación, solo que en esta ocasión es la persona que promueve la adhesión de los negocios a la plataforma Hormik App como tiendas en línea Hormik Shops, cobrando una comisión por cada negocio que suman a la aplicación.

Simplemente es cuestión de descargar la aplicación “Hormik Negocios” y llenar un formulario, con los datos personales para cubrir un perfil completo, abriendo una cuenta de tipo: *Consuhormik*.

Se edita un perfil ingresando datos como el nombre, el alias, el sexo, teléfono y fecha de nacimiento, así como el correo, entre otros, en donde el consultor de Hormik o *Consuhormik*, deberá cerciorarse de que todos los campos se encuentren cubiertos, una vez que esto sea completado, se envía un Código QR que sirve para agregar contactos, si se observa la siguiente imagen:

## Imagen 2 PERFIL DE CONSUHORMIK



**Fuente:** Captura de pantalla de la aplicación Hormik.

A través de este registro, uno de los colaboradores agrega al Consuhormik al Chat Consuhormik, que también se encuentra en el menú inferior, además de que se envía notificación con información importante, videos de capacitación y para resolver cualquier tipo de duda que pueda tener el consultor al momento de llevar a cabo la tarea de promocionar la aplicación en computadora, de manera que esta aplicación está diseñada como una extensión de Hormik en función de pagarle a la gente que se sume a las filas de la empresa como consultores, sin necesidad de llevar a cabo un proceso de reclutamiento.

Este tipo de modelos son riesgosos, pues al final de cuentas están llevando operaciones en nombre de la empresa, sin embargo, es la forma más rápida, sencilla y extensa de abarcar un mayor número de plazas, además de dar trabajo a personas que probablemente no tengan una experiencia o preparación académica, mientras se mantengan en capacitación con la aplicación Hormik para consultores y tengan la iniciativa, de captación de la base de

datos necesaria para atraer usuarios de la aplicación para telefonía móvil, se podrán hacer un espacio entre el equipo de Hormik.

Existe incluso una opción llamada Foro en la aplicación Consuhormik, en donde los consultores pueden interactuar, hacer comentarios de la aplicación, así como de las funciones que se ofrecen, sin importar si son amigos o no, el consultor puede observar las publicaciones de todas las personas que se encuentren dentro de la aplicación.

Otra función de esta aplicación es la incorporación de tiendas, donde se encuentra un menú, que dirá que tiendas se encuentran activas, cuáles son nuevas, cuáles están por expirar o que se encuentran expiradas, de esta manera el consultor sabe de qué manera deberá abordar al cliente, ya sea para activar una cuenta nueva, para que logre renovarse una cuenta que está a punto de expirar o incluso recuperar cuentas que ya se encuentran expiradas, además de recoger la opinión de los dueños de los negocios, para saber de qué manera se puede mejorar el servicio, como se muestra a continuación:

Imagen 3 **INCORPORACION DE TIENDAS**

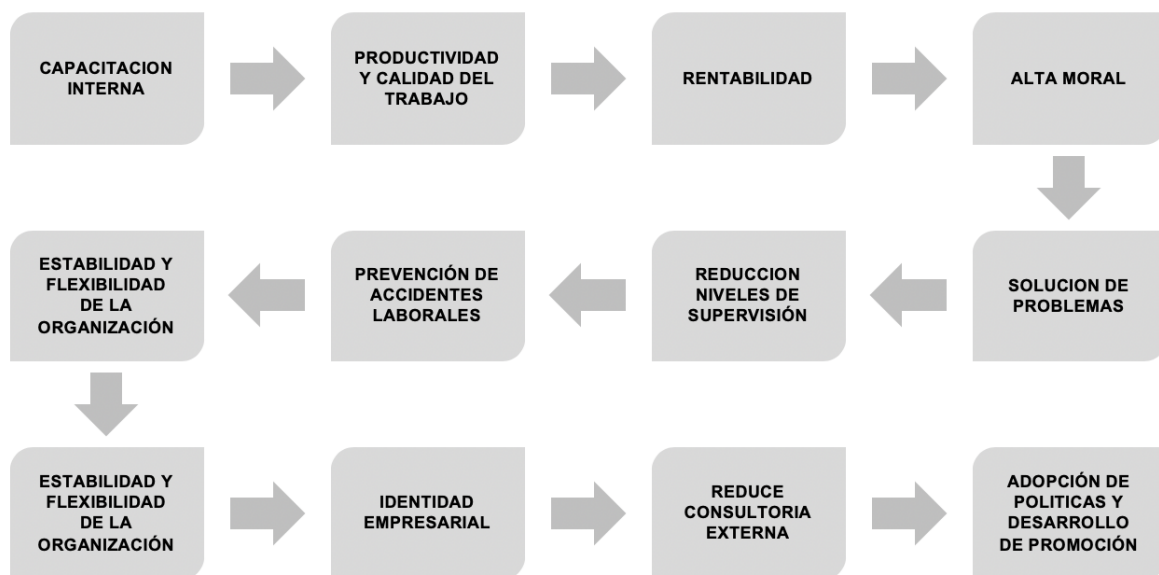


**Fuente:** Captura de pantalla de la aplicación Hormik.

La información que integra el cuadro anterior sirve para llevar un mejor control de las tiendas, que ha logrado anexar a la aplicación por parte del consultor, además de las comisiones que ha ganado, además de que la misma aplicación otorga ciertos niveles para motivar al consultor a seguir trabajando y generar experiencia.

Un aspecto importante es la capacitación, Jamaica González comenta que la capacitación como gasto, genera una limitante en las organizaciones de menor tamaño, sin embargo un análisis profundo determinará en el mediano y largo plazo, que los resultados que puede ofrecer una estrategia de capacitación al personal que compone la organización, redundarán en resultados positivos y aumento de la productividad y calidad en el trabajo<sup>22</sup>. Atendiendo a lo anterior, se puede visualizar en la siguiente gráfica una cadena de beneficios que se desprenden de la implementación de un sistema de capacitación interno efectivo en una organización. Si se observa la siguiente gráfica:

Imagen 4 **CADENA DE BENEFICIOS**



Como consecuencia, la empresa Hormik, debe tener en cuenta que la capacitación es una de las herramientas más importantes que tiene el consultor a la mano, para conseguir el

<sup>22</sup> **Jamaica González, F.M.**, *Los beneficios de la Capacitación, y el desarrollo el personal de las pequeñas empresas*, Bogotá, 2015, Universidad Militar Nueva Granada, P.9.



objetivo de atraer nuevos negocios al uso de los servicios de Hormik, por eso, desprende una pestaña intitulada como “Colegio”, en donde se encontrará las capacitaciones en video, las cuáles el consultor Hormik debe ver, para comenzar a subir de nivel y de esta manera podrá agregar más tiendas a su carpeta de ventas. Cabe recalcar que los consultores no podrán agregar tiendas, sino hasta que se encuentren en el segundo nivel de capacitación.

Sin duda, las capacitaciones deben ser evaluadas, por esto, la aplicación destinada a los consultores de Hormik, incluyen una sección de examen de certificación, se deben completar las certificaciones correspondientes a cada nivel, para poder ascender de nivel y con esto poder agregar tiendas a su carpeta de ventas, ahora bien, el registro de tiendas se deberá generar en la página web.

Respecto al tema de comisiones generadas por cada consultor, se destina una pantalla conocida como “Incorporación de Tiendas”; en la sección de comisión, en esta sección, el consultor podrá verificar el estatus, el monto de la comisión, el periodo, etc. algunas de las características del pago de las comisiones son:

1. La fecha de corte será los días 30 ó 31 de cada mes.
2. La fecha para solicitar la comisión será antes de los días 05 de cada mes.
3. Es necesario subir un comprobante fiscal del monto a comisionar.
4. La fecha de pagos será de antes del día 15 de cada mes.

Para ser consultor de la empresa se piden los siguientes requisitos:

- Ser mayor de edad
- Contar con un smartphone
- Un correo electrónico
- Contar con una cuenta bancaria ya sea personal o de algún conocido

Además el consultor debe contar con el número de cuenta clave bancario, ya que se registrará dentro de “su perfil” en la aplicación para poder recibir todas sus comisiones. Incluso, el *Consuhormik* puede incluir el número de clave interbancaria de cualquier Banco,

solamente es importante asegurarse de incluir los datos correctos. Es importante señalar también que la figura del consultor no está sujeto a cumplir horarios o metas mínimas de tiendas inscritas, por lo tanto la relación que tengan con la empresa es sólo como comisionista.

Algunas de las comisiones que se manejan en Hormik son:

Imagen 5 **COMISIONES PARA CONSUHORMIK**

Nivel	Número de tiendas	% de comisión	Paquete Básico	Comisión Mínima
5	80	13	\$399	\$4,149.00
6	150	15	\$399	\$8,977.00
8	300	17	\$399	\$20,349.00
10	550	19	\$399	\$41,695.00

**Fuente:** Hormik, Hormik Negocios, Ciudad de México, 2019, [S.P.], <<https://www.hormik.mx/consumhormik.html>>, (marzo de 2019).

Como se puede observar, las comisiones van acorde a los diferentes niveles que se obtienen a través del número de negocios que el consultor vaya registrando.

### 3.4.- SISTEMA DE PROMOCIÓN DE LA APLICACIÓN A DUEÑOS DE NEGOCIOS.

El sistema de negocio que está manejando Hormik con sus consultores, es un modelo *free lance*, el perfil tal y como lo entendemos actualmente se encuentra en desarrollo desde hace solo varias décadas, a pesar de lo cual no se ha llevado a cabo un estudio en profundidad sobre el mismo sino que los trabajos e investigaciones sobre esta forma profesional son escasos. El *FreeLancer*, también conocido como trabajador autónomo, independiente o por cuenta propia, es la persona que realiza trabajos característicos de su oficio o profesión de

forma autónoma, es decir, destinados a terceros que requieren sus servicios y que, por lo general, les abonan su retribución en función del resultado final, obtenido en lugar de en función del tiempo empleado para conseguirlo; todo ello, sin contraer la obligación de continuar con la relación laboral más allá del encargo en cuestión.

Algunas ventajas y desventajas que se contraen al trabajar con *freelancers* son:

Tabla 13 **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pueden aportar ideas nuevas y su propia experiencia de otros proyectos.</li> <li>• Contratas a un especialista en su área.</li> <li>• El coste económico es mucho menor que el de tener contratada a una persona a tiempo completo ya que solo pagas cuando lo necesitas evitando gastos como vacaciones, finiquitos, bajas, etc.</li> <li>• Pagas por el total del proyecto, no por horas trabajadas por lo que siempre sabrás lo que vas a invertir antes de hacerlo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe el riesgo de equivocarse porque para aquellas empresas que nunca hayan contado con un FreeLancer desconocen su forma de trabajar o si cumplirá o no con lo establecido.</li> <li>• El FreeLancer por lo general no tiene un único cliente por lo que su disponibilidad en ocasiones puede estar limitada (esto no sucede si hablamos de una empresa especializada).</li> <li>• Todo lo que haga el FreeLancer repercutirá de manera directa en la imagen de la empresa.</li> <li>• Se tiene menos control que sobre un trabajador de la propia empresa.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en modelo de negocio de Hormik.

Hormik trabaja de esta manera para poder ofrecer al consultor la libertad de organizar su forma de trabajo al ritmo que ellos prefieran, pudiendo iniciar por zona, vía telefónica, por internet, cambaceo, en fin, de la manera en que se sienta más cómodo el consultor, a través de los medios que mejor maneje, siempre y cuando respete las políticas y valores de la empresa.

Ahora bien, existe una tabla de paquetes que la empresa ofrece dentro de la capacitación, a pesar de ello, el consultor puede registrar a los negocios bajo un perfil gratuito, donde pueden proporcionar su ubicación y foto principal, con el objetivo de que conozcan los beneficios del programa, para posteriormente hacerle la invitación al dueño para invertir en recibir mayores beneficios que solo se obtienen al estar inscrito bajo uno de los paquetes y rentas mensuales.

Sin duda, el consultor Hormik debe llegar al establecimiento hablando de los beneficios que ofrece la empresa a los negocios, como lo son:

Tabla 14 **BENEFICIOS PARA LOS NEGOCIOS**

<b>CRECIMIENTO DE VENTAS</b>
Los negocios podrán optimizar a sus clientes actuales y llegar a nuevos clientes, aumentarán su ticket promedio; ya que el producto que busca un consumidor final estará al alcance de la ubicación de su (s) negocio (s) y servicio (s) en tan solo segundos y cada mes podrá darse cuenta de su crecimiento.
<b>SISTEMA DE INVENTARIOS</b>
Los negocios podrán organizar de manera óptima el manejo de inventarios; con una mejor rotación de los productos de poco movimiento e impulsar novedades lo que le dará una visión de lo que debe prevenir para seguir vendiendo y nunca se quedará sin producto en bodega.
<b>PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</b>
A través de estadísticas que proporciona la App, los negocios accederán a lo que buscan los clientes, como edad y tendencias de compra, dándole la oportunidad de ofrecer publicidad dirigida, subir productos plus cada semana, novedades, descuentos especiales o descuentos de temporada.
<b>CALIDAD Y SERVICIO</b>
El consultor debe ofrecer el acceso a los comentarios de sus consumidores finales podrán diferenciar si su área de oportunidad es en la calidad de sus productos o en la calidad de su servicio, dicho directamente por sus clientes.
<b>AHORRO DE TIEMPO</b>

Actualmente cualquier consumidor utiliza la tecnología antes de comprar cualquier producto, para saber su precio y donde lo va a comprar, optimizando de esta manera su tiempo. En la actualidad un negocio que no tiene presencia en Internet, está desperdiciando una herramienta valiosa para darse a conocer o incluso vender.

### **LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO**

Los usuarios podrán buscar los productos que quieren comprar, su precio, inventario en línea y la dirección del negocio más cercano a su ubicación; acelerando la decisión de compra

**Fuente:** Elaboración propia con base en la plataforma Hormik.

El consultor debe saber que un vendedor convencional o promedio quizás visite 15 prospectos para cerrar una venta, por otro lado, el vendedor estrella puede reducir esos números significativamente, quizás cerrando una venta por cada 5 prospectos o menos. La selección del prospecto adecuado incide en la eficacia de las ventas, pero no es el único factor, si no se sabe construir sólidos argumentos de ventas, aunque se esté con los clientes potenciales indicados, los resultados serán escasos.

Una fase importante en el proceso de colocación que llevan a cabo los consultores, es descubrir el patrón de compra del dueño del negocio, ya que todos nos guiamos por ciertos patrones de compra, que aunque en la mayoría de veces no sea tan notorio, si el consultor hace las preguntas adecuadas, descubrirá cuál es el orden de valoraciones que el cliente aplica, en una compra similar a la de Hormik, luego debe usar esa información para construir un modelo de ventas ajustado a las necesidades de ese cliente.

Una vez que ha logrado convencer al dueño del negocio, el consultor debe registrarlo a una *Hormik Shop*, debiendo crear el registro junto con el dueño del negocio a través de su dispositivo móvil y por medio de la aplicación, ingresando su clave para generar la comisión. El Cliente realiza el registro de su negocio por el tiempo que elija y genera su perfil, el sistema solicitará el pago y eso es todo.

Ahora bien, es importante verificar el número clave de Hormik, que se encuentra a un lado del nombre, este número sirve para incluirlo en la inscripción de cada negocio conocido, a

partir de su inscripción como *Hormik Shop*, así como cuando algún invitado a la cuenta del consultor realice una inscripción nueva, así se puede llevar el control de cada una de las tiendas registradas, el nivel de comisión, además de darle seguimiento al negocio, para asegurarse de que pueda seguir recibiendo una comisión si la *Hormik Shop* continúa contratando con la aplicación.

### 3.5.- LA PUBLICIDAD Y PROMOCION OFRECIDA A LAS HORMIK SHOP.

Los anuncios de pago y la publicidad en general resultan imprescindibles en cualquier campaña de marketing móvil o de promoción. Al tratarse de un producto general, una buena idea es apostar por la publicidad online, a pesar de esto, se le debe decir al *Hormik Shop* que la empresa cuenta con las siguientes formas de publicidad para promocionar el uso de la aplicación con los usuarios móviles:

Tabla 15 **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

<b>Publicidad y Promoción</b>			
<b>Medios</b>	<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Aplicación</b>
<b>Medios digitales</b>	Display	Se trata de elementos gráficos que aparecen en los sitios web de un tercero.	Banner, Pop-up en Facebook, Mercado libre, etc.
	Buscador	Que aparecen cuando una persona realiza una búsqueda que está relacionado el servicio ofrece Hormik.	Google ads
	Mensajes electrónicos	Es uno de los canales líderes para las ventas. Tiene las ventajas de ser bastante económico, rápido y efectivo para las ventas.	Alimentar la clasificación de los correos; Prepara forma de contactar; Darle seguimiento.

	Videos	El video es muy efectivo, los contenidos conectan mejor con los usuarios y pueden transmitir emociones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrucción de plataforma</li> <li>• Presentación de Hormik</li> <li>• Curso grabado</li> </ul>
	Sitio Web	Empresa afiliada "Kimfly"	Como dicho en "Idea de negocio", la idea viene de la experiencia como importador de celulares inteligente, tuvimos un X visitas cada día, ahí publicamos enlace "Hormik", transfiere gente interesada a conocernos.
	Anuncios en redes sociales	Facebook y Twitter. Cuenta con millones de usuarios y te permiten de niveles de segmentación perfectos para llegar a tu público objetivo.	Dirigido a grupo de persona seleccionado con contenido definido. Mantenimiento, actualización de contenidos y seguimiento de la estrategia digital en redes sociales.
<b>Periódico</b>	Gratuito o Pagado	Es uno de los más populares y permanentes medio de comunicarse con la gente de todos los tiempos.	Depende de presupuesto, puede poner la publicidad diariamente en diferentes periódicos tanto como gratuito o pagado.
<b>Eventos</b>	Activación en escuela, plazas públicas, etc.	Se realiza a través de acciones de alto contenido creativo con un objetivo de atraer más gente que te conocen.	Prepaga materiales para eventos, Material de publicidad: Stand, Display, Playera, Flyers, etc. Material de trabajo: computadora,

	Participación de exposición	Por venta de servicio, Hormik da un incentivo efectivo a vendedores, a través de exposición podemos encontrar más "vendedores de Hormik" y también tiene función como publicidad de marca Hormik.	mesas, lista de firma, etc. Material de regalo. Planeación de evento, procesos de trabajo, objetivo, horario, etc. Conclusiones de evento.
<b>Materiales</b>	Regalos	Al consumidor se le facilita el recuerdo de la marca que le obsequió un regalo útil o bonito. Los artículos promocionales funcionan bien al llevar plasmado el logotipo de una empresa son herramientas útiles para el posicionamiento de marca en mercado.	Regalamos cosas comunes y útiles que lleva logotipo de marca para seguidores de Hormik shop, les ayuda a aumentar seguidores de tienda.
	Revista	Se trata de un folleto de diferentes páginas que, unidas en su parte del medio, hacen cómoda su lectura como si de un mini-libro se tratara.	Es un mini-libro formal sobre la marca, es la presentación detallada conjunto de texto e imagen, la cual tiene más legible.
	Flyers, Tríptico, Volantes	Tiene contenido más breve e idea enfocada, tamaño pequeño.	Apoyamos materiales físicos a participante como Hormik shop.
<b>Promoción</b>	Promoción de paquetes	Si compras espacio 3 meses, te obsequiamos 10 días; Si compras espacio 7 meses, te obsequiamos 1 mes; Si compras espacio un año o más, te obsequiamos 2 meses.	
	Promoción en la tienda	Establece una estrategia con los Hormik shop, los clientes viene por Hormik, les ofrece un descuento o un servicio VIP.	



	Comisión para vendedores	Vendedores obtiene comisión por cada tienda invitada a partir de pagar a Hormik de su renta; Usuario como Hormik shop obtiene la comisión con Hormik por tienda invitada.
--	--------------------------	--

**Fuente:** Elaboración propia con base en el plan de mercadotecnia de Hormik.

La herramienta más potente actualmente para poner anuncios online es Adwords o AdSense, ambas herramientas del buscador Google para poner anuncios de pago. Puedes hacerlo en los resultados de los motores de búsqueda, en los espacios publicitarios de otras webs, en vídeos, etc. Es la forma más rápida de dar a conocer una web app a los usuarios que podrían estar interesados en tu contenido a través de contenidos relacionados, es por eso que será de los medios más empleados en materia de promoción para Hormik.

### 3.6.- TARIFAS QUE SE MANEJAN PARA LAS HORMIK SHOP

Las diferentes tarifas de la empresa para los negocios van a depender de la cantidad de Sku a subir, ésta es la cantidad de productos que quiera ingresar en su espacio, en la siguiente tabla se muestran los diferentes paquetes a ofrecer en el país:

Imagen 6 **TARIFAS DE PAQUETE DE HORMIK SHOP**



**Fuente:** Elaboración propia con base en tarifas de Hormik, (marzo de 2019).

Cabe aclarar que los productos son por sucursal, ya que hay dueños de negocios que tienen sucursales, y el costo sería entonces por cada tienda colocada, por ejemplo: Si una empresa

tiene dos sucursales no puede comprar un paquete de 50 productos y dividir 25 sku en cada sucursal. Es menester recalcar que un sku representa para una empresa la unidad de un producto.

En el presente proyecto, se plantea un modelo de negocio en donde el consultor no maneja efectivo, en ningún momento la Hormik Shop va a realizar el pago al Consuhormik, ya que la aplicación recibe los pagos, tan solo por depósito o a través de transferencia electrónica a los diferentes números de cuenta, que se encuentran en la aplicación destinados única y exclusivamente para el mejor manejo por parte del dueño del negocio.

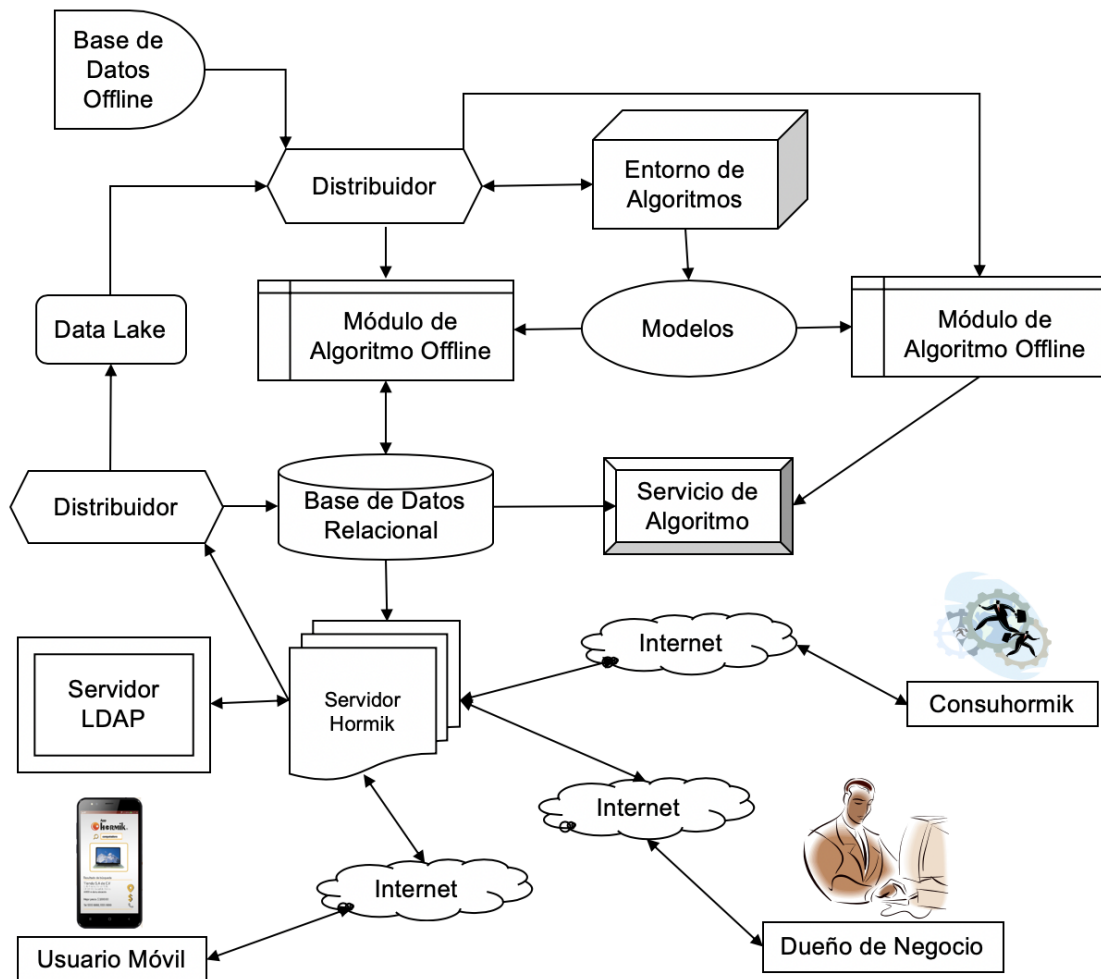
### **3.7.- LA RENOVACIÓN DEL SERVICIO POR PARTE DE LA HORMIK SHOP**

Los negocios que son registrados como Hormik Shop, tienen la oportunidad de renovar su contrato por medio de la aplicación ya que la información del término de su contrato está en su cuenta, pero al darles seguimiento, el consultor puede ayudarles fácilmente a renovar su contrato y no perder la comisión generada por ese negocio, ya que también dentro de la aplicación, el consultor tiene la información de sus tiendas a vencer. Después de que una Hormik Shop estuvo dos meses fuera de los servicios, y después de que terminó su contrato, en automático el negocio pierde la relación con el consultor que lo integro, siendo una tienda libre de ser registrada por un nuevo consultor.

### **3.8.- MAPEO DE LA ARQUITECTURA DE LA APLICACIÓN.**

A continuación, se presenta la figura que representa la arquitectura indispensable para montar la aplicación Hormik:

Gráfica 6 ARQUITECTURA PLATAFORMA HORMIK



**Fuente:** Elaboración propia con base en estructura de la empresa Hormik.

A través de esta arquitectura, el usuario, el consultor y el dueño del negocio van a interactuar con la aplicación móvil, y con el programa de internet, que está constituido por:

- a) Servidor Hormik: Será el que contenga el código de la aplicación.
- b) Servidor LDAP: Es aquel que da entrada a usuarios registrados a la aplicación.
- c) Distribuidores: Estos elementos redirigen la información que obtienen, ya sea para nutrir a la base de datos con la información de los usuarios, los almacenes de los dueños de los negocios, así como para la información de los consultores que se encuentran a lo largo del país.
- d) DBA: Es la base de datos relacional que resguarda información de los usuarios, como puede ser su última localización, ID de usuario, puntos acumulados, etc.

- e) Servicio de Algoritmos: integra a los algoritmos necesarios con la finalidad de identificar la zona en la que se encuentra el usuario, identificar el producto que está buscando y arrojar una respuesta según la base de datos construida por la subida de información de los dueños de negocios.

Como consecuencia, la aplicación hará uso de algoritmos<sup>23</sup> en su tarea de determinar la zona geográfica del usuario móvil, y la localización más cercana de los productos que está buscando, para diseñar dichos algoritmos, la aplicación necesita de un entorno de algoritmos, que ayuda a desarrollar las tareas en entornos complejos llamados redes neuronales, que simulan a las de un cerebro humano para que la aplicación pueda ser capaz de tomar decisiones por sí misma. Coadyuva con la multitud de procesos donde cada uno analiza una pequeña parte de la tarea a desarrollar, extrayendo un contenido y llegando a una conclusión. La suma de todos estos elementos se agrupa para dar una respuesta, en el caso de Hormik, se puede deliberar sobre la posición del usuario móvil, las posibilidades de compra de un producto objeto de la búsqueda.

En materia de arquitectura física, es prácticamente idéntica a la mayoría de entorno de aplicaciones móviles actuales, ya que éstos se conectarán a través de internet, mediante una conexión 4G o Wifi, que como ya se ha establecido en la primera parte de este trabajo, en México se cuenta con una buena cobertura para estos servicios.

En cuanto al servidor que aloja el servicio web, se encuentra en un centro de datos de Hormik, y el de Base de Datos en un Host con conexión a internet 24x7, de modo que el flujo de datos entre ambas partes será realizado a través de la red, incluso la capacitación de los promotores del servicio de Hormik estarán conectados a través de los medios electrónicos.

---

<sup>23</sup> En matemáticas, lógica, ciencias de la computación y disciplinas relacionadas, un algoritmo (del latín *algorismos*) es un conjunto prescrito de instrucciones o reglas bien definidas, ordenadas y finitas que permiten llevar a cabo una actividad mediante pasos sucesivos que no generen dudas a quien deba hacer dicha actividad. Dado un estado inicial y una entrada, siguiendo los pasos sucesivos se llega a un estado final y se obtiene una solución. Los algoritmos son el objeto de estudio de la algoritmia.

### 3.9.- INSTALACIONES PRODUCTIVAS DE HORMIK.

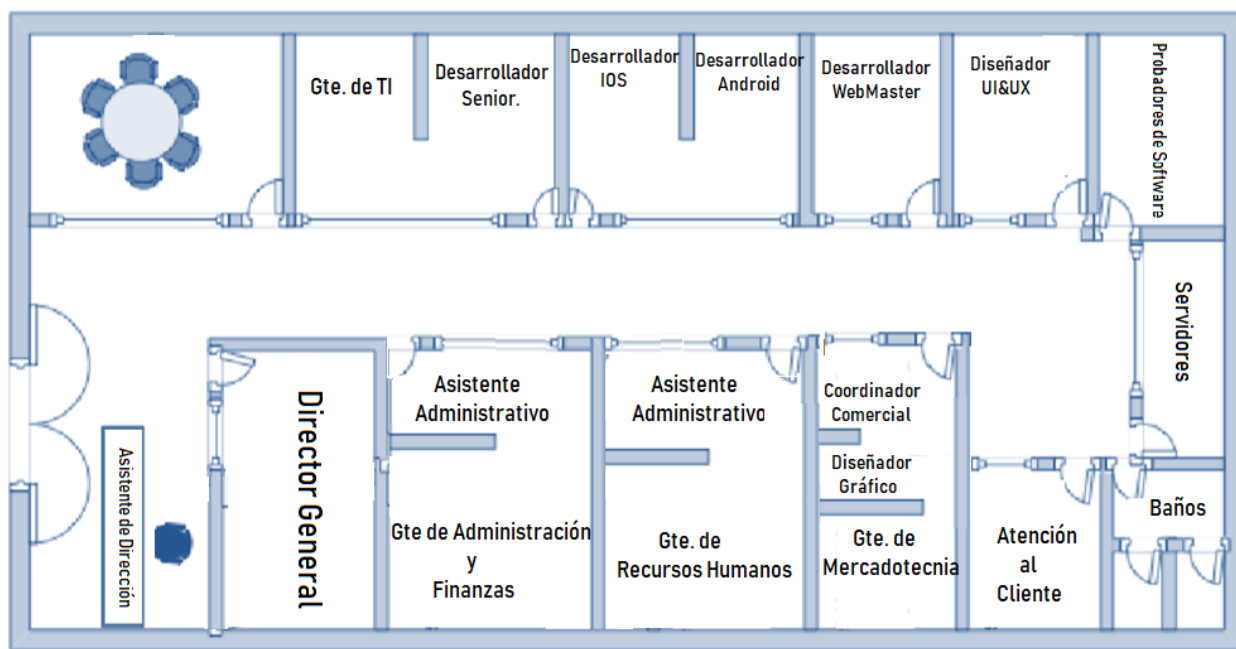
Al ser una empresa cuya actividad principal se desarrolla en la “nube”, no es indispensable una nave industrial, u oficinas tan amplias, solamente se necesita el espacio necesario para mantener los servidores en funcionamiento y no corra riesgo la información ingresada por los tres tipos de usuarios que tiene esta empresa que son el usuario móvil, la Hormik Shop que es el dueño del negocio y finalmente el promotor de la aplicación que es el Consuhormik. Las oficinas centrales de Hormik estarán ubicadas en la Ciudad de México, al ser una de las ciudades con más usuarios de telefonía móvil, además de que se encuentra plenamente industrializada, de manera que existe mercado tanto para los usuarios móviles, como para poder atraer gente al puesto de consultores Hormik, además de que según la Secretaría de Desarrollo Económico , en 2018 las micro, pequeñas y medianas empresas constituyeron el 99% de los negocios en la Ciudad de México, además de que generan el 50% de los empleos, por lo que son fundamentales para el crecimiento económico de la ciudad.<sup>24</sup>.

