



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

ESCUELA SUPERIOR DE CÓMPUTO



# ENTREGA FINAL

## **Equipo 4: RÜFÜS:**

Castro Cruces Jorge Eduardo

Flores Vargas Damaris Judith

Garnica Muñoz Anuar Francisco

Luciano Espina Melisa

Miranda Higuera Isaac Uriel

Rojas de la Rosa Carlos Armando

## **Gestión Empresarial**

Sosa Adán Fanny

**GRUPO: 4CM4**

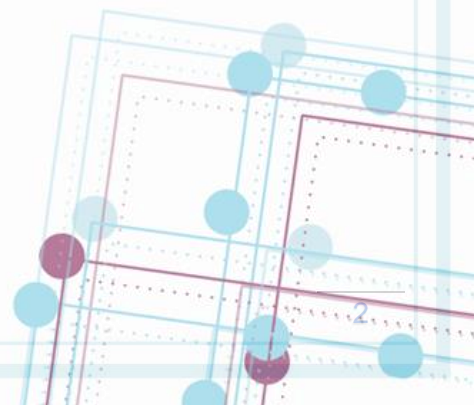
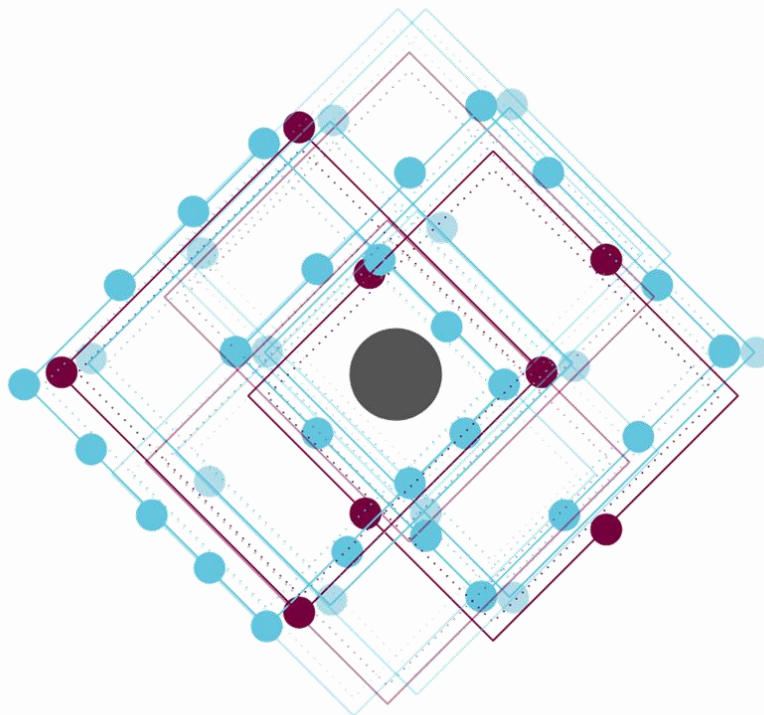
**FECHA DE ENTREGA: 21 de enero de 2021**



# RÜFÜS

**Solo tu pones tus limites**

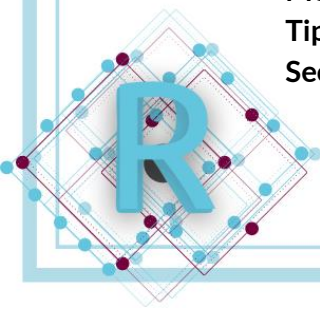
PLATAFORMA DE APRENDIZAJE



# ÍNDICE

## PARTE I: PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....6

DATOS DE LA COMPAÑÍA.....	7
Nombre Comercial .....	7
Nombre Legal .....	7
Dirección .....	7
Datos en Redes.....	7
Teléfono .....	7
HOJAS MEMBRETADAS DE LA COMPAÑIA.....	8
LOGOTIPO, SLOGAN DE LA COMPAÑIA.....	11
Logotipo .....	11
Slogan.....	12
ACTA CONSTITUTIVA.....	13
REGISTROS DE ALTA .....	24
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA .....	25
Misión.....	25
Visión.....	25
Valores .....	25
MATRIZ DE CONGRUENCIA.....	26
ANÁLISIS FODA EXTENSO .....	27
Análisis organizacional 11 dimensiones. ....	28
Especialización.....	30
Jerarquía de la autoridad .....	31
Centralización.....	31
Profesionalismo .....	32
Razones de personal .....	32
Análisis contextual.....	33
Tamaño .....	33
Tecnología.....	33
Metas y estrategias .....	34
Entorno .....	35
PRODUCTO ESTRELLA .....	36
Descripción del producto .....	36
Nombre.....	36
Descripción .....	36
Precio de venta (estimación basada en benchmarking) .....	36
Problemática o necesidad por satisfacer .....	38
Modelo de negocio .....	38
Tipo de proyecto .....	38
Sector económico.....	38



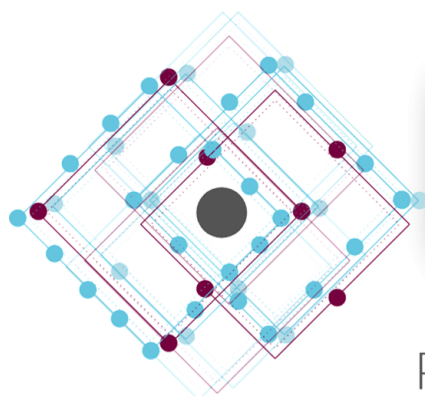
Estructura de mercado y marketing .....	39
Investigación de mercado .....	39
Determinación y proyección de la demanda .....	39
<b>CULTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>40</b>
<b>ANÁLISIS FINANCIERO .....</b>	<b>41</b>
Presupuesto de inversión inicial (estimación) .....	41
Estado de Resultado PROFORMA (estimación) .....	44
Balance General Inicial (estimación).....	45
Balance General PROFORMA (estimación).....	48
Flujo Neto de Efectivo (estimación) .....	49
Métodos para la evaluación de un proyecto .....	50
<b>PARTE II:           ANÁLISIS           ESTRUCTURAL .....</b>	<b>51</b>
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>52</b>
Organigrama .....	53
<b>POLITICA DE INNOVACIÓN .....</b>	<b>54</b>
<b>JIT vs OUTSOURCING .....</b>	<b>55</b>
JIT .....	57
Outsourcing .....	57
<b>PROCEDIMIENTO ESTRATÉGICO.....</b>	<b>58</b>
Objetivo .....	58
Políticas de operación .....	58
Alcance.....	59
Descripción del procedimiento .....	59
Flujograma .....	61
<b>MANUAL DE PUESTO.....</b>	<b>62</b>
Descripción de puesto.....	62
Perfiles de puesto.....	74
<b>PROCEDIMIENTO INTERNO DE RECLUTAMIENTO .....</b>	<b>79</b>
Objetivo .....	79
Políticas de operación .....	79
Alcance.....	79
Descripción del procedimiento .....	79
Flujograma .....	80
Ficha técnica .....	82
<b>PARTE III:           HERRAMIENTAS, GESTIÓN DE</b>	
<b>CALIDAD Y           REGISTROS .....</b>	<b>83</b>
<b>BENCHMARKING .....</b>	<b>84</b>
Objetivo .....	84
Alcance.....	84
Método.....	85



<b>Benchmarking social media</b> .....	86
Análisis de redes sociales .....	86
<b>Variables cualitativas y cuantitativas de la oferta:</b> .....	88
Platzy .....	88
DEV.F .....	89
TutorialesProgramacionYa .....	89
<b>Benchmarking producto</b> .....	90
<b>Benchmarking funcional</b> .....	90
<b>Conclusión</b> .....	91
<b>PROPIEDAD INTELECTUAL</b> .....	<b>92</b>
<b>IMPI</b> .....	92
Misión.....	92
Visión.....	93
Valores.....	93
Objetivo Institucional .....	93
Otras políticas.....	93
Política para la prevención de discriminación .....	94
Solicitud de registro de marca ante el IMPI .....	95
Documentos necesarios .....	97
Opciones para realizar tu trámite .....	98
Servicios que ofrece el IMPI .....	99
Tarifas.....	99
Formatos .....	100
Publicaciones.....	100
Cursos y Talleres .....	100
Marcas.....	101
Información Tecnológica .....	103
Solicitud de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI .....	104
<b>Indautor</b> .....	105
Registro de Obra Programa de Cómputo .....	105
Opciones para realizar tu trámite .....	105
<b>E-COMMERCE</b> .....	<b>106</b>
<b>COACHING</b> .....	<b>106</b>
<b>SISTEMAS DE INFORMACIÓN</b> .....	<b>107</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>108</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>109</b>



# PARTE I: PLANEACIÓN ESTRATEGICA



# RÜFÜS

**Solo tú pones tus límites**

PLATAFORMA DE APRENDIZAJE



## DATOS DE LA COMPAÑÍA

### Nombre Comercial

**RÜFÜS**

**RÜFÜS**

### Nombre Legal

**RÜFÜS S.A.**

**RÜFÜS  
S.A**

### Dirección

#### **Corporativo Rio Becerra 27**

Río Becerra 27, Escandón I Secc, Benito Juárez, 03810 Ciudad de México, CDMX o  
Viaducto Rio Becerra #27 Colonia Napoles, Del. Benito Juárez, CP. 03810

#### **DIRECCIÓN**

Río Becerra. Nápoles,  
Viaducto No, 27

### Datos en Redes

rufus.solotu@gmail.com



@rufus.ac



rufus aprendizaje



rufus.ac

### Teléfono

+52 55-3412-2732

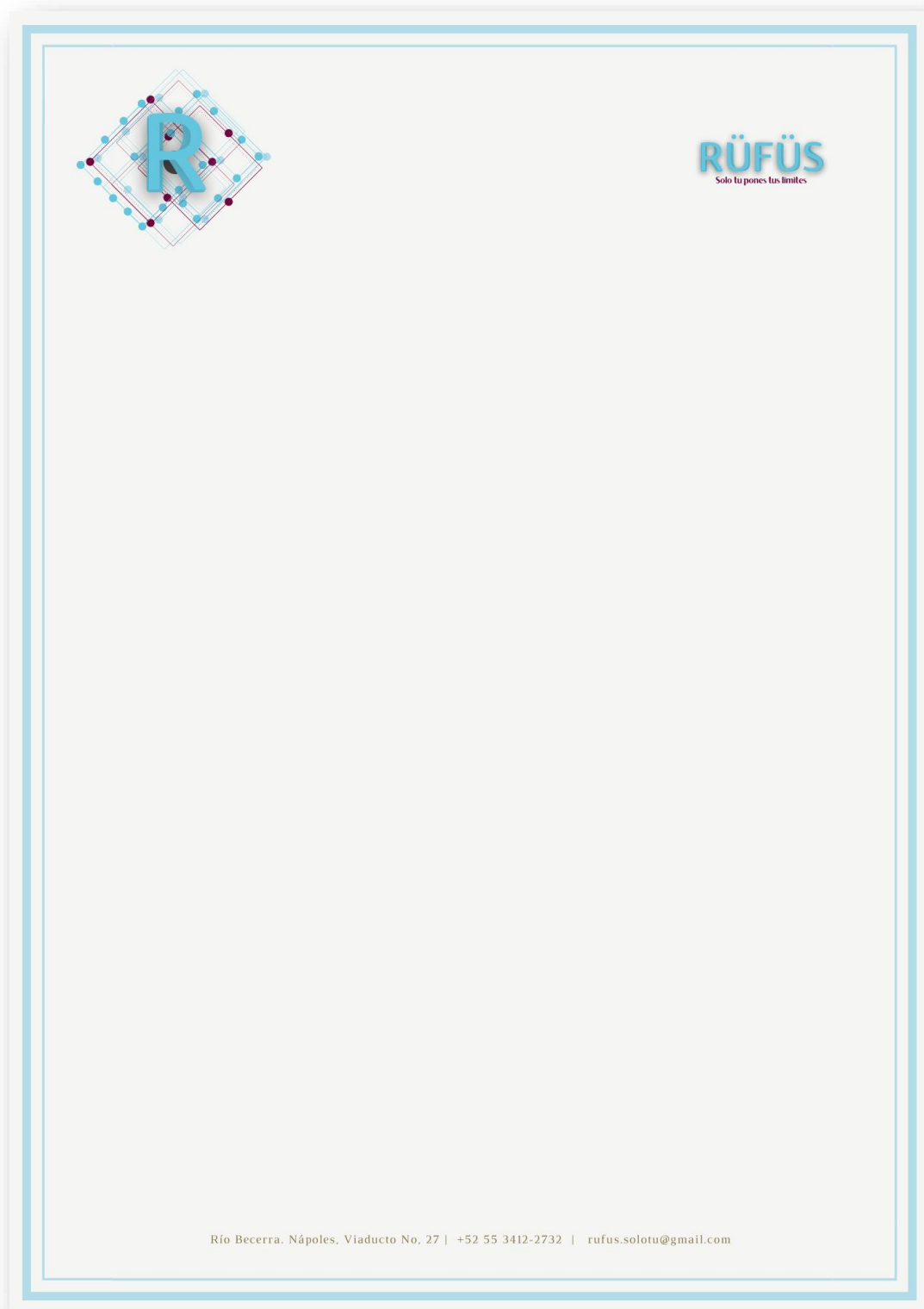
#### **CONTACTO**

+52 55 3412-2732

rufus.solotu@gmail.com



# HOJAS MEMBRETADAS DE LA COMPAÑÍA



*Ilustración 1 Hoja membretada Formal (1)*





**RÜFÜS  
S.A**

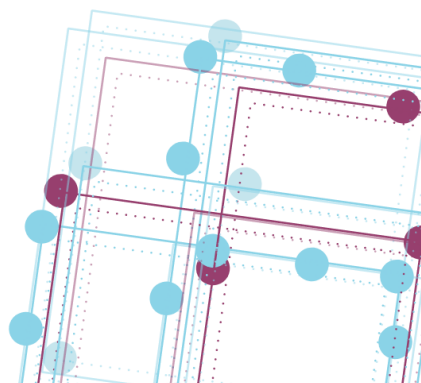
**DIRECCIÓN**

Río Becerra. Nápoles,  
Viaducto No, 27

**CONTACTO**

+52 55 3412-2732

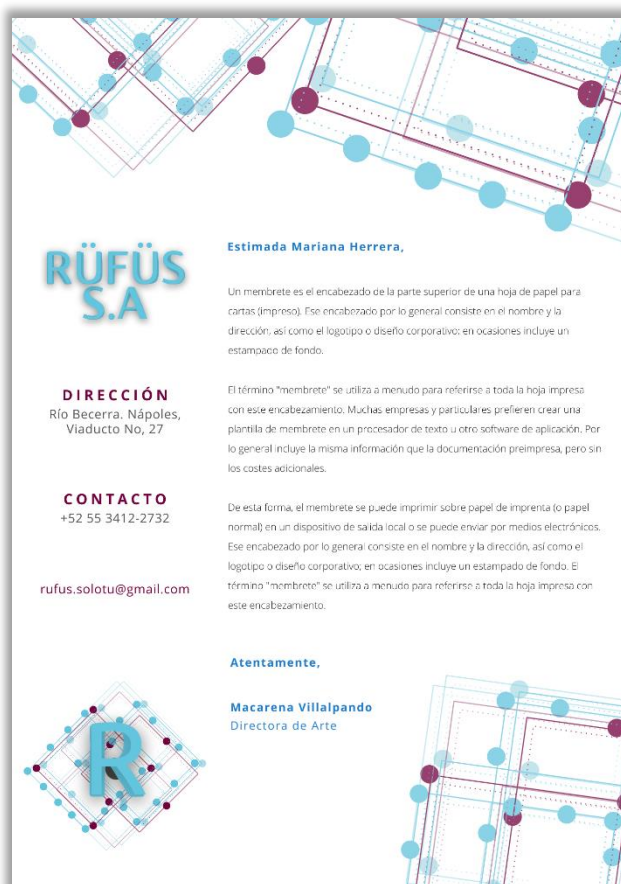
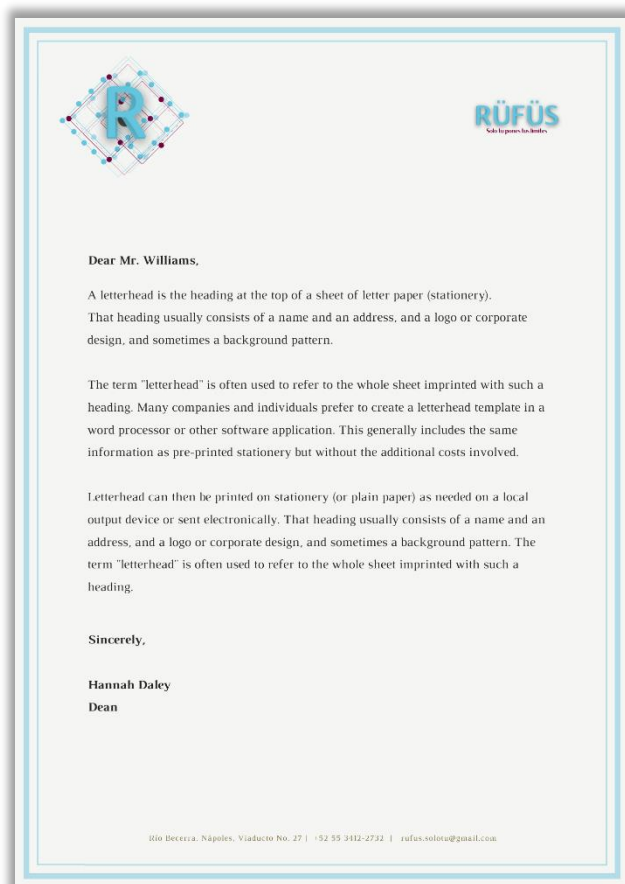
[rufus.solotu@gmail.com](mailto:rufus.solotu@gmail.com)



*Ilustración 2 Hoja membretada (2)*



## Ejemplo de uso hojas membretadas



# LOGOTIPO, SLOGAN DE LA COMPAÑÍA

## Logotipo



### El logotipo contempla los siguientes elementos:

Inspirado en el logotipo de ESCOM y en los colores institucionales. Consideramos que nuestra empresa va dirigida principalmente a la comunidad politécnica y sobre todo a la comunidad de ESCOM.