Con base en, las necesidades físicas que una oficina central de Hormik necesita, y en base al organigrama propuesto más adelante, se diseña la siguiente distribución de planta para un área de 50 metros cuadrados, que es el área en arriendo que se debe cotizar en la ciudad de México. A continuación, se muestra la distribución por cargos:

---

<sup>24</sup> Secretaría de Desarrollo Económico, *Gobierno de la Ciudad de México*, México, 15/02/2018, [S.P.], <<https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/mipymes-pilar-fundamental-del-crecimiento-economico>>, (marzo de 2019).

## Imagen 7 DISTRIBUCIÓN DE OFICINA



**Fuente:** Elaboración propia.

La distribución de las oficinas se logra en un área de 50 metros cuadrados, en cuanto al costo de la renta, todo va a depender de la zona en la que se elija la colocación de las oficinas, en 2010 la zona más cara para renta de oficinas en la Ciudad de México era el corredor de Reforma, sobre todo por su relevancia y plusvalía, lo que le dio a conocerse como la milla Dorada, sin embargo, este lugar ha sido desplazado por la zona de Lomas-Palmas, cuyo precio mensual se ha elevado a 34.77 dólares por metro cuadrado, incluso Polanco se ha convertido en la segunda zona más cara de la ciudad de México, el mercado de oficinas en la ciudad, según Meza Orozco publicado por FORBES, tiene 9.5 millones de metros cuadrados en todas sus clases, pero solamente 4.9 millones son consideradas de clase elevada, con una desocupación de 11.1% de acuerdo con cifras de la firma consultora y servicios inmobiliarios CB Richard Ellis<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Forbes México, Meza Orozco, Nayeli, Ciudad de México, 28/10/2015, [S.P.], <<https://www.forbes.com.mx/las-10-zonas-mas-caras-para-rentar-oficinas-en-la-ciudad-de-mexico/>>, (marzo de 2019).

## Imagen 8 UBICACIÓN DE LA OFICINA



**Fuente:** Elaboración propia con base en Google Maps 2019, (marzo de 2019).

La oficina estará ubicada en la zona de Polanco, en la colonia Miguel Hidalgo, se encuentra en una zona rodeada de bancos, Gimnasios, Restaurantes y plazas comerciales que pueden ser un buen nicho de mercado tanto para darle imagen corporativa a la empresa así como también para difundir el servicio en los negocios cercanos.

Tabla 16 **CARACTERÍSTICAS Y REQUISITOS DE OFICINA**

Las características de la oficina son:	Los requisitos que piden son:
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) 50 m<sup>2</sup> de oficina</li> <li>b) 1 Privado</li> <li>c) Área Libre</li> <li>d) Seguridad 24/7</li> <li>e) Acceso Controlado</li> <li>f) Circuito Cerrado</li> <li>g) Estacionamiento</li> <li>h) Mini Bodegas con opción a renta</li> <li>i) Sanitarios en cada piso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Depósito de 3 mil en garantía</li> <li>b) 1 renta adelantada</li> <li>c) 3 referencias comerciales.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en la investigación de renta.

Si se considera que el precio del inmueble es de 25 mil pesos, entonces se estaría hablando de una inversión inicial de 51 mil pesos, contando que es 1 mes de renta adelantada y el depósito de tres mil pesos, esto deberá incluirse en los estados financieros proyectados. Las oficinas ya cuentan con la instalación de luz, y aire acondicionado, de manera que ya no se necesitan incluir en la instalación del lugar, sin embargo, si hay que considerar la contratación de los servicios, así como el equipo y oficina siguiente:

- a) 6 Escritorios Ejecutivos.
- b) 10 Escritorios de trabajo.
- c) 1 escritorio para recepción
- d) Mesa para sala de Juntas.
- e) 6 Sillones ejecutivos.
- f) 17 Sillones de Oficina.
- g) Instalación de líneas telefónicas y de Intranet.
- h) 17 Computadoras de Escritorio.
- i) 1 Impresora Multifuncional
- j) Papelería básica inicial (Hojas de papel, bolígrafos, etc.)

Cada puesto de trabajo contará con un ordenador de escritorio que tendrá acceso a la intranet de la empresa, para poder trabajar desde cualquier ambiente y poder realizar demostraciones o trabajos desde lugares diferentes a la oficina, estas computadoras deberán contar con una configuración inicial mínima de 1Tb de disco duro, 8 Gb de memoria RAM y un procesador de al menos 2.5 GHz. Adicionalmente se tiene proyectado la compra de los servidores que resguarden la información obtenida de las empresas que se sumen a la base de datos de Hormik, con esto la información quedará almacenada y disponible para el uso de los ingenieros y puedan llevar a cabo la distribución de la información.

Adicionalmente, como se muestra en el esquema de la distribución de la oficina, se contará con una sala de juntas, en la cual se llevarán reuniones periódicamente en donde se tomarán decisiones inherentes a las direcciones de la empresa, las decisiones serán efectivas cuando se vote a favor de 2/3 parte de los presentes en la junta, estas reuniones



son de gran importancia pues permitirán la alineación estratégica de los equipos y permeará en la ejecución oportuna de todas las direcciones y sus colaboradores.

Los temas más relevantes que se deberán revisar de manera periódica en la junta serán las políticas de la empresa, estrategias financieras, posicionamiento de la marca, acciones de mercadeo, posibilidad de nuevos negocios, seguimiento a servicios compartidos y por supuesto, la presentación de necesidades de cada área en cuanto a instalación, equipo y mano de obra para ir perfeccionando la calidad de la aplicación.

Finalmente, los servicios que la empresa necesita que se instalen, y que deberán ser tomados en cuenta dentro de los gastos de administración son:

- a) Agua
- b) Luz
- c) Teléfono e Internet.
- d) Licencias de Software
- e) Publicidad

En el apartado del análisis financiero incluiremos todas las cotizaciones correspondientes tanto a los equipos de oficina, equipo de telefonía, gastos de instalación, gastos administrativos, y por supuesto, la nómina que será pagada de manera mensual a cada uno de los miembros del equipo Hormik, con esto se van a poder completar la información financiera inicial con la cual incluso vamos a determinar la proyección de ventas necesaria para recuperar la inversión inicial en el menor tiempo posible.

## **CAPÍTULO 4**

### **PLAN ORGANIZACIONAL.**

#### **4.1.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE HORMIK.**

La capacidad de la empresa de estructurarse y reestructurarse para adaptarse a condiciones del entorno, ya sean externas o internas, que tienen la característica de ser cambiantes, debido a esto es importante que se aumente al máximo el desempeño de la organización, a diferencia de otras capacidades, la estructuración de una empresa no sucede de manera formal o constante, pero siempre surgirán adaptaciones de la estructura, según Lusthaus, la estructura organizacional se entiende como la capacidad de la empresa de dividir el trabajo y asignar funciones y responsabilidades a personas y grupos de la organización, así como el proceso mediante el cual la organización trata de coordinar su labor y sus grupos. También hace referencia a las relaciones que existen en las divisiones del trabajo<sup>26</sup>.

La estructura organizacional es a la vez causa y efecto de las elecciones estratégicas de gestión que se dan en respuesta a las oportunidades de mercado, como consecuencia la forma organizacional de Hormik se construirá a partir de dos variables: estrategia y estructura, el argumento central es que ciertos tipos o atributos de la organización van a generar un mayor rendimiento innovador en un entorno como el actual, porque es más adecuado para la reducción de costos de las transacciones y responderá a los inesperados cambios del mercado de capital.

En el presente proyecto, se requieren de elementos básicos de cualquier empresa, como lo son:

- a) El Gerente General
- b) El Gerente Financiero

---

<sup>26</sup> Lusthaus, Charles, Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el desempeño, México, 2016, IDRC, P.53.

- c) El Gerente de Mercadotecnia
- d) El Gerente de Recursos Humanos

Ahora bien, otro de los elementos que son básicos en una estructura lineal organizacional, es el gerente de producción, sin embargo, al ser Hormik una empresa dedicada al ramo de la tecnología móvil, más en específico al desarrollo de la aplicación dirigida al usuario móvil, a la Hormik Shop y al Consuhormik, el giro es tecnología, como consecuencia, en lugar de un gerente de producción, se establece un gerente de Tecnologías de la Información que a su vez tendrá todo un equipo de trabajo centrado en el desarrollo y producción de la aplicación móvil y de computadora, este equipo de trabajo son:

- a) Desarrollador Senior
- b) Desarrollador iOS
- c) Desarrollador Android
- d) Desarrollador Web Master
- e) Diseñador UI&UX
- f) Probadores de Software.

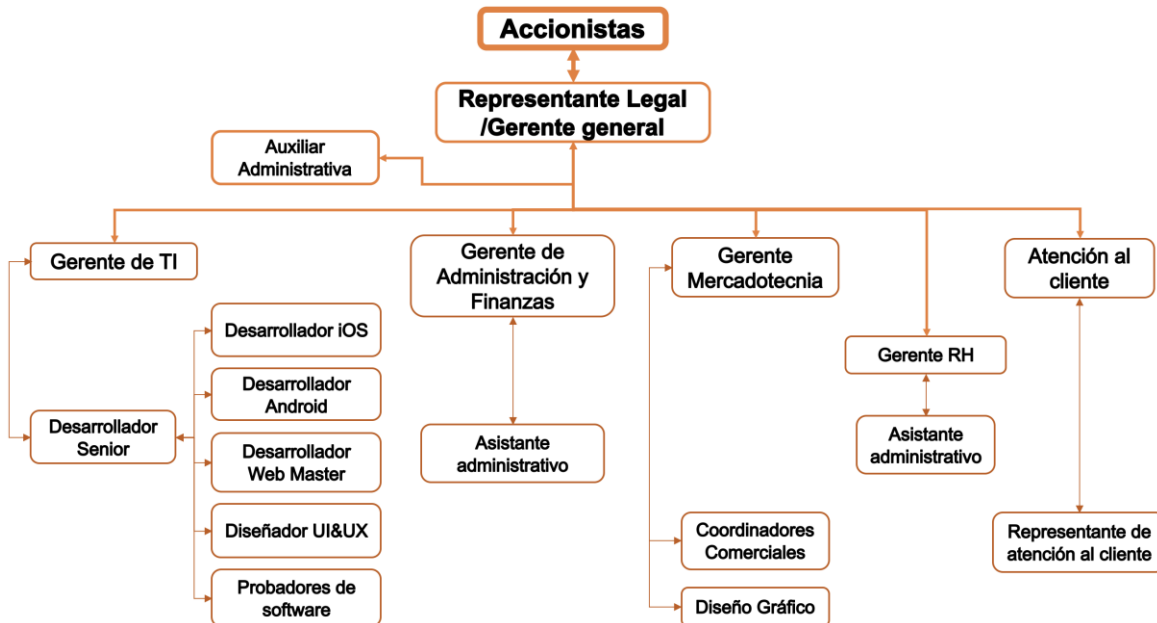
Incluso si se observa detenidamente el esquema de la oficina, la estructura organizacional contempla a todo el equipo desarrollados en una sola ala de la empresa, a fin de que cuenten con la mayor comunicación y cercanía en caso de asesoría, colaboración y estrategias para la programación, así como para el diseño de las diferentes aplicaciones.

Todos bajo la instrucción del desarrollador Senior que, a su vez, reportará los resultados al Gerente de Tecnologías de la Información, sin embargo, todos los desarrolladores tendrán libre acceso y comunicación con éste gerente, incluso, tanto el Gerente de Recursos Humanos, como el de Administración y Finanzas contarán con un asistente administrativo que será considerado como su auxiliar y cuyas funciones y salarios comentaremos más adelante.

#### 4.1.1.- ORGANIGRAMA.

El organigrama propuesto para dar estructura a Hormik es el siguiente:

Imagen 9 ORGANIGRAMA DE HORMIK



**Fuente:** elaboración propia con análisis de la industria del desarrollo móvil.

En la parte superior estarán los accionistas, ya que se contempla atraer fondos mediante una sociedad anónima cuya estructura jurídica se analizará en la unidad de Estructura Legal, el director general es quien presentará avances, informes, estrategias e informes financieros a la junta de accionistas, y estará a cargo de la gestión de la empresa, sus colaboradores directos serán los gerentes de cada área:

- El Gerente de Administración y Finanzas,
- El Gerente de Tecnología de la Información,
- El Gerente de Mercadotecnia, y
- El Gerente de Recursos Humanos y el de Atención a clientes.

Cada uno con un auxiliar, o un equipo de trabajo como lo muestra el organigrama.

En general, es una empresa de Comercio Electrónico, debido a la idea de negocio que tenemos, el sistema productivo es el desarrollo de aplicaciones, estableciendo dos etapas estratégicas: en la primera etapa será un periodo de desarrollo de la plataforma, en este periodo, la empresa operará como una empresa tecnológica, enfocada en dar una estructura adecuada de la programación de la aplicación móvil y de computadora; en la segunda etapa, la empresa va a estar enfocada a la operación de mercadotecnia, como proceso para generar ventas del producto y obtener ganancias.

Es por eso que la estructura da mayor importancia a la gerencia de Tecnologías de la Información, sin descuidar el área de mercadotecnia, pues se incluyen en ella los puestos de coordinadores comerciales y el de diseño gráfico para todo el aspecto publicitario y la imagen, pues también representan un aspecto fundamental para la promoción de una aplicación, Como en todos los negocios, la primera impresión es lo que cuenta. Cuando se trata de promocionar una aplicación el diseño visual será clave en la decisión del cliente. Y ese diseño inicial de una App no es más (ni menos) que un icono de lanzamiento y varias capturas de pantalla que expliquen el contenido, elementos que serán tarea del diseñador gráfico en coordinación con el equipo de Tecnologías de la Información. A continuación, se presentan los perfiles de cada uno de los puestos que integran el organigrama.

#### **4.1.2.- PERFIL DE PUESTOS DE LA EMPRESA HORMIK.**

El análisis de puestos será el procedimiento a través del cual se determinen las responsabilidades, obligaciones y virtudes de cada una de las posiciones, lo que genera una base para determinar quien se encuentra en aptitud para ocupar los puestos de trabajo dentro de la empresa, esto es importante, ya que cada puesto tiene características que deben ser cubiertas por la persona que vaya a ocupar el trabajo, de lo contrario, las contrataciones serían ineficientes, poco productivas y al final de cuentas resultarían sumamente costosas por el tiempo y costos de reclutamiento y capacitación.

A medida que aumenta la complejidad de Hormik, se hace indispensable que se cuente con un sistema adecuado de información que permita a los responsables de la toma de decisiones, encontrar candidatos que puedan cubrir las características necesarias para un

puesto, además de establecer la fijación de niveles salariales de acuerdo con la complejidad de las actividades y el nivel de especialización requerido en cada puesto.

Como consecuencia de lo anterior, a continuación, se presenta la información estructurada respecto de cada uno de los puestos que integran el proyecto Hormik por grado jerárquico:

#### 4.1.2.1. GERENTE GENERAL

Tabla 17 PERFIL DE GERENTE GENERAL

1.- Descripción del Puesto			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Gerente General</u></b>	<b>Edad</b>	30 a 45 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Alta Dirección	<b>Salario</b>	\$38,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Junta de Accionistas	<b>Horario</b>	8:30 a 19:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Maestría en Gestión de la Tecnología y la Información.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Experiencia Mínima de 3 años como gerente general en empresa de giro en tecnología, contar con conocimientos de gestión empresarial y administración de la tecnología.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Liderar la gestión estratégica, dirigiendo y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa, cumpliendo con los lineamientos estratégicos del director y de las normativas y reglamentos gubernamentales vigentes.		
<b>Tramo de Control</b>			

## 2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES

Experiencia Laboral Necesaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación, organización, dirección, coordinación y control de las actividades referentes a la gestión de tecnología de la información, siguiendo los lineamientos establecidos por la junta directiva, con el fin de asegurar la eficiencia en las operaciones de diseño y venta de servicios de gestión de pequeños y medianas empresas a través de programas computacionales, incluido un medio de mercadotecnia a través del uso de aplicaciones móviles y aplicaciones web.</li> </ul>
Funciones del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizar el óptimo funcionamiento de todos los sistemas de gestión administrativa para agilizar la toma de decisiones.</li> <li>• Planear, coordinar y desarrollar los sistemas de información que permitan automatizar la ejecución de las funciones administrativas.</li> <li>• Atender y supervisar las solicitudes de servicios de cada una de las áreas que se encuentran a su cargo.</li> <li>• Diseñar e implementar un plan de trabajo que permita mantener la dirección y control de la infraestructura empresarial en dirección a la misión y visión de la misma.</li> </ul>
Habilidades Requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo • Pensamiento estratégico</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Compromiso y Ética</li> <li>• Capacidad de Planificación y Organización</li> <li>• Habilidades Gerenciales.</li> <li>• Capacidad de Solucionar Problemas</li> </ul>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<b>COMPETENCIAS GENERALES.</b>	<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo: Habilidad para orientar la acción de grupos o personas individuales en una dirección.</li> <li>• Planificación y Organización: Capacidad de determinar eficazmente las metas y prioridades de su tarea/área/proyecto estipulando la acción, plazos y recursos requeridos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación Técnica en ciencias Económico Administrativas.</li> <li>• Formación Profesional en Ingeniería en Sistemas Computacionales o a fines.</li> <li>• Maestría: Administración o Gestión de la Tecnología.</li> </ul>

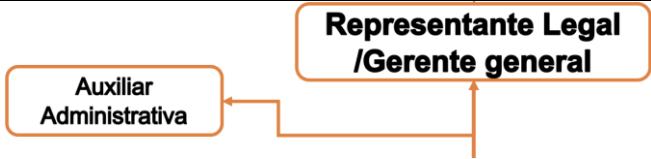
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora Continua: Capacidad de asimilar y desarrollar, de forma continuada y constante nueva información reconociéndola, seleccionándola y priorizándola en la búsqueda de lograr los objetivos institucionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Especialización: Gestión Empresarial o Carreras afines.</li> <li>•Conocimiento de dirección empresarial y competencias en programación web o programación móvil.</li> <li>•Conocimientos en dirección y control de equipos de trabajo.</li> </ul>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<b>Clientes Internos</b>	<b>Clientes Externos</b>
Junta de Accionistas Gerente de TI Gerente de Administración y Finanzas Gerente de Recursos Humanos Gerente de Mercadotecnia Atención al Cliente	Relación con proveedores. Relación con Consumidores Relación con Clientes sobresalientes. Relación con acreedores financieros.
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil.
<b>CONOCIMIENTOS NECESARIOS ADICIONALES DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder de Negociación</li> <li>• Comunicación efectiva a todo nivel</li> <li>• Acostumbrado a trabajar en equipo y bajo presión.</li> <li>• Tener Don de mando</li> <li>• Proactivo</li> <li>• Capacidad para toma de decisiones asertivas.</li> </ul>

#### 4.1.2.2.- AUXILIAR ADMINISTRATIVO DEL GERENTE GENERAL

Tabla 18 PERFIL DE AUXILIAR ADMINISTRATIVO DEL GERENTE GENERAL

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Auxiliar Administrativo</u></b>	<b>Edad</b>	25 a 30 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Auxiliar de Alta dirección	<b>Salario</b>	\$7,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerente General	<b>Horario</b>	8:30 a 19:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Licenciatura en Ciencias Económico Administrativas.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	2 años como apoyo administrativo directo a alta dirección.		



<b>Objetivo del Puesto</b>	Atender cotidianamente los procesos administrativos de la oficina y apoyar en el cumplimiento de las tareas y objetivos de la Dirección
<b>Tramo de Control</b>	 <pre> graph TD     RA[Representante Legal /Gerente general] --&gt; AA[Auxiliar Administrativa] </pre>

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
Experiencia Laboral Necesaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de herramientas de oficina</li> <li>• Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece</li> <li>• Conocimiento avanzado en Office (Excel, Word, Power Point, etc.)</li> </ul>
Funciones del Puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrar las pólizas de servicio y garantías de equipo de cómputo.</li> <li>2. Seguimiento del presupuesto del departamento</li> <li>3. Labores de asistencia</li> <li>4. Comunicación con clientes y proveedores,</li> <li>5. Comunicación interna con el personal de la empresa</li> <li>6. Realizar tareas básicas de almacenamiento, archivo y control de información y documentación, tanto en soporte digital como convencional, de acuerdo con los protocolos establecidos.</li> <li>7. Realizar labores de reprografía de documentos en la cantidad y calidad requeridas.</li> <li>8. Realizar el encuadernado básico de documentos, asegurando una correcta presentación.</li> <li>9. Tramitar correspondencia y paquetería, tanto interna como externa, utilizando los medios y criterios establecidos.</li> <li>10. Registrar y comprobar los documentos que se utilicen en las operaciones comerciales y administrativas.</li> <li>11. Utilizar los equipos de telefonía, recibiendo, distribuyendo, y emitiendo llamadas y mensajes, con precisión.</li> </ol>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<b>COMPETENCIAS GENERALES.</b>	<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidad Emocional Alto</li> <li>• Madurez y control de sus impulsos emocionales</li> <li>• Adecuados niveles de tolerancia a la frustración</li> <li>• Seguridad en sí mismo</li> </ul>	Capacidad para utilizar la información las normas, los procedimientos y las políticas de la empresa con alta precisión, con objeto de lograr los estándares de calidad, en tiempo y forma, con eficiencia y eficacia, en consonancia con los valores y las líneas estratégicas de la empresa.
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<b>Clientes Internos</b>	<b>Clientes Externos</b>
Junta de Accionistas Gerente General Gerente de TI Gerente de Administración y Finanzas Gerente de Recursos Humanos Gerente de Mercadotecnia Atención al Cliente	Relación con proveedores. Relación con Consumidores Relación con Clientes sobresalientes. Relación con acreedores financieros.
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone.

#### 4.1.2.3.- GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Tabla 19 **PERFIL DE GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Gerente de Administración y Finanzas</u></b>	<b>Edad</b>	35 A 45 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Alta Dirección	<b>Salario</b>	\$25,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerente General	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Maestría en Ciencias Económico Administrativas.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	3 años como Gerente de área económico administrativa.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Administración eficiente del capital de trabajo dentro de un equilibrio de los criterios de riesgo y rentabilidad, además de orientar la estrategia financiera para garantizar la disponibilidad de fuentes de financiación y		

	proporcionar el debido registro de las operaciones como herramientas de control de gestión de la organización
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Representante Legal /Gerente general] --&gt; B[Gerente de Administración y Finanzas]     B --&gt; C[Asistente administrativo] </pre>

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
Experiencia Laboral Necesaria	Estar centrado en la estrategia financiera y corporativa de la empresa, siendo en última instancia un asesor de la Gerencia General.
Funciones del Puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Contribuir y aportar a la estrategia corporativa a seguir (medir el potencial de creación de valor, valorizar posibles adquisiciones, proponer oportunidades de negocio en el mediano y el largo plazo, etc.),</li> <li>2.- Establecer una estrategia financiera (controlar la estructura de capital y el nivel de endeudamiento, negociación y ejecución de operaciones financieras de mediano y largo plazo, etc.),</li> <li>3.- El planeamiento y control de gestión desde un punto de vista estratégico y financiero</li> <li>4.- Coordinar la preparación de los presupuestos operativo, evaluación mensual de resultados</li> <li>5.- La gestión financiera y gerencia de activos (cuentas por cobrar y cuentas por pagar).</li> </ol>

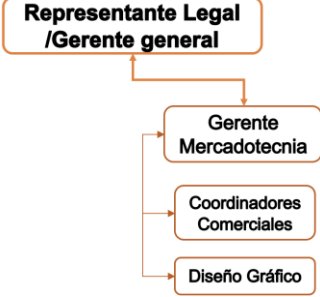
<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento sistémico y estratégico,</li> <li>• Criterio empresarial, experiencia y preparación actual,</li> <li>• Comportamiento ético y honesto y</li> <li>• Capacidades analíticas.</li> </ul>	<p><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades para aportar, sustentar ideas y cuestionar las ideas de los demás, manteniendo la confianza y el respeto;</li> <li>• Habilidades de liderazgo y capacidad para relacionarse y gestionar el trabajo de las personas;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gozar de buen trato, respeto de las formas, educación, facilidad de palabra para tratar con los miembros de la empresa y personas externas;</li> <li>• Capacidad de negociación, y requerirá conocer de mercados financieros, teoría financiera, estrategia, planeamiento y control de gestión</li> </ul>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<b>Clientes Internos</b>	<b>Clientes Externos</b>
Junta de Accionistas Gerente General Gerente de TI Gerente de Recursos Humanos Gerente de Mercadotecnia Atención al Cliente Auxiliar Administrativo	Relación con proveedores. Relación con acreedores financieros.
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone.

#### 4.1.2.4.- GERENTE DE MERCADOTECNIA

Tabla 20 **PERFIL DE GERENTE DE MERCADOTECNIA**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<u><b>Gerente de Mercadotecnia</b></u>	<b>Edad</b>	35 A 45 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Alta Dirección	<b>Salario</b>	\$25,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerente General	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Maestría en Ciencias Económico Administrativas con especialidad en Mercadotecnia.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	4 años como gerente de área comercial, ventas, promociones, o de comunicación social.		

<b>Objetivo del Puesto</b>	Generar estrategias que incrementen el tráfico en el área de consultores Hormik, a través del monitoreo del mercado de aplicaciones móviles y el comportamiento de la competencia.
<b>Tramo de Control</b>	 <pre> graph TD     A[Representante Legal /Gerente general] --&gt; B[Gerente Mercadotecnia]     B --&gt; C[Coordinadores Comerciales]     B --&gt; D[Diseño Gráfico] </pre>

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
<b>Experiencia Laboral Necesaria</b>	Conocimiento de las industrias de aplicaciones móviles, manejo de redes sociales y tendencias en la web. Experiencia en manejo de equipos de trabajo, así como disponibilidad para viajar.
<b>Funciones del Puesto</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar, planificar, desarrollar, evaluar y ejecutar programas y presupuestos de mercadotecnia, validados por la Dirección General.</li> <li>2. Definir, implementar y evaluar campañas publicitarias y promocionales, buscando cubrir objetivos específicos a conseguir: posicionamiento, aumento del consumo, captación de Hormik Shop y Consuhormiks así como lograr la fidelidad de los mismos.</li> <li>3. Detectar tendencias, nichos, necesidades no satisfechas y en función de las estrategias corporativas desarrollar nuevos servicios para la aplicación.</li> <li>4. Contribuir al aumento de las ventas de las unidades de la cadena en México.</li> <li>5. Negociar y establecer promociones conjuntas con empresas a nivel nacional y local; negociar y establecer alianzas publicitarias.</li> <li>6. Elaborar y ejecutar un plan de visitas a los consultores Hormik.</li> <li>7. Elaborar informes de cada visita indicando las acciones comerciales y operativas necesarias.</li> <li>8. Realizar en tiempo y forma reportes requeridos por la Dirección General.</li> <li>9. Colaborar en los procesos de apertura de unidades, estableciendo las promociones más apropiadas.</li> </ol>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p align="center"><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercados</li> <li>• Realización de perfiles de consumidor</li> <li>• Análisis de precios en relación con la competencia</li> <li>• Realizar focus groups</li> <li>• Benchmarking</li> </ul>	<p align="center"><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar planes de mercadotecnia específicos para la marca</li> <li>• Posicionamiento de la marca en el mercado mexicano</li> <li>• Manejo de Consuhormik y Hormik Shop</li> <li>• Manejo del presupuesto de mercadotecnia</li> <li>• Capacitación a consultores Hormik en punto de venta</li> </ul>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<p align="center"><b>Clientes Internos</b></p> <p>Junta de Accionistas Gerente General Gerente de TI Gerente de Administración y Finanzas Gerente de Recursos Humanos Atención al Cliente Coordinadores Comerciales Diseño Gráfico</p>	<p align="center"><b>Clientes Externos</b></p> <p>Consultores Hormik Hormik Shops Empresas publicitarias Empresas con las que se tenga que hacer alianza comercial</p>
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil

#### 4.1.2.5.- COORDINADOR COMERCIAL

Tabla 21 **PERFIL DE COORDINADOR COMERCIAL**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Coordinador Comercial</u></b>	<b>Edad</b>	28 A 35 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área Comercial	<b>Salario</b>	\$19,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerente de Mercadotecnia	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Maestría Mercadotecnia y gestión comercial.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	2 años como agente comercial y manejo de equipos de ventas.		