El logotipo está formado por 4 cubos en perspectiva frontal en donde las artistas se entrelazan entre sí, y forman una apariencia similar al logotipo de ESCOM, en el centro un punto gris oscuro es el eje de las figuras. Sobre estos elementos en el centro se encuentra la inicial 'R' del nombre de la empresa.

### TIPOGRAFÍA:

La tipografía utilizada es Brixton Sans y Ubuntu que combina muy bien una sobre otra y otorga profundidad y sombra para destacar al nombre de la empresa dentro del logotipo.

#### Brixton Sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

#### Ubuntu

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



## COLOR:



### Psicología del color:

- #64C5DF: Azul Brillante, inspira frescura, energía, impresión, regocijo, estímulo, vigor.
- #545454: Guinda, parecido al violeta, es fácilmente asociado a sensación de calma, serenidad y bienestar emocional.
- #B2DDE8: Azul celeste, transmiten quietud y paz.
- #545454: Gris oscuro, representa fuerza, edad, durabilidad, sofisticación, dureza, profesionalidad y elegancia.

Desde el punto de vista de marketing, el significado del color azul, está bastante asociado con la tecnología. Incluso se han realizado estudios en los que se combina azul con gris o con el color negro, y esto ha demostrado incrementar satisfactoriamente las ventas.

## Slogan

*“Solo tú pones tus límites”*

Consideramos que, con el auge de la tecnología y las comunicaciones, los estudiantes no están limitados a los libros o a los profesores, el conocimiento, adquirir habilidades y resolver las dudas es cuestión de voluntad, porque existen al alcance de todos, herramientas que nos ayudan a llenar los huecos en el aprendizaje.



# ACTA CONSTITUTIVA

## ACTA CONSTITUTIVA DE SOCIEDAD ANONIMA

ESCRITURA No. 5624 VOLUMEN 548 FOJAS 21 a 27 EN LA CIUDAD DE MÉXICO DF., a 28 de Octubre de 2020, Yo El Licenciado Pedro Luna Pérez Notario Público No 365, HAGO CONSTAR: EL CONTRATO DE SOCIEDAD MERCANTIL, en forma ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE, que otorgan los señores: Castro Cruces Jorge Eduardo, Flores Vargas Damaris Judith, Garnica Muñoz Anuar Francisco, Luciano Espina Melisa, Miranda Higuera Isaac Uriel, Rojas de la Rosa Carlos Armando, y que se sujetan a los estatutos que se contienen en las siguientes.

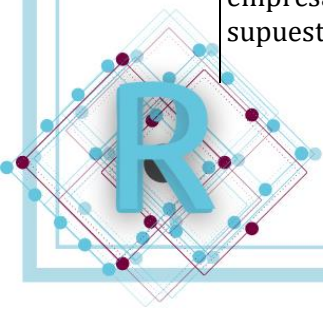
### CLÁUSULAS:

DENOMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN, DOMICILIO, NACIONALIDAD Y CLÁUSULA DE ADMISIÓN DE EXTRANJEROS.

PRIMERA.- La sociedad se denominará **“RÜFÜS”** nombre que irá seguido de las palabras **“SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE”**, o de las siglas **“S.A. de C.V.”**.

SEGUNDA.- La sociedad tiene por objeto:

- A. Ofrecer un servicio web de aprendizaje.
- B. La distribución de cursos referentes a la unidad de aprendizaje de Algoritmia y Programación.
- C. Ejecutar toda clase de actos de comercio, pudiendo:
  - a. Comprar,
  - b. Vender,
  - c. Importar,
  - d. Exportar y
  - e. Distribuir toda clase de artículos y mercancías.
- D. Contratar activa o pasivamente, toda clase de prestaciones de servicios, celebrar contratos, convenios, así como adquirir por cualquier título patente, marcas industriales, nombres comerciales, opciones y preferencias, derechos de propiedad literaria, industrial, artística o concesiones de alguna autoridad.
- E. Formar parte de otras sociedades con el objeto similar de éste.
- F. Emitir, girar, endosar, aceptar, avalar y descontar y suscribir toda clase de títulos de crédito, sin que se ubiquen en los supuestos del Artículo cuarto de la Ley del Mercado de valores.
- G. Adquirir acciones, participaciones, parte de interés social, obligaciones de toda clase de empresas o sociedades, formar parte en ellas y entrar en comandita, sin que se ubiquen en los supuestos del Artículo cuarto de la Ley del Mercado de Valores.



H. Aceptar o conferir toda clase de comisiones mercantiles y mandatos, obrando en su propio nombre o en nombre del comitente o mandante.

I. Adquirir cualquier otro título poseer y explotar toda clase de bienes muebles, derechos reales, así como los inmuebles que sean necesarios para su objeto.

J. Contratar al personal necesario para el cumplimiento de los fines sociales y delegar en una o varias personas el cumplimiento de mandatos, comisiones, servicios y de más actividades propias de su objeto.

K. La sociedad podrá otorgar avales y obligarse solidariamente por cuenta propia, así como constituir garantía a favor de terceros.

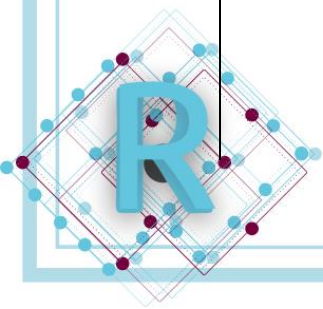
L. Realizar y emitir toda clase de actos, operaciones, convenios, contratos y títulos, ya sean civiles, mercantiles o de crédito relacionados con el objeto social.

TERCERA.- La duración de esta sociedad será de **NOVENTA Y NUEVE AÑOS**, que se contarán a partir de la fecha y firma de la escritura correspondiente.

CUARTA.- El domicilio legal de la sociedad será la de **Río Becerra. Nápoles. Viaducto No. 27**, y esta no exime la posibilidad de establecer agencias y/o sucursales en cualquier parte de la República o del Extranjero, y someterse a los domicilios convencionales en los contratos que celebre localmente.

Todos los accionistas, estarán sometidos en cuanto a sus actividades y relaciones ante la sociedad, a la jurisdicción de los tribunales y Autoridades correspondientes del domicilio de la sociedad, con una renuncia expresa del fuero en sus respectivos domicilios personales.

QUINTA.- Todos los socios de origen extranjero, actuales o futuros dentro de la sociedad que se constituye se obligan formalmente ante la Secretaría de Relaciones Exteriores, a considerarse como nacionales, respecto de las partes sociales de que se hagan acreedores o adquieran o de los que sean titulares dentro de esta sociedad, así como también de los bienes, derechos, concesiones, participaciones e intereses de que sea titular en la sociedad o bien de los derechos y obligaciones que deriven sobre los contratos en que sea parte con autoridades mexicanas así como no solicitar la protección, intervención y protección de sus Gobiernos, bajo la pena de que de hacerlo perderán sus beneficios en esta Nación sobre sus participaciones sociales adquiridas.





## CAPITAL SOCIAL

### ACCIONES.

SEXTA.- Su capital es variable, el mínimo fijo es de 1.000.000.00 (un millon de pesos M/N), representado por VEINTE ACCIONES, con valor nominal de 50.000.00 (Cincuenta Mil pesos M/N), cada una.

SÉPTIMA.- Cuando exista intervención extranjera se tomarán como reglas de observancia obligatoria las siguientes:

1. El capital social, se integrará por acciones de serie "A" y solo podrán ser suscritas por:
  - a. Personas físicas de nacionalidad mexicana.
  - b. Inmigrados que no se encuentren vinculados con centros de decisión económica del exterior, y
  - c. Personas morales de México en la que su mayor capital sea nacional.

El porcentaje que deba ser suscrito por mexicanos se determinará de acuerdo con la clasificación mexicana de actividades y productos que señala el Reglamento de la Ley para promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera. El porcentaje restante estará integrado por acciones de la serie "B" y será de suscripción libre. En todo caso y en cualquier circunstancia deberá respetarse el porcentaje de capital mínimo mexicano, en términos netos, y en caso de que la participación de la inversión extranjera en el capital social pretenda exceder el porcentaje fijado deberá cumplir con lo que establece el artículo quinto del Reglamento antes citado o solicitar autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras.

OCTAVA.- El capital social fijo se podrá aumentar o disminuir bajo estas formas: En caso de aumento se requerirá de Asamblea General extraordinaria de Accionistas y éstos tendrán derecho preferente para suscribirlas en proporción al número de acciones de que sean titulares. Tal derecho de preferencia deberá ejercitarse dentro de los quince días siguientes a la fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación o en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio social, del acuerdo de la Asamblea que haya decretado dicho aumento, pero si en la asamblea estuviera representada la totalidad del capital social, podrá hacerse el aumento en ese momento. En caso de disminución se requerirá la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas y no podrá ser inferior al autorizado por la Ley General de Sociedades Mercantiles; la disminución se efectuará por sorteo de las acciones o por retiro de aportaciones. El socio que desee separarse deberá notificarlo a la sociedad y no surtirá efectos tal petición sino hasta el fin del ejercicio anual en curso, si la notificación se hace antes del último trimestre o hasta el fin del siguiente ejercicio si se hiciere después. Al efecto se cumplirá con lo que establece el artículo noveno de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

NOVENA.- El máximo de capital será ilimitado, así también se aclara que la sociedad fijará los límites tanto en capital fijo como capital variable, el capital variable se aclarará mediante asamblea ordinaria de accionistas y estará relacionado a aportaciones en efectivo y en especie, con motivo de capitalización de primas sobre acciones, con capitalización de utilidades retenidas o de reservas de valuación y revaluación así como otras aportaciones previas de los accionistas, sin que esto implique la alteración o modificación de los reglamentos o Estatutos de la Sociedad; mediante los mismos requerimientos se podrá alterar el capital de la sociedad





en el aspecto variable. Las acciones en su caso emitidas y no suscritas a tiempo de aumentar el capital, serán guardadas en la caja de la sociedad para entregarse a medida que vaya realizándose la suscripción.

DÉCIMA.- Se llevará un registro de acciones nominativas tal y como está establecido en la ley general de Sociedades Mercantiles en su artículo vigésimo octavo, y será considerado como accionista a quien aparezca de tal forma en el registro mencionado.

Se inscribirá en dicho libro a la petición de cualquier accionista, cualquier transmisión que se efectúe y de igual forma cada acción representará un voto con iguales derechos así como que será indivisible.

Así, si una acción perteneciere a dos o más personas, se deberá asignar a un representante común. Los certificados provisionales o de títulos definitivos que representen las acciones, deben cumplir todos los requisitos establecidos en la ley general de sociedades mercantiles en su artículo ciento veinticinco, pudiendo adquirir una o más acciones las que serán firmadas por los miembros del consejo de administración y/o por el administrador.

### **ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS**

DECIMA PRIMERA.- El órgano supremo de la sociedad es la Asamblea General de Accionistas y representa la totalidad de acciones.

DÉCIMA SEGUNDA.- Toda asamblea estará constituida de conformidad a la ley general de sociedades mercantiles en sus artículos ciento ochenta y tres a ciento ochenta y cinco.

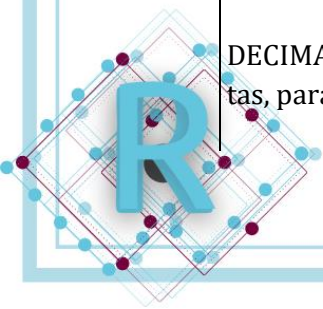
DÉCIMA TERCERA.- La orden del día contemplará la convocatoria y será firmada por quien la haga así como que será publicada una en el diario oficial de la federación por una ocasión así como podrá usarse en forma supletoria un diario de elevada circulación en la localidad, esto se debe realizar con tiempo de antelación, que no será menor de 5 días.

DÉCIMA CUARTA.- Las decisiones de la asamblea tendrán total validez sin necesidad de que exista publicación cuando se encuentre la totalidad de accionistas.

DÉCIMA QUINTA.- Los accionistas podrán designar a un representante para que vote en su nombre, (este se deberá nombrar con carta poder ante notario), y las acciones deberán ser resguardadas en la caja fuerte de la sociedad o en una institución bancaria con anterioridad a la reunión.

DECIMA SEXTA.- Las asambleas serán presididas por el Administrador, y al no encontrarse este, por el presidente del consejo de administración y en el fortuito caso de que este no se presente, se podrá nombrar un presidente de debates quien designara al secretario suplente.

DECIMA SEPTIMA.- El Presidente nombrará uno o más escrutadores de preferencia accionistas, para que certifiquen el número de acciones representadas.



DECIMA OCTAVA.- Las Asambleas serán Ordinarias y Extraordinarias y ambas deberán reunirse en el domicilio social.

DECIMA NOVENA.- La Asamblea General Ordinaria y Accionistas deberán reunirse por lo menos una vez cada año, dentro de los cuatro meses que sigan a la clausura del ejercicio social.

VIGÉSIMA.- Quedará legalmente instalada la asamblea ordinaria si en primera convocatoria se encuentra presente el cincuenta por ciento del capital social y sus accionistas propietarios correspondientes los accionistas.

VIGÉSIMA PRIMERA.- Los accionistas que tengan cargos o funciones deberán abstenerse de votar tal como lo establezca la ley.

VIGÉSIMA SEGUNDA.- Se asentará el acta correspondiente por el secretario y realizará la lista de asistencia que será firmada por los asistentes, el presidente y el secretario.

### **ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.**

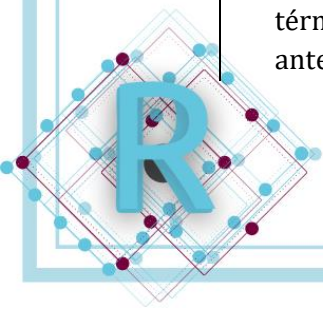
VIGÉSIMA TERCERA.- Esta labor se llevará a cabo por el administrador o por un consejo de administración de dos o más miembros, que podrían no ser accionistas y no existirá tiempo definido para tal función.

VIGÉSIMA CUARTA.- La administración se realizará por la Asamblea General de Accionistas, quienes elegirán a los funcionarios por mayoría de votos y designarán suplentes.

La participación de la Inversión Extranjera en los órganos de administración de la sociedad no podrá exceder de su participación en el capital.

VIGESIMA QUINTA.- El Administrador Único o el Consejo de Administración en su caso, serán quienes representen en lo legal a la sociedad y sus atribuciones serán:

1. Con un poder general, podrá administrar los bienes y negocios de la sociedad, siempre en conformidad a lo que establezca el Código civil para el Distrito Federal.
2. Representará a la sociedad mediante un poder general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales y las especiales que requiera conforme a la cláusula especial y conforme a la Ley, sin que tenga limitaciones como lo establecen los artículos dos mil quinientos cincuenta y cuatro Primer párrafo y dos mil quinientos ochenta y siete del Código Civil para el Distrito Federal estando quedando facultado para promover el juicio de amparo, seguirlo en todos sus trámites así como desistirse del mismo.
3. Representará a la sociedad en sus actos de dominio como lo establece el artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal.
4. Representar a la sociedad con poder general para actos de administración laboral, en los términos de los artículos once y seiscientos noventa y dos de la Ley Federal del Trabajo, ante las Juntas Locales y Federales de Conciliación y Arbitraje.