<b>Objetivo del Puesto</b>	Promover ventas efectivas brindando asesoría a los consultores y a los Hormik shops, prospectos y al equipo de trabajo para cumplir con los objetivos de ventas.
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Gerente Mercadotecnia] --&gt; B[Coordinadores Comerciales]     A --&gt; C[Diseño Gráfico] </pre>

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
Experiencia Laboral Necesaria	Planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar eficientemente el sistema comercial, diseñando estrategias que permitan el logro de los objetivos de la Empresa.
Funciones del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administración de ventas</li> <li>- Asegurar la rentabilidad de la empresa mediante el cumplimiento de las metas de utilidad establecidas por consultor.</li> <li>-Analizar y gestionar los indicadores establecidos, para actuar de manera oportuna realizando planes de acción y gestionando los resultados.</li> <li>-Realizar capacitaciones periódicas y programadas para asistir a la fuerza de ventas.</li> <li>-Identificar a los negocios potenciales y consultores de mayor ingreso para encaminar a otros consultores Hormik de cómo atacar cada uno de esos clientes.</li> <li>- Marcar los objetivos concretos a toda la fuerza comercial a su cargo.</li> <li>-Saber resolver problemas comerciales y/o de marketing.</li> <li>-Tomar decisiones cuando resulte necesario y oportuno.</li> <li>-Concretar los diferentes canales comerciales, la estructura, tamaño y rutas.</li> <li>-Elaborar las previsiones de ventas junto al Gerente de mercadotecnia.</li> <li>-Reclutar, seleccionar y formar al personal de ventas.</li> </ul>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar actividades de mejora</li> <li>• Promover productos de la empresa</li> <li>• Propiciar cumplimiento de objetivos</li> </ul>	<p><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de métricas</li> <li>• Control, coordinación y reportes de ventas</li> <li>• Registro de clientes</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer prioridades.</li> <li>• Actuar como líder.</li> <li>• Dar ejemplo a toda la estructura de ventas.</li> <li>• Visitar a clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisión de los consultores</li> </ul>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<b>Clientes Internos</b>	<b>Clientes Externos</b>
Gerente de Mercadotecnia Coordinadores Comerciales Diseño Gráfico	Consultores Hormik Hormik Shops Empresas publicitarias
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil

#### 4.1.2.6.- DISEÑADOR GRÁFICO

Tabla 22 **PERFIL DE DISEÑADOR GRÁFICO**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<u><b>Diseñador Gráfico</b></u>	<b>Edad</b>	28 A 35 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área Comercial	<b>Salario</b>	\$15,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerente de Mercadotecnia	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Licenciatura en Diseño Gráfico.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	3 años en área de Diseño Gráfico, y en áreas de publicidad y promoción.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Generar y presentar propuestas de diseño creativo para dar imagen y promoción a la aplicación móvil y a la aplicación web, así como para las herramientas de promoción y publicidad del producto.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Gerente Mercadotecnia] --&gt; B[Coordinadores Comerciales]     A --&gt; C[Diseño Gráfico] </pre>		



<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
Experiencia Laboral Necesaria	Conocimientos básicos en diseño gráfico y operación de equipo de cómputo y material complementario
Funciones del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de contenidos para publicidad digital (Redes Sociales y Página Web).</li> <li>- Diseño e Impresión de promociones y publicidad visual</li> <li>- Estandarización de imagen y apoyo en departamento de mercadotecnia</li> <li>- Crear propuestas gráficas para traducir información en comunicación visual atractiva.</li> <li>- Desarrollar y producir materiales gráficos dentro del departamento de marketing.</li> <li>- Elaborar y diseñar campañas de publicidad y lanzamiento de nuevos servicios de la aplicación.</li> <li>- Apoyar, desarrollar y conceptualizar la implementación de todos los materiales gráficos del departamento de marketing.</li> <li>- Dar seguimiento a todos los procesos asignados y entregarlos en tiempo y forma.</li> <li>- Conceptualizar y proponer ideas para proyección de marca Hormik</li> </ul>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar ideas Creativas</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Seguimiento y Control</li> <li>• Sentido de Estética</li> <li>• Redacción y Ortografía</li> </ul>	<p><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transformar los conocimientos gráficos, editoriales, audiovisuales y publicitarios.</li> <li>• Manejo de programas de diseño digital así como diagramación, montaje, computación gráfica y actualización continua de esos contenidos.</li> <li>• Crear propuestas gráficas para traducir información en comunicación visual atractiva</li> </ul>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<b>Cientes Internos</b>	<b>Cientes Externos</b>
Gerente de Mercadotecnia	Consultores Hormik

Coordinador Comercial	Hormik Shop Usuarios de la App Móvil
<b>Software a Manejar:</b>	Illustrator, Photoshop, Indesign, Adobe Suite, Conocimiento Para Impresión En Gran Formato, Serigrafía Y Prensa, y herramientas creativas populares

#### 4.1.2.7.- GERENTE DE RECURSOS HUMANOS.

Tabla 23 **PERFIL DE GERENTE DE RECURSOS HUMANOS**

1.- Descripción del Puesto			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Gerente de Recursos Humanos</u></b>	<b>Edad</b>	30 a 45 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Alta Dirección	<b>Salario</b>	\$17,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerencia General	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Licenciatura en Psicología, Administración o carreras socio económicas.	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	5 años en área de Recursos Humanos o manejo y administración de personal, manejo de office, herramientas de apoyo para evaluaciones, pruebas psicométricas, incentivos, manejo de la Ley Federal del Trabajo		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Generar estrategias para atraer, desarrollar y retener al talento humano, creando y fortaleciendo una cultura de servicio al ciudadano; contribuyendo al cumplimiento de los objetivos institucionales		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Representante Legal /Gerente general] --&gt; B[Gerente RH]     B &lt;--&gt; C[Asistente administrativo]           </pre>		

#### 2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES

Experiencia Laboral Necesaria	<p>-Manejo de herramientas de apoyo para evaluaciones, pruebas psicométricas, incentivos.</p> <p>-Interpretación, manejo y cálculo de la Ley Federal del Trabajo; IMSS e INFONAVIT.</p> <p>-Experiencia como Jefe vinculado a la Gerencia de Recursos Humanos, así como poseer experiencia y conocimiento acerca de la estructura, complejidad y diversidad del Hormik.</p>
Funciones del Puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formular lineamientos para el desarrollo del Plan de Recursos Humanos, con aplicación de indicadores de gestión.</li> <li>2. Gestionar y monitorear el presupuesto para cada subsistema, incluye la elaboración del Presupuesto Analítico de Personal (PAP).</li> <li>3. Determinar los términos y condiciones de empleo. Controlar que se cumplan los diversos aspectos legales y requisitos establecidos por la ley y la empresa en materia de contratación de personal.</li> <li>4. Controlar que se realice el cálculo de la provisión para beneficios sociales de los colaboradores.</li> <li>5. Elaborar el presupuesto de gastos de personal, mantener los servicios médicos obligatorios de ley, así como supervisar y asistir a reuniones del comité de seguridad en el trabajo.</li> <li>6. Determinar a través de las diferentes técnicas de captación de personal, el más adecuado para aplicar a los perfiles de puesto que la empresa requiere, orientados a la licitación gubernamental como función central de la microempresa.</li> <li>7. Dirigir, controlar y gestionar la elaboración de políticas, proyectos y programas, así como su posterior implementación, relativos a la mejora del Clima Organizacional y motivación del equipo de trabajo</li> </ol>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<b>COMPETENCIAS GENERALES.</b>	<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
<p>Productividad y calidad total</p> <p>Actualización en materia de informática.</p> <p>Mejoramiento profesional para la efectiva administración de recursos humanos.</p> <p>Desarrollo organizacional. Dirección de reuniones.</p>	<p>Planificación de las actividades del sistema de administración.</p> <p>Análisis de documentos de diversa índole.</p> <p>Síntesis de actividades. Manejo y supervisión de personal. Resolución de problemas y toma de decisiones acertadas.</p>

Toma de decisiones	Gestión de medidas preventivas y correctivas sin crear conflictos. Comunicación clara y precisa en la elaboración de informes técnicos.
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<b>Cientes Internos</b>	<b>Cientes Externos</b>
Gerente General Gerente de TI Gerente de Administración y Finanzas Gerente de Mercadotecnia Atención al Cliente	Relación con Instituciones Públicas como el de Seguridad Social e Infonavit. Instituciones bancarias para materias de pago de nómina.

#### 4.1.2.8.- RESPONSABLE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

Tabla 24 **PERFIL DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Atención al cliente</u></b>	<b>Edad</b>	28 A 35 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Alta Dirección	<b>Salario</b>	\$10,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerencia General	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Licenciatura en Psicología, Administración o Mercadotecnia, Ingeniería Industrial	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	2 años en atención o relación directa con los clientes en la industria de aplicaciones web y móviles.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a la aplicación web y la aplicación móvil que ofrece la empresa Hormik, además de canalizar las quejas, reclamos y sugerencias.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Atención al cliente] &lt;--&gt; B[Representante de atención al cliente]           </pre>		

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
Experiencia Laboral Necesaria	Conocimientos en Procesos de atención a clientes y Casos especiales (escalamiento de casos), implementación de procesos, gestión del personal, elaboración de reportaría, implementación de controles operativos y manejo de sistemas de gestión clientes
Funciones del Puesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejo de Conflictos con Consultores Hormik, Usuarios de aplicación móvil o de usuarios de la aplicación web.</li> <li>-Monitorear cumplimiento de la normativa legal y reglamentaria que rige a la empresa, velando por el mantenimiento de la calidad en el proceso.</li> <li>-Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad así como realizar auditorías de calidad y comunicarse efectivamente con usuarios tanto de la aplicación móvil, como la aplicación web para dar un servicio post venta.</li> <li>- Mantener y controlar la documentación correspondiente al sistema de gestión de calidad, asegurando el resguardo de la información, el control de cambios, control de versiones e integración de todos los documentos externos.</li> </ul>

<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<b>COMPETENCIAS GENERALES.</b>	<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
<p>Facilidad de comunicación</p> <p>Manejo óptimo de las relaciones interpersonales</p> <p>Entusiasmo y cordialidad</p> <p>Excelente dicción, modulación y presencia</p> <p>Capacidad para trabajar bajo presión</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Capacidad para realizar llamadas</p> <p>Manejo de campañas telefónicas</p> <p>Realización de encuestas telefónicas y/o en cara a cara</p> <p>Manejo de reclamos/quejas</p>	<p>Tolerancia: capacidad del manejo de la frustración de parte del personal.</p> <p>Empatía: habilidad de ponerse en los “zapatos del cliente” estar del “otro lado” del mostrador y reconocer las necesidades y deseos de estos.</p> <p>Comunicación: la capacidad de establecer una relación reciproca en el manejo de la información.</p> <p>Capacidad técnica: conjunto de conocimientos y valores empresariales que son la razón de ser de Hormik.</p> <p>Resultados: la habilidad en lograr con eficiencia y eficacia las necesidades de los diferentes clientes.</p> <p>Seguimiento a los casos de reclamos</p> <p>Preparación de reporte semanal de gestión</p> <p>Respuestas a las quejas de los clientes</p>

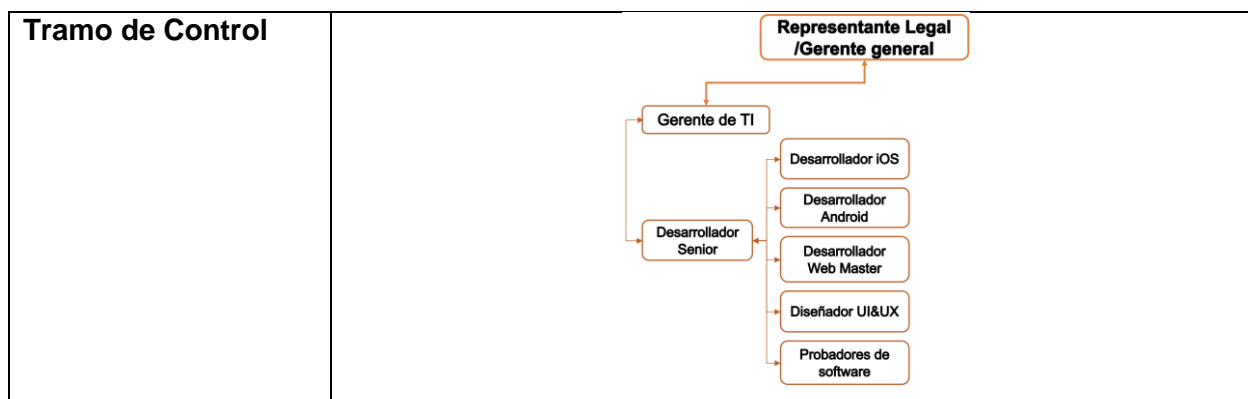
4.- RELACIÓN DIRECTA CON:	
<b>Clientes Internos</b>	<b>Clientes Externos</b>
Gerente General	Consultores Hormik
Gerente de TI	Hormik Shop
Gerente de Administración y Finanzas	Usuarios de la aplicación Móvil
Gerente de Mercadotecnia	
Atención al Cliente	
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil

#### 4.1.2.9.- GERENTE DE TI<sup>27</sup>

Tabla 25 **PERFIL DE GERENTE DE TI**

1.- Descripción del Puesto			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Gerente de TI</u></b>	<b>Edad</b>	30 a 45 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Alta Dirección	<b>Salario</b>	\$35,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerencia General	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 5 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Gestionar un equipo de trabajo encargado del diseño y administración de la plataforma tecnológica para la mejora e innovación de los servicios ofrecidos por Hormik		

<sup>27</sup> Manejará la plataforma tecnológica para mejorar o innovar procesos y servicios de la empresa, optimizar la utilización de los recursos informáticos. Será el encargado de velar por el buen funcionamiento de los diferentes sistemas y programas de IT, y de supervisar al personal de su departamento



<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
Experiencia Laboral Necesaria	Experiencia en dirección, coordinación y optimización de los recursos informáticos, así como también la resolución de las necesidades que el proceso productivo de Hormik necesite mediante el trabajo en equipo con los desarrolladores y programadores que tendrá bajo su mando. Experiencia en entornos digitales
Funciones del Puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Crear valor para la empresa y entender el modelo de negocio a través del diseño y gestión de la aplicación móvil, así como de la aplicación web.</li> <li>2.-Planificación y estrategia de los sistemas de información.</li> <li>3.- Desarrollar una adecuada arquitectura tecnológica.</li> <li>4.- Desarrollo de procesos de planeación de tecnología: Formular, planear, dirigir y controlar proyectos de implementación tecnológica y manejo de expectativas de usuarios de la aplicación Hormik</li> <li>5.- Propuestas de mejoras tecnológicas para infraestructura.</li> <li>6.- Supervisar y evaluar el alineamiento de los sistemas de información a los procesos corporativos</li> <li>7.- Participar en la elaboración de estrategias de negocios</li> <li>8.- Dirección y planeación de las asesorías tecnológicas a los demás departamentos del negocio respecto a sus requerimientos de sistemas, comunicaciones, redes e infraestructura.</li> <li>9.-Definir políticas y normas de seguridad de la información así como procedimientos generales de seguridad física y lógica tanto en tecnologías de la información como en comunicaciones.</li> <li>10.- Evaluar y proponer la infraestructura de hardware y software más adecuada para atender las necesidades de los usuarios de la aplicación para usuarios Móvil, Consuhormik y las Hormik Shop.</li> </ol>

	11.- Asegurar que las aplicaciones tecnológicas para cada área de negocio se desarrollan e implementan de forma óptima, facilitando la información y formación necesaria, así como la integración con las tecnologías más innovadoras que posibiliten dar un mayor apoyo a la estrategia del negocio
--	--

**3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS**

<b>COMPETENCIAS GENERALES.</b>	<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Iniciativa y capacidad resolutive</li> <li>-Habilidad de comunicación</li> <li>-Capacidad de análisis y toma de decisión</li> <li>-Planificación estratégica</li> <li>-Orientación al cambio y la innovación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad de liderazgo y gestión de equipos</li> <li>- Gestionar las Operaciones TI mediante el monitoreo y supervisión de todos los componentes de infraestructura.</li> <li>-Capacidad de comunicación y asertividad</li> <li>- Responsable de que la infraestructura de la organización funcione, especialmente la prestación de servicios como: red, bases de datos, sistemas operativos, correo, telefonía, radiocomunicaciones, entre otros.</li> <li>- Administrar proveedores de servicios de TI asociados a la infraestructura vigente y a proyectos de tecnología.</li> </ul> <p>Capacidad de análisis y propuesta de soluciones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad de trabajo en entornos colaborativos</li> </ul>

**4.- RELACIÓN DIRECTA CON:**

<b>Cientes Internos</b>	<b>Cientes Externos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollador Sénior</li> <li>Desarrollador iOS</li> <li>Desarrollador Android</li> <li>Desarrollador Web Master</li> <li>Desarrollador UI&amp;UX</li> <li>Probadores de Software</li> <li>Gerente General</li> <li>Gerente de Finanzas</li> <li>Gerente de Recursos Humanos</li> <li>Gerente de Mercadotecnia</li> <li>Atención a Clientes</li> <li>Junta de Accionistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Usuarios de la aplicación móvil.</li> <li>Usuarios de la aplicación Web.</li> <li>Proveedores de servicios tecnológicos.</li> </ul>



<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil
---------------------------	---

#### 4.1.2.10.- DESARROLLADOR SENIOR.

Tabla 26 **PERFIL DE DESARROLLADOR SENIOR**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Desarrollador Sénior</u></b>	<b>Edad</b>	30 a 45 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área de Sistemas	<b>Salario</b>	\$30,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Gerente de TI	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 3 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Dirigir el área de ingeniería de Software que trabajo con equipos multi disciplinarios y autor organizados, coordinando las tareas concernientes al relevamiento de datos, análisis, diseño y desarrollo de los diferentes sistemas informáticos.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     GTI[Gerente de TI] --&gt; DS[Desarrollador Senior]     DS --&gt; DIOS[Desarrollador iOS]     DS --&gt; DAND[Desarrollador Android]     DS --&gt; DWB[Desarrollador Web Master]     DS --&gt; DUIUX[Diseñador UI&amp;UX]     DS --&gt; P[Probadores de software] </pre>		

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
<b>Experiencia Laboral Necesaria</b>	Analizar requerimientos de usuario con la finalidad de presentar un diseño, construcción e implementación de aplicaciones móviles, escalables para las plataformas iOS y Android, a través de considerar las mejores técnicas de UX&UI, pruebas, integración de servicios y documentación de código.
<b>Funciones del Puesto</b>	1.- Evaluar el código nativo de aplicaciones iOS y Android de modo que se elijan las mejores alternativas para implementar en la aplicación Hormik

	<p>2.- Comprender y emplear los requerimientos del usuario.</p> <p>3.- Implementación de UX&amp;UI a través de la implementación de las mejores técnicas.</p> <p>4.- Gestionar la construcción de los componentes de código reusable.</p> <p>5.- Supervisar y administrar las pruebas de unidad e integración de código.</p> <p>6.- Gestionar la presentación de las aplicaciones Hormik en las tiendas de AppStore y PlayStore.</p> <p>7.- Ofrecer soporte y asesoría a su equipo de trabajo en materia de aplicaciones móviles iOS y Android.</p>
<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Iniciativa y capacidad resolutive</li> <li>-Habilidad de comunicación</li> <li>-Capacidad de análisis y toma de decisión</li> <li>-Planificación estratégica</li> <li>-Orientación al cambio y la innovación</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocimientos de POO</li> <li>-Conocimiento de herramientas de control de versiones (Git).</li> <li>-Técnicas y metodologías de pruebas como TDD</li> <li>-Metodologías de desarrollo de Software SCRUM, RAD, AGILE, LEAN U ICONIX.</li> <li>-Conocimiento de lenguaje C#.</li> <li>-Uso de bibliotecas para Android como: GSON, ButterKnife, Logger, LoggingInterceptor.</li> <li>-Desarrollo en lenguaje Java</li> <li>-Desarrollo en Kotlin</li> <li>-Consulta y Manipulación de servicios web (REST)</li> <li>-Consulta y Manipulación de Api's de terceros (Proveedores)</li> </ul>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Clientes Internos</b></p> <p>Desarrollador iOS</p> <p>Desarrollador Android</p> <p>Desarrollador Web Master</p> <p>Desarrollador UI&amp;UX</p> <p>Probadores de Software</p> <p>Gerente de TI</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cientes Externos</b></p> <p>Usuarios de la aplicación móvil.</p> <p>Usuarios de la aplicación Web.</p> <p>Proveedores de servicios tecnológicos.</p>
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil, Servidores

#### 4.1.2.11.- DESARROLLADOR iOS.

Tabla 27 PERFIL DE DESARROLLADOR iOS

1.- Descripción del Puesto			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Desarrollador iOS</u></b>	<b>Edad</b>	28 a 40 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área de Sistemas	<b>Salario</b>	\$25,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Desarrollador Sénior	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 2 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Adaptar los proyectos de la empresa al sistema operativo móvil de la multinacional Apple Inc.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph LR     A[Desarrollador Senior] --&gt; B[Desarrollador iOS]     A --&gt; C[Desarrollador Android]     A --&gt; D[Desarrollador Web Master]     A --&gt; E[Diseñador UI&amp;UX]     A --&gt; F[Probadores de software]         </pre>		

2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES	
Experiencia Laboral Necesaria	Conocimientos en: -iOS SDK 9+ -Swift -Objective-C -Xcode, Cocoa Touch. -Core Data y Core Animation -Consumir servicios REST -Uso de Git o SVN

<p>Funciones del Puesto</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Adaptar el sistema operativo a las necesidades que la empresa le indique.</li> <li>2.- Conceptualizar, Desarrollar y programar aplicaciones móviles, específicamente para sistemas iOS</li> <li>3.- Realizar pruebas de las aplicaciones y corregir errores.</li> <li>4.- Elaborar informes periódicamente para monitorear el funcionamiento del Sistema.</li> <li>5.- Manejo y aplicación del lenguaje de programación Objective-C</li> <li>6.- Gestionar las Bases de datos (CoreData) y la programación asíncrona y multi-hilo.</li> <li>7.- Análisis y optimización del rendimiento de aplicaciones en iOS (profiling de CPU y Memoria).</li> <li>8.- Manejo fluido del sistema de control de versiones Git.</li> <li>9.- Manejo de formatos multimedia en aplicaciones de iOS, vozIP y seguridad de la información.</li> </ol>
<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <p>Capacidad de Análisis.          Persona proactiva, sin miedo a retos.          Capacidad de autoaprendizaje.          Buena comunicación a nivel funcional y técnico.          Resolutivas ante los obstáculos que puedan plantearse.          Capacidad y habilidades de atención al cliente.          Capacidad de trabajo en equipo.          Con iniciativa y creatividad para proponer cosas.</p>	<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <p>Buen manejo de Objective - C          Dominio en Layouts, comunicación de red, persistencia de datos locales          Manejo de versiones GIT          Uso y desarrollo de componentes customizado          MacOS, Unix, Mysql, SQLite, Xcode 8 en adelante          Swift 4.0,          Manejo Xcode          Dominio de JSON, jQuery, REST y Web Services.          Consumo APIRest          CocoaPods          Closures          Core Data          Protocolos y delegados</p>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Cientes Internos</b></p> <p>Desarrollador Sénior          Desarrollador Android</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cientes Externos</b></p> <p>Usuarios de la aplicación móvil.          Usuarios de la aplicación Web.</p>

Desarrollador Web Máster Desarrollador UI&UX Probadores de Software Gerente de TI	Proveedores de servicios tecnológicos.
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil, Servidores

#### 4.1.2.12.- DESARROLLADOR ANDROID

Tabla 28 PERFIL DE DESARROLLADOR ANDROID

1.- Descripción del Puesto			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Desarrollador Android</u></b>	<b>Edad</b>	28 a 40 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área de Sistemas	<b>Salario</b>	\$25,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Desarrollador Sénior	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 2 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Adaptar el sistema operativo de código abierto a las necesidades que Hormik le indique.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Desarrollador Senior] --&gt; B[Desarrollador iOS]     A --&gt; C[Desarrollador Android]     A --&gt; D[Desarrollador Web Master]     A --&gt; E[Diseñador UI&amp;UX]     A --&gt; F[Probadores de software]           </pre>		

2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES	
<b>Experiencia Laboral Necesaria</b>	<b>Experiencia en:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IDE Android Studio</li> <li>• Base de datos: SQL Lite, SQL, Oracle</li> <li>• Web services</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• APIs</li> </ul>
Funciones del Puesto	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Desarrollo de interfases gráficas (UX),</li> <li>2.- Conceptualizar, desarrollar y programar aplicaciones móviles específicamente para sistema Android</li> <li>3.- Realizar pruebas de las aplicaciones y corregir errores,</li> <li>4.- Elaborar informes periódicamente para monitorear el funcionamiento de la App en Android.</li> <li>5.- Dar estructura del proyecto Android.</li> <li>6.- Gestionar las aplicaciones de Android como son las actividades, vistas, servicios, proveedores de contenido, permisos, intenciones, etc.</li> <li>7.-Optimización de controles personalizados, hardware y servicios de Google Play.</li> <li>8.-Gestionar el servicio de geo localización en Android.</li> </ol>
<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <p>Capacidad de Análisis.          Persona proactiva, sin miedo a retos.          Capacidad de autoaprendizaje.          Buena comunicación a nivel funcional y técnico.          Resolutivas ante los obstáculos que puedan plantearse.          Capacidad y habilidades de atención al cliente.          Capacidad de trabajo en equipo.          Con iniciativa y creatividad para proponer cosas.</p>	<p><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <p>Arquitectura Modelo, Vista, Presentador.          Sólidos conocimientos de Java, programación reactiva (RxJava) y Kotlin para aplicaciones móviles.          Consumo de Servicios Web RESTFUL. Uso de Json y Gson para el parseo de datos.          Uso del cliente REST(Retrofit) para las peticiones.          Uso de Google Play Services y Firebase.          Manejo de herramientas de control de versiones(GIT)</p>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Cientes Internos</b></p> <p>Desarrollador Sénior          Desarrollador Android          Desarrollador Web Master          Desarrollador UI&amp;UX          Probadores de Software          Gerente de TI</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cientes Externos</b></p> <p>Usuarios de la aplicación móvil.          Usuarios de la aplicación Web.          Proveedores de servicios tecnológicos.</p>

<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil, Servidores
---------------------------	---

#### 4.1.2.13.- DESARROLLADOR WEB MÁSTER.

Tabla 29 **PERFIL DE DESARROLLADOR WEB MÁSTER**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Desarrollador Web Master</u></b>	<b>Edad</b>	28 a 40 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área de Sistemas	<b>Salario</b>	\$22,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Desarrollador Sénior	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 2 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Responsable de la administración y mantenimiento del sitio web del programa para registrar los datos de las Hormik shop		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Desarrollador Senior] --&gt; B[Desarrollador iOS]     A --&gt; C[Desarrollador Android]     A --&gt; D[Desarrollador Web Master]     A --&gt; E[Diseñador UI&amp;UX]     A --&gt; F[Probadores de software] </pre>		

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
<b>Experiencia Laboral Necesaria</b>	Experiencia en: -html, -Css, -Java script, - php y -mysql
<b>Funciones del Puesto</b>	-Creación, edición, diseño y gestión del contenido multimedia, incluyendo la edición de textos, diseño gráfico y otros recursos relacionados.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimización de la arquitectura de las páginas web, portales o sitios que se encuentren dentro del proyecto Hormik.</li> <li>- Creación, integración y gestión de base de datos.</li> <li>-Desarrollar, implementar y mantener el sistema de gestión de contenidos.</li> <li>-Supervisión continua del funcionamiento de los sistemas internos, de seguridad y acceso de los usuarios.</li> <li>- Participar en las decisiones asociadas al desarrollo del proyecto.</li> <li>- Dar capacitación a los consultores Hormik sobre el uso del portal para la Hormik shop.</li> </ul>
<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>	
<p><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <p>Habilidad para escuchar y comunicar</p> <p>Atención a detalles</p> <p>Capacidad de Análisis.</p> <p>Persona proactiva, sin miedo a retos.</p> <p>Capacidad de autoaprendizaje.</p> <p>Buena comunicación a nivel funcional y técnico.</p> <p>Resolutivas ante los obstáculos que puedan plantearse.</p> <p>Capacidad y habilidades de atención al cliente.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Con iniciativa y creatividad para proponer cosas.</p>	<p><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <p>Conocimiento avanzado en XHTML, XHTML5, HTML Dinámico, CSS3, JavaScript, ActionScript, Aspx, Server-Push/Client Pull, Server-Side Includes; y la interacción de éstos con los principales navegadores.</p> <p>-Conocimiento avanzado en el diseño gráfico aplicado a páginas web.</p> <p>-Manejo de Adobe Photoshop, Illustrator, Flash, Dreamweaver, y su aplicación de forma efectiva dentro de las restricciones de la web.</p> <p>Conocimiento y manejo de los administradores de contenido Sharepoint.</p> <p>Conocimiento sobre sistemas operativos Windows y Mac.</p>
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Clientes Internos</b></p> <p>Desarrollador Sénior</p> <p>Desarrollador Android</p> <p>Desarrollador iOS</p> <p>Desarrollador UI&amp;UX</p> <p>Probadores de Software</p> <p>Gerente de TI</p>	<p style="text-align: center;"><b>Clientes Externos</b></p> <p>Usuarios de la aplicación móvil.</p> <p>Usuarios de la aplicación Web.</p> <p>Proveedores de servicios tecnológicos.</p>
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil, Servidores



<b>Conocimiento Adicionales deseados</b>	CGI Scripting, incluyendo Perl, C y UNIX shell scripts. Configuración de servidores WWW Bases de datos como Oracle o MySQL Server. Fotografía, arte publicitario y tipografía.
--	---

#### 4.1.2.14.-DISEÑADOR UI&UX

Tabla 30 **PERFIL DE DISEÑADOR UI&UX**

<b>1.- Descripción del Puesto</b>			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Diseñador UI&amp;UX</u></b>	<b>Edad</b>	28 a 40 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área de Sistemas	<b>Salario</b>	\$20,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Desarrollador Sénior	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 2 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Gestionar una eficiente interacción, usabilidad y experiencia de la aplicación móvil y del sitio web de Hormik en sus diferentes versiones.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     A[Desarrollador Senior] --&gt; B[Desarrollador iOS]     A --&gt; C[Desarrollador Android]     A --&gt; D[Desarrollador Web Master]     A --&gt; E[Diseñador UI&amp;UX]     A --&gt; F[Probadores de software]           </pre>		

<b>2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES</b>	
<b>Experiencia Laboral Necesaria</b>	Experiencia en diseño, desarrollo e implementación de proyectos de páginas web y aplicaciones generando nuevas propuestas para modernizar herramientas que se usan día a día, para mejorar la experiencia de los usuarios.