5. Celebrar convenios con el Gobierno Federal en los términos de las fracciones primera y cuarta del artículo veintisiete Constitucional, su Ley Orgánica y los Reglamentos de éste.
6. Formular y presentar querellas, denuncias o acusaciones y coadyuvar junto al Ministerio Público en procesos penales, pudiendo constituir a la sociedad como parte civil en dichos procesos y otorgar perdones cuando, a juicio, el caso lo amerite.
7. Adquirir participaciones en el capital de otra sociedad.
8. Otorgar y suscribir títulos de crédito a nombre de la sociedad.
9. Abrir y cancelar cuentas bancarias a nombre de la sociedad, con facultades de designar y autorizar personas que giren a cargo de las mismas.
10. Conferir poderes generales o especiales con facultades de sustitución o sin ellas y revocarlos.
11. Nombrar y remover a los Gerentes, Sugerentes, Apoderados, agentes y empleados de la sociedad determinando sus atribuciones, condiciones de trabajo y remuneraciones.
12. Celebrar contratos individuales y colectivos de trabajo e intervenir en la formación de los Reglamentos Interiores de Trabajo.
13. Delegar sus facultades en uno o varios consejeros en casos determinados, señalándose sus atribuciones para que las ejerciten en los términos correspondientes.
14. Convocar a Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias de Accionistas, ejecutar sus acuerdos, y en general llevar a cabo los actos y operaciones que fueren necesarios o convenientes para los fines de la sociedad, con excepción de los expresamente reservados por la Ley o por estos Estatutos a la asamblea

VIGESIMA SEXTA.- Si la Asamblea elige Consejo se utilizarán estipulaciones siguientes:

1. Los accionistas minoritarios que representen veinticinco por ciento del capital total como mínimo, tendrán derecho a elegir uno de los Consejeros Propietarios, este nombramiento únicamente podrá anularse o revocarse con los votos de la mayoría. Este porcentaje será del diez por ciento cuando las acciones de la sociedad inscriban en la Bolsa de Valores.
2. El Consejo se reunirá en sesión ordinaria por lo menos una vez al año y en extraordinaria cuando lo citen el Presidente, la mayoría de los Consejeros o el Comisario.
3. Integrarán quórum para las reuniones la mayoría de los Consejeros.
4. Los acuerdos se aprobarán por mayoría de votos y en caso de empate el Presidente tendrá voto de calidad.
5. De cada sesión se levantará acta que firmarán los consejeros que asistan.

VIGESIMA SEPTIMA.- La asamblea General de Accionistas, el Administrador o Consejo de Administración, designarán a los Gerentes, señalará el tiempo que deban ejercer sus cargos sus facultades y obligaciones.



## **VIGILANCIA DE LA SOCIEDAD**

VIGESIMA OCTAVA.- La vigilancia de la Sociedad estará a cargo de uno o varios Comisarios, quienes podrán ser o no accionistas serán elegidos por la Asamblea General de Accionistas por la mayoría de votos y ésta podrá designar sus suplentes así como que desempeñarán sus cargos por tiempo indefinido hasta que tomen posesión quienes lo sustituyan.

VIGÉSIMA NOVENA.- Los Ejercicios sociales se inician el primero de enero y terminan el treinta y uno de diciembre de cada año, excepto el primer ejercicio que se iniciará con las actividades de la sociedad y terminará el treinta y uno de diciembre del siguiente.

TRIGÉSIMA.- En los primeros cuatro meses siguientes a la clausura del ejercicio social, el Administrador o el Consejo de Administración, harán un balance con los documentos justificativos y pasarán al Comisario para que emita dictamen en un lapso de diez días.

TRIGÉSIMA PRIMERA.- después de practicado el balance, se realizará una convocatoria a una asamblea general de accionistas y el balance correspondiente quedará a merced de los accionistas, esto se realizada quince días antes de que quede reunidas la asamblea, tal y como lo establece el artículo ciento setenta y dos de la ley general de sociedades mercantiles.

TRIGESIMA SEGUNDA.- La repartición de utilidades se realizará de la siguiente manera:

- El cinco por ciento será seleccionado para formar o reconfigurar un fondo de reserva que alcanzará un quinto del capital social.
- El resto será repartido en partes iguales entre los accionistas.

TRIGESIMA TERCERA.- Cuando haya pérdida serán soportadas por las reservas y agotadas éstas por acciones por partes iguales hasta su valor nominal

TRIGÉSIMA CUARTA.- Los fundadores no se reservan participación adicional a las utilidades.

## **DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

TRIGÉSIMA SEXTA.- La sociedad se disolverá en los casos previstos por el artículo doscientos veintinueve de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

TRIGÉSIMA SÉPTIMA.- La Asamblea que acuerde la disolución nombrará uno o más liquidadores, fijará sus emolumentos facultades, obligaciones y el plazo de liquidación.

TRIGESIMA OCTAVA.- La liquidación se sujetará a las bases consignadas por el artículo doscientos cuarenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles.



## CLÁUSULAS TRANSITORIAS

### TRIGESIMA NOVENA. -

PRIMERA.- Se hace constar por los otorgantes:

a) Que será suscrito por los accionistas en forma íntegra el capital social mínimo en término fijo con la siguiente proporción:

ACCIONISTAS.- (NOMBRE)

ACCIONES.- (PORCENTAJE)

VALOR.- (CANTIDAD)

b) Los accionistas pagan el Capital Social en efectivo Moneda Nacional, y los depositan en la caja de la Sociedad; y en consecuencia, EL ADMINISTRADOR ÚNICO, les otorga recibo.

SEGUNDA.- Los otorgantes constituidos en Asamblea General de Accionistas, acuerdan:

a) Administra la Sociedad: **UN ADMINISTRADOR ÚNICO.**

b) Eligen **ADMINISTRADOR ÚNICO y DIRECTOR DE PROYECTOS,** al señor **Castro Cruces Jorge Eduardo**

c) Eligen **DESARROLLADOR DE SOFTWARE** a la señora **Flores Vargas Damaris Judith.**

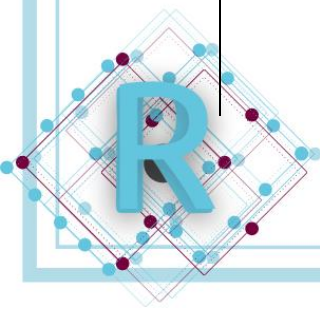
d) Eligen **ADMINISTRADOR DE BASES DE DATOS** al señor **Garnica Muñoz Anuar Francisco.**

e) Eligen **DISEÑADOR GRÁFICO** a la señora **Luciano Espina Melisa.**

f) Eligen **DESARROLLADOR DE SOFTWARE** al señor **Miranda Higuera Isaac Uriel.**

g) Los accionistas acuerdan otorgar **PODER GENERAL PARA PLEITOS Y COBRANZAS** al señor **Rojas de la Rosa Carlos Armando**

h) Hacen constar que los funcionarios electos aceptan sus cargos, y protestan su fiel desempeño.



## GENERALES:

Los comerciantes declaran ser:

El **señor Jorge Eduardo Castro Cruces**, es Mexicano por nacimiento, originario de la ciudad de México Distrito federal, donde nació el día 15 de Diciembre de 1998 (estado civil) Soltero, ocupación estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas computacionales, domicilio (Av. independencia # 4345 dep. 15 Col Nacional, Delegación Cuauhtémoc México D.F).

La señora **Flores Vargas Damaris Judith**, es Mexicana por nacimiento, originaria de la ciudad de México Distrito federal, donde nació el día 1 de Agosto de 1997 (estado civil) Soltera, ocupación estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas computacionales, domicilio (Calle Colón # 32 Col Nativitas, Delegación Cuauhtémoc México D.F).

El señor **Garnica Muñoz Anuar Francisco**, es Mexicano por nacimiento, originario de la ciudad de México Distrito federal, donde nació el día 24 de Enero de 1998 (estado civil) Soltero, ocupación estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas computacionales, domicilio (Calle Águila Negra # 95 Col Serrano 1ª Sección, Delegación Cuauhtémoc México D.F).

La señora **Luciano Espina Melisa**, es Mexicana por nacimiento, originaria de la ciudad de México Distrito federal, donde nació el día 16 de Julio de 1999 (estado civil) Soltera, ocupación estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas computacionales, domicilio (Av. Central # 16 Col Superior, Delegación Miguel Hidalgo México D.F).

El señor **Miranda Higuera Isaac Uriel**, es Mexicano por nacimiento, originario de la ciudad de México Distrito federal, donde nació el día 2 de Marzo de 1998 (estado civil) Soltero, ocupación estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas computacionales, domicilio (Calle Águila Negra # 95 Col Serrano 1ª Sección, Delegación Cuauhtémoc México D.F).

El señor **Rojas de la Rosa Carlos Armando**, es Mexicano por nacimiento, originario de la ciudad de México Distrito federal, donde nació el día 29 de Septiembre de 1997 (estado civil) Soltero, ocupación estudiante de la carrera de Ingeniería en Sistemas computacionales, domicilio (Calle Colón # 32 Col Nativitas, Delegación Cuauhtémoc México D.F).



### **CERTIFICACIONES; YO, EL NOTARIO, CERTIFICO:**

I.- Que los comparecientes me exhiben el permiso que la Secretaría de Relaciones Exteriores el día **28 de Octubre de 2020** para la Constitución de esta sociedad, al cual correspondió el número **1135**, folio **001587** y expediente **005689/2012-66** el que agrego al apéndice de esta escritura con la letra "A ", y anexaré el testimonio que expida.

II.- Que lo relacionado e inserto concuerda fielmente con sus originales que tengo a la vista.

III.- Respecto a los comparecientes:

a).- Que los conozco y a mi criterio tienen capacidad legal.

b).- Que les hice conocer el contenido del Artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil del Distrito Federal, y sus correlativos en las demás entidades Federativas., que dice:

"En todos los poderes generales para PLEITOS y COBRANZAS, bastará que se diga que se otorga con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la Ley, para que se entiendan conferidos sin limitación alguna.

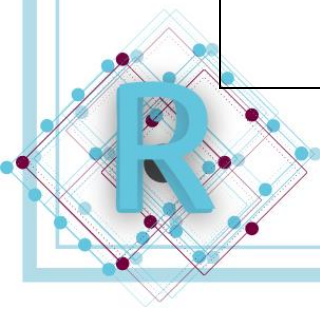
En los poderes generales, para ACTOS DE DOMINIO, bastará que se den ese carácter para que el apoderado tenga todas las facultades de dueño, tanto en el relativo a los bienes como hacer toda clase de gestiones a fin de defenderlos.

Cuando se quisieren limitar en los tres casos antes mencionados, las facultades de los apoderados, se consignarán las limitaciones a los poderes serán especiales.

Los notarios insertarán este Artículo en los testimonios de los poderes que otorguen".

c).- que les advirtió que de acuerdo con el Artículo VEINTISIETE del Código Fiscal de la Federación, en el plazo de treinta días a partir de su firma, deben inscribir esta sociedad en el Registro Federal del Contribuyente y justificarlo así al suscrito Notario de otra forma se hará la denuncia a que se refiere dicho precepto y

d).- Haberles leído en voz alta y en forma clara, explicando su valor circunstancias y valores correspondientes, así como el que manifestaran su conformidad, firma el presente el día 22 de Diciembre de 2020 procediendo a Autorizarlo en forma definitiva, en ciudad de México Distrito Federal en fecha arriba citada.





**Accionista 1**



**x**

**Accionista 3**



**x**

**Accionista 5**



**x**

**Notario**



**x**

**Accionista 2**



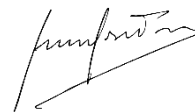
**x**

**Accionista 4**



**x**

**Accionista 6**



**x**

**Testigo**



**x**

*Sellos de autorización*

*Sello de inscripción en el registro público de la propiedad y del comercio.*



## REGISTROS DE ALTA

- A. Confirmar que se cuenta con el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) y Clave Única de Registro de Población (CURP). En caso contrario, pedir una cita en las oficinas del Servicio de Administración Tributaria (SAT).
- B. Tramitar o actualizar tu certificado de e-firma como persona física. También, debe hacerse en una sede del SAT.
- C. Definir el régimen jurídico de la empresa.
- D. Solicitar una autorización para la denominación o razón social del negocio.
- E. Crear el acta constitutiva de la empresa, ante notario.
- F. Inscribir el negocio ante el SAT.
- G. Hacer el registro de propiedad.
- H. Registrar las marcas de los productos y servicios.
- I. Inscribir el negocio ante el IMSS y otros organismos.
- J. Adquirir el software básico de administración para iniciar la operación.



# PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

## Misión

Proporcionar a los estudiantes de ESCOM herramientas interactivas de aprendizaje para mejorar su comprensión intuitiva y práctica de variadas estructuras de datos. Así como impulsarlos a realizar mejor sus actividades académicas.

## Visión

Ser el mejor lugar de consulta general sobre temas de programación que ofrecen distintas escuelas del Instituto Politécnico Nacional además de una visión fresca, intuitiva y rápida de comprender.

## Valores

- Mantener una buena comunicación con el equipo de trabajo para mejorar nuestro servicio.
- Saber las opiniones de nuestros usuarios para tomarlas en cuenta y mejorar su experiencia.



# MATRIZ DE CONGRUENCIA

PROBLEMA DE INVESTIGACION	PREGUNTAS DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	MARCO TEORICO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODO	INSTUMENTO DE INVESTIGACION
Debido a que un gran porcentaje de alumnos en la ESCOM tiene problemas con la materia de algoritmos y bases de datos se tiene que buscar una solución a este problema.	<p>1. ¿De qué manera podemos ayudar a los alumnos de ESCOM a tener una mejor comprensión de las unidades de aprendizaje relacionadas con programación?</p> <p>2. ¿Qué estrategias pedagógicas son más eficaces de implementar vía internet?</p> <p>3. ¿Todos los alumnos tienen el alcance a una computadora e internet?</p>	Crear una plataforma de apoyo para los estudiantes de la ESCOM para un mejor entendimiento de las unidades de aprendizaje de algoritmos y bases de datos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una primera versión de la página.</li> <li>• Incorporar temas básicos de estructuras de datos.</li> <li>• Obtener un servidor y montar la página web.</li> <li>• Alcanzar 1000 visitas mensuales.</li> <li>• Lograr tener 100 usuarios premium.</li> <li>• Cubrir por completo el temario de la UA de estructura de datos.</li> </ul>	<p>Se revisarán diversas fuentes para obtener información concisa y clara de las Unidades de Aprendizaje como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ISBN 978-607-733-053-0.</li> <li>• <a href="http://www.aliat.org.mx/Bibliotecas/Digitales/sistemas/Analisis_y_diseño_de_algoritmos.pdf">http://www.aliat.org.mx/Bibliotecas/Digitales/sistemas/Analisis_y_diseño_de_algoritmos.pdf</a></li> </ul>	El diseño de la plataforma de apoyo para los estudiantes de ESCOM presidirá el potencial de cada uno de los usuarios que la utilicen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de la plataforma.</li> <li>• Pruebas de la plataforma para comprobar el fácil uso de la misma y entendimiento.</li> </ul>	Se elegirá el método cualitativo ya que recopilaremos información para completar nuestra plataforma y que tenga datos relevantes e importantes.	Se utilizará como medio, encuestas en línea ya que, por la situación actual, de pandemia mundial, no hay forma de poder tener contacto físicamente con las personas, así que se publicarán encuestas para saber más acerca de los usuarios.



## ANÁLISIS FODA EXTENSO

FODA	Fortaleza	Debilidades
<b>Análisis interno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo preparado técnicamente para desarrollar y mantener el proyecto.</li> <li>• Mayor comprensión de temas de programación a través de diferentes formatos.</li> <li>• Buena comunicación en el equipo</li> <li>• Al ser personas del área de sistemas, tenemos conocimientos sólidos en algoritmos y en la comprensión de ellos por lo que el desarrollo de la plataforma se facilita.</li> <li>• La principal fortaleza dentro de este proyecto es el emprendimiento para ofrecer un servicio de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiencia en el desarrollo de proyectos.</li> <li>• Fallos técnicos, desde complicaciones con nuestros dispositivos hasta de red.</li> <li>• El proyecto se localiza en un proyecto con poca competencia</li> <li>• Falta de experiencia en la planificación de proyectos.</li> <li>• La ubicación de la oficina central.</li> </ul>
	Oportunidades	Amenazas
<b>Análisis externo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muchos estudiantes buscan apoyo para realizar labores de programación y algoritmia.</li> <li>• Facilidad de acceso a la información mediante diferentes métodos de aprendizaje y herramientas para cada estudiante.</li> <li>• Poco conocimiento sobre la promoción y venta de un producto de esta índole.</li> <li>• Al ser una plataforma para estudiantes podemos contar con el apoyo de docentes y alumnos para enriquecer el contenido de la plataforma.</li> <li>• Una gran cantidad de alumnos de los primeros semestres de la carrera en Ingeniería en sistemas computacionales tendrán una herramienta de bastante utilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de proyectos similares en desarrollo.</li> <li>• Dificultades por parte de los estudiantes a la hora de realizar conexiones de red a la plataforma o el no contar con una computadora.</li> <li>• Obsoleto a corto plazo de las tecnologías que se implementaran en el desarrollo de la plataforma.</li> </ul>



## Análisis organizacional 11 dimensiones.

1. **Autonomía.** Se trata del grado de libertad que el individuo puede tener en la toma de decisiones y en la forma de solucionar los problemas. Los individuos pueden tener libertad de acuerdo con su área de conocimiento y su responsabilidad dentro de la empresa.
2. **Conflicto y cooperación:** Esta dimensión se refiere al nivel de colaboración que se observa entre los empleados en el ejercicio de su trabajo y en los apoyos materiales y humanos que éstos reciben de su organización. Se forma un equipo donde todos los miembros tienen que colaborar de acuerdo a la etapa de trabajo a realizar, se concentran esfuerzos dentro de las fases de trabajo, por lo que todos pueden colaborar y recibir de los compañeros dentro de la organización.
3. **Relaciones Sociales:** Se trata del tipo de atmósfera social y de amistad que se observa dentro de la organización. Todos los miembros y personal que pertenece a la escuela, tienen la misma formación y han decidido formar juntos un equipo de trabajo, por lo que existe una relación de amistad y compañerismo.
4. **Estructura:** Esta dimensión cubre las directrices, las consignas y las políticas que puede emitir una organización y que afectan directamente la forma de llevar a cabo una tarea. En las primeras etapas de la vida de la empresa, se busca realizar los ajustes para someterse a las políticas de la organización.
5. **Remuneración.** Este aspecto se apoya en la forma en que se remunera a los trabajadores (los salarios, los beneficios sociales, etc.). Se espera que la empresa empiece a generar ganancias, entonces habrá remuneración a los trabajadores de la empresa
6. **Rendimiento.** (remuneración). Aquí se trata de la contingencia rendimiento/ remuneración o, en otros términos, de la relación que existe entre la remuneración y el trabajo bien hecho y conforme a las habilidades del ejecutante. La remuneración al trabajador primero conforme a la calidad y al trabajo realizado para la ejecución del proyecto.
7. **Motivación.** Esta dimensión se apoya en los aspectos motivacionales que desarrolla la organización en sus empleados. La empresa, continuará por un tiempo con la fuerza laboral original, se genera un ambiente de equipo de trabajo y compañerismo entre los equipos de trabajo.
8. **Estatus.** Este aspecto se refiere a las diferencias jerárquicas (superiores/subordinados) y a la importancia que la organización le da a estas diferencias. Es importante la figura del Director de proyecto deben colaborar con los demás miembros de la empresa en ciertos aspectos del proyecto, y en particular en el nombramiento de las diferentes personas que intervendrán en el proyecto. Si el director funciona es el que posee los recursos y conoce la valía personal



y forma de trabajar de su equipo, es evidente que será la persona más adecuada para proporcionar las personas que intervendrán en el proyecto.

9. **Flexibilidad e innovación.** Esta dimensión cubre la voluntad de una organización de experimentar nuevas cosas y de cambiar la forma de hacerlas. La empresa considera las innovaciones tecnológicas, las nuevas implementaciones y las innovaciones dentro del mercado, está dispuesta a emplear nuevas técnicas y nuevas formas de aprendizaje para aplicarlas al proyecto.
10. **Centralización de la toma de decisiones.** Esta dimensión analiza de qué manera delega la empresa el proceso de toma de decisiones entre los niveles jerárquicos. El director de proyecto toma decisiones junto al equipo de trabajo con el fin de decidir la estructura usada para organizar, los sistemas usados para planificar y controlar el desarrollo de software y las técnicas de administración que se emplearán, basado en el conocimiento, experiencia y necesidad de los miembros del equipo.
11. **Apoyo.** Este aspecto se basa en el tipo de apoyo que da la alta dirección a los empleados frente a los problemas relacionados o no con el trabajo. Partiendo de las necesidades de los clientes, se identifican los procesos clave y se dirigen los esfuerzos de la organización hacia una integración interfuncional. El resultado, es el "aplanamiento" de la estructura. Esto incrementa la capacidad de coordinación y reduce los niveles jerárquicos. Se apoya a la fuerza laboral a solucionar los problemas que puedan surgir, sean impedimento o retrasen el trabajo.





## Formalización

Para formalizar una empresa en México se necesita cumplir con ciertos requerimientos, los que aplican para nuestro caso son:

### Permiso de Uso de Suelo

El Uso de Suelo que se tramita en el caso de la Ciudad de México se realiza en la ventanilla única de cada delegación o en las oficinas de la Secretaría de Desarrollo Urbano, ubicadas en San Antonio Abad, número 32. El costo de este trámite en la Ciudad de México es de \$891.50 (cada estado tiene un costo diferente).

### Aviso de Declaración de Apertura de Establecimientos Mercantiles

Es un trámite gratuito y se hace en la ventanilla única de las delegaciones o en las cabeceras municipales. En el caso de la CDMX y algunos estados también se puede hacer a través de Internet. Por ejemplo, en la CDMX puedes ingresar a la página [www.apertura.df.gob.mx](http://www.apertura.df.gob.mx); ahí llenas el formato correspondiente que lleva un sello digital, luego lo imprimes y lo cuelgas en tu establecimiento. Es un trámite inmediato, no hay que esperar ni un solo día.

### Anuncio exterior

Este trámite, como todos los anteriores, se realiza en la ventanilla única de cada delegación o en las cabeceras municipales. El costo y tiempo para autorizar varía de acuerdo al tamaño y tipo de anuncio. En algunos lugares no se permiten anuncios luminosos y en algunas ciudades hay anuncios que son considerados inmorales.

### La inscripción al Registro Federal de Contribuyentes

Finalmente tenemos que dar de alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Para ello, puedes consultar a un contador. En caso de ser persona moral, primero se debe registrar la Sociedad Mercantil ante la Secretaría de Economía (un trámite que también es muy sencillo y puede hacerse vía Internet). Puedes darte de alta hasta un mes después de abrir tu local.

## Especialización

Entre las principales características de la especialización del trabajo se encuentran:

- Supone la existencia de profesionales con conocimientos y capacidades específicas para una tarea por su preparación o su experiencia.
- Este especialista desempeña su rol preciso en la empresa.
- Permite el acceso a altos salarios y dificultad de reemplazo.
- Reduce errores y simplifica el proceso productivo.



Contratar personas con una preparación determinada o formarla para la realización de un proceso permite a las empresas agilizar el cumplimiento de sus compromisos. Especialmente, en sectores más técnicos. No obstante, cuanto mayor sea la especialización de un empleado más costoso será para la empresa su reemplazo. Lo cual es debido a que será más difícil encontrar un trabajador de idénticas capacidades y promover su adaptación.

## Jerarquía de la autoridad

La jerarquía de autoridad cumple, sin duda, una serie de funciones dentro de la organización. Tiende a asegurar el comportamiento coordinado dentro del grupo, subordinando las decisiones de los individuos a las decisiones comunicadas por otros, que normalmente reflejan la postura colectiva de la organización. Junto a la coordinación, cumple también la función de control al imponer la responsabilidad del trabajador ante aquellos que poseen autoridad.

- La jerarquía delimita las potenciales relaciones, tanto formales como informales de los trabajadores, y el tipo de interacciones de autoridad y subordinación que estos implementarán.
- La jerarquía de autoridad tiende a asegurar el comportamiento coordinado dentro del grupo.
- Al establecerse una jerarquía dentro de la organización se permite evitar las relaciones contradictorias de autoridad.
- “Distancia al poder”: mide el grado en el que los miembros de una sociedad aceptan la distribución del poder en una organización o en la sociedad en su conjunto.

## Centralización

Encontramos algunas ventajas sobre la centralización del liderazgo dentro de la empresa:

- La toma de decisiones recae sobre los administradores, quienes poseen una perspectiva global de la organización.
- Estos administradores que toman las decisiones, están mejor capacitados, entrenados y familiarizados con la actividad de la empresa y la gerencia, que los subordinados que están en los niveles más bajos.
- Permite la uniformidad en la toma de decisiones, en la aplicación de políticas y métodos de trabajo.

Lo anterior beneficiaría enormemente al desarrollo del proyecto, pero así mismo, nos topamos con ciertas desventajas que vale la pena mencionar:

- Las personas en las que recae la toma de decisiones tienen muy poco contacto con los subordinados y tratan de lejos algunas situaciones implicadas.
- En una delegación de autoridad mínima, las líneas de comunicación más rezagadas ocasionan demoras en el cumplimiento de metas generales.
- No permite el desarrollo de los subordinados de los niveles más bajos de la organización.



- El trabajo de los superiores es algo recargado.
- En algunas ocasiones las decisiones no son las mejores, sobre todo respecto a un nivel determinado donde se carece de conocimiento directo de realización del trabajo.
- Existe muy poca motivación gracias a la poca participación de los subordinados en las decisiones.

## Profesionalismo

Más allá de cuan experta sea una persona, lo grave es encontrar personas carentes de los requisitos mínimos para ejercer correcta y efectivamente su labor, la carencia de una ética de trabajo, el desconocimiento de los requisitos básicos de la actividad que desarrollan, la falta de aptitud y actitud por perfeccionarse y mejorar.

No son ellas cuestiones menores. Si tomamos una empresa, y más del 75% de sus integrantes carecen de profesionalismo, sea como vendedor, administrativo, tornero, camionero, o cualquier otra actividad dentro de la organización, tendremos sin lugar a dudas un muy bajo desempeño. Aún en el caso de personas con títulos habilitantes, podemos encontrarnos con la carencia de profesionalismo, tanto por sus actitudes como por sus capacidades técnicas, y la falta de actualización de sus conocimientos.

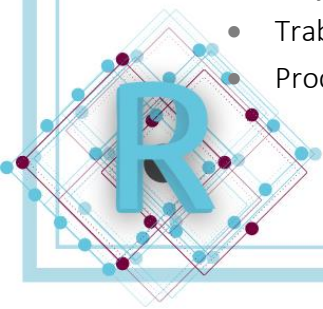
Es por eso que las entrevistas laborales, y los periodos de prueba son muy importantes para hacer válidas y evidentes las capacidades de los próximos trabajadores.

## Razones de personal

Es importante destacar que la rotación tiene sus ventajas: La empresa cuenta con personal más joven, permite reemplazar al personal con bajo desempeño, el personal nuevo puede aportar ideas adquiridas en trabajos anteriores, entre otras.

El problema viene, cuando la rotación es excesiva, este es uno de los retos de la gestión de Recursos Humanos, en la actualidad.

- El rango normal para las empresas es de un 4% – 5%, pero cuando este número se incrementa hasta un 20%, requiere atención inmediata ya que refleja una fuga importante de capital humano. Cuando se produce la rotación excesiva, el equipo debe hacer un análisis crítico de porqué se produce este fenómeno y tomar las medidas necesarias para frenar la situación. Las causas más comunes de rotación son:
- Inadecuada supervisión
- Clima laboral desfavorable
- Falta de crecimiento laboral
- Mejores salarios
- Trabajo no satisfactorio para el empleado
- Proceso de selección inadecuado



# Análisis contextual

## Tamaño

Nuestra empresa es considerada una Micro-Empresa, ya que contamos con menos de 10 trabajadores en plantilla. Se trata de un micronegocio que puede ser administrado por un único profesional. Pese a que su nivel de facturación sea menor que el de otro tipo de negocios, conviene puntualizar que se desea evolucionar a largo plazo, de menos a más.

## Tecnología

Algunos de los beneficios que nos pueden brindar el implementa ciertas tecnologías dentro de la empresa, son los siguientes:

- **Procesos óptimos:** Es una herramienta con la que puede lograrse la optimización y mejora de los procesos de producción, organización, despacho, ventas y cobranza, capacitación, etc.
- **Mayor productividad:** las opciones tecnológicas como por ejemplo, sistemas como ERP's, deben estar enfocados en cumplir con las necesidades del negocio e ir alineados con cada uno de los objetivos de la misma de lo contrario no podrán ser aprovechados al máximo.
- **Adiós a las barreras de la comunicación:** La comunicación entre empleados y ejecutivos no se verá limitada a una simple llamada telefónica, porque es posible contar con otros métodos de comunicación como correo electrónico, redes sociales empresariales, video-llamadas y boletines de noticias con los cuales te será posible mantener el contacto con todos los miembros de tu empresa sin siquiera interrumpirlos
- **Competitividad dentro del mercado:** La inversión en infraestructura tecnológica también contribuye a mejorar la forma en que es percibida la empresa tanto por parte de los clientes como por otras empresas en la industria.
- **Mejor toma de decisiones:** Actualmente las herramientas tecnológicas pueden proveer de información operativa integrada en tiempo real, de manera que siempre está disponible para ser visualizada por los gerentes o directores de la organización.



## Metas y estrategias

Algunos de los beneficios que nos pueden brindar el implementa ciertas tecnologías dentro de la empresa, son los siguientes:

### OBJETIVO GENERAL:

Crear una plataforma de apoyo para los estudiantes de la Escuela Superior de Cómputo para un mejor entendimiento de las unidades de aprendizaje de algoritmos y bases de datos.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

#### A corto plazo:

- Se debe tener una propuesta de diseño para la página antes de que termine el semestre actual.
- Se busca que el estudiante, al terminar alguno de nuestros cursos, cuente con una tipo certificación que sea ciertamente reconocida en el ámbito estudiantil.
- Implementar algunas estrategias publicitarias para promocionar nuestra plataforma dentro y fuera de ESCOM (Redes Sociales, recomendación, etc).
- Comenzar a adquirir clientes.
- Contar, mínimo, con 2 cursos completos sobre la materia de Programación Básica y Algoritmia.
- Implementar cuentas personales para cada usuario.

#### A mediano plazo:

- Continuar ofreciendo el servicio por lo menos durante 3 años, aunque durante este periodo los números rojos o pérdidas económicas sean un problema.
- Buscar innovar el diseño de la página.
- Ampliar nuestra gama de cursos.
- Ampliar nuestro número de clientes.
- Contratar nuevo personal que comparta los mismos valores y objetivos que la empresa.
- Añadir una nueva clasificación con mejores características que las cuentas normales.
- Implementar un sistema de cuentas premium para usuarios que deseen tener acceso a características diferentes a las básicas por default.

#### A largo plazo:

- Buscar que profesores, alumnos o profesionistas con experiencia previa en la materia, se unan a nuestro equipo de trabajo para darle mayor calidad y diversidad a la plataforma.
- Buscar publicitar nuestra plataforma en páginas de empresas más grandes, como: YouTube, Blogs de Google, etc.



- Invitar a inversionistas a participar en el crecimiento de la empresa.
- Posicionarnos dentro de la lista de las mejores plataformas de aprendizaje.
- Contar con un organigrama más detallado y amplio comparado con el que se quiere arrancar el proyecto.