<p>Funciones del Puesto</p>	<p>1- Gestionar la apariencia de los objetos además de hacer la interacción con el usuario más intuitiva posible, de modo que el diseño se encuentre bien centrado en los diferentes usuarios de las diferentes versiones de Hormik.</p> <p>2- Diseñar las interfaces basadas en las percepciones emocionales de los usuarios.</p> <p>3- Diferenciar los roles dentro del proceso de desarrollo.</p> <p>4-Aplicar herramientas de diseño integrado en la creación de prototipos funcionales.</p> <p>5-Creación y validación de interfaces de usuario con estrategia de prueba Lean UX</p> <p>6-Construcción de perfiles y modelos mentales.</p> <p>7-Evaluar la aplicación de los principios de diseño centrado en los usuarios.</p> <p>8- Analizar la aplicación efectiva de los principios de memoria y percepción.</p>
<p><b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS GENERALES.</b></p> <p>Minuciosos con detalles</p> <p>Excelente ortografía</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Comprometido y responsable</p> <p>Capacidad de Análisis.</p> <p>Persona proactiva, sin miedo a retos.</p> <p>Capacidad de autoaprendizaje.</p> <p>Buena comunicación a nivel funcional y técnico.</p> <p>Resolutivas ante los obstáculos que puedan plantearse.</p> <p>Capacidad y habilidades de atención al cliente.</p> <p>Con iniciativa y creatividad para proponer cosas.</p>	<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b></p> <p>Conocimientos en:</p> <p>Adobe Creative Suite Master Collection (Photoshop, Illustrator, InDesign, XD, Flash, Dreamweaver) Skecth,Balsamiq, Invision, Skala, Paint code, Final Cut, Avid, Cinema 4D, 3D Max, Aperture, iLife (iMovie, iDVD, GarageBand, iWeb, iPhoto) iWork (Pages, Keynote, Numbers), Comic Life.</p>
<p><b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>Cientes Internos</b></p> <p>Desarrollador Sénior</p> <p>Desarrollador Android</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cientes Externos</b></p> <p>Usuarios de la aplicación móvil.</p> <p>Usuarios de la aplicación Web.</p>

Desarrollador Web Master Desarrollador iOS Probadores de Software Gerente de TI	Proveedores de servicios tecnológicos.
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil, Servidores

#### 4.1.2.15.- PROBADORES DE SOFTWARE.

Tabla 31 **PERFIL DE PROBADORES DE SOFTWARE**

1.- Descripción del Puesto			
<b>Nombre del Puesto</b>	<b><u>Probadores de Software</u></b> <b><u>(Testers)</u></b>	<b>Edad</b>	28 a 40 Años.
<b>Línea de Acción</b>	Área de Sistemas	<b>Salario</b>	\$20,000
<b>Puesto Inmediato Superior</b>	Desarrollador Sénior	<b>Horario</b>	8:30 a 18:00 Hrs.
<b>Formación Académica Mínima</b>	Ingeniero en sistemas Computacionales, o Licenciatura en Informática	<b>Idiomas</b>	Español/Inglés
<b>Experiencia Mínima</b>	Mínima de 2 años en puesto similar.		
<b>Objetivo del Puesto</b>	Planificar y desarrollar pruebas de los diferentes software que los diseñadores proponen para comprobar su correcto funcionamiento, identificando los riesgos de errores y evaluando su debido funcionamiento, además de proponiendo formas de mejorar los sistemas.		
<b>Tramo de Control</b>	<pre> graph TD     DS[Desarrollador Senior] --&gt; DIOS[Desarrollador iOS]     DS --&gt; DAND[Desarrollador Android]     DS --&gt; DWB[Desarrollador Web Master]     DS --&gt; DUIUX[Diseñador UI&amp;UX]     DS --&gt; PS[Probadores de software]           </pre>		

#### 2.- CONOCIMIENTO Y APTITUDES

Experiencia Laboral	Experiencia en la planificación, diseño, ejecución y administración de pruebas de los diferentes modelos de Software de Hormik.	
Funciones del Puesto	<p>1.- Evaluar el correcto funcionamiento del software</p> <p>2.- Diseñar plan de testing.</p> <p>3.- Definir los casos de prueba en base a los requisitos funcionales, no funcionales y técnicos.</p> <p>4.- Test de integración: Definir las pruebas de Integración que se realizarán.</p> <p>5.- Gestionar el armado de ambientes de prueba.</p> <p>6.- Generar datos o lotes de prueba.</p> <p>7.- Ejecutar los casos de prueba.</p> <p>8.- Realizar la documentación de las pruebas (evidencia).</p> <p>9.- Registrar los incidentes en la base a los defectos encontrados, así como también realizar su seguimiento para asegurar su adecuada corrección.</p> <p>10.- Analizar y reportar los resultados de las pruebas, estadísticas, etc.</p> <p>11.- Participar durante la etapa de concepción de los sistemas en la elaboración de estrategias para las pruebas.</p> <p>Participar en la definición y revisión de estándares y normas aplicables al diseño y construcción.</p>	
<b>3.- COMPETENCIAS TÉCNICAS</b>		
	<b>COMPETENCIAS GENERALES.</b>	<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
	<p>Habilidades para evaluar Observador y Metódico</p> <p>Importantes habilidades en tecnología de la información y comunicación.</p> <p>La capacidad de trabajar con calma bajo presión.</p> <p>Capacidad de organización.</p> <p>Pensamiento lógico.</p> <p>Capacidad de planificar el trabajo futuro.</p> <p>Prestar atención a los detalles.</p>	<p>Test de Performance</p> <p>Test de Aceptación</p> <p>Test de usabilidad/navegabilidad</p> <p>Test de instalación</p>

Ser capaz de redactar informes claros. Habilidades de comunicación oral. Habilidades de trabajo en equipo.		
<b>4.- RELACIÓN DIRECTA CON:</b>		
<b>Clientes Internos</b>		<b>Clientes Externos</b>
Desarrollador Sénior Desarrollador Android Desarrollador Web Master Desarrollador UI&UX Probadores de Software Gerente de TI		Usuarios de la aplicación móvil. Usuarios de la aplicación Web. Proveedores de servicios tecnológicos.
<b>Equipos a Manejar:</b>	Computadora, Impresora, Smartphone, Automóvil, Servidores	

#### 4.2.- JUNTA DE ACCIONISTAS.

Tomando en cuenta que la denominación social de la empresa es: Grupo Hormik Tecnología de México S.A de C.V, se está a disposición de los lineamientos que regulan a una Sociedad Anónima de Capital Variable, sin entrar en detalles, pues este modelo se estudiará en la sección de aspectos legales del proyecto; sin embargo, adelantamos el hecho de que la Ley General de Sociedades Mercantiles define a todas las sociedades tomando dos elementos en cuenta:

- a) El nombre bajo el cual se constituyen, es decir, una razón o denominación social.
- b) El tipo de responsabilidad de los socios por las deudas que contraiga la sociedad.

De modo que el artículo 87 de esta Ley General de Sociedades Mercantiles, define a la Sociedad Anónima como:

*Artículo 87.- Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.*

Como consecuencia, a la denominación social se le añade la frase Sociedad Anónima, o su abreviatura, S.A. la finalidad es indicar a terceros el tipo de sociedad con la cual se

encuentran en relación jurídica, de modo que sea de su entero conocimiento que en caso de una insolvencia de la empresa, los socios no responderán con el patrimonio personal de las deudas sociales, sino que solo serán responsables hasta por el monto que sus acciones representen.

Por otro lado, ya sea una sociedad en nombre colectivo, en comandita simple, de responsabilidad limitada, comandita por acciones, o como en el presente caso, una sociedad anónima, podrá constituirse como sociedad de capital variable, como consecuencia, el capital variable solo es una modalidad que adoptan las sociedades, el artículo 227 de la Ley General de Sociedades mercantiles establece que:

*Artículo 227.- Las sociedades constituidas en alguna de las formas que establecen las fracciones I a V del artículo 1º, podrán adoptar cualquier otro tipo legal. Asimismo, podrán transformarse en sociedad de capital variable.*





Esta modalidad deberá estar expresa en los estatutos de su acta constitutiva, y no todo aumento ni toda disminución estarán sujetos a este régimen, pues solamente procede el aumento de capital mediante aportaciones posteriores o por admisión de nuevos socios, en materia de reducción de capital, sólo opera por retiro total de las aportaciones.

La asamblea general de accionistas será el órgano supremo de la empresa, teniendo la capacidad de acordar y ratificar los actos y operaciones de ésta, debiéndose reunir en una asamblea ordinaria por lo menos una vez al año dentro de los cuatro meses que sigan a la clausura del ejercicio social. En el último capítulo del presente trabajo versa sobre el aspecto legal de la empresa, en él, se profundizará en los lineamientos para su constitución y las obligaciones de los accionistas para con la empresa.

#### **4.3.- EQUIPO Y MAQUINARIA INICIAL.**

Tomando en cuenta que deben ser contratados los 17 elementos propios del organigrama principal, con el objetivo de que el trabajo en equipo multidisciplinario tenga éxito, derivado de esto se hace la siguiente cotización del Equipo de Cómputo:

Tabla 32 **COTIZACIÓN EQUIPOS DE CÓMPUTO**

	<p>Marca: Dell                  Modelo: Dellinsp3647                  Procesador: Celeron G1820                  Memoria RAM: 4Gb                  DD: 500 Gb.                  Monitor: 19.5"</p>	<p><b>\$7,600</b></p>	<p><b>9</b></p>	<p><b>\$38,000</b></p>
	<p>Marca: Hewlett Packard                  Modelo: Hp AIO 23-P1SSLA                  Procesador Core I5 2.9 GHz                  RAM : 8 Gb                  DD: 2TB                  Monitor 23" Led Touch                  Tarjeta de Video: 1 Gb</p>	<p><b>\$16,999.00</b></p>	<p><b>9</b></p>	<p><b>\$51,000</b></p>
	<p>Multifuncional. Una pantalla Lcd táctil de 3 pulgadas. Wi-fi, compatibilidad con mac y android. Capacidad de papel de 500 hojas divididas en dos bandejas de 250 hojas cada una. Impresión por paginas en siete segundos para documentos en blanco y negro y 25 seg. A color.</p>	<p><b>\$2,499.00</b></p>	<p><b>1</b></p>	<p><b>\$5,000</b></p>
	<p>CyberPower PR2200LCD                  Smart App Sinewave UPS                  2200VA 1980W SNMP/HTTP                  Tower                  Tipo: Interactivo                  Potencia: 1,980 vatios                  Función: Con pantalla, AVR</p>	<p><b>\$17,000.00</b></p>	<p><b>1</b></p>	<p><b>\$17,000</b></p>

	Tiempo de ejecución con carga completa: Tiempo de ejecución con carga completa: 8 min Marca: CyberPower			
<b>Total</b>				<b>\$94,000</b>

**Fuente:** elaboración propia con base en la cotización, (2019).

Los equipos de cómputo más caros deben soportar el software necesario para el trabajo de programación, la popularidad de los lenguajes de programación va a estar bajo la influencia de la tendencia, en la actualidad el mercado siente mayor predilección por las aplicación de telefonía móvil, el cual va ligado al objetivo del presente proyecto, pues las diferentes modalidades de aplicación deberá tener la capacidad y facilidad de ser descargada a los diferentes equipos tecnológicos que los usuarios dispongan. Derivado de lo anterior, para la programación Android (con java por delante) y iOS (Objective-C) son las principales plataformas móviles a ocupar, sumados a Windows phone con C#, prevaleciendo además en el desarrollo web HTML5, CSS3 y JavaScript.

Como consecuencia de lo anterior, se debe cotizar la programación más reconocida para la programación de videojuegos, además del software básico necesario como Microsoft Office:

**Tabla 33 SOFTWARE A UTILIZAR**

<b>Programa</b>	<b>Costo por unidad Mensual</b>	<b>No. De usuarios</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
<b>Microsoft Office</b>	<b>159</b>	<b>17</b>	<b>2703</b>	<b>32436</b>
<b>JAVA</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>MySQL Pro</b>	<b>58.52</b>	<b>1</b>	<b>58.52</b>	<b>699</b>
<b>Photshop</b>	<b>1360</b>	<b>7</b>	<b>9520</b>	<b>114,240</b>



<b>Illustrator</b>				
<b>Visual Básic</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Visual C++</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>BasicAndroid</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>1577</b>		<b>12281.52</b>	<b>147,375</b>


**Fuente:** elaboración propia con base en el análisis de la programación, (2019).

En el caso del software de Microsoft Office se contrataría el servicio 365 empresarial que entre otros elementos incluye: 1 TB de almacenamiento en la nube a cada usuario para que pueda tener acceso desde cualquier PC o Mac, además de una licencia permite tener las aplicaciones de Office completamente instaladas en cinco teléfonos, cinco tabletas y cinco PC o Mac por usuario. Mientras que el programa de Java no hay problema alguno ya que para versiones anteriores a la 11, es decir, Java 8, 9 o 10 siguen siendo gratuitos.

Hay dos versiones de las licencias comerciales perpetuas que se venden a los socios de MySQL Classic y MySQL Pro. El costo para la licencia MySQL Classic es \$399, mientras que El coste para MySQL Pro es \$699. La versión Classic y Pro de la licencia de terceros se licencia por base del servidor, permitiendo que un número ilimitado de usuarios, los dispositivos, las maquinas, etc. conecten con el servidor, sin un límite de CPUs en esa máquina.

Finalmente es necesario enlistar el equipo de oficina necesario para comenzar las operaciones de la empresa:

Tabla 34 **EQUIPAMIENTO DE OFICINA**

	<b>IMAGEN</b>	<b>PRECIO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
<b>Sala para recepción</b>		<b>\$ 7,928.60</b>	<b>1</b>	<b>\$ 7,928.60</b>

Recepción		\$ 7,633.98	1	\$ 7,633.98
Silla (Recepcionista, Programadores , Sala de Juntas)		\$582.90	5	\$2915.00
Lámparas de piso		\$ 850.00	2	\$1700
Escritorio para Ejecutivos		\$4,982.20	6	\$29893.20
Sillón Ejecutivo		\$3,201.60	12	\$38419.20
Escritorios Individuales		\$1500	11	\$16500
Archivero		\$3,563.52	2	\$7127.04
Sala de Juntas		\$4,616.80	1	\$4,616.80
Cámaras de Seguridad		6,000	1	6,000
<b>Total</b>				<b>\$122,733.92</b>

Fuente: elaboración propia con base en la cotización, (2019).

Este será el mobiliario que se requerirá para comenzar operaciones, desde la recepción, el equipo de cómputo sencillo para la recepcionista, la sala de espera, cuadros para darle elegancia al vestíbulo, y un par de lámparas para alzar la vista; por otro lado, está la sala de juntas, con 12 sillas para recibir a los clientes potenciales, y para las juntas del equipo de trabajo; todos estos equipos fueron cotizados en la página virtual de Printaform<sup>28</sup> (Ofiequipos Profesionales, s.f.).

Tenemos una estación de trabajo individual pero todo el equipo de desarrolladores se encuentra en una sola ala de la oficina, donde el director de desarrollo compartirá dicha ala, pues al ser programadores, deben estar en comunicación constante, así como también es importante que el encargado de esta área esté supervisando constantemente a los programadores, para poder hacer las entregas de los proyectos lo más rápido posible.

Es momento de incluir los gastos que va a generar el negocio.

Todos los gastos que genere el negocio, como compras de mercaderías u otras existencias, servicios exteriores (suministros, alquileres, seguros.), tributos, gastos de personal, gastos financieros o amortizaciones.

Este proceso debe contar desde el inicio:

- Licencias para los SDK de Android e iOS
- Arriendo de oficina disponible al inicio del proyecto
- Teléfono y conectividad a internet desde el inicio del proyecto
- Equipamiento computacional desde el inicio del proyecto para al menos 17 personas.

Se utilizarán estaciones de trabajo usando Microsoft Windows en sus últimas versiones y software ERP en la nube para el control de la gestión de la empresa en todo momento. Para el seguimiento de cada proyecto, se usará Microsoft Project el cual deberá adjuntarse a

---

<sup>28</sup> Ofiequipos Profesionales, México, 2019, [S.P.], <<http://www.ofiequipos.com.mx/Products/229-mesa-de-juntas-consejo-240x120.aspx#>>, (abril de 2019).

cada ficha de proyecto en el wiki interno en la nube de la empresa. Para la operación diaria basta con solo integrar los gastos necesarios del día a día para mantener la oficina funcionando sin problemas tales como el pago de los servicios de telecomunicaciones, arriendo y movilización.

Tabla 35 **SERVICIOS BÁSICOS A CONTRATAR**

<b>Teléfono e Internet</b>	<b>\$1,099</b>
<b>Paquete Axtel Extremo</b>	<b>Mensual</b>
<b>200 Megas + Llamadas Nacionales e Internacionales Ilimitadas.</b>	
<b>Arrendamiento.</b>	<b>\$24,000</b>
<b>50 m2 de Construcción.</b>	<b>Mensual</b>
<b>El mantenimiento está incluido y tiene servicio de valet parking para visitas.</b>	
<b>Agua</b>	<b>\$300 Mensual</b>
<b>Luz</b>	<b>\$1500 Mes</b>

**Fuente:** elaboración propia con base en las cotizaciones, (2019).

#### **4.4.- GESTIÓN DE LA CALIDAD Y PROCESOS DEL SERVICIO**

A fin de garantizar que el servicio ofertado se con los mejores estándares, se han de tomar las mejores prácticas de la industria con la finalidad de ajustar la operación diaria y ofrecer un servicio de calidad. Se basa la operación de la empresa en la gestión de una serie de proyectos integrales de asesoría, modelación, creación de software e implementación de los mismos. Se ha determinado que la gestión de la calidad estará asociada a:

- La implementación de todas las etapas en procesos conocidos por toda la empresa
- Cada área funcional es responsable de mantener al día sus procesos, estos serán auditados regularmente por parte de las gerencias
- Se deben mantener registro de las actividades, para eso se usará un software de gestión tipo ERP<sup>29</sup> al interior de la empresa.

<sup>29</sup> El acrónimo ERP significa planificación de recursos empresariales. Se refiere a los paquetes de sistemas y software que utilizan las organizaciones para administrar las actividades diarias del negocio, tales como la contabilidad, el

- Cada proyecto tecnológico a desarrollar constará de 5 fases:

Imagen 10 **PROCESO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO**



**Fuente:** elaboración propia con base en la presente investigación, (2019).

Cada proyecto tecnológico se preocupará de implementar estas 5 etapas con la finalidad de dar cumplimiento al alcance, el presupuesto y el tiempo asociado a cada uno de los proyectos.

Cabe señalar que la gestión del repositorio y el wiki interno de la empresa permitirán rescatar la experiencia vivida en cada uno de los proyectos a fin de ir generando el “know-how” que sirva como aprendizaje. Como se indicó en la cadena de valor de la empresa, se tiene adicionalmente un espacio al final de cada proyecto para hacer un seguimiento de los clientes y medir su satisfacción con el servicio prestado. Será responsabilidad de la gerencia general conducir una vez al año una auditoría interna a los procesos de la compañía para garantizar su fiel funcionamiento.

#### **4.5.- LA IMPORTANCIA DE LA FIGURA DEL PROSUMER EN EL MODELO DE NEGOCIOS C2B2B DE HORMK.**

El presente modelo de negocios se caracteriza por integrar varios servicios a la cadena de producción de la empresa, esto quiere decir, que en general, Hormik se centra en ser intermediario entre los diferentes elementos que permiten que la aplicación móvil sirva como un vínculo entre el posible consumidor y las tiendas de consumo. Sin embargo, la empresa cuenta con otras figuras importantes que se suman al modelo de negocios, como son:

---

abastecimiento, la administración de proyectos y la fabricación. Los sistemas de ERP se unifican, definen una variedad de procesos de negocios y habilitan el flujo de datos entre ellos.

- a) El promotor.
- b) El subdistribuidor
- c) El Distribuidor
- d) El proveedor
- e) El técnico de servicio.

Representando un modelo de negocio de plataformas C2B2B, en donde el consumidor se convierte también en un productor, conocido también como plataformas de Prosumers, Lastra conceptualiza a esta nueva forma de consumidor como aquel que produce contenido, es la unión entre las palabras productor y consumidor, este híbrido se lo entiende como un fenómeno positivo para la sociedad de la tecnología.<sup>30</sup>. El consumidor está dejando de ser un elemento pasivo, para convertirse en una figura que vincule a las marcas de su preferencia con otros posibles consumidores, tomando un papel más activo en la creación y difusión de nuevos contenidos a través de la red.

Ya no basta con tener solamente una página web, debido a que se ha convertido en una herramienta fundamental en materia de aumento de ventas y difusión de productos ofertados por una empresa, como consecuencia, entre un mar de páginas web de empresas que prácticamente ofrecen un mismo servicio o producto, es más complicado presentar un elemento diferenciador. Esto ha llevado a que la mercadotecnia se enfoque más en las experiencias, en donde las empresas se conectan con los clientes a través de las emociones.

Esto es importante de considerar dentro del aspecto operativo, debido a que si se analiza detenidamente el esquema operacional que se ha planteado al inicio de este capítulo se podrá observar un equipo multidisciplinario dirigido a la creación, gestión, mantenimiento y desarrollo de una aplicación móvil, ya sea Android o iOS, que tiene diferentes clientes o modalidades, debido a que no solo se puede registrar como usuario, sino también como un promotor o “ConsuHormik”, además de una página web destinada principalmente a las denominadas “Hormik Shop”.

---

<sup>30</sup> Lastra, A., *El poder del Prosumidor. Identificación de sus necesidades y persecución en la producción audio visual transmedia*,. México, 2015, Icono, P.76.

Como consecuencia, la plataforma es la forma de vincular a un gran número de participantes, que en su conjunto dan vida al modelo de negocios C2B2B, en donde la empresa es una de las pioneras en expandir la cadena no solo a compradores y vendedores, sino también a promotores, proveedores, distribuidores, y asistentes técnicos, sin embargo el negocio principal de la empresa será el desarrollo, mantenimiento y desarrollo de las diferentes modalidades de aplicación móvil, y aplicación web que integren todos estos elementos de una cadena productiva, orientada a brindar una mejor experiencia de búsqueda y compra de productos, servicios y promociones para los usuarios de la aplicación móvil, a dar una mejor técnica de venta y gestión de productos para las tiendas afiliadas, y a brindar oportunidades de negocio autónomo a los promotores de la aplicación.

## CAPÍTULO 5

### ESTUDIO FINANCIERO.

Es momento de analizar los elementos propios del aspecto financiero, con el objetivo de determinar la inversión inicial del proyecto así como el plazo en el que la operación se volverá autosustentable, además de definir las necesidades y estructura de financiamiento para la fase pre operativa y operativa en los primeros años, aplicando diferentes herramientas de medición, para finalmente determinar la rentabilidad aplicando los diferentes indicadores financieros y demostrar la viabilidad del presente proyecto.

#### 5.1.- INFLACIÓN

La inflación es el fenómeno que estudia en la economía de un país, está vinculado al aumento desordenado de precios de la mayor parte de bienes y servicios que son comercializados en sus mercados por un periodo de tiempo prolongado. Es indispensable saber a que ritmo aumentan los precios, de manera que se puedan aplicar medidas anticipadas para que no afecte las finanzas de la empresa, el dinero en el futuro tiende a tener menos valor por el factor de la inflación, esta reduce el poder adquisitivo interviniendo en el cálculo del Valor Presente Neto, de manera que es necesario obtener el promedio de los últimos años:

Tabla 36 **INFRACIONES**

Mes	Valor 2015	Suma Anual 2015	Valor 2016	Suma Anual 2016	Valor 2017	Suma Anual 2017	Valor 2018	Suma Anual 2018
Enero	3.07		2.61		4.72		5.55	
Febrero	3		2.87		4.86		5.34	
Marzo	3.14		2.6		5.35		5.04	
Abril	3.06		2.54		5.82		4.55	
Mayo	2.88	32.69	2.60	33.84	6.16	72.44	4.51	58.82



Junio	2.87		2.54		6.31		4.65	
Julio	2.74		2.65		6.44		4.81	
Agosto	2.59		2.73		6.66		4.90	
Sept	2.52		2.97		6.35		5.02	
Octubre	2.48		3.06		6.37		4.90	
Nov	2.21		3.31		6.63		4.72	
Dic	2.13		3.36		6.77		4.83	
<b>Inflación Promedio Anual</b>		<b>2.72</b>		<b>2.82</b>		<b>6.03</b>		<b>4.90</b>

MES	VALOR 2019	SUMA ANUAL 2019
Enero	4.37	12.31
Febrero	3.94	
Marzo	4.00	
Inflación Promedio Anual		1.02

Tasa de Inflación Anual	
Acumulada Anual	17.49
Promedio (%)	1.75%

Fuente: Elaboración Propia con base en: El Banco de México, Cd. De México, 2019, <<http://www.banxico.org.mx/portal-inflación/index.html>> (18 de Abril de 2019).

## 5.2.- METAS PARA EL ÁREA DE VENTAS.

Es indispensable que para poder llevar a cabo el pronóstico de ventas, se planteen las metas para el área de mercadotecnia y ventas, a sabiendas de que el éxito de obtener estas metas se encuentra en la eficiencia de la captación y capacitación de los promotores, denominados en el proyecto como Consuhormik, ellos serán quienes visiten las Hormik Shop ofreciendo los diferentes paquetes.

La primera zona a la que se va a dirigir la fuerza de ventas es a la Ciudad de México, ya que como hemos analizado en los primeros apartados, es dicha zona la que más usuarios de internet móvil maneja, además de que la cantidad de pequeños y medianos comercios

es exponencial, cuenta con 16 delegaciones que en la actualidad se conocen como municipios:

Imagen 11 **DELEGACIONES DE CDMX**



**Fuente:** INEGI, CDMX, 2019, [S.P.] <<http://www.inegi.com>>, (abril de 2019).

Lo primero que hay que hacer es dividir la ciudad por sectores, para tener una proyección del número mínimo de Consuhormik que se necesitan para tener un buen rendimiento y alcanzar las metas de ventas que se proponen, y con ello lograr el pronóstico de ventas que se presenta en el siguiente inciso. Tomando en cuenta que cada consultor puede tomar una zona de 10 Km<sup>2</sup> entonces se necesitarán el siguiente número de consultores como mínimo:

Tabla 37 **PROPUESTA DE CONSUHORMIK EN CDMX**

Demarcación	Superficie (km <sup>2</sup> )	Número de Consuhormiks
Álvaro Obregón	96,17	10
Azcapotzalco	33,66	4

Benito Juárez	26,63	3
Coyoacán	54,40	5
Cuajimalpa de Morelos	74,58	7
Cuauhtémoc	32,40	3
Gustavo A. Madero	94,07	9
Iztacalco	23,30	2
Iztapalapa	117,00	12
Magdalena Contreras	74,58	8
Miguel Hidalgo	46,99	5
Milpa Alta	228,41	23
Tláhuac	85,34	8
Tlalpan	312	31
Venustiano Carranza	33,40	3
Xochimilco	122,00	12
<b>Total</b>	<b>1454.93</b>	<b>145</b>

**Fuente:** Elaboración Propia con datos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía, CDMX, 2019, [S.P.] <<http://www.inegi.com>>, (abril de 2019).

Son como mínimo 145 consultores que se necesitan en la ciudad de México, respetando la política de que cada Consumidor cubra una zona mínima de 10 Km<sup>2</sup> al año, como se mencionó en la primera parte del presente proyecto, el consultor que vaya a las tiendas a ofrecer los servicios que la aplicación ofrece, no tiene metas específicas, de modo que no se sienta presionado para llevar a cabo su trabajo, sin embargo, el gerente de mercadotecnia sí debe tener una serie de metas que coadyuven con el objetivo financiero de la empresa, estas metas que debe lograr a través de capacitación, dirección y logística en el manejo de los consultores deberá atender a cumplir con conseguir lo siguiente por cada consultor:

- a) 8 Tiendas al mes que contraten el servicio de 1-50 productos por Sku, a un precio de \$399.00.
- b) 8 Tiendas al mes que contraten el servicio de 51 a 200 productos por Sku con un precio de \$499.00

- c) 8 Tiendas al mes que contraten el servicio de 201 a 400 Productos pro Sku a un precio de \$599.00
- d) 8 Tiendas al mes que contraten el servicio de 401 a 550 Productos pro Sku a un precio de \$700.00
- e) 5 Tiendas al mes que contraten el servicio de 551 a 700 productos por Sku con un precio de \$800
- f) 5 Tiendas que contraten el servicio mensual de 701 a 850 productos por Sku con un precio de \$900
- g) 3 Tiendas como mínimo a la semana que contemplen el servicio de 851 a 1000 productos por Sku por un precio de mil pesos mensuales.
- h) 3 Tiendas que cubran de 1001 a 1200 productos por Sku a un precio de 1150 pesos.
- i) 3 Tiendas que contraten el servicio de 1201 a 1500 productos por Sku a un precio de 1400 pesos mensuales.

Todos los precios son de manera mensual, el consultor debe lograr que la tienda contrate los servicios que incluyen un mayor número de productos por Sku's de manera que se puedan colocar más ítems en la plataforma y de esa manera se vuelva mucho más atractiva para el usuario móvil, sin embargo, las políticas se dirigen a generar mayores ventas en menos productos por Sku's a fin de que en el momento de la contratación sea más liviano el precio para las tiendas y sirva para que conozcan el servicio de la aplicación, así como su eficiencia y garantía de que sus ventas se incrementaran al hacer uso de los servicios de Hormik.