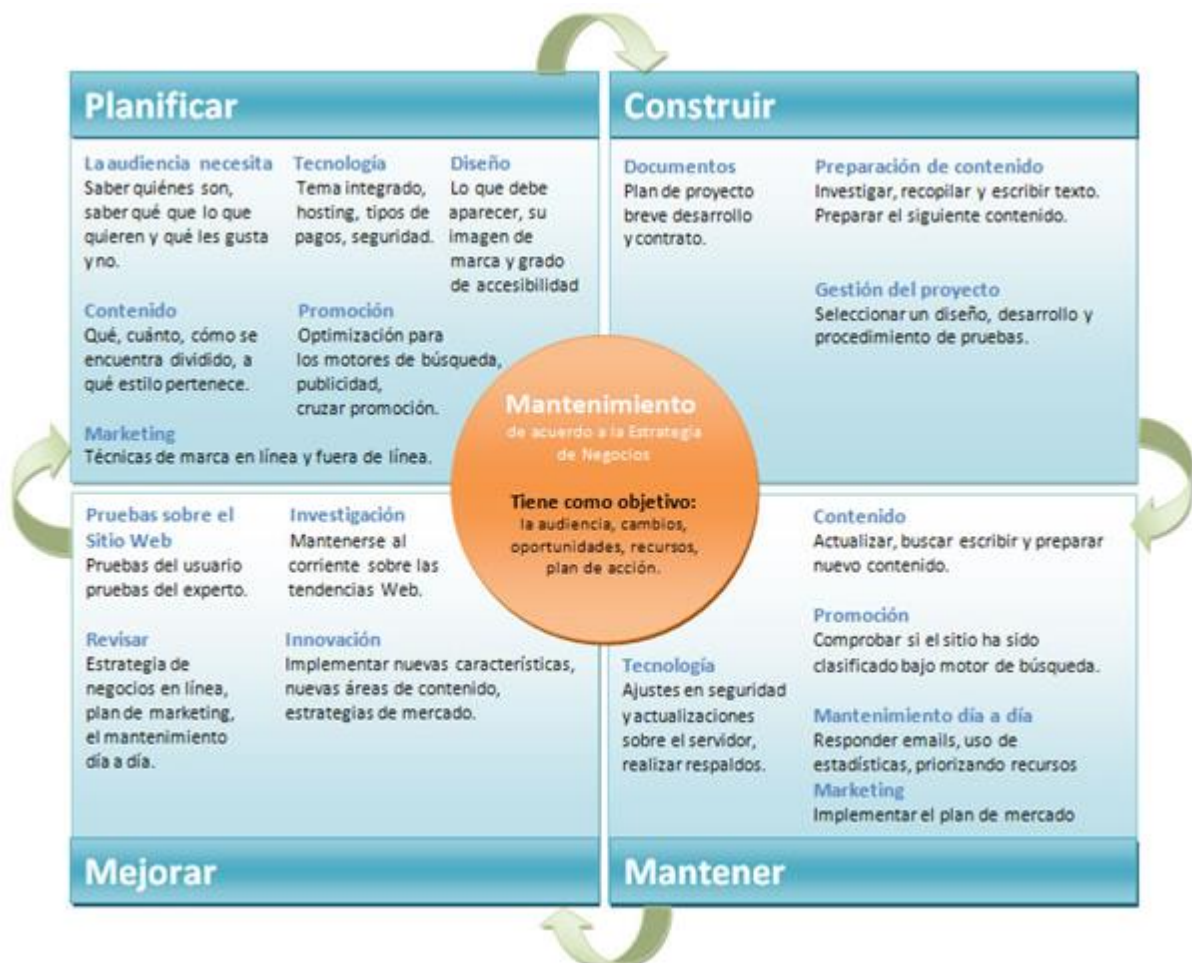
### Comentarios:

Se revalorizaron los objetivos en base a una clasificación temporal, por lo tanto, se dividen en:

- A corto plazo: 1 a 365 días.
- A mediano plazo: 1 a 5 años.
- A largo plazo: Arriba de 5 años.

Con esto se busca que exista una visualización más clara, más detallada, más medible, más real y con base en acciones concretas que nos lleven a metas generales y posteriormente se particularizan.

## Entorno



# PRODUCTO ESTRELLA

## Descripción del producto

Nombre



Descripción

El proyecto consiste en desarrollar un sitio web principalmente enfocado para la comunidad estudiantil de la Escuela Superior de Cómputo. Brindaremos apoyo y herramientas didácticas para el mayor entendimiento para los tópicos de estructuras de datos y algoritmia.

Precio de venta (estimación basada en benchmarking)

Dentro de nuestro mercado encontramos diferentes plataformas online donde se ofrece un servicio que abarca: clases, tutorías y recursos didácticos adicionales que ayudan al enriquecimiento del conocimiento obtenido durante una clase, estas plataformas están disponibles para todo público que tenga deseos de aprender sobre algún tema de tecnología.

Las plataformas que se analizaron cuentan principalmente con 2 tipos de plan: Básico y Premium con acceso a más de un curso y algunas otras cuentan con la opción de adquirir un solo curso de un determinado tema o materia en específico.

Para que nuestro servicio tenga una distribución favorable, será vendido aproximadamente en 160 pesos cada mes ya que tenemos planeado dar soporte a 1000 usuarios al mes, los cuales están dispuestos a pagar la cantidad antes mencionada.





TABLA DE LA DEMANDA DEL SERVICIO		
	PRECIO (P)	CANTIDAD (Q)
A	160	1000
B	180	950
C	200	900
D	220	850
E	240	800
F	260	750

La tabla anterior muestra la tabla con la demanda del servicio, empezando en un precio de 160 pesos se tiene estimado que la cantidad de usuarios sea de 1000, esto en un ambiente perfecto, haciendo una incremento en el precio de 20 pesos podemos observar que la Cantidad de usuarios se va reduciendo en 50, así hasta llegar a un costo de 260 pesos con una cantidad de 750 usuarios, como se observa conforme el Precio del servicio aumenta, la cantidad de usuarios que lo consumen baja.



## Problemática o necesidad por satisfacer

El problema que se presenta es la falta de comprensión por parte de los alumnos para las materias de aprendizaje de algoritmos y bases de datos de la Escuela Superior de Cómputo ya que éstas son base fundamental para el desarrollo del conocimiento de un estudiante egresado de esta escuela. Por ello se busca desarrollar esta aplicación para poder mejorar la calidad de estudio de los que se estarán integrando a esta institución.

## Modelo de negocio

Por ahora se pretende manejar una página web principal para que todos los estudiantes puedan entrar, tendrá cursos clave para el temario de cada una de las unidades (aprendizaje de algoritmos y bases de datos). Para poder tener un buen sostenimiento económico se planea conseguir anuncios los cuales estén en nuestra plataforma promocionando cursos o crear una aplicación móvil en la cual se cobra una mensualidad, inicialmente comenzando con una prueba gratis de 30 días, para después empezar el pago.

## Tipo de proyecto

Proyecto de tipo informático. Se relaciona con la instalación y puesta en marcha de un sistema informático con determinado fin académico. La empresa requiere cada cierto tiempo una actualización de dicho sistema.

## Sector económico

Primero, es importante destacar que las plataformas que existen en el mercado se pueden dividir en dos grandes grupos: Aquellas gratuitas y las pagadas. Dentro de esta última, existe un subgrupo denominado las in-app-purchases, las cuales permiten al usuario acceder a un período de prueba de la aplicación, con posterior opción a compra; o también a la aplicación, pero con opción de mejoras a través de la compra de elementos accesorios.

En México, el segmento de clientes que utiliza plataformas web ha crecido en un 39% entre el período de julio 2018 y julio 2019 y en particular el uso de los servicios multimedia ha crecido en un 10% en cuanto a número de usuarios.

Esto también se vuelve relevante al momento de analizar el uso de las aplicaciones por los usuarios de teléfonos inteligentes: Uno de cada cuatro mexicanos accede a plataformas web a través de su teléfono celular.



# Estructura de mercado y marketing

## Investigación de mercado

Tomando en cuenta que el número de estudiantes que utilizan plataformas digitales para complementar sus estudios ha ido en aumento podemos decir que en nuestra etapa de lanzamiento tenemos un riesgo poco, manejando el marketing adecuado podemos hacer una buena propagación del servicio para que se sepa de la existencia de este y atraer consumidores; ya que al empezar el semestre los estudiantes buscan herramientas de apoyo para reforzar sus estudios.

- En nuestra fase de crecimiento tenemos estimado que nuestros usuarios asciendan de 1 a 50 por mes.
- Para nuestra fase de madurez tenemos en cuenta que dichos usuarios conocen ya nuestra plataforma y se les ha hecho de utilidad, por eso estos usuarios hacen el consumo de nuestro servicio de una manera constante.
- Por último, en el declive consideramos que al término de cada semestre los usuarios ya no tendrán intereses en el uso de nuestra plataforma, ya que no es necesario complementar o reforzar algún tópico previsto, sin embargo, al empezar el nuevo semestre nuevos estudiantes tendrán la disposición de buscar este apoyo.

## Determinación y proyección de la demanda

Podemos comenzar la proyección de la demanda analizando lo siguiente:

**Demanda Potencial:** En la Escuela Superior de Cómputo existe una población de demanda potencial que ronda aproximadamente los 3,000 alumnos inscritos.

**Demanda Real:** La demanda real que existe se basa en un aproximado de 500 alumnos; Haciendo una estimación del nivel de adquisición económica, el interés por la materia, el tiempo de estudio dedicado a la unidad académica, la capacidad de acceder a internet, y un equipo de cómputo, así mismo, se toma en cuenta a los alumnos que ya cursaron la materia y que no desean reafirmar conocimiento alguno sobre el tópico.



## CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional de nuestra empresa se enfoca en cubrir las necesidades de nuestros clientes y dar siempre el servicio que merecen. Nos encargaremos de que los servicios que ofrecemos estén actualizados y evolucionen junto con sus necesidades.

Al ser pocos los que conformamos esta empresa, nuestros procedimientos operativos seguirán una metodología Agile que nos permita mantener un apoyo constante en las diferentes áreas. Todos estamos al mismo nivel, por lo tanto, todos nos comprometemos a apoyar en lo que se necesite para sacar adelante a la empresa, bajo la dirección de Castro Cruces Jorge Eduardo.



# ANÁLISIS FINANCIERO

## Presupuesto de inversión inicial (estimación)

Cuadro: Muebles y equipo de oficina				
N°	Descripción	Cantidad	Precio Unit. (S/.)	Monto Total (S/.)
1	Mesa de conferencia	1	13,000.00	13,000.00
2	Silla de oficina	6	800.00	4,800.00
3	Lampara de escritorio	1	500.00	500.00
4				0.00
				0.00
Total, de muebles y equipo de oficina				18,300.00

Cuadro: Equipo de computo				
N°	Descripción	Cantidad	Precio Unit. (S/.)	Monto Total (S/.)
1	Computadora	3	\$14,000.00	42,000.00
2	Proyector	1	\$6,000.00	6,000.00
3	Multifuncional	1	\$3,000.00	3,000.00
4	USB	5	\$100.00	500.00
5	Bocina	1	\$1,000.00	1,000.00
6				0.00
Total, de equipo de computo				52,500.00

Cuadro: Electrodomésticos				
N°	Descripción	Cantidad	Precio Unit. (S/.)	Monto Total (S/.)
1	Frigobar	1	\$3,000.00	3,000.00
2	Cafetera	1	\$200.00	200.00
6				0.00
Total, de electrodomésticos				3,200.00



Implementación de Infraestructura				
N°	Descripción	Cantidad	Precio Unit. (S/.)	Monto Total (S/.)
1	Deposito renta oficina	1	6,000.00	6,000.00
2	Adecuación de local	1	-	0.00
				0.00
				0.00
<b>Total</b>				<b>6,000.00</b>

Cuadro: Requerimiento de Personal			
Personal	Cantidad	Remuneración Mensual	Monto Total Mensual
<b>Mano de Obra Directa</b>			
Desarrollador de software	2	15,000.00	30,000.00
Administrador de bases de datos	1	4,000.00	4,000.00
Diseñador grafico	1	4,000.00	4,000.00
<b>Total, Mano de Obra Directa</b>			<b>38,000.00</b>
<b>Mano de Obra Indirecta</b>			
Director de proyecto	1	6,000.00	6,000.00
Administrador de negocios	1	4,000.00	4,000.00
<b>Total, Mano de Obra Indirecta</b>			<b>10,000.00</b>
<b>Total Mano de Obra (\$)</b>			<b>48,000.00</b>



**Cuadro: Presupuesto de inversión inicial**

Inversiones	Rubros de Inversiones	Inversión desagregada	Inversiones Parciales (Pesos)	Total, de Inversiones (Pesos)
Inversión Fija	Inversión Tangible	Muebles y equipo de oficina	18,300.00	80,000.00
		Equipo de computo	52,500.00	
		Electrodomésticos	3,200.00	
		Infraestructura	6,000.00	
	Inversión Intangible	Gastos de organización	0.00	0.00
		Gastos de capacitación	0.00	
		Gastos de publicidad y promoción	0.00	
		Gastos en promoción	0.00	
Capital de Trabajo	Capital de Trabajo	Gastos en materiales e insumos básicos	0.00	53,200.00
		Pago de sueldos y salarios	48,000.00	
		Gastos de operación	5,200.00	
Inversión Total (Pesos)				133,200.00





## Estado de Resultado PROFORMA (estimación)

Cuadro: Proyección de Ventas	
Periodos	Año
Precio Promedio mensual	138.88
Cantidad	8,640
Ventas Anuales (S/.)	1,199,946.64

Cuadro: Gastos Operativos	
Detalle	Año
Materiales e insumos	8,840
Mano de obra directa	569,952
Gastos indirectos	15,890
Costo de produccion	594,683

Cuadro: Resumen de Costos			
COSTOS	AÑOS		
	Año 1 ( S/.)	Año 2 ( S/.)	Año 3 ( S/.)
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	594,682.56	0.00	0.00
Materiales e insumos	8,840.16	0.00	0.00
Mano de Obra Directa	569,952.00	0.00	0.00
Gastos indirectos de fabricación	15,890.40	0.00	0.00
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	62,400.00	65,520.00	68,796.00
Gastos Generales	22,800.00	23,940.00	25,137.00
Gastos Administrativos	37,920.00	39,816.00	41,806.80
Gastos de Venta	1,680.00	1,764.00	1,852.20
Gastos de Exportación			
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	0.00	0.00	0.00
Intereses	0.00	0.00	
<b>TOTAL, DE COSTOS (MXN)</b>	657,082.56	65,520.00	68,796.00

Cuadro: Estados de Resultados PROFORMA		
	2020	2021
Ventas totales	\$0.00	\$1,199,946.64
Menos: Costo de ventas	\$0.00	\$657,082.56
Utilidades brutas	\$0.00	\$542,864.08
Menos: Gastos operativos	\$0.00	\$594,683.00
Utilidades operativas	\$0.00	-\$51,818.92
Menos: Gastos financieros	\$0.00	\$0.00
Utilidades netas antes de impuestos	\$0.00	-\$51,818.92
Menos: Impuestos (16%)	\$0.00	-\$8,291.03
Utilidades netas después de impuestos	\$0.00	-\$60,109.95
Menos: Dividendos en efectivo	\$0.00	\$569,952.00
Utilidades retenidas	\$0.00	-\$630,061.95



## Balance General Inicial (estimación)

Cuadro: Estructura del Financiamiento		
Financiamiento	Monto	Porcentaje
Capital socios	150,000.00	113%
Banco	0.00	
<b>Total (Pesos)</b>	<b>150,000.00</b>	

Cuadro: Depreciación Anual de Activos						
Depreciación	Cantidad	Monto	Vida Útil (Años)	Depreciación %	Depreciación Anual (S/.)	Valor residual (S/.)
Muebles y equipo de oficina						
Mesa de conferencia	1	13,000.00	10	10%	1,300.00	9,100.00
Silla	6	800.00	10	10%	480.00	3,360.00
Lámpara	1	500.00	10	10%	50.00	350.00
Equipo de cómputo						
Computadora	3	14,000.00	3.3	30%	12,727.27	0.00
Proyector	1	6,000.00	3.3	30%	1,818.18	0.00
Multifuncional	1	3,000.00	3.3	30%	909.09	0.00
USB Kingston	5	100.00	3.3	30%	151.52	0.00
Bocina	1	1,000.00	3.3	30%	303.03	0.00
Servidor dedicado	1	11,000.00	3.3	30%	3,333.33	0.00
Electrodomésticos						
Frigobar	1	3,000.00	10	10%	300.00	2,100.00
Cafetera	1	200.00	10	10%	20.00	140.00
<b>Total, Depreciación x Año</b>					<b>21,392.42</b>	<b>15,050.00</b>



Cuadro: Resumen de Costos			
COSTOS	AÑOS		
	Año 1 ( S/.)	Año 2 ( S/.)	Año 3 ( S/.)
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>594,682.56</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
Materiales e insumos	8,840.16	0.00	0.00
Mano de Obra Directa	569,952.00	0.00	0.00
Gastos indirectos de fabricación	15,890.40	0.00	0.00
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>62,400.00</b>	<b>65,520.00</b>	<b>68,796.00</b>
Gastos Generales	22,800.00	23,940.00	25,137.00
Gastos Administrativos	37,920.00	39,816.00	41,806.80
Gastos de Venta	1,680.00	1,764.00	1,852.20
Gastos de Exportación			
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
Intereses	0.00	0.00	
<b>TOTAL, DE COSTOS (MXN)</b>	<b>657,082.56</b>	<b>65,520.00</b>	<b>68,796.00</b>