### **5.3.- PRONÓSTICOS DE VENTAS**

El objetivo de generar un pronóstico de ventas es tratar de reducir la incertidumbre de las ventas, con esto se podrán analizar las adhesiones de posibles nuevos productos, elaborar presupuestos de capital e incluso generar cambios en instalaciones, sobre todo del área de tecnología de la información. Y en base con las políticas establecidas en el inciso anterior, las ventas al mes por cada consultor serán de:

Tabla 38 **VENTA AL MES POR CONSULTOR**

<b>Número de Tiendas al Mes</b>	<b>Número de Productos por Sku</b>	<b>Precio Mensual</b>	<b>Ventas Mensuales por Servicio</b>
8	1 a 50	399	\$3192
8	51 a 200	499	\$3992
8	201 a 400	599	\$4792
8	401 a 550	700	\$5600
5	551 a 700	800	\$4000
5	701 a 850	900	\$4500
3	851 a 1000	1000	\$3000
3	1001 a 1200	1150	\$3450
3	1201 a 1500	1400	\$4200
<b>51</b>			<b>\$36,726.00</b>

Parecieran elevadas las expectativas de venta por consultor, sin embargo, hay que tomar en cuenta que es una política de venta para el primer mes, el gerente de mercadotecnia deberá conseguir que el consultor logre cerrar contratos con cincuenta y unas tiendas en su primer mes, y que sus ventas se incrementen en un 5% mensual a partir de ello, además de conservar los contratos conseguidos. Tomando en cuenta que se requieren de 145 consultores para cubrir completamente la ciudad de México, tenemos entonces lo siguiente:

Tabla 39 **META DE VENTAS MENSUALES**

<b>Número de Consultores para Cubrir la Ciudad de México</b>	<b>Número de Tiendas por Consultor</b>	<b>Número de Tiendas Mensuales por el total de Consultores</b>	<b>Meta de Ventas Mensuales por Consultor</b>	<b>Meta de Ventas Mensuales por todos los Consultores</b>
145	51	7,395	\$36,726.00	\$1'873,026.00

El pronóstico de ventas se basa en el estudio de mercado aplicado tanto a los usuarios de la aplicación, como a los dueños de los negocios, a los que se les ha denominado como Hormik Shop, además de incluir la política de ventas que el área de mercadotecnia se ha planteado de incrementar al menos un 3% mensual las ventas, iniciando con la apertura de

al menos 51 tiendas por consultor, que en total son 14790 tiendas abiertas en la ciudad de México para el primer mes, derivado de estos parámetros se tienen las siguientes proyecciones:

Tabla 40 Servicio de 1 a 50 Producto por Sku (8 tiendas por consultor al mes)

Precio de 1-50 Prod./Sku	Productos Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
399	1160	31	Enero	462840.0	1	462840.0	462840	1
399	1195	29	Febrero	476725.2	2	476725.2	953450.4	4
399	1231	31	Marzo	491027.0	3	491027.0	1473080.87	9
399	1268	30	Abril	505757.8	4	505757.8	2023031.06	16
399	1306	31	Mayo	520930.5	5	520930.5	2604652.49	25
399	1345	30	Junio	536558.4	6	536558.4	3219350.48	36
399	1385	31	Julio	552655.2	7	552655.2	3868586.15	49
399	1427	31	Agosto	569234.8	8	569234.8	4553878.56	64
399	1469	30	Sept	586311.9	9	586311.9	5276806.78	81
399	1514	31	Oct	603901.2	10	603901.2	6039012.2	100
399	1559	30	Nov	622018.3	11	622018.3	6842200.83	121
399	1606	31	Dic	640678.8	12	640678.8	7688145.66	144
	16463				78	6568639	45005035.5	650
	1er Año							

$\Sigma XY$	45005035.5	b=	16146.03
$\Sigma x^2$	650	a=	442437.39
$\Sigma Y$	6568639.0	y=a+bx	y= 442437.39 + 16146.03(x)
n=	12		

Tabla 41 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 1-50)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	462840.0	659899.17	940858.42	1341439.14	1912571.46
Febrero	476725.2	679696.14	969084.18	1381682.32	1969948.60
Marzo	491027.0	700087.03	998156.70	1423132.79	2029047.06
Abril	505757.8	721089.64	1028101.40	1465826.77	2089918.47
Mayo	520930.5	742722.33	1058944.45	1509801.57	2152616.03
Junio	536558.4	765004.00	1090712.78	1555095.62	2217194.51
Julio	552655.2	787954.12	1123434.16	1601748.49	2283710.34
Agosto	569234.8	811592.74	1157137.19	1649800.94	2352221.65
Septiembre	586311.9	835940.52	1191851.30	1699294.97	2422788.30
Octubre	603901.2	861018.74	1227606.84	1750273.82	2495471.95
Noviembre	622018.3	886849.30	1264435.05	1802782.03	2570336.11
Diciembre	640678.8	913454.78	1302368.10	1856865.49	2647446.19

Tabla 42 **Servicio de 51 a 200 Productos por Sku (8 Tiendas al mes por Consultor)**

De 51 a 200 Prod./ Sku	Prod Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
499	1160	31	Enero	578840.00	1	578840.00	578840	1
499	1195	29	Febrero	596205.20	2	596205.20	1192410.4	4
499	1231	31	Marzo	614091.36	3	614091.36	1842274.07	9
499	1268	30	Abril	632514.10	4	632514.10	2530056.39	16
499	1306	31	Mayo	651489.52	5	651489.52	3257447.6	25
499	1345	30	Junio	671034.21	6	671034.21	4026205.23	36
499	1385	31	Julio	691165.23	7	691165.23	4838156.62	49
499	1427	31	Agosto	711900.19	8	711900.19	5695201.51	64
499	1469	30	Sept	733257.19	9	733257.19	6599314.75	81
499	1514	31	Oct	755254.91	10	755254.91	7552549.1	100
499	1559	30	Nov	777912.56	11	777912.56	8557038.13	121
499	1606	31	Dic	801249.93	12	801249.93	9614999.20	144
					78	8214914.39	56284493.00	650

$\Sigma XY$	193696290	b=	20193
$\Sigma x^2$	650	a=	553323.95
$\Sigma Y$	28270636.42	y= a + b x	553323.95 +20193(x)
n=	12		

Tabla 43 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 51-200)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	1992008.00	2840127.09	4049342.12	5773393.61	8231478.80
Febrero	2051768.24	2925330.90	4170822.38	5946595.42	8478423.16
Marzo	2113321.29	3013090.83	4295947.05	6124993.28	8732775.86
Abril	2176720.93	3103483.55	4424825.46	6308743.08	8994759.13
Mayo	2242022.55	3196588.06	4557570.23	6498005.37	9264601.91
Junio	2309283.23	3292485.70	4694297.34	6692945.53	9542539.9
Julio	2378561.73	3391260.27	4835126.26	6893733.90	9828816.167
Agosto	2449918.58	3492998.08	4980180.04	7100545.92	10123680.65
Septiembre	2523416.14	3597788.02	5129585.45	7313562.30	10427391.07
Octubre	2599118.62	3705721.66	5283473.01	7532969.16	10740212.80
Noviembre	2677092.18	3816893.31	5441977.20	7758958.24	11062419.19
Diciembre	2757404.94	3931400.11	5605236.52	7991726.99	11394291.76

Tabla 44 **Servicio de 201 a 400 Productos por Sku (8 Tiendas al mes por Consultor)**

201 a 400 Prod/ Sku	Productos Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
599	1160	31	Enero	694840.00	1	694840.00	694840	1
599	1195	29	Febrero	715685.20	2	715685.20	1431370.4	4
599	1231	31	Marzo	737155.76	3	737155.76	2211467.27	9
599	1268	30	Abril	759270.43	4	759270.43	3037081.71	16
599	1306	31	Mayo	782048.54	5	782048.54	3910242.71	25



599	1345	30	Junio	805510.00	6	805510.00	4833059.99	36
599	1385	31	Julio	829675.30	7	829675.30	5807727.08	49
599	1427	31	Agosto	854565.56	8	854565.56	6836524.45	64
599	1469	30	Septiembre	880202.52	9	880202.52	7921822.71	81
599	1514	31	Octubre	906608.60	10	906608.60	9066085.99	100
599	1559	30	Noviembre	933806.86	11	933806.86	10271875.4	121
599	1606	31	Diciembre	961821.06	12	961821.06	11541852.8	144
					<b>78</b>	<b>9861189.82</b>	<b>67563950.5</b>	<b>650</b>

$\Sigma XY$	67563950.5	b=	24239.28
$\Sigma x^2$	650	a=	664210.52
$\Sigma Y$	9861189.82	y= a + b x	664210.52 + 24239.28(x)
n=	12		

Tabla 45 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 201-400)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Enero</b>	694840.00	990675.69	1412466.66	2013839.71	2871253.90
<b>Febrero</b>	715685.20	1020395.97	1454840.66	2074254.90	2957391.51
<b>Marzo</b>	737155.76	1051007.84	1498485.88	2136482.55	3046113.26
<b>Abril</b>	759270.43	1082538.08	1543440.45	2200577.03	3137496.66
<b>Mayo</b>	782048.54	1115014.22	1589743.67	2266594.34	3231621.56
<b>Junio</b>	805510.00	1148464.65	1637435.98	2334592.17	3328570.20
<b>Julio</b>	829675.30	1182918.59	1686559.06	2404629.93	3428427.31
<b>Agosto</b>	854565.56	1218406.15	1737155.83	2476768.83	3531280.13
<b>Septiembre</b>	880202.52	1254958.33	1789270.50	2551071.90	3637218.53
<b>Octubre</b>	906608.60	1292607.08	1842948.62	2627604.05	3746335.09
<b>Noviembre</b>	933806.86	1331385.29	1898237.08	2706432.18	3858725.14
<b>Diciembre</b>	961821.06	1371326.85	1955184.19	2787625.14	3974486.89

**Tabla 46 Servicios de 401 a 550 Productos Por Sku (8 tiendas al mes por consultor)**

401 a 550 Prod/Sku	Prod. Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
700	1160	31	Enero	812000.00	1	812000.00	812000	1
700	1195	29	Febrero	836360.00	2	836360.00	1672720	4
700	1231	31	Marzo	861450.80	3	861450.80	2584352.4	9
700	1268	30	Abril	887294.32	4	887294.32	3549177.3	16
700	1306	31	Mayo	913913.15	5	913913.15	4569565.77	25
700	1345	30	Junio	941330.55	6	941330.55	5647983.29	36
700	1385	31	Julio	969570.46	7	969570.46	6786993.25	49
700	1427	31	Agosto	998657.58	8	998657.58	7989260.63	64
700	1469	30	Septiembre	1028617.31	9	1028617.31	9257555.75	81
700	1514	31	Octubre	1059475.83	10	1059475.83	10594758.3	100
700	1559	30	Noviembre	1091260.10	11	1091260.10	12003861.1	121
700	1606	31	Diciembre	1123997.90	12	1123997.90	13487974.8	144
					78	11523928.00	78956202.58	650

$\Sigma XY$	78956202.58	b=	28326.37
$\Sigma x^2$	650	a=	776205.94
$\Sigma Y$	11523928	y= a + b x	776205.94 +28326.37(x)
n=	12		

**Tabla 47 PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 401-550)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	812000.00	1157717.84	1650628.81	2353402.00	3355388.53
Febrero	836360.00	1192449.38	1700147.68	2424004.06	3456050.18
Marzo	861450.80	1228222.86	1751152.11	2496724.18	3559731.69
Abril	887294.32	1265069.54	1803686.67	2571625.91	3666523.64
Mayo	913913.15	1303021.63	1857797.27	2648774.69	3776519.35
Junio	941330.55	1342112.28	1913531.19	2728237.93	3889814.93
Julio	969570.46	1382375.65	1970937.13	2810085.07	4006509.38
Agosto	998657.58	1423846.92	2030065.24	2894387.62	4126704.66

<b>Septiembre</b>	1028617.31	1466562.32	2090967.20	2981219.25	4250505.80
<b>Octubre</b>	1059475.83	1510559.19	2153696.21	3070655.82	4378020.97
<b>Noviembre</b>	1091260.10	1555875.97	2218307.10	3162775.50	4509361.60
<b>Diciembre</b>	1123997.90	1602552.25	2284856.31	3257658.76	4644642.45

Tabla 48 **Servicio de 551 a 700 Productos por Sku (5 tiendas por consultor al mes)**

551 a 700 Prod/ Sku	Prod Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
800	725	31	Enero	580000.00	1	580000.00	580000	1
800	747	29	Febrero	597400.00	2	597400.00	1194800	4
800	769	31	Marzo	615322.00	3	615322.00	1845966	9
800	792	30	Abril	633781.66	4	633781.66	2535126.64	16
800	816	31	Mayo	652795.11	5	652795.11	3263975.55	25
800	840	30	Junio	672378.96	6	672378.96	4034273.78	36
800	866	31	Julio	692550.33	7	692550.33	4847852.32	49
800	892	31	Agosto	713326.84	8	713326.84	5706614.74	64
800	918	30	Septiembre	734726.65	9	734726.65	6612539.82	81
800	946	31	Octubre	756768.45	10	756768.45	7567684.47	100
800	974	30	Noviembre	779471.50	11	779471.50	8574186.5	121
800	1004	31	Diciembre	802855.65	12	802855.65	9634267.74	144
					78	8231377.146	56397287.6	650

$\Sigma XY$	56397287.6	b=	20233.12
$\Sigma x^2$	650	a=	554432.82
$\Sigma Y$	8231377.14	y= a + b x	554432.82 + 20233.12(x)
n=	12		

Tabla 49 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 551-700)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Enero</b>	580000.00	826941.31	1179020.58	1681001.43	2396706.09
<b>Febrero</b>	597400.00	851749.55	1214391.20	1731431.47	2468607.27
<b>Marzo</b>	615322.00	877302.04	1250822.94	1783374.42	2542665.49
<b>Abril</b>	633781.66	903621.10	1288347.62	1836875.65	2618945.46

<b>Mayo</b>	652795.11	930729.73	1326998.05	1891981.92	2697513.82
<b>Junio</b>	672378.96	958651.63	1366807.99	1948741.38	2778439.23
<b>Julio</b>	692550.33	987411.18	1407812.23	2007203.62	2861792.41
<b>Agosto</b>	713326.84	1017033.51	1450046.60	2067419.73	2947646.18
<b>Septiembre</b>	734726.65	1047544.52	1493548.00	2129442.32	3036075.57
<b>Octubre</b>	756768.45	1078970.85	1538354.44	2193325.59	3127157.84
<b>Noviembre</b>	779471.50	1111339.98	1584505.07	2259125.36	3220972.57
<b>Diciembre</b>	802855.65	1144680.18	1632040.22	2326899.12	3317601.75

Tabla 50 **Servicio de 701 a 850 Productos por Sku (5 tiendas por consultor al mes)**

701 a 850 Prod/ Sku	Prod. Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
900	725	31	Enero	652500.00	1	652500.00	652500.00	1
900	747	29	Febrero	672075.00	2	672075.00	1344150.00	4
900	769	31	Marzo	692237.25	3	692237.25	2076711.75	9
900	792	30	Abril	713004.37	4	713004.37	2852017.47	16
900	816	31	Mayo	734394.50	5	734394.50	3671972.49	25
900	840	30	Junio	756426.33	6	756426.33	4538558.00	36
900	866	31	Julio	779119.12	7	779119.12	5453833.86	49
900	892	31	Agosto	802492.70	8	802492.70	6419941.58	64
900	918	30	Septiembre	826567.48	9	826567.48	7439107.30	81
900	946	31	Octubre	851364.50	10	851364.50	8513645.02	100
900	974	30	Noviembre	876905.44	11	876905.44	9645959.81	121
900	1004	31	Diciembre	903212.60	12	903212.60	10838551.21	144
					78	9260299.29	63446948.50	650

$\Sigma XY$	63446948.50	b=	22762.26
$\Sigma x^2$	650	a=	623736.92
$\Sigma Y$	9260299.29	y= a + b x	623736.92 + 22762.26 (x)
n=	12		

Tabla 51 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 701-850)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	652500.00	930308.98	1326398.15	1891126.61	2696294.35
Febrero	672075.00	958218.25	1366190.10	1947860.41	2777183.18
Marzo	692237.25	986964.80	1407175.80	2006296.22	2860498.68
Abril	713004.37	1016573.74	1449391.08	2066485.11	2946313.64
Mayo	734394.50	1047070.95	1492872.81	2128479.66	3034703.05
Junio	756426.33	1078483.08	1537658.99	2192334.05	3125744.14
Julio	779119.12	1110837.57	1583788.76	2258104.07	3219516.46
Agosto	802492.70	1144162.70	1631302.43	2325847.19	3316101.96
Septiembre	826567.48	1178487.58	1680241.50	2395622.61	3415585.01
Octubre	851364.50	1213842.21	1730648.74	2467491.29	3518052.57
Noviembre	876905.44	1250257.47	1782568.21	2541516.03	3623594.14
Diciembre	903212.60	1287765.20	1836045.25	2617761.51	3732301.97

Tabla 52 **Servicio de 851 a 1000 Productos por Sku (3 tiendas por consultor al mes)**

De 851 a 1000 Prod/Sku	Productos Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
1000	435	31	Enero	435000.00	1	435000.00	435000.00	1
1000	448	29	Febrero	448050.00	2	448050.00	896100.00	4
1000	461	31	Marzo	461491.50	3	461491.50	1384474.50	9
1000	475	30	Abril	475336.25	4	475336.25	1901344.98	16
1000	490	31	Mayo	489596.33	5	489596.33	2447981.66	25
1000	504	30	Junio	504284.22	6	504284.22	3025705.33	36
1000	519	31	Julio	519412.75	7	519412.75	3635889.24	49
1000	535	31	Agosto	534995.13	8	534995.13	4279961.05	64
1000	551	30	Septiembre	551044.99	9	551044.99	4959404.87	81
1000	568	31	Octubre	567576.33	10	567576.33	5675763.35	100
1000	585	30	Noviembre	584603.63	11	584603.63	6430639.88	121
1000	602	31	Diciembre	602141.73	12	602141.73	7225700.81	144
					78	6173532.86	42297965.67	650

$\Sigma XY$	42297965.67	b=	15174.84
$\Sigma x^2$	650	a=	415824.61
$\Sigma Y$	6173532.86	y= a + b x	415824.61 + 15174.84(x)
n=	12		

Tabla 53 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 850-1000)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	435000.00	620205.99	884265.44	1260751.07	1797529.57
Febrero	448050.00	638812.17	910793.40	1298573.60	1851455.45
Marzo	461491.50	657976.53	938117.20	1337530.81	1906999.12
Abril	475336.25	677715.83	966260.72	1377656.74	1964209.09
Mayo	489596.33	698047.30	995248.54	1418986.44	2023135.36
Junio	504284.22	718988.72	1025106.00	1461556.03	2083829.43
Julio	519412.75	740558.38	1055859.17	1505402.71	2146344.31
Agosto	534995.13	762775.13	1087534.95	1550564.80	2210734.64
Septiembre	551044.99	785658.39	1120161.00	1597081.74	2277056.68
Octubre	567576.33	809228.14	1153765.83	1644994.19	2345368.38
Noviembre	584603.63	833504.98	1188378.80	1694344.02	2415729.43
Diciembre	602141.73	858510.13	1224030.17	1745174.34	2488201.31

Tabla 54 **Servicio de 1000 a 1200 Productos por Sku (3 tiendas por consultor al mes)**

1000 a 1200 Prod/ Sku	Productos Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
1150	435	31	Enero	500250.00	1	500250.00	500250.00	1
1150	448	29	Febrero	515257.50	2	515257.50	1030515.00	4
1150	461	31	Marzo	530715.23	3	530715.23	1592145.68	9
1150	475	30	Abril	546636.68	4	546636.68	2186546.73	16
1150	490	31	Mayo	563035.78	5	563035.78	2815178.91	25
1150	504	30	Junio	579926.86	6	579926.86	3479561.13	36
1150	519	31	Julio	597324.66	7	597324.66	4181272.63	49

1150	535	31	Agosto	615244.40	8	615244.40	4921955.21	64
1150	551	30	Septiembre	633701.73	9	633701.73	5703315.60	81
1150	568	31	Octubre	652712.79	10	652712.79	6527127.85	100
1150	585	30	Noviembre	672294.17	11	672294.17	7395235.86	121
1150	602	31	Diciembre	692462.99	12	692462.99	8309555.93	144
					78	7099562.79	48642660.52	650

$\Sigma XY$	48642660.52	b=	17451.07
$\Sigma x^2$	650	a=	478198.31
$\Sigma Y$	7099562.79	y= a + b x	478198.31 + 17451.07 (x)
n=	12		

Tabla 55 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 1000-1200)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Enero</b>	500250.00	713236.88	1016905.25	1449863.73	2067159.00
<b>Febrero</b>	515257.50	734633.99	1047412.41	1493359.65	2129173.77
<b>Marzo</b>	530715.23	756673.01	1078834.78	1538160.43	2193048.99
<b>Abril</b>	546636.68	779373.20	1111199.83	1584305.25	2258840.46
<b>Mayo</b>	563035.78	802754.40	1144535.82	1631834.41	2326605.67
<b>Junio</b>	579926.86	826837.03	1178871.89	1680789.44	2396403.84
<b>Julio</b>	597324.66	851642.14	1214238.05	1731213.12	2468295.95
<b>Agosto</b>	615244.40	877191.40	1250665.19	1783149.51	2542344.83
<b>Septiembre</b>	633701.73	903507.15	1288185.15	1836644.00	2618615.18
<b>Octubre</b>	652712.79	930612.36	1326830.70	1891743.32	2697173.63
<b>Noviembre</b>	672294.17	958530.73	1366635.62	1948495.62	2778088.84
<b>Diciembre</b>	692462.99	987286.65	1407634.69	2006950.49	2861431.51

Tabla 56 **Servicio de 1201 a 1500 Productos por Sku (3 tiendas por consultor al mes)**

De 1201 a 1500 Prod/Sku	Productos Vendidos	Días x Mes	Mes	Ventas Mensuales	X	Y	XY	X2
1400	435	31	Enero	609000.00	1	609000.00	609000.00	1
1400	448	29	Febrero	627270.00	2	627270.00	1254540.00	4
1400	461	31	Marzo	646088.10	3	646088.10	1938264.30	9
1400	475	30	Abril	665470.74	4	665470.74	2661882.97	16
1400	490	31	Mayo	685434.87	5	685434.87	3427174.33	25
1400	504	30	Junio	705997.91	6	705997.91	4235987.47	36
1400	519	31	Julio	727177.85	7	727177.85	5090244.94	49
1400	535	31	Agosto	748993.18	8	748993.18	5991945.47	64
1400	551	30	Septiembre	771462.98	9	771462.98	6943166.82	81
1400	568	31	Octubre	794606.87	10	794606.87	7946068.69	100
1400	585	30	Noviembre	818445.08	11	818445.08	9002895.83	121
1400	602	31	Diciembre	842998.43	12	842998.43	10115981.13	144
					78	8642946.00	59217151.94	650

$\Sigma XY$	59217151.94	b=	21244.78
$\Sigma x^2$	650	a=	582154.46
$\Sigma Y$	8642946.00	y= a + b x	582154.46 + 21244.78 (x)
n=	12		

Tabla 57 **PRONÓSTICO DE VENTAS EN 5 AÑOS (SERVICIO 1201-1500)**

Mes	2020	2021	2022	2023	2024
Enero	609000.00	868288.38	1237971.61	1765051.50	2516541.39
Febrero	627270.00	894337.03	1275110.76	1818003.05	2592037.64
Marzo	646088.10	921167.14	1313364.08	1872543.14	2669798.77
Abril	665470.74	948802.16	1352765.00	1928719.43	2749892.73
Mayo	685434.87	977266.22	1393347.95	1986581.02	2832389.51
Junio	705997.91	1006584.21	1435148.39	2046178.45	2917361.20
Julio	727177.85	1036781.73	1478202.84	2107563.80	3004882.03
Agosto	748993.18	1067885.19	1522548.93	2170790.71	3095028.49



<b>Septiembre</b>	771462.98	1099921.74	1568225.40	2235914.43	3187879.35
<b>Octubre</b>	794606.87	1132919.39	1615272.16	2302991.87	3283515.73
<b>Noviembre</b>	818445.08	1166906.98	1663730.32	2372081.62	3382021.20
<b>Diciembre</b>	842998.43	1201914.19	1713642.23	2443244.07	3483481.84

#### 5.4.- INGRESOS POR VENTAS

Más allá de identificar los costos, gastos de venta, gastos de instalación, constitución y otro tipo de erogaciones iniciales y mensuales que deberá llevar a cabo la empresa, es indispensable presentar un concentrado que demuestre los ingresos por las ventas que se van a realizar durante el primer ejercicio, tan solo en la zona de la ciudad de México, a través de 145 consultores, que tendrán a su cargo 10 Km<sup>2</sup> de cada municipio de la ciudad, de modo que puedan ir cubriendo a su entera forma de trabajo toda la zona que les corresponde, como consecuencia, las ventas a través de estos factores son:

Tabla 58 **PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 2020**

<b>Mes 2020</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>
	<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos/Sku</b>
<b>Enero</b>	462840.0	578840.00	694840.00	812000.00
<b>Febrero</b>	476725.2	596205.20	715685.20	836360.00
<b>Marzo</b>	491027.0	614091.36	737155.76	861450.80
<b>Abril</b>	505757.8	632514.10	759270.43	887294.32
<b>Mayo</b>	520930.5	651489.52	782048.54	913913.15
<b>Junio</b>	536558.4	671034.21	805510.00	941330.55
<b>Julio</b>	552655.2	691165.23	829675.30	969570.46
<b>Agosto</b>	569234.8	711900.19	854565.56	998657.58
<b>Septiembre</b>	586311.9	733257.19	880202.52	1028617.31
<b>Octubre</b>	603901.2	755254.91	906608.60	1059475.83
<b>Noviembre</b>	622018.3	777912.56	933806.86	1091260.10
<b>Diciembre</b>	640678.8	801249.93	961821.06	1123997.90

<b>551 a 700</b>	<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>
<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos/Sku</b>	<b>Productos /Sku</b>
580000.00	652500.00	435000.00	500250.00	609000.00
597400.00	672075.00	448050.00	515257.50	627270.00
615322.00	692237.25	461491.50	530715.23	646088.10
633781.66	713004.37	475336.25	546636.68	665470.74
652795.11	734394.50	489596.33	563035.78	685434.87
672378.96	756426.33	504284.22	579926.86	705997.91
692550.33	779119.12	519412.75	597324.66	727177.85
713326.84	802492.70	534995.13	615244.40	748993.18
734726.65	826567.48	551044.99	633701.73	771462.98
756768.45	851364.50	567576.33	652712.79	794606.87
779471.50	876905.44	584603.63	672294.17	818445.08
802855.65	903212.60	602141.73	692462.99	842998.43

La tabla anterior concentra los datos recabados a través de una proyección de ventas derivado de la política de ventas iniciales de 51 tiendas que se logren captar al mes por Consuhormik en la Ciudad de México, distribuidas de la manera que establece el apartado correspondiente a las metas del área de ventas, a partir del segundo mes, se calcula un aumento del 3% sobre las ventas mensuales, por lo que los ingresos por ventas del primer ejercicio son las siguientes:

Tabla 59 **PRONÓSTICO DE VENTA DEL PRIMER EJERCICIO**

<b>Productos /Sku</b>	<b>Venta Anual</b>	<b>Producto/Sku</b>	<b>Venta Anual</b>
<b>1 a 50</b>	6568639.0	<b>701 a 850</b>	9260299.3
<b>51 a 200</b>	8214914.4	<b>851 a 1000</b>	6173532.9
<b>201 a 400</b>	9861189.8	<b>1001 a 1200</b>	7099562.8
<b>401 a 550</b>	11523928.0	<b>1201 a 1500</b>	8642946.0
<b>551 a 700</b>	8231377.1	<b>Ventas Totales</b>	<b><u>75576389.30</u></b>

A través de una proyección de incremento de ventas de un 3% mensual, y derivado de los 9 tipos de servicios y las políticas que se aplicaron al departamento de mercadotecnia y ventas, se obtendrán ingresos por 75 millones 576 mil 389 con 30 centavos, aclarando que

esto tan solo representa los ingresos, a los cuáles se les deberán de restar todos los gastos y costos de venta que se requieren para llegar a dichos ingresos.

Es momento de llevar a cabo el desglose del costo de los activos que se integrarán en el balance general inicial, y para proyectar la depreciación de dichos activos por el paso del tiempo.

## 5.5 DESGLOSE DEL COSTO DE ACTIVOS

Ya se justificó en el inciso 4.2 el equipo y maquinaria inicial para comenzar a llevar cabo el desarrollo, diseño, programación y la prueba de la aplicación web, y las diferentes aplicaciones móviles que la empresa requiere para dar inicio al servicio ofrecido.

Tabla 60 **Costo del Equipo de Cómputo**

<b>Unidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>9</b>	Desktop Marca: Dell Modelo: Dellinsp3647 Procesador: Celeron G1820 Memoria RAM: 4Gb DD: 500 Gb. Monitor: 19.5"	\$7600	\$38000
<b>9</b>	Marca: Hewlett Packard Modelo: Hp AIO 23-P1SSLA Procesador Core I5 2.9 GHz RAM : 8 Gb DD: 2TB Monitor 23" Led Touch Tarjeta de Video: 1 Gb	\$16,999	\$51,000
<b>2</b>	Multifuncional. Una pantalla Lcd táctil de 3 pulgadas. Wi-fi, compatibilidad con mac y android. Capacidad de papel	\$2,500	\$5,000

de 500 hojas divididas en dos bandejas de 250 hojas cada una. Impresión por paginas en siete segundos para documentos en blanco y negro y 25 seg. A color.

1	CyberPower PR2200LCD Smart App Sinewave UPS 17,0000 17,000 2200VA 1980W SNMP/HTTP Tower
	Tipo: Interactivo
	Potencia: 1,980 vatios
	Función: Con pantalla, AVR
	Tiempo de ejecución con carga completa: Tiempo de ejecución con carga completa: 8 min
	Marca: CyberPower

TOTAL	111,000
-------	---------

Tabla 61 **Costo de Mobiliario y Equipo**

Unidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Sala Recepción	\$7928.60	\$ 7,928.60
1	Recepción	\$ 7,633.98	\$ 7,633.98
5	Sillas sencillas	\$582.90	\$2915.00
2	Lámparas de piso	\$ 850.00	\$1700
6	Escritorio para Ejecutivos	\$4,982.20	\$29893.20
12	Sillón Ejecutivo	\$3,201.60	\$38419.20
11	Escritorios Individuales	\$1500	\$16500
2	Archivero	\$3,563.52	\$7127.04
1	Mesa para Sala de Juntas	\$4,616.80	\$4,616.80
1	Cámaras de Seguridad	\$6,000	\$6,000
	<b>Total</b>		<b>\$122,733.82</b>

En materia de transporte para la empresa, se tendrá programado un presupuesto mensual, considerado dentro de los gastos corrientes, para el uso del servicio de Uber en el caso de que alguno de los miembros del equipo tenga automóvil, el monto destinado al servicio del Uber, será destinado al pago de la gasolina del miembro del equipo que emplea su automóvil para las actividades propias de la empresa, como se dijo antes, será considerado como un

gasto corriente, al igual que los servicios de gas, luz, teléfono, las diferentes licencias empleadas en el desarrollo y programación de la página web y las aplicaciones móviles correspondientes. Las cuáles serán analizadas en el siguiente inciso, junto a los gastos de Constitución de la empresa.

#### 5.5.1.- DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE CÓMPUTO.

Tabla 62 DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE CÓMPUTO

<b>EQUIPO DE COMPUTO 30%</b>		<b>MONTO DE LA DEPRECIACION</b>		<b>\$</b>	<b>111,000.00</b>
<b>PERIODOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>		
<b>0</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00		
<b>1</b>	\$33,300.00	\$33,300.00	\$77,700.00		
<b>2</b>	\$33,300.00	\$66,600.00	\$44,400.00		
<b>3</b>	\$33,300.00	\$99,900.00	\$11,100.00		
<b>4</b>	\$11,100.00	\$111,000.00	\$ 0.00		

#### 5.5.2.- DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE OFICINA.

Tabla 63 DEPRECIACIÓN DEL EQUIPO DE OFICINA

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO 10%</b>		<b>MONTO DE LA DEPRECIACION</b>		<b>\$</b>	<b>122,733.82</b>
<b>PERIODOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>		
<b>0</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00		
<b>1</b>	\$12,273.38	\$12,273.38	\$110,460.44		
<b>2</b>	\$12,273.38	\$24,546.76	\$98,187.06		
<b>3</b>	\$12,273.38	\$36,820.15	\$85,913.67		
<b>4</b>	\$12,273.38	\$49,093.53	\$73,640.29		
<b>5</b>	\$12,273.38	\$61,366.91	\$61,366.91		
<b>6</b>	\$12,273.38	\$73,640.29	\$49,093.53		

<b>7</b>	\$12,273.38	\$85,913.67	\$36,820.15
<b>8</b>	\$12,273.38	\$98,187.06	\$24,546.76
<b>9</b>	\$12,273.38	\$110,460.44	\$12,273.38
<b>10</b>	\$12,273.38	\$122,733.82	\$0.00

### 5.5.3.-DEPRECIACIÓN DE GASTOS DE INSTALACIÓN

Tabla 64 DEPRECIACIÓN DE GASTOS DE INSTALACIÓN

<b>GASTOS DE INSTALACION 5%</b>	<b>MONTO DE LA DEPRECIACION</b>		<b>\$ 6,500.00</b>
<b>PERIODOS</b>	<b>SEMESTRAL</b>	<b>ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>1</b>	\$325.00	\$325.00	\$6,175.00
<b>2</b>	\$325.00	\$650.00	\$5,850.00
<b>3</b>	\$325.00	\$975.00	\$5,525.00
<b>4</b>	\$325.00	\$1,300.00	\$5,200.00
<b>5</b>	\$325.00	\$1,625.00	\$4,875.00
<b>6</b>	\$325.00	\$1,950.00	\$4,550.00
<b>7</b>	\$325.00	\$2,275.00	\$4,225.00
<b>8</b>	\$325.00	\$2,600.00	\$3,900.00
<b>9</b>	\$325.00	\$2,925.00	\$3,575.00
<b>10</b>	\$325.00	\$3,250.00	\$3,250.00
<b>11</b>	\$325.00	\$3,575.00	\$2,925.00
<b>12</b>	\$325.00	\$3,900.00	\$2,600.00
<b>13</b>	\$325.00	\$4,225.00	\$2,275.00
<b>14</b>	\$325.00	\$4,550.00	\$1,950.00
<b>15</b>	\$325.00	\$4,875.00	\$1,625.00
<b>16</b>	\$325.00	\$5,200.00	\$1,300.00
<b>17</b>	\$325.00	\$5,525.00	\$975.00
<b>18</b>	\$325.00	\$5,850.00	\$650.00
<b>19</b>	\$325.00	\$6,175.00	\$325.00
<b>20</b>	\$325.00	\$6,500.00	\$0.00

**Fuente:** Elaboración propia con datos de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, 2019, así como el cálculo de los gastos de instalación previstos.

## 5.6. SUELDOS DE LOS INTEGRANTES DE LA EMPRESA.

Tabla 65 SUELDOS DE LOS INTEGRANTES DE LA EMPRESA

<b>Puesto</b>	<b>Salario Mensual</b>
<b>Gerente General</b>	\$38,000
<b>Auxiliar de Gerencia</b>	\$7,000
<b>Gerente de Administración y Finanzas</b>	\$25,000
<b>Asistente Administrativo de Finanzas</b>	\$7,000
<b>Gerente de Mercadotecnia</b>	\$25,000
<b>Coordinador Comercial</b>	\$19,000
<b>Diseñador Gráfico</b>	\$15,000
<b>Gerente de TI</b>	\$35,000
<b>Desarrollador Sr.</b>	\$30,000
<b>Desarrollador iOS</b>	\$25,000
<b>Desarrollador Android</b>	\$25,000
<b>Desarrollador WebMaster</b>	\$22,000
<b>Diseñador UI&amp;UX</b>	\$20,000
<b>Probador de Software</b>	\$20,000
<b>Gerente de Recursos Humanos</b>	\$20,000
<b>Auxiliar de Recursos Humanos</b>	\$7,000
<b>Responsable de Atención a Clientes</b>	\$10,000
<b>Representante de Atención a Clientes</b>	\$8,000
<b>Total del Mes</b>	\$358,000

**Fuente:** Elaboración Propia, con base en el diseño de perfil del puesto del capítulo 4.

## 5.7 TRÁMITES, GASTOS DE CONSTITUCIÓN, GASTOS DE INSTALACIÓN Y GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.

Es importante considerar los gastos de constitución, que son necesarios para el inicio de actividad como son los gastos de notaria, costos, permisos, etc.