Cuadro: Estructura de Costos			
RUBRO	AÑOS		
	Año 1 ( S/.)	Año 2 ( S/.)	Año 3 ( S/.)
<b>COSTOS FIJOS</b>			
Depreciación	21,392.42	21,392.42	21,392.42
Amortización de intangible	0.00	0.00	0.00
Gastos Generales	22,800.00	23,940.00	25,137.00
Gastos Administrativos	37,920.00	39,816.00	41,806.80
Gastos de Ventas	1,680.00	1,764.00	1,852.20
Gastos de Exportación	0.00	0.00	0.00
Gastos Financieros	0.00	0.00	0.00
<b>Costo Fijo Total</b>	<b>83,792.42</b>	<b>86,912.42</b>	<b>90,188.42</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>			
Materiales e insumos	8,840.16	0.00	0.00
Mano de Obra Directa	569,952.00	0.00	0.00
Gastos Indirectos de fabricación	15,890.40	0.00	0.00
<b>Costo variable total</b>	<b>594,682.56</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
	<b>678,474.98</b>	<b>86,912.42</b>	<b>90,188.42</b>



RÜFÜS S.A. de C.V.			
Balance General			
31 de diciembre de 2020			
ACTIVOS		PASIVOS	
Corrientes		Corrientes	
Caja	64,000	Cuentas por pagar	0
Inventario	0	Pasivos Corrientes	0
Alquiler Anticipo	6,000		
Activos Corrientes	70,000	No corrientes	
		Préstamo bancario	0
Fijos		Pasivos No Corrientes	0
Mobiliario y equipo	80,000		
Activos fijos	80,000	PATRIMONIO	
		Capital Social	150,000
Intangibles		Patrimonio	150,000
Software	0		
Activos Intangibles	0		



## Balance General PROFORMA (estimación)

Empresa RÜFÜS S.A. de C.V.			
Balance General Proforma			
al 31 de Diciembre del 2020			
ACTIVOS	2021		2022
<b>Activos Circulantes</b>			
Efectivo y valores negociables	\$70,000.00	10%	\$70,070.00
Cuentas por cobrar	\$0.00	=	\$0.00
Inventarios	\$0.00	=	\$0.00
Activos Circulantes Totales	\$70,000.00		\$70,070.00
<b>Activos fijos brutos</b>			
Planta y equipo	\$80,000.00	10%	\$88,000.00
Activos fijos brutos totales (al costo)	\$80,000.00		\$88,000.00
Depreciación	\$21,392.42	=	\$21,392.42
Total, depreciación	\$21,392.42	=	\$21,392.42
Activos fijos netos	\$58,607.58		\$66,607.58
Activos totales	\$128,607.58		\$136,677.58
<b>Pasivo y Capital Contable</b>			
<b>Pasivo a corto plazo</b>			
Cuentas por pagar	\$0.00	=	\$0.00
Documentos por pagar	\$0.00	=	\$0.00
Pasivos acumulados	\$0.00	=	\$0.00
Pasivos a corto plazo totales	\$0.00	=	\$0.00
<b>Pasivos a largo plazo</b>			
Bonos a largo plazo	\$0.00	=	\$0.00
Total, pasivos a largo plazo	\$0.00	=	\$0.00
Pasivos Totales	\$0.00	=	\$0.00
<b>Capital Contable</b>			
Acciones comunes	\$630,061.95	10%	\$693,068.15
Patrimonio	\$150,000.00	10%	\$165,000.00
Utilidades retenidas	-\$630,061.95	10%	-\$567,055.76
Capital contable total	\$150,000.00		\$291,012.39
Total, pasivos y capital contable	\$150,000.00		\$291,012.39



## Flujo Neto de Efectivo (estimación)

Cuadro: Flujo Neto de Efectivo					
	Años				
	0	2021	2022	2023	2024
Ventas (incremento propuesto del 15%)	\$0.00	\$1,199,946.64	\$1,319,941.30	\$1,451,935.43	\$1,597,128.98
- Costo variable (incremento propuesto del 10%)	\$0.00	\$657,082.56	\$722,790.82	\$795,069.90	\$874,576.89
<b>= Margen de contribución</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$542,864.08</b>	<b>\$597,150.49</b>	<b>\$656,865.54</b>	<b>\$722,552.09</b>
- Costo fijo	\$0.00	\$83,792.42	\$86,912.42	\$90,188.42	\$93,620.42
<b>=Utilidad Antes de Intereses e Impuestos</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$459,071.66</b>	<b>\$510,238.07</b>	<b>\$566,677.12</b>	<b>\$628,931.67</b>
-Depreciación	\$0.00	\$21,392.42	\$21,392.42	\$21,392.42	\$21,392.42
-Costo Financiero	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>=Utilidad Antes de Intereses</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$437,679.24</b>	<b>\$488,845.65</b>	<b>\$545,284.70</b>	<b>\$607,539.25</b>
-16% Impuestos UDI	\$0.00	\$70,028.68	\$78,215.30	\$87,245.55	\$97,206.28
<b>=Utilidad Después de Impuestos</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$367,650.56</b>	<b>\$410,630.34</b>	<b>\$458,039.15</b>	<b>\$510,332.97</b>
+Depreciación	\$0.00	\$21,392.42	\$21,392.42	\$21,392.42	\$21,392.42
-Capital Financiero	\$0.00	\$150,000.00	\$150,000.00	\$150,000.00	\$150,000.00
<b>=FNE</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$239,042.98</b>	<b>\$282,022.76</b>	<b>\$329,431.57</b>	<b>\$381,725.39</b>



## Métodos para la evaluación de un proyecto

Para evaluar el éxito de nuestro proyecto usaremos el método del valor presente neto (VPN) ya que nos permitirá evaluar claramente si los ingresos obtenidos son mayores a los egresos. Mientras que el VPN se mantenga sobre 0 podremos afirmar que existe una ganancia y que nuestro proyecto es exitoso. Además, usando este método nos permite también calcular el periodo de recuperación de nuestra inversión inicial, lo cual es un gran auxiliar para asegurar que nuestra empresa podrá sostener su inversión inicial en un periodo de tiempo determinado.





# **PARTE II: ANÁLISIS ESTRUCTURAL**



# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional está definida como un sistema jerárquico escogido para gestionar el personal y los medios de una organización.

Gracias a ella, se abordan las formas de organización interna y administrativa. El reparto del trabajo en áreas o departamentos se ramifica en una especie de árbol.

La estructura organizacional en nuestro caso se verá por una poca medida de repartición ya que somos pocos los que la integramos, se dividirá en el área de sistemas, la cual a su vez estará dividida en subgrupos, actualmente las mismas áreas generales de la empresa se dividen para un mejor comportamiento de ésta, en la parte del *backend* que es las bases de datos, información que no ven los usuarios directamente. Así como el *frontend* que es donde se ven los cambios y la parte con la que interactúan los usuarios. Posiblemente en esta misma área se presente la parte de marketing digital para promocionar nuestra aplicación.

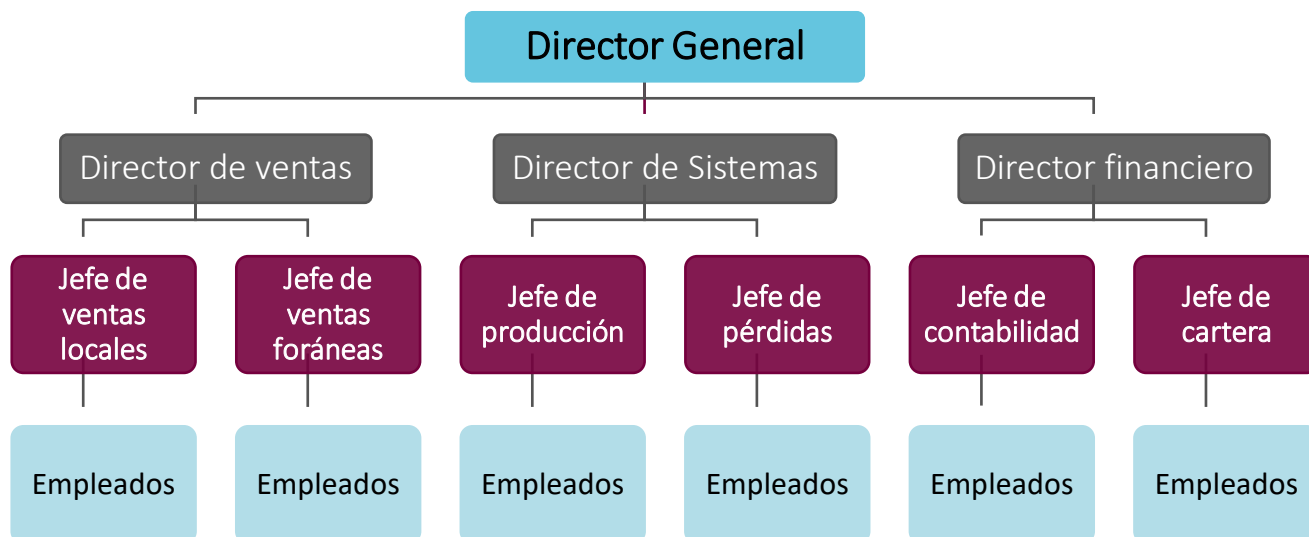
Así mismo contaremos con el área de administración la cual incluye a recursos humanos y en si el departamento de director seremos todos los que conformamos el área de sistemas, nuestro representante será Castro Cruces Jorge Eduardo.



# Organigrama

El organigrama empresarial representa la estructura interna de nuestra empresa y por este motivo es un documento empresarial muy importante para el negocio. El organigrama determinará cómo es la estructura organizativa de nuestra empresa, y va a ser piramidal, donde los mandos y jefes priman sobre los trabajadores.

Realizaremos un organigrama de tipo por bloques para concentrar a los miembros de la empresa en áreas específicas y estar abiertos a la posibilidad de añadir más bloques de ser requeridos para nuevas áreas



*Ilustración 3 RÜFÜS: Organigrama*



# POLITICA DE INNOVACIÓN

La misión de la política de innovación es proporcionar incentivos y coordinar los agentes que participan en la generación y la transmisión de conocimiento, desde la actividad computacional hasta la empresa.

La política de innovación, al igual que la política industrial, conlleva la adopción de una estrategia a medio plazo, con priorización de sectores y actividades, poniendo el énfasis en el fomento de la cooperación entre los agentes del sistema.

Por ello, incorporar a personal cualificado constituye el primer paso para competir en el actual escenario mundial, pero utilizar correctamente este recurso es fundamental.

Un proceso inspirador, que cataliza un sentido de dirección y propósito compartido, que se abre al aprendizaje continuo y se apoya en él, e invita a la emergencia de iniciativas a todos los niveles, esta es la fórmula en que se apoya el presente trabajo; cómo hacerlo realidad en la empresa es otro de los temas que considera.



# JIT vs OUTSOURCING

## JIT

El método Just In Time (también conocido como JIT o Justo a tiempo) es un sistema de organización de la producción para las fábricas que permite aumentar la productividad y la calidad. Posibilita reducir el costo de la gestión y por pérdidas en almacenes debido a acciones innecesarias. Es una filosofía Industrial de eliminación continua de todo lo que implique desperdicio en el proceso de producción desde las compras hasta la distribución

### VENTAJAS

- Reducen las pérdidas de material.
- Mejora la productividad.
- Ahorro y racionalización en los costos de producción.
- Menor espacio de almacenamiento.
- Obtención de pocos desperdicios.
- Cada operación produce sólo lo necesario para satisfacer la demanda.
- Los componentes que intervienen en la producción llegan en el momento de ser utilizados.

### DESVENTAJAS

- **Interrupción de la producción:** La interrupción de la producción puede resultar en mayores costos, problemas con la satisfacción del cliente y reducción en utilidades.
- **Mayores costos:** Aunque la reducción de costos fijos de inventario es una ventaja del sistema JIT, también se puede incurrir en mayores costos.



## OUTSOURCING

(Subcontratación). Es el proceso por el cual una empresa o institución encomienda la realización de una parte de sus tareas o servicios a otra empresa. Consiste en movilizar recursos hacia una empresa externa a través de un contrato. De esta forma, la compañía subcontratada desarrolla actividades en nombre de la primera.

### VENTAJAS

- **La empresa puede dedicar todo su esfuerzo a su actividad principal:** con este método la empresa principal puede centrarse y mejorar en ciertas funciones y especializarse aumentando en eficiencia y ahorrando tiempo.
- **Calidad:** seguridad de obtener buen resultado ya que se disponen de profesionales del marketing con experiencia.
- **Reducir los tiempos:** resultados más rápidos, ritmo de crecimiento alto.
- **Ahorro:** paga por lo que necesita, sin soportar los gastos fijos de un departamento de marketing propio. Muchas PYMES no pueden permitirse el gasto de un departamento de marketing propio.
- Controlar fácilmente tareas muy complejas que necesitarían una gran inversión de capital si la misma empresa las desarrollase.

### DESVENTAJAS

- Las tarifas incrementan la dificultad de volver a implementar las actividades que vuelvan a representar una ventaja competitiva para la empresa.
- Esta nueva empresa no conoce a los trabajadores, ni la forma de trabajo.
- No hay un compromiso moral de un trabajo bien hecho, dado que es una subcontratación, es decir, no forman parte de la empresa.
- En algunos casos se puede dar la pérdida del control sobre la producción.



## JIT

La producción JIT se implementará para aumentar el desarrollo y las facilidades que conlleva, obteniendo así un mejor producto para nuestros futuros usuarios.

Dentro de la empresa se emplea esta metodología principalmente para evitar problemas tanto monetarios, así como de rendimiento en el servidor que soporta a la plataforma, se contará con personal que realice análisis acerca de los recursos que son menos utilizados, así como de los módulos que no se utilizan con regularidad para posteriormente tomar la decisión ya sea de removerlos, optimizarlos o sustituirlos por un módulo o recurso que se adapte mejor a los requerimientos de los usuarios. De este modo se evita estar almacenando recursos desperdiciados. También se contempla la seguridad básica del sistema, al ser una metodología que ataca solamente los problemas fundamentales queda descartada la revisión minuciosa de las posibles vulnerabilidades con las que la plataforma pudiese contar.

## Outsourcing

Dentro de nuestra empresa, tenemos contemplada y valorada la aplicación de la subcontratación, para la adquisición de personal de limpieza; La cual se dedicará a mantener aseada y pulcra el área de trabajo, hallada dentro de la oficina.

Aunque, no tenemos pensado subcontratar especialistas en la materia, si hemos pensado en contratar directamente a personal que comparta nuestra visión como empresa y desee adquirir experiencia siendo novato en el ámbito laboral.

Posiblemente haya que requerir de algún servicio de monitoreo de puertos de seguridad o vulnerabilidades para evitar que la plataforma sufra algún problema externo por parte de agentes maliciosos ajenos a la empresa. Cabe la pena resaltar que este tipo de estudios deberán ser contratados por algún proveedor especializado en la materia y no serán periódicos. También se deberá contratar algún servicio de capacitación y concientización del personal acerca de los riesgos que conlleva caer en fraudes tipo Ingeniería social y manejo de información delicada.

Del mismo modo se contempla contratar algún servicio de mercadotecnia y diseño para que por medio de la especialización de alguna empresa se obtengan los beneficios esperados dentro del o los portales web que sean desarrollados, así como asesoramiento para la difusión del o de los sitios que se desarrollarán.





# PROCEDIMIENTO ESTRATÉGICO

## Objetivo

El objetivo del procedimiento estratégico que persigue RÜFÜS como empresa consiste en brindar servicios de calidad en el desarrollo de aplicaciones empresariales para la web, así como su mantenimiento, evaluación y reingeniería. Haciendo uso de los más altos estándares de calidad que se emplean en la industria en la actualidad. Nuestra formulación estratégica definirá qué vamos a realizar para que los clientes se fijen en nuestro producto sobre los demás del mercado.