Tabla 66 **GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

<b>Descripción</b>	<b>Secretaría o Institución</b>	<b>Costo</b>
<b>Uso de Denominación Social</b>	Secretaría de Economía	Sin Costo
<b>Escritura Pública</b>	Notario Público	\$15000
<b>Inscripción en el Registro Público de la Propiedad</b>	Registro Público de la Propiedad.	\$1800
<b>Obtener Registro Federal de Contribuyentes</b>	Servicio de Administración Tributaria	Sin Costo
<b>Inscripción en el Seguro Social</b>	Instituto Mexicano del Seguro Social	Sin Costo.
<b>Registro ante Secretaría de Finanzas de la Ciudad de México</b>	Secretaría de Finanzas de la CDMX	Sin Costo
<b>Registro en el SIEM</b>	Sistema de Información Empresarial Mexicano	\$700
<b>Total de Trámites y Gastos de Constitución</b>		\$4,000

**Fuente:** Elaboración Propia con base en FORBERS, CDMX, 2019, [S.P.], <<http://www.forbes.com>>, (abril de 2019).

Como se puede observar esta serie de gastos necesarios para el inicio de la actividad empresarial no siempre tiene costo, el mayor de los gastos de este rubro es en la creación del acta constitutiva ante notario público, por otro lado es menester analizar los gastos de instalación, que hacen referencia a esos pagos que se hacen una sola vez por concepto de



conexión de luz, contratación del servicio de agua, depósito en garantía de la renta del local, el costo del contrato del teléfono e internet, entre otros.

Tabla 67 **GASTOS DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL**

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
<b>Contrato de Luz para establecimiento comercial</b>	\$1500
<b>Contrato de Agua</b>	No aplica, la renta del lugar incluye la instalación del agua.
<b>Contrato de Telefonía e Internet</b>	Sin costo de Contratación
<b>Instalación para las Tecnologías de la Información y Comunicación.</b> (materiales, cableado categoría 5e o 6e, entre otras, la roseta, la canalización o ductería, si vas a atravesar muros)	\$5000
<b>1 Renta adelantada para el Contrato de Arrendamiento y un depósito de 3 mil pesos</b>	28,000
<b>Total</b>	<b>\$34,500</b>

Es momento de presentar los gastos de administración, que son aquellos contraídos en el control y dirección de la organización pero no directamente cuantificable con la financiación, comercialización o las operaciones de producción.

Tabla 68 **PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS MENSUAL**

<b>Concepto</b>	<b>Costo Mensual</b>
<b>Teléfono e Internet</b>	
<b>Paquete Axtel Extremo</b>	\$1,099
<b>200 Megas + Llamadas Nacionales e Internacionales Ilimitadas.</b>	
<b>Arrendamiento. 50 m2 de Construcción.</b>	\$25,000
<b>Cuenta con servicio de valet parking para visitas.</b>	
<b>Agua</b>	\$300

<b>Luz</b>	\$5000
<b>Sueldos</b>	358,000
<b>Servicio de Mantenimiento (Servicio de Limpieza General Outsourcing)</b>	6,500
<b>Total</b>	<b>\$381,399</b>

En la siguiente tabla se presentan los gastos de administración pronosticados a 5 años con un incremento en sueldos y salarios del 5% anual, considerando un incremento en los gastos del teléfono, luz y agua de un 3% anual, además de presentarse un incremento anual del 5% en la renta del local establecido en el contrato, y considerando la tasa de inflación calculada al inicio de este quinto capítulo de 1.75%:

Tabla 69 **PRONÓSTICO DE GASTOS DE ADMINISTRACION A 5 AÑOS**

Concepto de Gasto	Pago Mensual	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Teléfono e Internet</b>	\$1,099	\$13,188	\$13,584	\$13,991	\$14,411	\$14,843
<b>Arrendamiento</b>	\$25,000	\$300,000	\$315,000	\$330,750	\$347,288	\$364,652
<b>Agua</b>	\$300	\$3,600	\$3,708	\$3,819	\$3,934	\$4,052
<b>Luz</b>	\$5,000	\$60,000	\$61,800	\$63,654	\$65,564	\$67,531
<b>Sueldos</b>	\$358,000	\$4,296,000	\$4,510,800	\$4,736,340	\$4,973,157	\$5,221,815
<b>Servicio de Mantenimiento</b>	\$6,500	\$78,000	\$79,365	\$80,754	\$82,167	\$83,605
<b>Publicidad</b>	\$416,667	\$5,000,000.00	\$5,500,000.00	\$6,000,000	6,500,000	7,000,000
<b>Depreciación</b>		188160.4	142587.06	97013.67	73640.29	61366.91
<b>Amortización</b>		\$188,659.13	\$ 153,096.09	0	0	0
<b>Total</b>	\$812,566	\$10,127,608	\$10,779,940	\$11,326,322	\$12,060,160	\$12,817,864

En la parte financiera se detallará los gastos que incurren en la parte de los préstamos al banco por el financiamiento de una parte de los recursos para hacer un re-juego con lo que es el capital y el préstamo que obtendremos del banco como sigue:

Tabla 70 **AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO**

<b>MONTO</b>	<b>\$ 300,000.00</b>
<b>TASA</b>	13.20%
<b>NO DE AMORTIZACIONES</b>	23
<b>FECHA DE DISPOSICION</b>	20-oct-09
<b>FECHA DE INICIO</b>	20-oct-09

<b>AMORTIZACION</b>	<b>FECHA DE AMORTIZACION</b>	<b>DIAS</b>	<b>PAGO DE CAPITAL</b>	<b>PAGO DE INTERESES</b>	<b>PAGO TOTAL</b>	<b>SALDO</b>
1	01/11/2009	30	\$13,043	4,800	\$ 17,843	286,957
2	01/11/2009	31	\$13,043	3,262	\$ 16,305	273,913
3	01/01/2010	31	\$13,043	3,113	\$ 16,157	260,870
4	01/02/2010	30	\$13,043	2,870	\$ 15,913	247,826
5	01/03/2010	31	\$13,043	2,817	\$ 15,860	234,783
<b>6</b>	<b>01/04/2010</b>	<b>30</b>	<b>\$13,043</b>	<b>2,583</b>	<b>\$ 15,626</b>	<b>221,739</b>
7	01/05/2010	31	\$13,043	2,520	\$ 15,564	208,696
8	01/06/2010	31	\$ 13,043	2,372	\$ 15,416	195,652
9	01/07/2010	29	\$13,043	2,080	\$ 15,124	182,609
10	01/08/2010	31	\$13,043	2,076	\$ 15,119	169,565
11	01/09/2010	30	\$13,043	1,865	\$ 14,909	156,522
<b>12</b>	<b>01/10/2010</b>	<b>31</b>	<b>\$13,043</b>	<b>1,779</b>	<b>\$ 14,823</b>	<b>143,478</b>
13	01/11/2010	30	\$13,043	1,578	\$ 14,622	130,435
14	01/12/2010	31	\$13,043	1,483	\$ 14,526	117,391
15	01/01/2011	31	\$13,043	1,334	\$ 14,378	104,348
16	01/02/2011	30	\$ 13,043	1,148	\$ 14,191	91,304
17	01/03/2011	31	\$13,043	1,038	\$ 14,081	78,261
<b>18</b>	<b>01/04/2011</b>	<b>30</b>	<b>\$13,043</b>	<b>861</b>	<b>\$ 13,904</b>	<b>65,217</b>
19	01/05/2011	31	\$13,043	741	\$ 13,785	52,174
20	01/06/2011	31	\$13,043	593	\$ 13,637	39,130
21	01/07/2011	28	\$13,043	402	\$ 13,445	26,087
22	01/08/2011	31	\$13,043	297	\$ 13,340	13,043
<b>23</b>	<b>01/09/2011</b>	<b>30</b>	<b>\$13,043</b>	<b>143</b>	<b>\$ 13,187</b>	<b>0</b>

## 5.8 CAPITAL SOCIAL

Como se presenta en el concentrado de amortización, se solicitará un préstamo de trescientos mil pesos, que sumados a la contribución de los socios servirá de capital inicial

para hacer frente a los gastos de constitución, instalación, equipamiento de la oficina, así como para llevar a cabo el pago de los primeros meses de nómina, hasta lograr que el negocio llegue a su rentabilidad y poder comenzar a generar recursos para solventar el gasto corriente.

De manera que es indispensable presentar el número de socios con los que se dará inicio a la sociedad anónima, y cuál será la aportación inicial de cada uno de ellos, para brindar de capital a la empresa.

Tabla 71 **CAPITAL SOCIAL**

<b>Socio 1 (Anónimo)</b>	<b>\$25,000.00</b>
<b>Socio 2 (Anónimo)</b>	\$30,000.00
<b>Socio 3 (Anónimo)</b>	\$15,000.00
<b>Socio 4 (Anónimo)</b>	\$20,000.00
<b>Socio 5 (Anónimo)</b>	\$25,000.00
<b>Total de Capital Social</b>	<b>\$115,000.00</b>

Son cinco iniciales, los cuáles responderán solo por la aportación que realizan, al final del presente trabajo se detallaran los detalles legales de la constitución de la empresa.

## **5.9.- BALANCE GENERAL**

A continuación se presenta el Balance General inicial, en donde podemos vislumbrar como se contabiliza el equipo de oficina que se comprará para iniciar operaciones en la oficina que se rentará, además de todo el equipo de cómputo que se va a ocupar tanto para los ingenieros en Sistemas Computacionales, como para la sección de la administración de la empresa, como lo son los gerentes de finanzas, de mercadotecnia, de recursos humanos, y por supuesto el gerente general, así como sus asistentes administrativos, que a pesar de no contar con equipos de cómputo tan equipados como los ingenieros, si tendrán equipos que cubran con sus necesidades administrativas, tanto el equipo de oficina, así como el de cómputo será financiado con el monto solicitado al banco, por trescientos mil pesos, además de los gastos iniciales, como son los de constitución de la empresa, los gastos de instalación

y las rentas pagadas por anticipado, que dan un total de doscientos ochenta y nueve mil, setecientos treinta y tres pesos con ochenta y dos centavos. El remanente quedará a disposición de la empresa como caja chica, además de contar con un saldo en bancos por ciento quince mil pesos que forman parte del capital social de la empresa, mientras que las licencias de software se irán amortizando conforme vaya avanzando el año de su uso. Como consecuencia, el balance general inicial es el siguiente:

Tabla 72 **BALANCE GENERAL**

<b>ACTIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		<b>\$125,266.18</b>
Bancos	\$115,000.00	
Caja Chica	10266.18	
<b>FIJO</b>		
<b>Maquinaria y Equipo</b>		
Sala Recepción	\$ 7,928.60	<b>\$ 122,733.82</b>
Recepción	\$ 7,633.98	
Sillas sencillas	\$ 2,915.00	
Lámparas de piso	\$ 1,700	
Escritorio para Ejecutivos	\$ 29,893.20	
Sillón Ejecutivo	\$ 38,419.20	
Escritorios Individuales	\$16,500	
Archivero	\$ 7,127.04	
Mesa para Sala de Juntas	\$ 4,616.80	
Cámaras de Seguridad	\$ 6,000	
<b>Mobiliario y Equipo de oficina</b>		
Equipo de cómputo	\$ 111,000.00	
		<b>\$ 111,000.00</b>
<b>Gastos Diferidos</b>		
Gastos de Constitución	\$21,500	
Gastos de Instalación	\$ 6,500.00	
Rentas Pagadas por anticipado	\$ 28,000.00	
licencia de Software	\$ 147,375.00	<b>\$ 203,375</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>\$ 562,375.00</b>

**PASIVO y CAPITAL****PASIVOS CIRCULANTE**

Proveedores	\$ 147,375.00	
<b>TOTAL PASIVOS CIRCULANTE</b>		<b>\$ 147,375.00</b>

**PASIVOS FIJOS**

Acreeedores Diversos	\$ 300,000	
<b>TOTAL PASIVOS FIJOS</b>		<b><u>\$ 300,000.00</u></b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>		<b>\$ 447,375.00</b>

**CAPITAL CONTABLE**

CAPITAL SOCIAL	\$ 115,000.00	
<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>		<b><u>\$ 115,000.00</u></b>

**TOTAL, PASIVO MAS CAPITAL** **\$ 562,375.00**

Fuente: Elaboración propia, con datos tomados del apartado de la inversión en equipo para oficina, equipo de cómputo, contratación de licencias y cálculo de gastos de constitución, instalación y capital social.

**5.10.- PROYECCIÓN DE VENTAS EN EL PRIMER EJERCICIO**

Para poder presentar el Estado de Posición Financiera proyectado, es indispensable presentar las ventas proyectadas del primer ejercicio, desglosado por mes y por cada uno de los servicios que el consultor Hormik deberá promover entre las Hormik Shop:

Tabla 73 **PRONÓSTICO DE VENTAS MENSUAL DEL PRIMER EJERCICIO**

Mes	1 a 50	51 a 200	201 a 400	401 a 550	551 a 700
<b>Enero</b>	\$ 462840	\$ 578840.00	\$ 694840.00	\$ 812000.00	\$ 580000.00
<b>Febrero</b>	476725.2	596205.20	715685.20	836360.00	597400.00
<b>Marzo</b>	491026.956	614091.36	737155.76	861450.80	615322.00
<b>Abril</b>	505757.765	632514.10	759270.43	887294.32	633781.66
<b>Mayo</b>	520930.498	651489.52	782048.54	913913.15	652795.11
<b>Junio</b>	536558.413	671034.21	805510.00	941330.55	672378.96
<b>Julio</b>	552655.165	691165.23	829675.30	969570.46	692550.33

<b>Agosto</b>	569234.82	711900.19	854565.56	998657.58	713326.84
<b>Septiembre</b>	586311.864	733257.19	880202.52	1028617.31	734726.65
<b>Octubre</b>	603901.22	755254.91	906608.60	1059475.83	756768.45
<b>Noviembre</b>	622018.257	777912.56	933806.86	1091260.10	779471.50
<b>Diciembre</b>	640678.805	801249.93	961821.06	1123997.90	802855.65

	<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>	<b>Total al año por servicio</b>
<b>Enero</b>	\$ 652500.00	\$ 435000.00	\$ 500250.00	\$ 609000.00	\$ 5325270
<b>Febrero</b>	672075.00	448050.00	515257.50	627270.00	5485028.1
<b>Marzo</b>	692237.25	461491.50	530715.23	646088.10	5649578.94
<b>Abril</b>	713004.37	475336.25	546636.68	665470.74	5819066.31
<b>Mayo</b>	734394.50	489596.33	563035.78	685434.87	5993638.3
<b>Junio</b>	756426.33	504284.22	579926.86	705997.91	6173447.45
<b>Julio</b>	779119.12	519412.75	597324.66	727177.85	6358650.87
<b>Agosto</b>	802492.70	534995.13	615244.40	748993.18	6549410.4
<b>Septiembre</b>	826567.48	551044.99	633701.73	771462.98	6745892.71
<b>Octubre</b>	851364.50	567576.33	652712.79	794606.87	6948269.49
<b>Noviembre</b>	876905.44	584603.63	672294.17	818445.08	7156717.58
<b>Diciembre</b>	903212.60	602141.73	692462.99	842998.43	7371419.1
				<b>Total</b>	<b><u>75576389.3</u></b>

## 5.11.- COSTO DE VENTAS

Es momento de recordar el porcentaje que se le pagará a cada consultor por las tiendas que logre contratar, derivado de que se proyecta que durante el primer mes el consultor logre colocar 51 servicios, como se tiene planteado en la política de mercadotecnia y ventas, por otro lado, observando el apartado 3.3 se observará que para esa cantidad de servicios, se pagaría el 10% de comisión, estimando un crecimiento de 3% al mes, entonces tendremos que alcanzaran las 80 tiendas para el mes número 16 en donde la comisión crece al 13% sobre las ventas realizadas. De manera que el costo de ventas proyectado al primer ejercicio desglosado por servicio será:

Tabla 74 PRONÓSTICO DE COSTO DE VENTA MENSUAL DEL PRIMER EJERCICIO

Mes	1 a 50	51 a 200	201 a 400	401 a 550	551 a 700
Enero	\$ 46284	\$ 57884	\$ 69484	\$ 81200	\$ 58000
Febrero	47672.52	59620.52	71568.52	83636.00	59740.00
Marzo	49102.70	61409.14	73715.58	86145.08	61532.20
Abril	50575.78	63251.41	75927.04	88729.43	63378.17
Mayo	52093.05	65148.95	78204.85	91391.32	65279.51
Junio	53655.84	67103.42	80551.00	94133.05	67237.90
Julio	55265.52	69116.52	82967.53	96957.05	69255.03
Agosto	56923.48	71190.02	85456.56	99865.76	71332.68
Septiembre	58631.19	73325.72	88020.25	102861.73	73472.66
Octubre	60390.12	75525.49	90660.86	105947.58	75676.84
Noviembre	62201.83	77791.26	93380.69	109126.01	77947.15
Diciembre	64067.88	80124.99	96182.11	112399.79	80285.56

Mes	701 a 850	851 a 1000	1001 a 1200	1201 a 1500	Total al año por servicio
Enero	\$ 65250	\$ 43500	\$ 50025	\$ 60900	\$ 532527
Febrero	67207.50	44805.00	51525.75	62727.00	548502.81
Marzo	69223.73	46149.15	53071.52	64608.81	564957.89
Abril	71300.44	47533.62	54663.67	66547.07	581906.63
Mayo	73439.45	48959.63	56303.58	68543.49	599363.83
Junio	75642.63	50428.42	57992.69	70599.79	617344.74
Julio	77911.91	51941.27	59732.47	72717.78	635865.09
Agosto	80249.27	53499.51	61524.44	74899.32	654941.04
Septiembre	82656.75	55104.50	63370.17	77146.30	674589.27
Octubre	85136.45	56757.63	65271.28	79460.69	694826.95
Noviembre	87690.54	58460.36	67229.42	81844.51	715671.76
Diciembre	90321.26	60214.17	69246.30	84299.84	737141.91
				<b>Total</b>	<b>7557638.93</b>

Fuente: Elaboración Propia, tomando en cuenta el pronóstico de ventas desglosado.



Es necesario hacer la proyección de los costos de venta, para determinar en qué momento incrementa la comisión pagada a los consultores de Hormik.

**Tabla 75 COSTO DE VENTA DEL EJERCICIO 2021**

<b>Mes</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
Enero	65989.92	82528.74	99067.57	115771.78	82694.13
Febrero	67969.61	85004.61	102039.60	119244.94	85174.96
Marzo	70008.70	87554.74	105100.78	122822.29	87730.20
Abril	72108.96	90181.39	108253.81	126506.95	90362.11
Mayo	96553.90	120752.88	144951.85	169392.81	120994.87
Junio	99450.52	124375.46	149300.40	174474.60	124624.71
Julio	102434.04	128106.73	153779.42	179708.83	128363.45
Agosto	105507.06	131949.93	158392.80	185100.10	132214.36
Septiembre	108672.27	135908.43	163144.58	190653.10	136180.79
Octubre	111932.44	139985.68	168038.92	196372.69	140266.21
Noviembre	115290.41	144185.25	173080.09	202263.88	144474.20
Diciembre	118749.12	148510.81	178272.49	208331.79	148808.42

<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>	<b>Total al año por servicio</b>
93030.90	62020.60	71323.69	86828.84	759256.17
95821.82	63881.22	73463.40	89433.70	782033.85
98696.48	65797.65	75667.30	92116.71	805494.87
101657.37	67771.58	77937.32	94880.22	829659.71
136119.22	90746.15	104358.07	127044.61	1110914.36
140202.80	93468.53	107488.81	130855.95	1144241.79
144408.88	96272.59	110713.48	134781.63	1178569.04
148741.15	99160.77	114034.88	138825.07	1213926.11
153203.39	102135.59	117455.93	142989.83	1250343.90
157799.49	105199.66	120979.61	147279.52	1287854.21
162533.47	108355.65	124608.99	151697.91	1326489.84
167409.48	111606.32	128347.26	156248.84	1366284.54
			<b>Total</b>	<b>13055068.39</b>

El mes de mayo de 2021 se elevan a más de ochenta locales por consultor, como consecuencia, su comisión aumenta a 13% sobre el precio de venta.

**Tabla 76 COSTO DE VENTAS DEL EJERCICIO 2022**

<b>Mes</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
Enero	122311.60	152966.13	183620.67	214581.75	153272.68
Febrero	125980.94	157555.11	189129.29	221019.20	157870.86
Marzo	129760.37	162281.77	194803.16	227649.77	162606.98
Abril	133653.18	167150.22	200647.26	234479.27	167485.19
Mayo	137662.78	172164.73	206666.68	241513.65	172509.75
Junio	141792.66	177329.67	212866.68	248759.05	177685.04
Julio	146046.44	182649.56	219252.68	256221.83	183015.59
Agosto	150427.83	188129.05	225830.26	263908.48	188506.06
Septiembre	154940.67	193772.92	232605.17	271825.74	194161.24
Octubre	159588.89	199586.10	239583.32	279980.51	199986.08
Noviembre	164376.56	205573.69	246770.82	288379.92	205985.66
Diciembre	169307.85	211740.90	254173.94	297031.32	212165.23

<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>	<b>Total al año por servicio</b>
172431.76	114954.51	132197.68	160936.31	1407273.07
177604.71	118403.14	136163.61	165764.40	1449491.26
182932.85	121955.24	140248.52	170737.33	1492976.00
188420.84	125613.89	144455.98	175859.45	1537765.28
194073.47	129382.31	148789.66	181135.23	1583898.24
199895.67	133263.78	153253.35	186569.29	1631415.19
205892.54	137261.69	157850.95	192166.37	1680357.64
212069.32	141379.54	162586.48	197931.36	1730768.37
218431.39	145620.93	167464.07	203869.30	1782691.42
224984.34	149989.56	172487.99	209985.38	1836172.17
231733.87	154489.24	177662.63	216284.94	1891257.33
238685.88	159123.92	182992.51	222773.49	1947995.05
			<b>Total</b>	<b>19972061.03</b>

Tabla 77 **COSTO DE VENTAS DEL EJERCICIO 2023**

<b>Mes</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
Enero	174387.09	218093.13	261799.16	305942.26	218530.19
Febrero	207252.35	259195.29	311138.24	363600.61	259714.72
Marzo	213469.92	266971.15	320472.38	374508.63	267506.16
Abril	219874.02	274980.28	330086.55	385743.89	275531.35
Mayo	226470.24	283229.69	339989.15	397316.20	283797.29
Junio	233264.34	291726.58	350188.83	409235.69	292311.21
Julio	240262.27	300478.38	360694.49	421512.76	301080.54
Agosto	247470.14	309492.73	371515.32	434158.14	310112.96
Septiembre	254894.25	318777.52	382660.78	447182.89	319416.35
Octubre	262541.07	328340.84	394140.61	460598.37	328998.84
Noviembre	270417.31	338191.07	405964.83	474416.32	338868.80
Diciembre	278529.82	348336.80	418143.77	488648.81	349034.87

<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>	<b>Total al año por servicio</b>
245846.46	163897.64	188482.29	229456.70	2006434.90
292179.06	194786.04	224003.95	272700.46	2384570.71
300944.43	200629.62	230724.07	280881.47	2456107.83
309972.77	206648.51	237645.79	289307.91	2529791.07
319271.95	212847.97	244775.16	297987.15	2605684.80
328850.11	219233.40	252118.42	306926.77	2683855.34
338715.61	225810.41	259681.97	316134.57	2764371.00
348877.08	232584.72	267472.43	325618.61	2847302.13
359343.39	239562.26	275496.60	335387.17	2932721.20
370123.69	246749.13	283761.50	345448.78	3020702.83
381227.40	254151.60	292274.34	355812.24	3111323.92
392664.23	261776.15	301042.57	366486.61	3204663.64
			<b>Total</b>	<b>32547529.37</b>

El mes de febrero de 2023 se elevan a más de 150 locales por consultor, como consecuencia, su comisión aumenta a 15% sobre el precio de venta.

**Tabla 78 COSTO DE VENTAS DEL EJERCICIO 2024**

<b>Mes</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
Enero	286885.72	358786.90	430688.08	503308.28	359505.91
Febrero	295492.29	369550.51	443608.73	518407.53	370291.09
Marzo	304357.06	380637.02	456916.99	533959.75	381399.82
Abril	313487.77	392056.13	470624.50	549978.55	392841.82
Mayo	322892.40	403817.82	484743.23	566477.90	404627.07
Junio	332579.18	415932.35	499285.53	583472.24	416765.89
Julio	342556.55	428410.32	514264.10	600976.41	429268.86
Agosto	352833.25	441262.63	529692.02	619005.70	442146.93
Septiembre	363418.25	454500.51	545582.78	637575.87	455411.34
Octubre	374320.79	468135.53	561950.26	656703.15	469073.68
Noviembre	385550.42	482179.59	578808.77	676404.24	483145.89
Diciembre	397116.93	496644.98	596173.03	696696.37	497640.26

<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>	<b>Total al año por servicio</b>
404444.15	269629.44	310073.85	377481.21	3300803.54
416577.48	277718.32	319376.07	388805.65	3399827.65
429074.80	286049.87	328957.35	400469.81	3501822.48
441947.05	294631.36	338826.07	412483.91	3606877.16
455205.46	303470.30	348990.85	424858.43	3715083.47
468861.62	312574.41	359460.58	437604.18	3826535.97
482927.47	321951.65	370244.39	450732.30	3941332.05
497415.29	331610.20	381351.72	464254.27	4059572.01
512337.75	341558.50	392792.28	478181.90	4181359.18
527707.88	351805.26	404576.04	492527.36	4306799.95
543539.12	362359.41	416713.33	507303.18	4436003.95
559845.29	373230.20	429214.73	522522.28	4569084.07
			<b>Total</b>	<b>46845101.48</b>

## 5.12.- ESTADO DE RESULTADOS DEL PRIMER EJERCICIO.

Tabla 79 ESTADO DE RESULTADOS DEL PRIMER EJERCICIO

<b>Estado de Resultados</b>		
<b>Del 1 de Enero de 2020 al 31 de Diciembre de 2020</b>		
<b>Ventas</b>	\$ 75,576,389	
Costo de Ventas	<u>\$ 7,557,639</u>	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 68,018,750</b>
<b>Gastos de Operación</b>		
<b>Gastos de Venta</b>		<b>\$ 9,750,788</b>
Publicidad	<b>\$ 5,000,000</b>	
Agua	\$ 3,600	
Salarios	\$ 4,296,000	
Energía Eléctrica	\$ 60,000	
Renta	\$ 300,000	
Teléfono e Internet	\$ 13,188	
Mantenimiento	\$ 78,000	
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 352,420</b>
Papelería y útiles	\$ 150,000	
Depreciación	\$ 45,898	
Amortización	\$ 156,522	
<b>Total gastos de operación</b>		<b>\$ 10,103,208</b>
<b>Utilidad o Pérdida de la Operación</b>		<b>\$ 57,915,542</b>
<b>Gastos Financieros</b>		
Pago de intereses	\$ 32,137	
<b>Total gastos financieros</b>		<b>\$ 32,137</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 57,883,405</b>
<b>Impuesto Sobre la Renta</b>		<b>\$ 17,365,021</b>
<b>PTU (10%)</b>		<b>\$ 5,791,554</b>
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>		<b>\$ 34,726,829</b>

**Fuente:** Elaboración propia, con base de datos obtenidos en: pronóstico de ventas, Presupuesto de productos, Gastos de Administración, Gastos de Venta.

Es importante tomar en cuenta, que a diferencia de otros negocios, Hormik, no solo abre nuevos establecimientos en búsqueda de expansión tanto de la marca, como del incremento de los establecimientos y productos que serán la información para tener la base de datos suficientemente surtida, sino que otro de los objetivos es que el consultor mantenga los comercios que ya abrió, de manera que el cliente se vuelve un ingreso constante sumado a un nuevo ingreso que representa la contratación de nuevos establecimientos o Hormik Shop.