## Políticas de operación

### Principios y Fundamentos:

- La definición de las políticas de operación facilita el cumplimiento de los principios de economía, al dotar a la entidad de los lineamientos necesarios para que la adquisición y mantenimiento de los recursos y capacidades requeridos para su gestión, se realice de acuerdo con las políticas de austeridad y mesura en el gasto público; de eficiencia, al establecer los parámetros bajo los cuales deben realizarse las actividades y tareas para la obtención de productos y servicios que satisfagan las necesidades de sus grupos de interés, mediante un uso racional de los recursos y capacidades institucionales; de eficacia, al establecer las condiciones bajo las cuales deben entregarse los productos y servicios requeridos por los públicos que atiende la entidad pública; de celeridad, al determinar los tiempos y condiciones necesarias para la ejecución de las actividades y tareas: de preservación del medio ambiente, al tener presente la protección de la vida y de las condiciones ambientales.
- Las políticas de operación permiten definir dentro de los límites establecidos por la constitución y la ley, las normas y directrices relativas a la operación de la entidad. dando paso a la autorregulación: facilita la autogestión institucional, en tanto se aprovechan las fortalezas y capacidades en procura del propósito institucional y promueve el autocontrol al procurar de cada servidor la disposición de sus capacidades y habilidades al servicio de la entidad.

### Los objetivos del establecimiento de estas políticas son los siguientes:

- Establecer guías de acción que direccionen la operación de la Institución hacia la implementación de las estrategias organizacionales.
- Mantener la coherencia y armonía entre las definiciones estratégicas y la operación de la empresa.



- Facilitar el Control Administrativo
- Reducir la cantidad de tiempo que los administradores ocupan en tomar decisiones sobre asuntos rutinarios.
- Definir los límites y parámetros necesarios para ejecutar los procesos y actividades en cumplimiento de la función, los planes, proyectos y políticas de administración de riesgos.

Las políticas de operación en nuestra empresa nos ayudarán a facilitar el control administrativo y Así mismo se establecerán normas administrativas para garantizar el desarrollo de los objetivos de la empresa.

## Alcance

El alcance que persigue **RÜFÜS** es en primer lugar posicionarse como una empresa de talla estatal, lograr realizar distintos proyectos que le permitan la expansión a las principales zonas de negocios de la ciudad, posteriormente se busca que **RÜFÜS** realice cualquier tipo de proyecto a nivel nacional para cualquier tipo de empresa ya sea privada o gubernamental que necesite servicios relacionados a las tecnologías web. Para obtener el alcance de nuestra empresa debemos enfocarnos principalmente en los departamentos componentes de ella los cuales son: El área de ventas, el área de finanzas y el área de desarrollo.

## Descripción del procedimiento

### 1. Propósito:

Nuestros esfuerzos como directivos de la empresa deben orientarse principalmente a evitar que ocurran incidentes operacionales, lo cual requiere dentro de otros, la aplicación de normas internas de seguridad.

### 2. Alcance

Este procedimiento está dirigido a todos los trabajadores que realicen labores dentro de la empresa RÜFÜS.

### 3. Definiciones (o marco teórico):

Se prohíbe fumar y el uso de llamas visibles dentro y alrededor de las zonas de trabajo, como la oficina.

### 4. Referencias:

Sin referencias.



#### 5. Responsabilidades:

- Eligen ADMINISTRADOR ÚNICO y DIRECTOR DE PROYECTOS, al señor **Castro Cruces Jorge Eduardo**.
- Eligen DESARROLLADOR DE SOFTWARE a la señora **Flores Vargas Damaris Judith**.
- Eligen ADMINISTRADOR DE BASES DE DATOS al señor **Garnica Muñoz Anuar Francisco**.
- Eligen DISEÑADOR GRÁFICO a la señora **Luciano Espina Melisa**.
- Eligen DESARROLLADOR DE SOFTWARE al señor **Miranda Higuera Isaac Uriel**.

Los accionistas acuerdan otorgar PODER GENERAL PARA PLEITOS Y COBRANZAS al señor **Rojas de la Rosa Carlos Armando**.

#### 6. Requerimientos:

Simple y sencillamente se les solicita a todos los integrantes de la empresa acatar las reglas y seguir las instrucciones que le son otorgadas y asignadas por su superior inmediato.

#### 7. Anexos:

Sin anexos.

El procedimiento estratégico es la serie de etapas que sigue una empresa, el cual se inicia con el análisis de la situación actual, para luego formular la visión, misión y objetivos de la empresa. En nuestro caso ya contamos con la visión de la situación que vivimos lo cual nos facilita aún más todos los casos, ya que prevemos a lo que nos enfrentaremos.

#### 8. Anexos:

El primer paso se produce cuando se definen y se delimitan los objetivos que la empresa espera alcanzar. Esto permite definir la misión de la organización. El camino que se seguirá es el siguiente:

- Determinar los objetivos tanto a corto y largo plazo.
- Establecer el mecanismo de cómo poder alcanzarlos.
- Asignar los objetivos de forma personalizada, asignando tareas de manera individual a cada persona para que las realice con éxito.

#### 9. Análisis de la información:

Durante el análisis se centrará la atención sobre todo en las necesidades de la empresa, especialmente para que ayuden a mantenerse en el mercado y a lograr que se pueda alcanzar un nivel de crecimiento adecuado. Además, en el análisis interno y externo se podrá identificar sus fortalezas y debilidades; así como sus amenazas y oportunidades.



#### 10. Definición de estrategias:

Luego de realizar la fase de análisis, la empresa estará en capacidad de definir sus estrategias. Tomando en cuenta en primer lugar los recursos que posee y que le faciliten poder conseguir las metas y objetivos previamente establecidos.

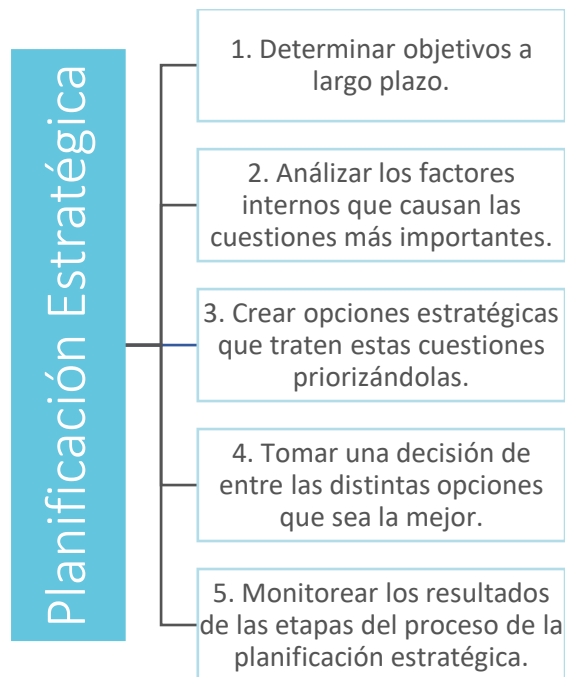
#### 11. Implementación de estrategias:

Inmediatamente, en este paso se pone en marcha la aplicación y ejecución de la estrategia definida por la empresa. Aquí se determina si la estrategia funciona o no funciona en términos reales, por lo que se convierte en una fase determinante para las decisiones que debe tomar la empresa.

#### 12. Evaluación y control:

Por último, la evaluación y control se da cuando la empresa realiza mediciones sobre su desempeño. Así mismo, examina aspectos específicos sobre problemas tanto internos como externos que enfrenta la empresa. Luego de los hallazgos encontrados se puede llegar a aplicar medidas correctivas, cuando la situación lo precise.

## Flujograma



*Ilustración 4 Flujograma*



# MANUAL DE PUESTO

## Descripción de puesto

Fecha de elaboración: 06 de diciembre de 2020

Fecha de revisión: 12 de diciembre de 2020

### I. Datos de identificación del puesto

Puesto:	DIRECTOR GENERAL
Nivel jerárquico:	1
Reporta a:	-
Supervisa a:	Director de ventas, Director de Sistemas, director financiero.
Jornada de trabajo:	Turno matutino 9:00 a 18:00 horas (1 hora de descanso)

### II. Descripción

#### Descripción genérica

Responsable de las operaciones generales de una empresa, así como de su rentabilidad. Su objetivo principal es garantizar la eficiencia, productividad y desempeño general, asegurando el buen funcionamiento de la empresa.

Coordina todas las actividades de una empresa, supervisa el desempeño de los empleados, controla los presupuestos, establece los objetivos generales, asegurando que todas estas actividades se realicen de manera eficiente, organizada, segura y rentable.

#### Descripción específica

##### Actividades principales y constantes

1. Planificar el programa general de investigación y desarrollo de la empresa, definir las metas de los proyectos y fijar sus presupuestos.
2. Dirigir y gestionar las actividades del personal de investigación, desarrollo y pruebas.
3. Coordinar y controlar el desarrollo de proyectos en centros de investigación externos supervisando plazos, costes y calidad.
4. Establecer y gestionar presupuestos, controlar los gastos y asegurar la utilización eficiente de los recursos.
5. Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos.
6. Controlar la selección, formación y rendimiento del personal.
7. Determinar los objetivos, programas y calendario de la estrategia de innovación de la empresa, para el área de desarrollo.
8. Firma los acuerdos del equipo de desarrollo.
9. Revisa, autoriza, y firma el trabajo o proyectos finalizados por el equipo de desarrollo.



### Actividades periódicas y eventuales

1. Observa los informes sobre las necesidades y evaluaciones de los usuarios.
2. Prueba los nuevos programas.
3. Evaluar sistemas nuevos y existentes.
  - a) Diseñar planes de prueba para los programas nuevos desarrollados.
  - b) Realizar pruebas para la medición de calidad en los sistemas desarrollados.
  - c) Detectar errores en los programas.
  - d) Propone mejoras para programas existentes.

### III. Análisis

Conocimientos y complejidades de las funciones	Experiencia:	Hasta un año
	Formación académica:	Licenciatura terminada o trunca.
	Conocimientos:	Específicos del puesto
	Actividades a realizar:	Actividades de jefe de proyecto.
	Nivel de instrucción:	No requiere órdenes específicas.
	Bases de acción:	Requiere observar y comprender procedimientos, técnica, normas y políticas.
	Criterio:	Alto, basado en experiencia y conocimiento científico adquirido.
	Habilidad normal:	Requiere de conocimiento y habilidad técnica en programación, programación en móviles, Ingeniería de Software, definidos para proponer soluciones, herramientas, hacer evaluaciones.
Responsabilidades	Por el desarrollo del trabajo:	No Trabaja bajo supervisión periódica.
	Por dirección y supervisión:	Supervisa y evalúa al equipo de desarrollo. Realiza actividades de un Jefe de Proyecto.
	Por el manejo de fondos:	Informa necesidades de financiamiento y equipo para su área.
	Por el manejo de activo fijo:	Maneja en forma periódica computadoras, computadoras portátiles, impresoras, y servidores.
	Relaciones externas:	Tiene relación (de manera personal y telefónica) con proveedores, clientes y otras dependencias.
	Relaciones internas:	Tiene relación de manera personal y telefónica con el personal de todas las áreas de la compañía.
	Información confidencial: Oportunidad en la presentación	Maneja información de mucha importancia como: programas, informes de prueba, informes de actualizaciones



		Requiere que las actividades y operaciones del puesto se realicen con puntualidad a fin de no alterar el orden de otros trabajos
	Por la seguridad de otros:	Responde a su propia seguridad y la del equipo del área de desarrollo.
Esfuerzo	Esfuerzo mental:	Alto durante períodos largos.
	Probabilidad del error:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Por error en la evaluación de pruebas.</li> <li>b) Por error en evaluación del análisis de requerimientos</li> </ul>
	Esfuerzo físico requerido:	En sus labores diarias requiere de movimientos fáciles y simples, manejo de materiales y equipo ligero no aplica esfuerzo físico considerable.
Condiciones de trabajo	Condiciones de trabajo:	Realiza actividades en oficina, cuenta con su propio escritorio, computadora de escritorio, computadora portátil, y un espacio para trabajo colaborativo con el equipo del área de desarrollo.





Fecha de elaboración: 06 de diciembre de 2020

Fecha de revisión: 12 de diciembre de 2020

I. Datos de identificación del puesto

Puesto:	DIRECTOR DE VENTAS
Nivel jerárquico:	2
Reporta a:	-
Supervisa a:	Jefes de ventas foráneas y locales.
Jornada de trabajo:	Turno matutino 9:00 a 18:00 horas (1 hora de descanso)

II. Descripción

**Descripción genérica**

El director de ventas planifica, dirige y coordina las actividades de ventas y comercialización de una empresa u organización.

Es responsable de la maximización de las Ventas de una empresa, para lo cual establece metas reales que persigue con determinación para lograr el aumento de los ingresos de la empresa. Además de ello, su rol es importante para el éxito o fracaso de una compañía, ya que son piezas fundamentales en la consecución de los objetivos de ventas que impulsarán las ganancias.

**Descripción específica**

**Actividades principales y constantes**

1. Fijar las listas de precios, los porcentajes de descuento y los plazos de entrega, los presupuestos para campañas de promoción de ventas, los métodos de venta, y los incentivos y campañas especiales.
2. Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos relativos a las actividades de ventas y comercialización.
3. Dirigir y gestionar las actividades del personal de ventas y comercialización.
4. Planificar y dirigir el trabajo diario.
5. Establecer y gestionar presupuestos, controlar los gastos y asegurar la utilización eficiente de los recursos.
6. Controlar la selección, formación y rendimiento del personal.
7. Representar a la empresa u organización en convenciones de ventas y comercialización, ferias de muestras y otros foros.
8. Marcar los objetivos a cumplir por todo el equipo comercial y de ventas.
9. Resolver problemas comerciales y de marketing.
10. Elaborar previsiones de ventas conjuntamente con otros departamentos de la empresa.



### Actividades periódicas y eventuales

1. Supervisar los procesos de reclutamiento y capacitación de los nuevos ingresos:
  - a) Monitorear el desempeño del equipo de Ventas.
  - b) Leer y evaluar los informes de ventas del personal.
  - c) Garantizar que cada miembro del equipo cumpla con sus objetivos y con las metas de la empresa.
2. Reunirse con los demás Gerentes de la empresa para verificar que los objetivos generales estén siendo ejecutados conforme a la planificación realizada.

### III. Análisis

Conocimientos y complejidades de las funciones	Experiencia:	Hasta un año
	Formación académica:	Licenciatura terminada o trunca.
	Conocimientos:	Específicos del puesto
	Actividades a realizar:	Actividades de jefe de proyecto.
	Nivel de instrucción:	Pudiera recibir ordenes específicas del Director General
	Bases de acción:	Deben tener altos niveles de organización, habilidades para el Marketing, liderazgo, facilidad para la comunicación y para socializar, así como destrezas para la Administración.
	Criterio:	Alto, basado en experiencia y conocimiento científico adquirido.
	Habilidad normal:	Requiere de conocimiento y habilidad en Ventas, Marketing y Administración de Empresas.
Responsabilidades	Por el desarrollo del trabajo:	No Trabaja bajo supervisión periódica.
	Por dirección y supervisión:	Supervisa y evalúa al equipo de ventas, cobranzas.
	Por el manejo de fondos:	Revisa necesidades de financiamiento y equipo para todas las áreas.
	Por el manejo de activo fijo:	Maneja en forma periódica computadoras, computadoras portátiles, impresoras, y servidores.
	Relaciones externas:	Tiene relación (de manera personal y telefónica) con proveedores, clientes y otras dependencias.
	Relaciones internas:	Tiene relación de manera personal y telefónica con el personal de todas las áreas de la compañía.



	Información confidencial: Oportunidad en la presentación	Maneja información de mucha importancia como: Estados financieros, balances generales, recibos, facturas. Recopilar, monitorear y analizar información tanto cuantitativa como cualitativa en informes de ventas.
	Por la seguridad de otros:	Responde a su propia seguridad y la del equipo del área de ventas.
Esfuerzo	Esfuerzo mental:	Alto durante períodos largos.
	Probabilidad del error:	a) Por error en planes de marketing. b) Por error en evaluación de presupuestos e informes de ventas.
	Esfuerzo físico requerido:	En sus labores diarias requiere de movimientos fáciles y simples, manejo de materiales y equipo ligero no aplica esfuerzo físico considerable.
Condiciones de trabajo	Condiciones de trabajo:	Realiza actividades en oficina, cuenta con su propio escritorio, computadora de escritorio, computadora portátil, y un espacio para trabajo colaborativo con el equipo del área de ventas.



Fecha de elaboración: 06 de diciembre de 2020

Fecha de revisión: 12 de diciembre de 2020

I. Datos de identificación del puesto

Puesto:	DIRECTOR DE SISTEMAS
Nivel jerárquico:	2
Reporta a:	-
Supervisa a:	Jefes de ventas foráneas y locales.
Jornada de trabajo:	Turno matutino 9:00 a 18:00 horas (1 hora de descanso)

II. Descripción

**Descripción genérica**

El Director de Sistemas lo primero que debe llevar a cabo es crear un buen sistema tecnológico y además, dotarlo del valor correspondiente, teniendo en cuenta que es indispensable para que los objetivos de la empresa vayan a buen puerto. Pero también dicho sistema no solo debe cumplir estas metas, igualmente tiene que integrarse dentro de ese plan estratégico. No va a ser un elemento externo del negocio, sino un método más para conseguir los objetivos propuestos.