A continuación se muestra el Estado de Resultado de los siguientes ejercicios:

Tabla 80 ESTADO DE RESULTADOS 2021

ESTADO DE RESULTADOS		
Del 01 de Enero de 2021 al 31 de Diciembre 2021		
<b>Ventas</b>	\$ 107,753,860	
Costo de Ventas	<u>\$ 13,055,068</u>	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 94,698,791</b>
<b>Gastos de Operación</b>		
<b>Gastos de Venta</b>		<b>\$ 10,482,892</b>
<b>Publicidad</b>	<b>\$ 5,500,000</b>	
Agua	\$ 3,708	
Salarios	\$ 4,510,800	
Energía Eléctrica	\$ 61,800	
Renta	\$ 315,000	
Teléfono e Internet	\$ 13,584	
Mantenimiento	\$ 78,000	
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 339,377</b>
Papelería y útiles	\$ 150,000	
Depreciacion	\$ 45,898	
Amortización	\$ 143,478	
<b>Total gastos de operación</b>		<b>\$ 10,822,269</b>
<b>Utilidad o Pérdida de la Operación</b>		<b>\$ 83,876,523</b>
<b>Gastos Financieros</b>		
Gastos Financieros	\$ 9,618	
<b>Total gastos financieros</b>		<b>\$ 9,618</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 83,866,905</b>
<b>Impuesto Sobre la Renta</b>		<b>\$ 25,160,071</b>
<b>PTU</b>		<b>\$ 8,387,652</b>
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>		<b>\$ 50,319,181</b>

Tabla 81 ESTADO DE RESULTADOS 2022

ESTADO DE RESULTADOS		
Del 01 de Enero de 2022 al 31 de Diciembre de 2022		
<b>Ventas</b>	\$ 153,631,239	
Costo de Ventas	<u>\$ 19,972,061</u>	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 133,659,178</b>
<b>Gastos de Operación</b>		
<b>Gastos de Venta</b>		<b>\$ 11,229,308</b>
Publicidad	\$ 6,000,000	
Agua	\$ 3,819	
Salarios	\$ 4,736,340	
Energía Eléctrica	\$ 63,654	
Renta	\$ 330,750	
Teléfono e Internet	\$ 13,991	
Mantenimiento	\$ 80,754	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 195,898</b>
Papelería y útiles	\$ 150,000	
Depreciacion	\$ 45,898	
<b>Total gastos de operación</b>		<b>\$ 11,425,206</b>
<b>Utilidad o Pérdida de la Operación</b>		<b>\$ 122,233,971</b>
<b>Gastos Financieros</b>	\$ -	
<b>Total gastos financieros</b>		<b>\$ -</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 122,233,971</b>
<b>Impuesto Sobre la Renta</b>		<b>\$ 36,670,191</b>
<b>PTU</b>		<b>\$ 12,223,397</b>
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>		<b>\$ 73,340,383</b>

Tabla 82 ESTADO DE RESULTADOS 2023

ESTADO DE RESULTADOS		
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2023		
<b>Ventas</b>	\$ 219,041,411	
Costo de Ventas	<u>\$ 32,547,529</u>	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 186,493,882</b>
<b>Gastos de Operación</b>		
<b>Gastos de Venta</b>		<b>\$ 11,986,521</b>
Publicidad	\$ 6,500,000	
Agua	\$ 3,934	
Salarios	\$ 4,973,157	

Energía Eléctrica	\$ 65,564	
Renta	\$ 347,288	
Teléfono e Internet	\$ 14,411	
Mantenimiento	\$ 82,167	
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 173,698</b>
Papelería y útiles	\$ 150,000	
Depreciacion	\$ 23,698	
<b>Total gastos de operación</b>		<b>\$ 12,160,219</b>
<b>Utilidad o Pérdida de la Operación</b>		<b>\$ 174,333,662</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 174,333,662</b>
<b>Impuesto Sobre la Renta</b>		<b>\$ 52,300,099</b>
<b>PTU</b>		<b>\$ 17,433,366</b>
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>		<b>\$ 104,600,197</b>

Tabla 83 ESTADO DE RESULTADOS 2024

ESTADO DE RESULTADOS		
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2024		
<b>Ventas</b>	\$ 312,300,677	
Costo de Ventas	<u>\$ 46,845,101</u>	
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 265,455,575</b>
<b>Gastos de Operación</b>		
<b>Gastos de Venta</b>		<b>\$ 12,756,498</b>
Publicidad	\$ 7,000,000	
Agua	\$ 4,052	
Salarios	\$ 5,221,815	
Energía Eléctrica	\$ 67,531	
Renta	\$ 364,652	
Teléfono e Internet	\$ 14,843	
Mantenimiento	\$ 83,605	
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 162,598</b>
Papelería y útiles	\$ 150,000	
Depreciacion	\$ 12,598	
<b>Total gastos de operación</b>		<b>\$ 12,919,096</b>
<b>Utilidad o Pérdida de la Operación</b>		<b>\$ 252,536,479</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>		<b>\$ 252,536,479</b>
<b>Impuesto Sobre la Renta</b>		<b>\$ 75,760,944</b>
<b>PTU</b>		<b>\$ 25,253,648</b>
<b>Utilidad Neta del Ejercicio</b>		<b>\$ 151,521,887</b>



### 5.12.1.-FLUJO DE EGRESOS.

Tabla 84 EGRESOS DEL FLUJO DE EFECTIVO 5 EJERCICIOS

EGRESOS DEL FLUJO DE EFECTIVO 5 EJERCICIOS					
EGRESOS					
COSTO VE VENTAS	\$ 7,557,639	\$ 13,055,068	\$ 19,972,061	\$ 32,547,529	\$ 46,845,101
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 352,420	\$ 339,377	\$ 195,898	\$ 195,898	\$ 195,898
GASTOS DE VENTA	\$ 9,594,266	\$ 10,339,414	\$ 11,229,308	\$ 11,986,521	\$ 12,756,498
ISR y PTU	\$ 23,156,576	\$ 33,547,724	\$ 48,893,589	\$ 69,724,585	\$101,001,271
INTERESES	\$ 32,137	\$ 9,618	\$ -	\$ -	\$ -
PAGO DE DEUDA	\$ 156,522	\$ 143,478	\$ -	\$ -	\$ -
<b>EGRESOS TOTAL</b>	<b>\$ 40,849,560</b>	<b>\$ 57,434,679</b>	<b>\$ 80,290,856</b>	<b>\$ 114,454,534</b>	<b>\$ 160,798,769</b>

### 5.12.2.- FLUJO DE EFECTIVO

Tabla 85 FLUJO DE EFECTIVO 5 EJERCICIOS

	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos	\$ 75,576,389.26	\$ 107,753,859.78	\$ 153,631,238.68	\$ 219,041,411.11	\$ 312,300,676.56
Egresos	<b>\$ 40,849,560.11</b>	<b>\$ 57,434,678.61</b>	<b>\$ 80,290,855.92</b>	<b>\$ 114,454,533.70</b>	<b>\$ 160,798,769.34</b>
Efectivo de operación	\$ 34,726,829.16	\$50,319,181.17	\$ 73,340,382.76	\$ 104,586,877.41	\$ 151,501,907.22
Saldo de caja/bancos	<u>\$ 125,266.18</u>	<u>\$ 34,852,095.34</u>	<u>\$ 85,171,276.51</u>	<u>\$ 158,511,659.27</u>	<u>\$ 263,098,536.68</u>
Efectivo de Ejercicio	\$ 34,852,095.34	\$ 85,171,276.51	\$ 158,511,659.27	\$ 263,098,536.68	\$ 414,600,443.90

### 5.13.- VALOR PRESENTE NETO

Todo proyecto empresarial debe analizarse de acuerdo a su viabilidad y a su rentabilidad, ésta última es la capacidad de generar dinero, cuando se forma una empresa, se invierte un cierto capital que es la inversión inicial y esperar una rentabilidad a través de los años, o

sea recuperar mayor dinero del que se invirtió, esta rentabilidad debe ser mayor que los intereses que, por ejemplo, los intereses que se obtienen por depositar la suma en un banco, esto se refiere a que no se invierte tiempo, preocupación y dedicación en crear una empresa, si invirtiendo en el banco se gana el mismo capital.

Ahora entonces, para analizar y evaluar la rentabilidad de un proyecto empresarial, existen dos herramientas muy útiles que son el Valor Presente Neto o Valor Actual Neto, y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Que a continuación se calcularán:

$$VAN: -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+r)^t}$$

A través de la fórmula anterior vamos a determinar el valor actual neto, o lo que es lo mismo el valor presente neto.

**I<sub>0</sub> = Inversión Inicial:** Este es el monto o valor de desembolso que la empresa hará en el momento inicial de efectuar la inversión, y que está representado en a la suma del activo fijo y del activo circulante. En este caso son 562375, en donde se engloba el préstamo bancario, la aportación de los socios, así como las licencias suministradas por los proveedores de software que se irán amortizando conforme pase el tiempo.

**n = Número de Periodos:** es el tiempo que dure el proyecto, en este caso 5

**F<sub>t</sub> = Flujos Netos de Efectivo:** representa la diferencia que existe entre los ingresos y los gastos que podrán ser calculados por la ejecución de un proyecto de inversión a lo largo de la vida útil.

**r = Tasa de descuento:** también conocida como costo o tasa de oportunidad. Es la tasa requerida sobre una inversión. Refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente.

Es necesario presentar el horizonte de planeación:

Tabla 86 **HORIZONTE DE PLANEACIÓN**

PERIODO	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>	\$75,576,389.26	\$ 107,753,859.78	\$153,631,238.68	\$219,041,411.11	\$312,300,676.56
<b>EGRESOS</b>	\$ 40,849,560.11	\$ 57,434,678.61	\$ 80,290,855.92	\$114,441,213.70	\$160,778,789.34

Activo Circulante: \$125266.18

Inversión Inicial: \$562,375.00

Activo Fijo: \$437,108.82

Tabla 87 **VALOR PRESENTE NETO**

TOT. INV.	\$ 562,375.00	TABLA DE VALOR PRESENTE NETO						
PERIODOS	FEAI S/I	FEAI C/I	Depreciación	I.G	ISR	FEDI C/I	FEDI S/I	VPN
0	-\$ 562,375.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	-\$ 562,375.00	-\$ 562,375.00
1	\$ 34,726,829.16	35334548.67	\$ 45,898.38	\$ 35,288,650.28	10586595.09	24747953.58	24322313.10	\$ 19,457,850.48
2	\$ 50,319,181.17	52095762.76	\$ 45,898.38	\$ 52,049,864.38	15614959.31	36480803.45	35853369.48	\$ 22,946,156.47
3	\$ 73,340,382.76	77258527.39	\$ 45,898.38	\$ 77,212,629.01	23163788.70	54094738.69	53164362.35	\$ 27,220,153.52
4	\$ 104,600,197.41	112116666.27	\$ 23,698.38	\$ 112,092,967.89	33627890.37	78488775.90	77138846.10	\$ 31,596,071.36
5	\$ 151,521,887.22	165252280.06	\$ 12,598.38	\$ 165,239,681.68	49571904.50	115680375.56	113690786.79	\$ 37,254,197.01
							<b>VPN</b>	<b>\$ 137,912,053.85</b>

<b>INFLACION</b>	1.75%
<b>ISR</b>	30%
<b>DEPRECIACION</b>	\$ 45,898.38
<b>TREMA</b>	25%

Con una rentabilidad acumulada de 25%, el sector de tecnología es uno de los más atractivos para 2019, de acuerdo con datos de Bloomberg, el Índice S&P 500 Information Technology, que agrupa acciones de ese sector, registra una ganancia de poco más de 24% durante los primeros meses del año. Sin duda, Facebook, Twitter, Google, Apple, Microsoft y Amazon son de las marcas más importantes de la industria.

El valor presente neto para los cinco ejercicios demuestra la rentabilidad del negocio, sin embargo, estas cifras van a depender en gran medida de la efectividad de la fuerza de ventas que son los Consumidores, y del incremento mensual de sus ventas en al menos un 3%, que superen las cincuenta ventas durante el primer mes, además de la efectividad de la inversión que se hará en publicidad, de manera que los consultores tengan una forma de convencer a los dueños de los negocios, a través de reconocer la marca derivado de la gran difusión que se espera resulte de la fuerte inversión para lograrlo, esto además, contribuirá a una gran descarga de número de aplicaciones móviles, que será otra herramienta que el consultor va a ocupar para demostrar el rendimiento que tendrá el mismo dueño del comercio por contratar los servicios de la empresa.

## 5.14.- PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 88 PUNTO DE EQUILIBRIO 2020

Costos	1 a 50	51 a 200	201 a 400	401 a 550	551 a 700
% de participación	15.70%	15.70%	15.70%	15.70%	9.75%
Unidades a vender	16463	16463	16463	16463	20233
<b>Costo Variable Unitario</b>	39.9	49.9	59.9	70	80
<b>Costos Fijos Totales</b>	1586203.67	1586203.67	1586203.67	1586203.67	985062.79
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	399	499	599	700	800
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	359.1	449.1	539.1	630	720
<b>Punto de Equilibrio</b>	4417	3532	2942	2518	1368
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	56.38	70.51	84.64	98.91	70.20

Costos	701 a 850	851 a 1000	1001 a 1200	1201 a 1500
% de participación	9.75%	5.90%	5.90%	5.90%
Unidades a vender	20233	21245	21245	21245
<b>Costo Variable Unitario</b>	90	100	115	140
<b>Costos Fijos Totales</b>	985062.79	596089.278	596089.278	596089.278
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	900	1000	1150	1400
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	810	900	1035	1260
<b>Punto de Equilibrio</b>	1216	662	576	473
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	78.98	53.10	61.07	74.34

**Fuente:** Elaboración propia con base en pronósticos de venta de los servicios, presupuesto costo de los productos.

Tabla 89 PUNTO DE EQUILIBRIO 2021

<b>Costos</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
<b>% de participación</b>	15.70%	15.70%	15.70%	15.70%	9.75%
<b>Unidades a vender</b>	23472	23472	23472	23472	14670
<b>Costo Variable Unitario</b>	47.88	59.88	71.88	84	96
<b>Costos Fijos Totales</b>	1699096.17	1699096.17	1699096.17	1699096.17	1055171.19
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	399	499	599	700	800
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	351.12	439.12	527.12	616	704
<b>Punto de Equilibrio</b>	4839	3869	3223	2758	1499
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	55.13	68.94	82.76	96.71	68.64

<b>Costos</b>	<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>
<b>% de participación</b>	9.75%	5.90%	5.90%	5.90%
<b>Unidades a vender</b>	14670	8802	8802	8802
<b>Costo Variable Unitario</b>	108	120	138	168
<b>Costos Fijos Totales</b>	1055171.19	638513.847	638513.847	638513.847
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	900	1000	1150	1400
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	792	880	1012	1232
<b>Punto de Equilibrio</b>	1332	726	631	518
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	77.22	51.92	59.71	72.69

**Fuente:** Elaboración propia con base a pronósticos de venta de los servicios, presupuesto costo de los productos

Tabla 90 **PUNTO DE EQUILIBRIO 2022**

<b>Costos</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
<b>% de participación</b>	15.70%	15.70%	15.70%	15.70%	9.75%
<b>Unidades a vender</b>	33465	33465	33465	33465	20916
<b>Costo Variable Unitario</b>	51.87	64.87	77.87	91	104
<b>Costos Fijos Totales</b>	1793757.4	1793757.4	1793757.4	1793757.4	1113957.62
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	399	499	599	700	800
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	347.13	434.13	521.13	609	696
<b>Punto de Equilibrio</b>	5167	4132	3442	2945	1601
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	54.50	68.16	81.82	95.61	67.86

<b>Costos</b>	<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>
<b>% de participación</b>	9.75%	5.90%	5.90%	5.90%
<b>Unidades a vender</b>	20916	12550	12550	12550
<b>Costo Variable Unitario</b>	117	130	149.5	182
<b>Costos Fijos Totales</b>	1113957.62	674087.178	674087.178	674087.178
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	900	1000	1150	1400
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	783	870	1000.5	1218
<b>Punto de Equilibrio</b>	1423	775	674	553
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	76.34	51.33	59.03	71.86

**Fuente:** Elaboración propia con base a pronósticos de venta de los servicios, presupuesto costo de los productos.

Tabla 91 **PUNTO DE EQUILIBRIO 2023**

<b>Costos</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
<b>% de participación</b>	15.70%	15.70%	15.70%	15.70%	9.75%
<b>Unidades a vender</b>	47714	47714	47714	47714	29821
<b>Costo Variable Unitario</b>	59.85	74.85	89.85	105	120
<b>Costos Fijos Totales</b>	1909154.45	1909154.45	1909154.45	1909154.45	1185621.39
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	399	499	599	700	800
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	339.15	424.15	509.15	595	680
<b>Punto de Equilibrio</b>	5629	4501	3750	3209	1744
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	53.25	66.59	79.94	93.42	66.30

<b>Costos</b>	<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>
<b>% de participación</b>	9.75%	5.90%	5.90%	5.90%
<b>Unidades a vender</b>	29821	17893	17893	17893
<b>Costo Variable Unitario</b>	135	150	172.5	210
<b>Costos Fijos Totales</b>	1185621.39	717452.945	717452.945	717452.945
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	900	1000	1150	1400
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	765	850	977.5	1190
<b>Punto de Equilibrio</b>	1550	844	734	603
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	74.59	50.15	57.67	70.21

Fuente: Elaboración propia con base a pronósticos de venta de los servicios, presupuesto costo de los productos



Tabla 92 PUNTO DE EQUILIBRIO 2024

<b>Costos</b>	<b>1 a 50</b>	<b>51 a 200</b>	<b>201 a 400</b>	<b>401 a 550</b>	<b>551 a 700</b>
<b>% de participación</b>	15.70%	15.70%	15.70%	15.70%	9.75%
<b>Unidades a vender</b>	68028	68028	68028	68028	42518
<b>Costo Variable Unitario</b>	59.85	74.85	89.85	105	120
<b>Costos Fijos Totales</b>	2028298.13	2028298.13	2028298.13	2028298.13	1259611.9
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	399	499	599	700	800
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	339.15	424.15	509.15	595	680
<b>Punto de Equilibrio</b>	5981	4782	3984	3409	1852
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	53.25	66.59	79.94	93.42	66.30

<b>Costos</b>	<b>701 a 850</b>	<b>851 a 1000</b>	<b>1001 a 1200</b>	<b>1201 a 1500</b>
<b>% de participación</b>	9.75%	5.90%	5.90%	5.90%
<b>Unidades a vender</b>	42518	25511	25511	25511
<b>Costo Variable Unitario</b>	135	150	172.5	210
<b>Costos Fijos Totales</b>	1259611.90	762226.68	762226.68	762226.68
<b>Precio de Venta por Unidad</b>	900	1000	1150	1400
<b>Margen de Contribución Unitario</b>	765	850	977.5	1190
<b>Punto de Equilibrio</b>	1647	897	780	641
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	74.59	50.15	57.67	70.21

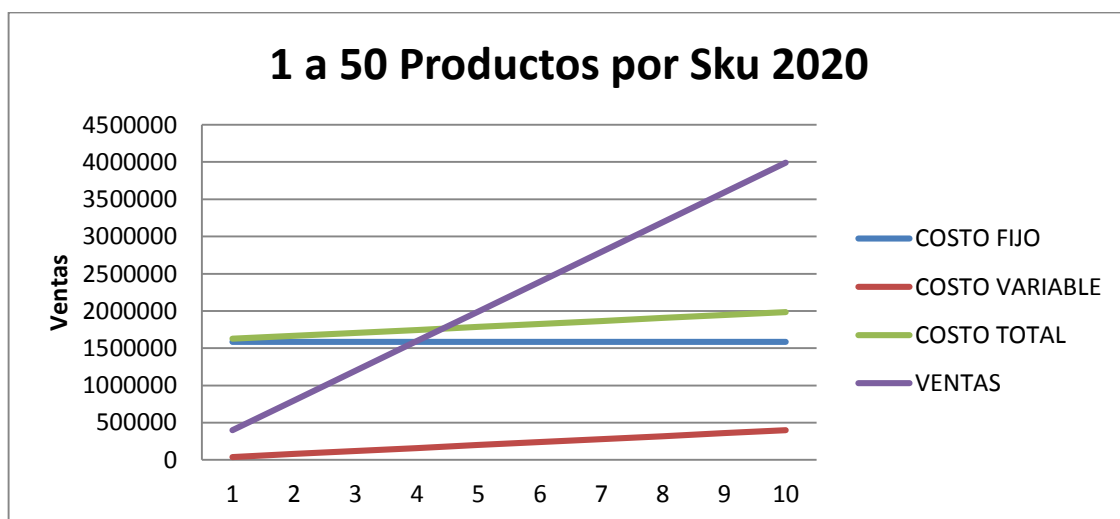
**Fuente:** Elaboración propia con base a pronósticos de venta de los servicios, presupuesto costo de los productos

## 5.15.- GRÁFICA PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 93 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 1 A 50 PRODUCTOS

1 A 50 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	1586203.67
Precio	399
Costo Variable	39.9
Punto de Equilibrio	4417
Utilidades	359.1

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
1000	1586203.67	39900	1626103.672	399000
2000	1586203.67	79800	1666003.672	798000
3000	1586203.67	119700	1705903.672	1197000
4000	1586203.67	159600	1745803.672	1596000
5000	1586203.67	199500	1785703.672	1995000
6000	1586203.67	239400	1825603.672	2394000
7000	1586203.67	279300	1865503.672	2793000
8000	1586203.67	319200	1905403.672	3192000
9000	1586203.67	359100	1945303.672	3591000
10000	1586203.67	399000	1985203.672	3990000

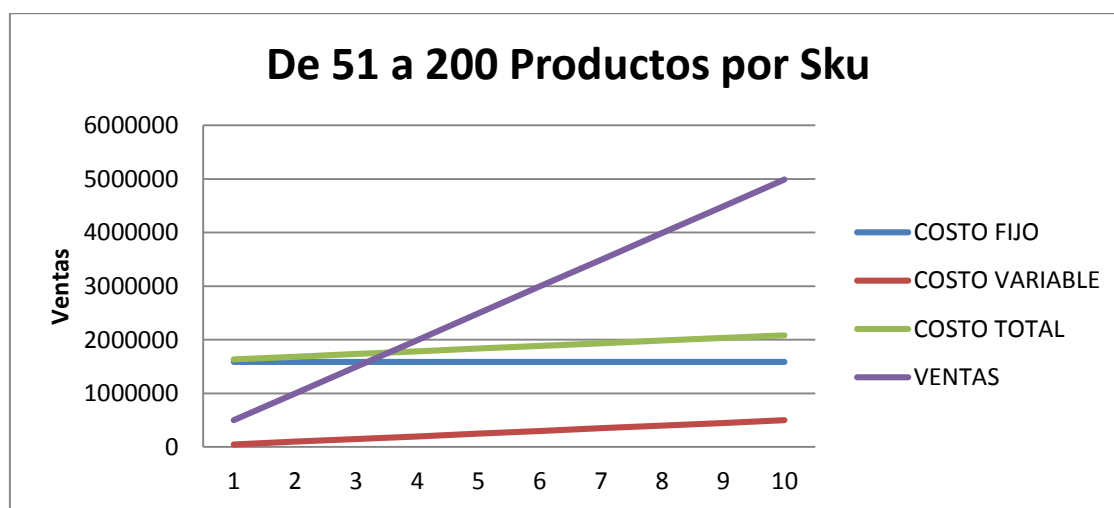


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 94 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 51 A 200 PRODUCTOS

51 A 200 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	1586203.67
Precio	499
Costo Variable	49.9
Punto de Equilibrio	3532
Utilidades	449.1

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
1000	1586203.67	49900	1636103.672	499000
2000	1586203.67	99800	1686003.672	998000
3000	1586203.67	149700	1735903.672	1497000
4000	1586203.67	199600	1785803.672	1996000
5000	1586203.67	249500	1835703.672	2495000
6000	1586203.67	299400	1885603.672	2994000
7000	1586203.67	349300	1935503.672	3493000
8000	1586203.67	399200	1985403.672	3992000
9000	1586203.67	449100	2035303.672	4491000
10000	1586203.67	499000	2085203.672	4990000

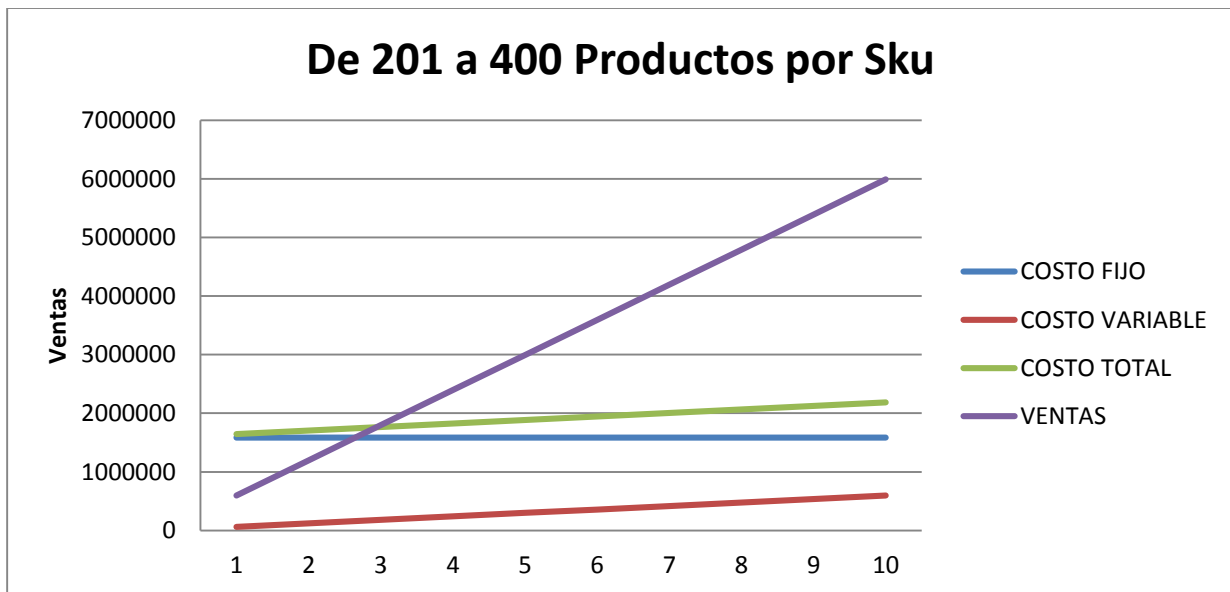


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 95 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 201 A 400 PRODUCTOS

201 A 400 PRODUCTOS POR SKU	
<b>Costo Fijo</b>	1586203.67
<b>Precio</b>	599
<b>Costo Variable</b>	59.9
<b>Punto de Equilibrio</b>	2942
<b>Utilidades</b>	539.1

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
1000	1586203.67	59900	1646103.672	599000
2000	1586203.67	119800	1706003.672	1198000
3000	1586203.67	179700	1765903.672	1797000
4000	1586203.67	239600	1825803.672	2396000
5000	1586203.67	299500	1885703.672	2995000
6000	1586203.67	359400	1945603.672	3594000
7000	1586203.67	419300	2005503.672	4193000
8000	1586203.67	479200	2065403.672	4792000
9000	1586203.67	539100	2125303.672	5391000
10000	1586203.67	599000	2185203.672	5990000

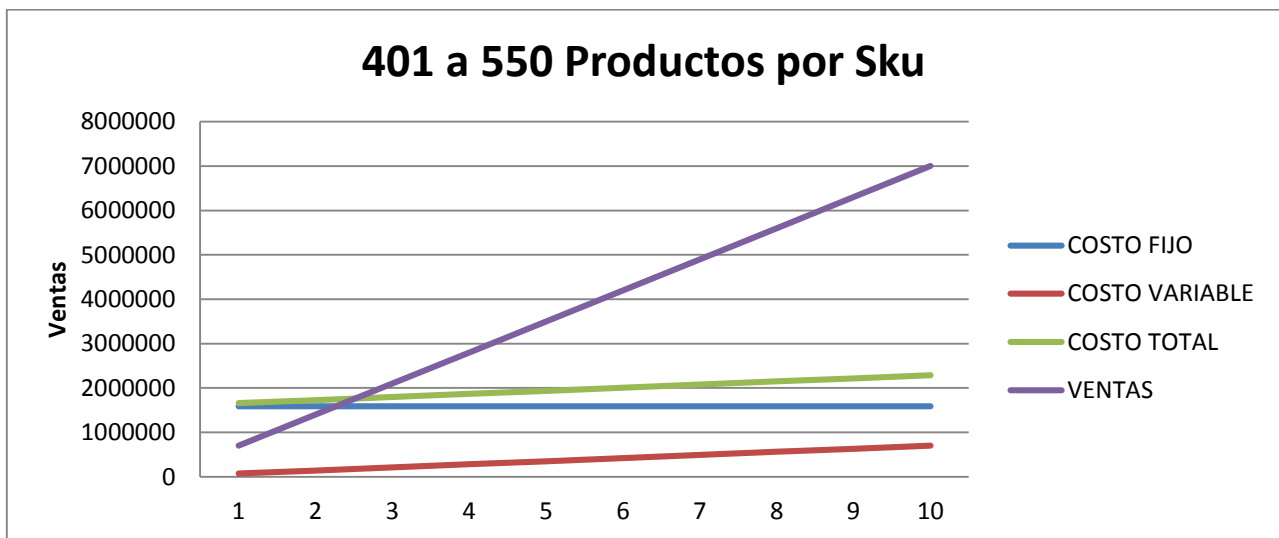


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 96 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 401 A 550 PRODUCTOS

401 A 550 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	1586203.67
Precio	700
Costo Variable	70
Punto de Equilibrio	2518
Utilidades	630

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
1000	1586203.67	70000	1656203.672	700000
2000	1586203.67	140000	1726203.672	1400000
3000	1586203.67	210000	1796203.672	2100000
4000	1586203.67	280000	1866203.672	2800000
5000	1586203.67	350000	1936203.672	3500000
6000	1586203.67	420000	2006203.672	4200000
7000	1586203.67	490000	2076203.672	4900000
8000	1586203.67	560000	2146203.672	5600000
9000	1586203.67	630000	2216203.672	6300000
10000	1586203.67	700000	2286203.672	7000000

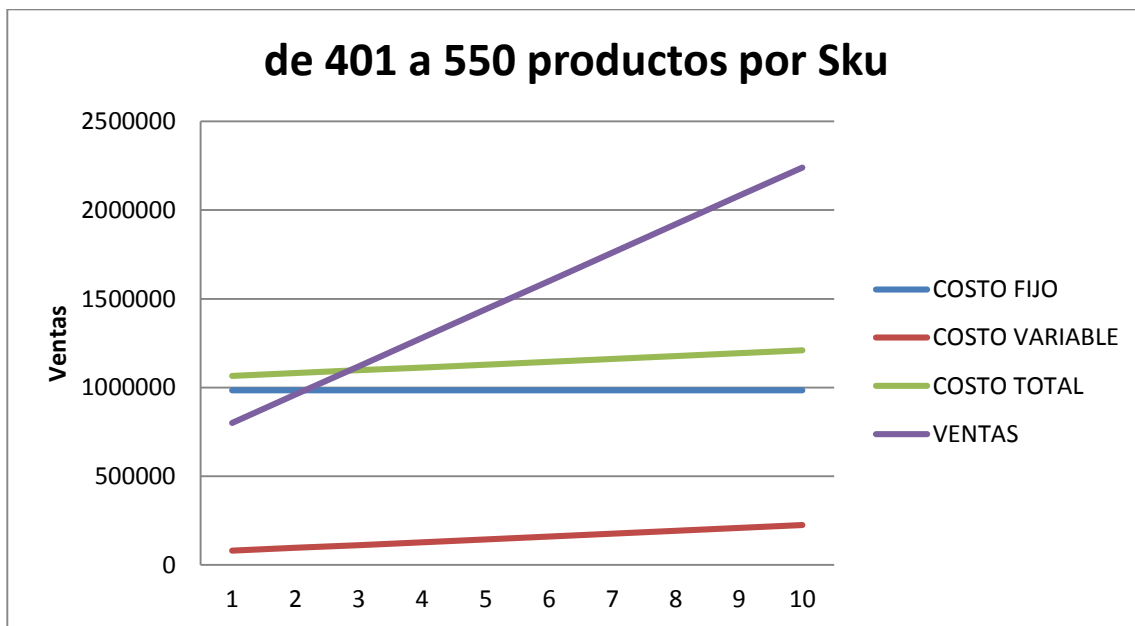


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 97 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 551 A 700 PRODUCTOS

551 A 700 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	985062.79
Precio	800
Costo Variable	80
Punto de Equilibrio	1368
Utilidades	720

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
1000	985062.79	80000	1065062.79	800000
1200	985062.79	96000	1081062.79	960000
1400	985062.79	112000	1097062.79	1120000
1600	985062.79	128000	1113062.79	1280000
1800	985062.79	144000	1129062.79	1440000
2000	985062.79	160000	1145062.79	1600000
2200	985062.79	176000	1161062.79	1760000
2400	985062.79	192000	1177062.79	1920000
2600	985062.79	208000	1193062.79	2080000
2800	985062.79	224000	1209062.79	2240000

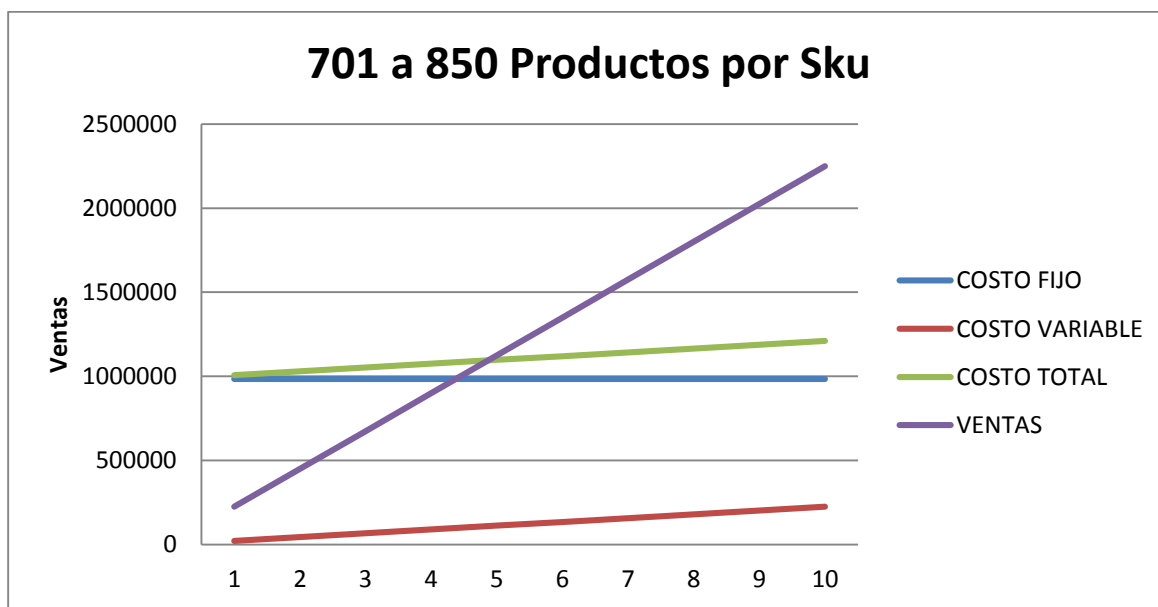


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 98 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 701 A 850 PRODUCTOS

701 A 850 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	985062.79
Precio	900
Costo Variable	90
Punto de Equilibrio	1216
Utilidades	810

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
250	985062.79	22500	1007562.79	225000
500	985062.79	45000	1030062.79	450000
750	985062.79	67500	1052562.79	675000
1000	985062.79	90000	1075062.79	900000
1250	985062.79	112500	1097562.79	1125000
1500	985062.79	135000	1120062.79	1350000
1750	985062.79	157500	1142562.79	1575000
2000	985062.79	180000	1165062.79	1800000
2250	985062.79	202500	1187562.79	2025000
2500	985062.79	225000	1210062.79	2250000

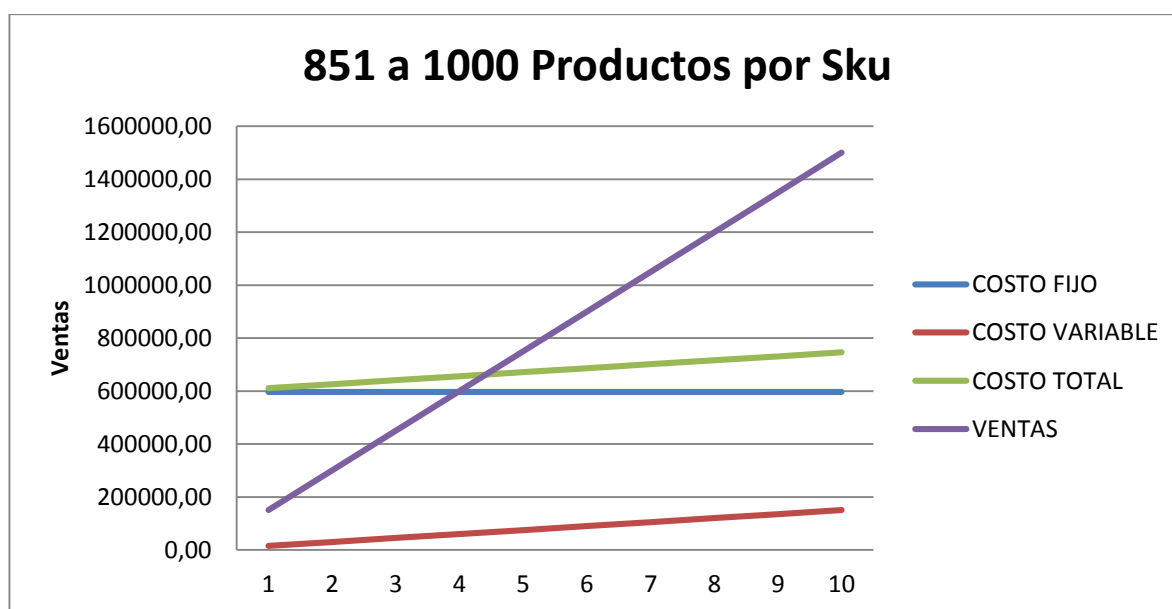


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 99 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 851 A 1000 PRODUCTOS

851 A 1000 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	596089.278
Precio	1000
Costo Variable	100
Punto de Equilibrio	662
Utilidades	900

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
150	596089.28	15000	611089.28	150000
300	596089.28	30000	626089.28	300000
450	596089.28	45000	641089.28	450000
600	596089.28	60000	656089.28	600000
750	596089.28	75000	671089.28	750000
900	596089.28	90000	686089.28	900000
1050	596089.28	105000	701089.28	1050000
1200	596089.28	120000	716089.28	1200000
1350	596089.28	135000	731089.28	1350000
1500	596089.28	150000	746089.28	1500000



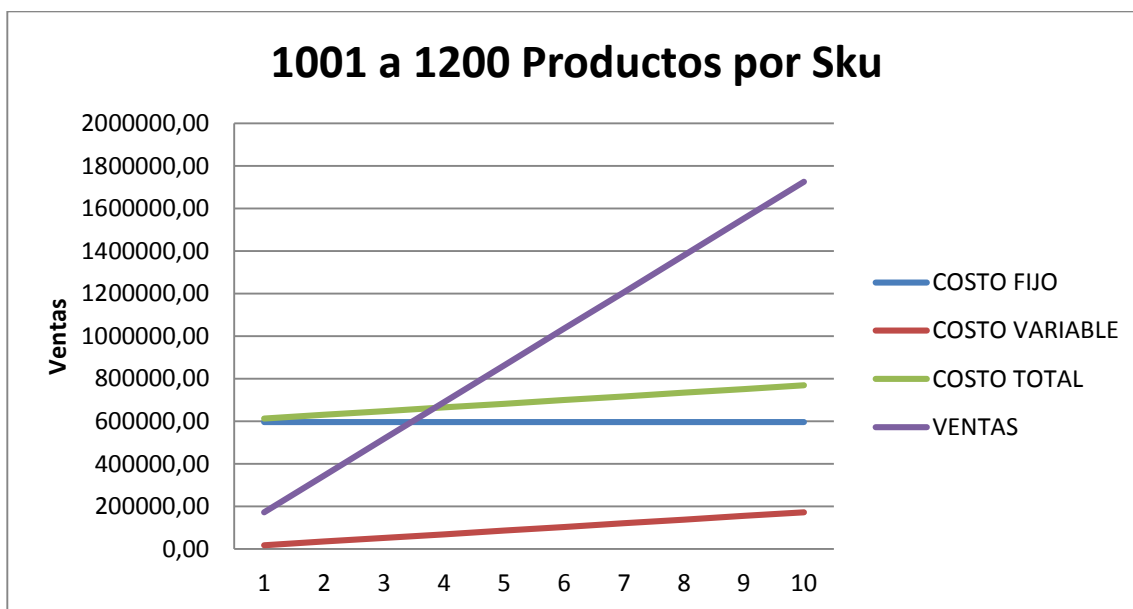
Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.



Tabla 100 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 1001 A 1200 PRODUCTOS

1001 A 1200 PRODUCTOS POR SKU	
<b>Costo Fijo</b>	596089.28
<b>Precio</b>	1150
<b>Costo Variable</b>	115
<b>Punto de Equilibrio</b>	576
<b>Utilidades</b>	1035

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
150	596089.28	17250	613339.28	172500
300	596089.28	34500	630589.28	345000
450	596089.28	51750	647839.28	517500
600	596089.28	69000	665089.28	690000
750	596089.28	86250	682339.28	862500
900	596089.28	103500	699589.28	1035000
1050	596089.28	120750	716839.28	1207500
1200	596089.28	138000	734089.28	1380000
1350	596089.28	155250	751339.28	1552500
1500	596089.28	172500	768589.28	1725000

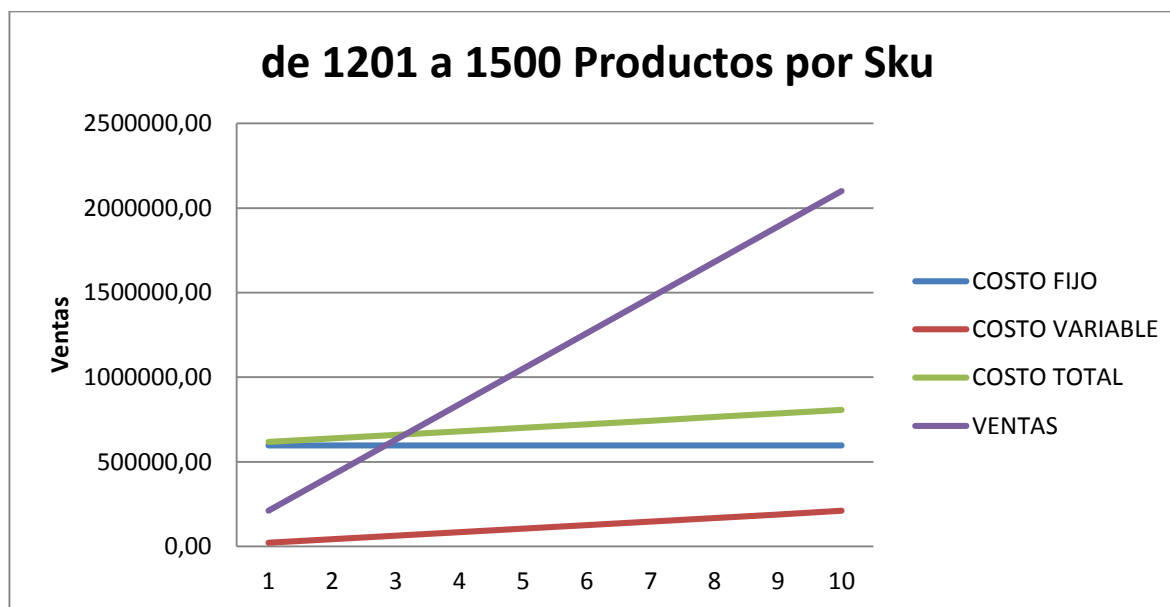


Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

Tabla 101 PUNTO DE EQUILIBRIO SERVICIO 1201 A 1500 PRODUCTOS

1201 A 1500 PRODUCTOS POR SKU	
Costo Fijo	596089.28
Precio	1400
Costo Variable	140
Punto de Equilibrio	473
Utilidades	1260

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	VENTAS
150	596089.28	21000	617089.28	210000
300	596089.28	42000	638089.28	420000
450	596089.28	63000	659089.28	630000
600	596089.28	84000	680089.28	840000
750	596089.28	105000	701089.28	1050000
900	596089.28	126000	722089.28	1260000
1050	596089.28	147000	743089.28	1470000
1200	596089.28	168000	764089.28	1680000
1350	596089.28	189000	785089.28	1890000
1500	596089.28	210000	806089.28	2100000



Fuente: Elaboración Propia con base en punto de equilibrio.

## 5.16.- RAZONES FINANCIERAS

<b>1</b>	<b>Razón de apalancamiento</b>	=	Deuda total	=	\$ 447,375	80%
			<u>Activos totales</u>		<u>\$ 562,375.00</u>	

El 80% de la empresa se encuentra a sido financiada por personas ajenas a la entidad es decir acreedores.

<b>2</b>	<b>Rotación de Activo Fijo</b>	=	Ventas	=	\$ 75,576,389	323.34
			<u>Activo Fijo</u>		<u>\$ 233,734</u>	

Vendo \$ 323 por cada \$1.00 que tengo en activo fijo

<b>3</b>	<b>Grado de contribucion</b>	=	Costo de ventas	=	\$ 7,557,639	0.10
			<u>Ventas</u>		<u>\$ 75,576,389</u>	

\$ .10 centavos nos cuesta producir una unidad

<b>4</b>	<b>Proporción del AC al PC</b>	=	AC	=	\$ 125,266.18	0.85
			<u>PC</u>		<u>\$ 147,375</u>	

Por cada \$.85 centavos que tengo debo \$1.00

<b>5</b>	<b>Margen de Utilidad</b>	=	Utilidad Neta Desp. De Impuestos	=	\$ 34,726,829	0.46
			<u>Ventas</u>		<u>\$ 75,576,389</u>	

Por cada \$1.00 tenemos de ganancia \$.46 centavos

<b>6</b>	<b>Rendimiento Sobre AT</b>	=	Utilidad Neta Desp. De Impuestos	=	\$ 34,726,829	61.75
			<u>Activo Total</u>		<u>\$ 562,375</u>	

Por cada \$1.00 tenemos en activo tenemos una ganancia \$62 pesos

## CAPÍTULO 6

### MARCO LEGAL DE LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

#### 6.1.- CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

El capítulo quinto de la Ley General de Sociedades Mercantiles, analiza la figura y elementos propios de la sociedad anónima, mismo capítulo que se irá estudiando conforme se avance en la presente investigación, en este momento corresponde analizar el artículo 87 de dicho ordenamiento que establece:

*Artículo 87.- Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.*

para poder proceder a la constitución de una de estas sociedades mercantiles, es indispensable que se cubran con los cuatro rubros del artículo 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, que son:

- I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;*
- II.- Que el contrato social establezca el monto mínimo del capital social y que esté íntegramente suscrito;*
- III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y*
- IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.*

Estos son parámetros que deben ser considerados antes de presentarse ante el Notario Público, o Corredor Público o por suscripción pública, ya que son elementos básicos para la constitución de la sociedad anónima. Cabe señalar que se hizo una modificación al primer inciso de este artículo de la Ley General de Sociedades Mercantiles, pues la legislación mercantil antes de la nueva redacción exigía un mínimo de cinco miembros para constituir

este tipo de sociedad anónima, siendo reducido a dos en el texto de ley vigente. Los demás requisitos señalados en el citado artículo hacen alusión a la forma en que debe ser integrado el capital social, la responsabilidad de los socios en la sociedad anónima es limitada, el patrimonio de los socios no queda expuesto a los terceros acreedores de la sociedad, debido al límite que se tiene determinado por el monto de sus acciones. Esta es una sociedad de capital, ya que las aportaciones de los socios van a formar parte del capital social

## **6.2.- MODELO DE CONTRATO DE COMISIÓN.**

El comisionista es la persona encargada de ejecutar los negocios en nombre propio, pero por cuenta del comitente según lo establecido en el código de comercio. El contrato de comisión es consensual y no necesita estar escrito para ser válido. Se entiende que el comisionista ha aceptado tácitamente la comisión si ejecuta alguna gestión en el desempeño del encargo que le hizo el comitente. El contrato debe ser ejecutado con buena fe y las obligaciones y derechos principales son:

Por el comitente:

- a) Pagar la comisión.
- b) Derecho a revocar la comisión en cualquier momento, quedando obligado solo por las gestiones practicadas antes de comunicar la revocación.

Por el comisionista:

- a) Si se acuerda provisionar fondos, puede no iniciar el encargo mientras no se los ingresen.
- b) Rendir cuentas económicas.
- c) Prohibición de proceder contra disposición expresa del comitente, desviar fondos para fines distintos, la demora en la cobranza o comprar a precios más onerosos que los de mercado.

- d) Obligación de comunicar las noticias que afecten a la negociación.
- e) Prohibición de delegar salvo pacto en contrario.
- f) Prohibición de hacer de contrapartida en beneficio propio de lo que el comitente quiera comprar o vender.
- g) Prohibición de vender fiado o a plazos sin autorización del comitente.

El salario, denominado comisión, según el artículo 286 de la LFT, se cubrirá a través de una prima sobre mercancía vendida o colocada, el monto de las comisiones se pacta en el contrato, así como la falta de pago de las comisiones puede motivar la rescisión de la relación de trabajo con responsabilidad para la empresa.

### **6.3. OBLIGACIONES DE TIPO FISCAL DEL NEGOCIO DE ACUERDO A SU FORMA LEGAL.**

De acuerdo con el SAT, la actividad empresaria la realizar será por medio del régimen General de Personas Morales. Para inscribir la empresa en el RFC se necesita iniciar el trámite a través de internet y concluirlo en cualquier Administración Desconcentrada de Servicios al Contribuyente dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud. Para acudir a la Administración Desconcentrada es necesario acudir con los siguientes documentos:

- Copia certificada del documento constitutivo debidamente protocolizado.
- Comprobante de domicilio
- Identificación personal
- Número de folio asignado que se le proporcionó al realizar el envío de su preinscripción
- Copia certificada del poder notarial en donde se acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.

Al finalizar el trámite de inscripción la empresa recibirá los siguientes documentos:

1. Copia de la solicitud de inscripción
2. Cédula de identificación fiscal o Constancia de registro
3. Guía de obligaciones
4. Acuse de inscripción al RFC

Ya que los ingresos de la empresa exceden de cuatro millones de pesos, se debe llevar la contabilidad en sistemas electrónicos con la capacidad de generar archivos en formato XML. En este régimen además de las obligaciones que ya se mencionaron como son: llevar contabilidad, expedir comprobantes, presentar declaraciones de impuestos mensuales y anual e informativas también se debe cumplir las siguientes obligaciones:

1. Formular un estado de posición financiera y levantar inventario de existencias al 31 de diciembre de cada año.
2. Efectuar retenciones. Se deberá efectuar la retención del impuesto sobre la renta cuando se paguen sueldos o salarios a trabajadores, y en su caso, entregarles en efectivo las cantidades que resulten a su favor por concepto de crédito al salario.
3. Expedir constancias. Si tienes trabajadores deberás entregarles constancia de las percepciones que les pagues y las retenciones que les efectúes, a más tardar en el mes de febrero de cada año.
4. Llevar un registro específico de las inversiones por las que se tomó la opción de deducción inmediata.
5. Calcular en la Declaración Anual del impuesto sobre la renta, la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa (PTU).

6. Presentar Declaración Informativa de Operaciones con Terceros DIOT, proporcionando mensualmente al Servicio de Administración Tributaria (SAT) información sobre las operaciones con tus proveedores.

#### **6.4. OBLIGACIONES DE TIPO LABORAL QUE ADQUIERE EL NEGOCIO DE ACUERDO A SU FORMA LEGAL.**

Inscribir la empresa en la Seguridad Social: obliga a toda persona física o jurídica que emplee trabajadores por cuenta ajena. Cobertura: debes seleccionar además una entidad aseguradora que cubra las enfermedades de trabajo o accidentes laborales. Existen dos posibilidades, optar por el Instituto Nacional de la Seguridad Social, o bien por una Mutua de Accidentes. Afiliación y alta de los trabajadores en la Seguridad Social: hablamos de la inscripción, única y de por vida, de un trabajador al comienzo de su actividad profesional. La empresa debe disponer además de un 'libro de matrícula de personal' donde consten todas las altas y bajas en su equipo.

Comunicación de apertura: en la Delegación Provincial de Trabajo. Un mes de plazo desde el inicio de la actividad, entre los trámites necesarios para cumplir con las obligaciones laborales del negocio se encuentran:

- Los establecidos en la Ley federal del trabajo.
- Contratos individuales de trabajo
- Reglamento interior de trabajo
- Reparto de utilidades
- Alta al INFONAVIT
- Alta al IMSS
- Fondo de retiro



## **6.5.- TRÁMITES PARA INICIO DEL PROYECTO**

### **6.5.1. INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES**

Descripción: Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de las obligaciones fiscales correspondientes.

Gestión: Administración Local de Recaudación, en los Módulos de Atención Fiscal, en los Módulos de Recepción de Trámites Fiscales y a través del Buzón Fiscal; información al contribuyente México, D.F. Lada (55) Tel. 01 80 04 63 67 28

Respuesta: Desde la respuesta inmediata hasta 3 días hábiles

Vigencia: Indefinida.

Formato: R1 / Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con CURP con el anexo correspondiente.

Costo: Gratuito.

### **6.5.2. DECLARACIÓN DE APERTURA**

Descripción: Trámite para obtener el documento con el que deberán contar los titulares de establecimientos, cuyo giro no requiere de licencia de funcionamiento para su operación, mismo que puede presentar por Internet en <http://www.apertura.df.gob.mx> Cabe señalar que para poder realizar este trámite es necesario contar con el Certificado de Zonificación.

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del D.F. México, D.F. (de 9:00 Hrs. a 14:00 Hrs.)  
Ventanilla Única de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F.  
Lada (55) Tel. 55 36 90 40 ext. 146 (de 9:00 Hrs. a 15:00 Hrs.)

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: Indefinida.

Formato: VU-EM-06 Declaración de Apertura. Para establecimiento mercantil vía Internet

Costo: Gratuito.

### **6.5.3. REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT**

Descripción: El Patrón deberá registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante el INFONAVIT Y SAR.

Gestión: Subdelegaciones/ México, D.F. Lada (55) Tel. 52 41 02 45 (de 9:00 Hrs. a 14:00 Hrs.)

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Aviso de inscripción patronal AFIL01 Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo SSRT01003 Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno) AFIL02; clem 01.

Costo: Gratuito.

### **6.5.4. AUTORIZACIÓN DEL PROGRAMA INTERNO DE PROTECCIÓN CIVIL**

Descripción: Tramite mediante el cual se define las acciones destinadas a la salvaguardia de la integridad física de los empleados y de las personas que concurran al estacionamiento.

Gestión: Dirección General de protección Civil Ventanilla única de cada delegación Horario de atención de 9 Hrs. a 14:00 Hrs. de Lunes a Viernes

Respuesta: 30 días.

Vigencia: Indefinida.

Formato: PC-02

Costo: Gratuito.

#### **6.5.5. ACTA DE INTEGRACIÓN A LA COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO**

Descripción: Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

Gestión: Dirección General de Seguridad e Higiene en el Trabajo / Valencia No 36 Col. Insurgentes y Mixcoac México, D.F. Lada (55) 30 00 35 00 (de 8:30 Hrs. a 14:30 Hrs.)

Respuesta: No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Escrito libre

Costo: Gratuito.

#### **6.5.6. ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)**

Descripción: Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

Gestión: Cámara correspondiente de acuerdo a las actividades que realiza. Mayor Información al Tel. 01 800 410 2000

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: 1 año (revalidación anual).

Formato: Escrito libre

Costo: Comercio Pequeño Hasta 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Comercio al por Mayor y Servicios Hasta 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00 Industrial Hasta 2 empleados \$150.00, 3 a 5 \$350.00, 6 o más \$670.00 pesos.

## CAPÍTULO 7

### CONCLUSIONES.

A través del presente trabajo, se ha podido presentar un proyecto para la creación de una empresa ubicada en la industria del desarrollo de aplicaciones móviles, así como de desarrollo web, mediante el desarrollo del análisis, tanto del mercado, técnico y financiero, se ha demostrado que se tienen los recursos necesarios para dar comienzo a las operaciones que la empresa tiene por objetivo, y entre las principales conclusiones a las que se ha llegado están:

1. La industria de la tecnología está en pleno crecimiento, los modelos de negocios ahora deben tener por lo menos un plan de mercadotecnia de redes sociales que contemple a toda esa población que ha adherido a su vida cotidiana la tecnología.
2. En esta era digital la movilidad y el internet abren posibilidades ilimitadas para conectar a las personas con los negocios, dentro de este entorno las aplicaciones móviles nos permiten evolucionar, innovando y haciendo más eficiente los procesos y tareas.
3. A través de la aplicación móvil de Hormik, las empresas pueden ofrecer contenido de valor, gestionar y administrar información o generar interacción desde cualquier dispositivo.
4. El presente modelo de negocio es híbrida, es decir, aplicación nativa que utiliza las funciones del dispositivo y se descarga desde las tiendas de aplicaciones, y web apps que no se instalan en el celular, y se utilizan desde un navegador web.
5. La aplicación móvil va a permitir a las empresas estar disponible para los clientes en todo momento, incluso si ellos no tienen acceso a internet, además de que le ofrece una ventaja competitiva, así como la posibilidad de reducir costos operativos.

6. En el mundo de los negocios, ya no es una tendencia, sino que se ha convertido en una verdadera necesidad para los negocios que quieren diferenciarse de su competencia, como consumidores utilizamos todos los días aplicaciones móviles para comunicarnos, informarnos, trabajar y en tiempos de ocio.
7. Para los empresarios, la aplicación de Hormik permitirá optimizar los procesos de su negocio, ampliar la presencia de la marca, y mejorar la experiencia de los consumidores entre otros muchos beneficios, tomando en cuenta que las empresas siempre se encuentran en búsqueda de formas de crear valor agregado y diferenciadores para sus negocios.
8. Incluso la misma banca privada cada vez más hace uso de sus aplicaciones móviles para incluso hacer transferencias de efectivo, he ahí la confianza que se le ha dado al usuario del dispositivo móvil.
9. Derivado del análisis financiero brindado tanto por las proyecciones, como por las razones financieras a través de los datos de los estados financieros, queda demostrado que el proyecto se basa en obtener principalmente el financiamiento de terceros por la cantidad establecida en el estado proforma, esto se traduce que durante los primeros meses la empresa debe enfocarse en pagar sus pasivos, además de contemplar los gastos administrativos, sacrificando de alguna manera las utilidades durante los primeros meses, sin embargo, se prevé que para el inicio del tercer ejercicio fiscal, quede amortizada dicha deuda, de modo que se puedan comenzar a presentar utilidades mucho más significativas. Cabe aclarar que el proyecto se basa en el éxito que tengan los promotores de las aplicaciones, debido a esto se le debe dar la debida importancia a esta figura y brindarles de capacitación suficiente, así como de mantener un programa motivacional que los impulse a seguir consiguiendo contratos con las Hormik shops.

## CAPÍTULO 8

### FUENTES DE INFORMACION CONSULTADAS.

#### Bibliografía

1. **Hernández Sampieri, Roberto**, “Metodología de la Investigación”; México, Editorial McGraw Hill, 2016, 19na Edición, P.91.
2. **Frans Doorman, Elizabeth**, “Estudio de la Investigación Científica”; México, Editorial Themis, 2010, 4ta Edición, P.106
3. **Ario Garza, Felipe**, “Elementos del análisis de la investigación”; México, 2007, Editorial Pearson Education, P.71.
4. **Galicia Domínguez, Alberto**, “Metodología de la Investigación”; México, 2012, Editorial McGraw Hill, P.46.
5. **Bautista Lucio, Pilar**, “Análisis probabilístico de la recolección de datos”; México, 2009, Editorial Themis, P.94.
6. **Jamaica González, F.M.**, *Los beneficios de la Capacitación, y el desarrollo el personal de las pequeñas empresas*, Bogotá, 2015, Universidad Militar Nueva Granada, P.9.
7. **Lusthaus, Charles**, *Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el desempeño*, México, 2016, IDRC, P.53.
8. **Lastra, A.**, *El poder del Prosumidor. Identificación de sus necesidades y persecución en la producción audio visual transmedia*,. México, 2015, Icono, P.76.

## Cibergrafía

1. El UNIVERSAL, E-Commerce puede crecer 10 veces: AMVO, Ciudad de México, 2019, [S.P.], <<https://www.eluniversal.com.mx/cartera/e-commerce-puede-crecer-10-veces-amvo>>, (abril de 2019).
2. Asociación de Internet.mx, *Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018*, Ciudad de México, 2018, P.4, <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet>>, (25/11/2018).
3. The Competitive Intelligence Unit (CIU), *Dinamismo en el Mercado de Smartphones en México 2017*, Ciudad de México, 2017, [S.P.], <<https://www.theciu.com/publicaciones-2/2017/10/6/dinamismo-en-el-mercado-de-smartphones-en-mxico-2t17>> (02/12/2018).
4. Asociación de Internet.mx, *Estudio de Comercio Electrónico en México 2018*, Ciudad de México, 2018, P.6, <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/orderby,7/lang.es-es/?Itemid=>>, (14/12/2018).
5. Amazon.com.mx, *Información Corporativa*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <[https://www.amazon.com.mx/gp/feature.html/ref=footer\\_gw\\_m\\_b\\_corporate?ie=UTF8&docId=1001359011](https://www.amazon.com.mx/gp/feature.html/ref=footer_gw_m_b_corporate?ie=UTF8&docId=1001359011)>, (9 de enero de 2019).
6. Wikipedia, *Amazon*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://es.wikipedia.org/wiki/Amazon>> (9 de enero de 2019).
7. Amazon.com.mx, *Vender en Amazon*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://services.amazon.com.mx/servicios/vender/beneficios.html>>, (9 de enero de 2019).



8. Amazon.com.mx, *Logística de Amazon*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://services.amazon.com.mx/servicios/logistica-de-amazon/beneficios.html>>, (9 de enero de 2019).
9. Amazon.com.mx, *Anuncia en Amazon*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://services.amazon.com.mx/publicidad/beneficios.html>>, (9 de enero de 2019).
10. Mercado Libre, *Quiénes somos*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <[https://developers.mercadolibre.com.mx/es\\_ar/quienes-somos](https://developers.mercadolibre.com.mx/es_ar/quienes-somos)> (9 de enero de 2019).
11. Mercado Libre, *Vender un producto*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <[https://www.mercadolibre.com.mx/ayuda/Vender-un-producto\\_988](https://www.mercadolibre.com.mx/ayuda/Vender-un-producto_988)>, (enero de 2019).
12. Mercado Libre, *Publicidad*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://publicidad.mercadolibre.com.mx/>>, (enero de 2019).
13. Mercado Libre, *Mercado shops*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://www.mercadoshops.com.mx/beneficios>>, (enero de 2019).
14. Cornershop, *Nosotros*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <<https://cornershopapp.com/about>> (9 de enero de 2019).
15. Tiendeo, *Sobre Nosotros*, Ciudad de México, 2019, [S.P.] <[https://www.tiendeo.com/info/es\\_mx/sobre-nosotros-mx/](https://www.tiendeo.com/info/es_mx/sobre-nosotros-mx/)> (9 de enero de 2019).
16. Elena Henríquez Fierro y Maria Inés Zepeda Gonzalez, Dic 2003, [S.P.] <[http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95532003000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95532003000200003&script=sci_arttext)>, (15 de enero de 2019)
17. CIO MEXICO *El Consumo de Aplicaciones en México crece 7%*, 20/08/2018, <<http://cio.com.mx/el-consumo-de-aplicaciones-en-mexico-para-smartphones-crece-casi-7/>>, (20 de febrero de 2019)

18. Merca2.0, *¿Cómo ha avanzado el mercado de las APPS en México?* , 29/03/2018, [S.P.] <<https://www.merca20.com/como-ha-avanzado-el-mercado-de-las-apps-en-mexico/>> (20 de febrero de 2019).
19. Asociación de Internet.mx, *Estudio Comercio Electrónico en México 2017*, Ciudad de México, 2017, P.8. <<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/Estudio-de-Comercio-Electronico-en-Mexico-2017/lang,es-es/?Itemid=>>, (25/11/2018)
20. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Directorio de empresas y establecimientos*, ciudad de México, 2018, <<http://www.beta.inegi.org.mx/temas/directorio/>>. (03/2019).
21. Secretaría de Desarrollo Económico, *Gobierno de la Ciudad de México*, México, 15/02/2018, [S.P.], <<https://www.sedeco.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/mipymes-pilar-fundamental-del-crecimiento-economico>>, (marzo de 2019).
22. Forbes México, Meza Orozco, Nayeli, Ciudad de México, 28/10/2015, [S.P.], <<https://www.forbes.com.mx/las-10-zonas-mas-caras-para-rentar-oficinas-en-la-ciudad-de-mexico/>>, (marzo de 2019).
23. El Banco de México, Cd. De México, 2019, <<http://www.banxico.org.mx/portal-inflacion/index.html> >(18 de Abril de 2019).
24. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), CDMX, 2019, [S.P.] <<http://www.inegi.com>>, (abril de 2019).