**Descripción específica**

**Actividades principales y constantes**

1. Analizar las necesidades de los clientes para diseñar, probar y desarrollar un software que satisfaga las mismas.
2. Diseñar cada parte de la aplicación o sistema y planificar el modo en que estas trabajarán en conjunto.
3. Escribir el código del sistema a desarrollar.
4. Garantizar la funcionalidad del software al ejecutarse las fases de mantenimiento y pruebas.
5. Recomendar actualizaciones de software para programas y sistemas existentes.
6. Trabajar en conjunto con otros Ingenieros, desarrolladores de software y profesionales en Informática y Tecnología con el objetivo de desarrollar un software óptimo.
7. Desarrollar y administrar bases de datos, a los fines de buscar y almacenar cantidades masivas de información al desarrollar software.
8. Brindar apoyo en mejoras y en investigaciones para tecnologías alternas.
9. Detectar y arreglar fallas en el software desarrollado luego de su implementación.



### III. Análisis

Conocimientos y complejidades de las funciones	Experiencia:	Hasta un año
	Formación académica:	Licenciatura terminada o trunca.
	Conocimientos:	Específicos del puesto
	Actividades a realizar:	Actividades de jefe de proyecto.
	Nivel de instrucción:	Pudiera recibir órdenes específicas del Director General
	Bases de acción:	Especialistas en la búsqueda, diseño, evaluación, integración y mantenimiento de aplicaciones software, ambientes técnicos, sistemas operativos, software integrado, depósito de datos y software de telecomunicaciones. Dominio de las ciencias de la computación, estructuras de datos y algoritmos, aplicaciones móviles y bases de datos.
	Criterio:	Alto, basado en experiencia y conocimiento científico adquirido.
Responsabilidades	Habilidad normal:	Requiere de conocimiento y habilidad en informática y sistemas, creatividad excepcional para concebir y desarrollar nuevos programas. Habilidades de comunicación y liderazgo, comunicarse claramente. Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente, gran atención a los detalles.
	Por el desarrollo del trabajo:	No Trabaja bajo supervisión periódica.
	Por dirección y supervisión:	Supervisa y evalúa al equipo de sistemas.
	Por el manejo de fondos:	Revisa necesidades de financiamiento y equipo para su área.
	Por el manejo de activo fijo:	Maneja en forma periódica computadoras, computadoras portátiles, impresoras, y servidores.
	Relaciones externas:	Tiene relación (de manera personal y telefónica) con proveedores, clientes y otras dependencias.
	Relaciones internas:	Tiene relación de manera personal y telefónica con el personal de todas las áreas de la compañía.
	Información confidencial: Oportunidad en la presentación	Maneja información de mucha importancia como: Estados financieros, balances generales, recibos, facturas. Recopilar, monitorear y analizar



		información tanto cuantitativa como cualitativa en informes de ventas.
	Por la seguridad de otros:	Responde a su propia seguridad y la del equipo del área de ventas.
Esfuerzo	Esfuerzo mental:	Alto durante períodos largos.
	Probabilidad del error:	a) Por error en la gestión de sistemas. b) Por errores de seguridad, fugas de informacio.
	Esfuerzo físico requerido:	En sus labores diarias requiere de movimientos fáciles y simples, manejo de materiales y equipo ligero no aplica esfuerzo físico considerable.
Condiciones de trabajo	Condiciones de trabajo:	Realiza actividades en oficina, cuenta con su propio escritorio, computadora de escritorio, computadora portátil, y un espacio para trabajo colaborativo con el equipo del área de ventas.



Fecha de elaboración: 06 de diciembre de 2020

Fecha de revisión: 12 de diciembre de 2020

I. Datos de identificación del puesto

Puesto:	DIRECTOR DE FINANCIERO
Nivel jerárquico:	2
Reporta a:	-
Supervisa a:	Jefes de contabilidad yy cartera.
Jornada de trabajo:	Turno matutino 9:00 a 18:00 horas (1 hora de descanso)

II. Descripción

**Descripción genérica**

El Gerente de Finanzas supervisa y se encarga del flujo de dinero y los activos que entran y salen de la empresa. En tal sentido, estos profesionales deben estar familiarizados con las leyes y normativas aplicables al ámbito de las finanzas. De igual modo, revisan y elaboran informes de las ganancias y sobre el desempeño de los empleados.

**Descripción específica**

**Actividades principales y constantes**

11. Analizar información financiera y presentar los resultados obtenidos mediante informes.
12. Garantizar que las actividades económicas cumplan con la regulación aplicable.
13. Supervisar al personal encargado del levantamiento de informes.
14. Idear alternativas para minimizar los costos y las pérdidas.
15. Investigar y determinar oportunidades para lograr la expansión financiera.
16. Brindar asesoría y asistencia en la ejecución de planes y metas financieras.
17. Realizar labores gerenciales, manejar información financiera, documentar y levantar informes, analizar tendencias y evaluar el desempeño de la empresa.
18. Supervisar las operaciones y desarrollo de los departamentos de finanzas de la empresa:
  - a) Revisar y desarrollar políticas para regular las opciones financieras de la empresa.
  - b) Dirigir la recopilación y el análisis de la información financiera.
  - c) Estimar costos y ganancias para prever el logro de los objetivos establecidos.
  - d) Utilizar modelos matemáticos y estadísticos para prever las tendencias económicas y financieras.



- e) Evaluar periódicamente los procedimientos financieros y dar las recomendaciones correspondientes o sugerir posibles mejoras.
  - f) Idear métodos para maximizar las ganancias de la empresa.
  - g) Trabajar en conjunto con RRHH en el reclutamiento y capacitación de los nuevos ingresos.
  - h) Trabajar en conjunto con los Abogados durante compras de o fusiones con otras corporaciones o empresas.
  - i) Asistir en la administración de los activos y en la estimación de posibles ganancias.
  - j) Monitorear las tendencias que afecten el estado financiero de la empresa y planificar nuevas estrategias.
19. Servir de mediador entre la compañía, sus accionistas e inversores, procurando el beneficio de todas las partes involucradas.
20. Revisar la documentación referente a pronósticos financieros y el estado de la empresa:
- k) Elaborar documentos e informes legales a ser remitidos a la entidad reguladora de operaciones financieras correspondiente.
  - l) Analizar y articular las tendencias comerciales a ser presentadas a los accionistas.





### III. Análisis

Conocimientos y complejidades de las funciones	Experiencia:	Hasta un año
	Formación académica:	Licenciatura terminada o trunca.
	Conocimientos:	Específicos del puesto
	Actividades a realizar:	Actividades de jefe de finanzas.
	Nivel de instrucción:	Pudiera recibir ordenes específicas del Director General
	Bases de acción:	Deben tener altos niveles de análisis, con capacidad de resolver problemas y de tomar decisiones.
	Criterio:	Alto, basado en experiencia y conocimiento de la empresa.
	Habilidad normal:	Habilidades matemáticas, contables y conocimientos avanzados de computación.
Responsabilidades	Por el desarrollo del trabajo:	No Trabaja bajo supervisión periódica.
	Por dirección y supervisión:	Supervisa y evalúa al equipo finanzas y contabilidad.
	Por el manejo de fondos:	Revisa necesidades de financiamiento y equipo para todas las áreas.
	Por el manejo de activo fijo:	Maneja en forma periódica computadoras, computadoras portátiles, impresoras, y servidores.
	Relaciones externas:	Tiene relación (de manera personal y telefónica) con proveedores, clientes y otras dependencias.
	Relaciones internas:	Tiene relación de manera personal y telefónica con el personal de todas las áreas de la compañía.
	Información confidencial: Oportunidad en la presentación	Maneja información de mucha importancia como: Estados financieros, balances generales, recibos, facturas. Recopilar, monitorear y analizar información tanto cuantitativa como cualitativa en informes de ventas.
	Por la seguridad de otros:	Responde a su propia seguridad y la del equipo del área de finanzas.
Esfuerzo	Esfuerzo mental:	Alto durante períodos largos.
	Probabilidad del error:	c) gestión de impuestos d) presentación de cuentas anuales, libros,
	Esfuerzo físico requerido:	En sus labores diarias requiere de movimientos fáciles y simples, manejo de materiales y equipo ligero no aplica esfuerzo físico considerable.
Condiciones de trabajo	Condiciones de trabajo:	Realiza actividades en oficina, cuenta con su propio escritorio, computadora de escritorio, computadora portátil, y un espacio para trabajo colaborativo con el equipo del área de ventas.



# Perfiles de puesto

## PERFIL DE PUESTO

---

**Puesto:** Director General

**Escolaridad:**

- Licenciatura terminada
- Maestría terminada
- Doctorado terminado

**Área de especialidad:** Computación

**Género:** Masculino o femenino

**Salario:** \$6,000

**Edad:** entre 30 y 50 años

**Horario:** de 9:00 a 18:00 hrs (con una hora de descanso)

**Responsabilidad:**

- Es la persona que se encarga de gestionar las actividades de la empresa estableciendo tareas, objetivos y prioridades.
- Desarrolla, implementa, coordina, revisa, evalúa y mejora los procedimientos y políticas de la empresa además de las actividades e iniciativas.
- Monitorea y supervisa el progreso de proyectos, objetivos y costos de acuerdo con los presupuestos y plazos de tiempo establecidos
- Lleva el control de los presupuestos, colabora con socios e inversionistas y con los departamentos de ventas

**Experiencia:** Mínima de 2 años

**Habilidades:**

- - Habilidades de comunicación, negociación y proactividad.
- - Excelentes habilidades empresariales y capacidad de liderazgo
- - Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente
- - Capacidad analítica y para tomar decisiones, habilidad para resolver conflictos
- - Flexible y sensible con capacidad de adaptarse a distintas situaciones
- - Confiable y leal
- - Conocimientos avanzados sobre tecnologías web actuales
- - Tener buena presencia



## PERFIL DE PUESTO

---

**Puesto:** Director de ventas

**Escolaridad:**

- Licenciatura terminada
- Maestría terminada
- Doctorado terminado

**Área de especialidad:** Computación

**Género:** Masculino o femenino

**Salario:** \$6,000

**Edad:** entre 30 y 50 años

**Horario:** de 9:00 a 18:00 hrs (con una hora de descanso)

**Responsabilidad:**

- Es la persona que se encarga de gestionar las actividades de la empresa estableciendo tareas, objetivos y prioridades.
- Desarrolla, implementa, coordina, revisa, evalúa y mejora los procedimientos y políticas de la empresa además de las actividades e iniciativas.
- Monitorea y supervisa el progreso de proyectos, objetivos y costos de acuerdo con los presupuestos y plazos de tiempo establecidos
- Lleva el control de los presupuestos, colabora con socios e inversionistas y con los departamentos de ventas

**Experiencia:** Mínima de 2 años

**Habilidades:**

- - Habilidades de comunicación, negociación y proactividad.
- - Excelentes habilidades empresariales y capacidad de liderazgo
- - Organizado y capaz de manejar su tiempo efectivamente
- - Capacidad analítica y para tomar decisiones, habilidad para resolver conflictos
- - Flexible y sensible con capacidad de adaptarse a distintas situaciones
- - Confiable y leal
- - Conocimientos avanzados sobre tecnologías web actuales
- - Tener buena presencia



## PERFIL DE PUESTO

---

**Puesto:** Director de sistemas

**Escolaridad:**

- Licenciatura terminada
- Maestría terminada
- Doctorado terminado

**Área de especialidad:** Computación

**Género:** Masculino o femenino

**Salario:** \$4,000

**Edad:** entre 25 y 50 años

**Horario:** de 9:00 a 18:00 hrs (con una hora de descanso)

**Responsabilidad:**

- Es el profesional que se encarga de establecer conexiones entre los sistemas de información y el plan estratégico de la empresa.
- Debe establecer propuestas de mejora y coordinar al equipo técnico.

**Experiencia:** Mínima de 2 años

**Habilidades:**

- - Conocimiento horizontal del negocio: debe conocer cómo es el negocio y cómo funciona la compañía
- - Debe saber cómo realizar un plan estratégico de sistemas de información, que ayude a la compañía a alcanzar sus objetivos
- - Gestionar los proyectos de sistemas de información y las diferentes metodologías
- - Conocer acerca de los temas legales que se deben tomar en cuenta y abarcar que afecten a los sistemas de información
- - Deberá estar informado acerca de cómo desarrollar una arquitectura tecnológica
- - Deberá saber cómo aplicar la metodología de gestión de servicios al control de los equipos de sistemas de información
- - Deberá conocer acerca de marketing digital y eBusiness



## PERFIL DE PUESTO

---

**Puesto:** Director de financiero

**Escolaridad:**

- Licenciatura terminada
- Maestría terminada
- Doctorado terminado

**Área de especialidad:** Finanzas

**Género:** Masculino o femenino

**Salario:** \$6,000

**Edad:** entre 30 y 50 años

**Horario:** de 9:00 a 18:00 hrs (con una hora de descanso)

**Responsabilidad:**

- Coordinar todas las tareas contables, administrativas, financieras, etc ...
- Controles de efectivo: realizar una adecuada previsión de pagos y cobros para que exista suficiente liquidez, además, debe supervisar las estrategias de gestión de efectivo.
- Administrar informes financieros, carteras de inversión, la contabilidad y todo tipo de análisis financiero de la empresa.
- Control presupuestario: comprobar que no hay desviaciones significativas, proporcionar información suficiente o gestionar las actividades de la organización.
- Coordinar con la asesoría la gestión de impuestos, presentación de cuentas anuales, libros, etc...
- Controlar los costes.
- Controlar las compras.

**Experiencia:** Mínima de 2 años

**Habilidades:**

- Destrezas para la negociación (ya que tiene lidiar con los bancos con frecuencia).
- Flexibilidad.
- Habilidades para la obtención y análisis de información.
- Capacidad de síntesis.
- Perspectiva estratégica.
- Tolerancia a la presión, etc...



## PERFIL DE PUESTO

---

**Puesto:** Empleados

**Escolaridad:**

- Licenciatura terminada

**Área de especialidad:** Desarrollo de aplicaciones en Computación

**Género:** Masculino o femenino

**Salario:** \$30,000

**Edad:** entre 25 y 50 años

**Horario:** de 9:00 a 18:00 hrs (con una hora de descanso)

**Responsabilidad:**

- Son personas con cualidades intelectuales para desempeñar un cargo determinado
- departamento, realizando tareas determinadas en la empresa.

**Experiencia:** Mínima de 1 año

**Habilidades:**

- - Dependerá de los requerimientos del jefe a cargo del departamento.



# PROCEDIMIENTO INTERNO DE RECLUTAMIENTO

Es muy utilizada por los departamentos de recursos humanos de las empresas por las grandes ventajas que tiene frente al reclutamiento externo.

El reclutamiento interno es un proceso de selección de trabajadores que, como su propio nombre indica, se lleva a cabo de forma interna en la empresa, es decir: es un tipo de reclutamiento que toma como aspirantes al nuevo puesto de trabajo a empleados de la empresa, reubicando a dichos talentos, promoviendo un ascenso o bien ofreciendo un movimiento horizontal.

## Objetivo

El objetivo principal del reclutamiento es tener el mayor número de personas disponibles, que reúnan los requisitos de los puestos o cargos a cubrirse en la Institución. Como proceso, el reclutamiento y selección de personal implica, por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a la búsqueda, selección e incorporación de personal idóneo para cubrir las necesidades de la organización de acuerdo con los requerimientos y especificaciones de los diferentes puestos de trabajo.

## Políticas de operación

Las políticas de selección de personal tienen varios objetivos. Entre otros:

- Reunir, unificar los criterios técnicos que permitan una correcta selección de personal.
- Definir los lineamientos para el reclutamiento y selección de personal que permitan distinguir los candidatos ideales para cubrir las necesidades de la empresa.
- Definir la forma técnica en que tendrán lugar los procesos de selección.
- Garantizar el bienestar de los trabajadores y de la empresa.

## Alcance

El procedimiento inicia en el momento que la Dirección solicitante realiza el pedimento de personal y finaliza cuando el funcionario cumple el período de prueba.

## Descripción del procedimiento

Dentro de la planeación estratégica las empresas deben incluir el reclutamiento y selección de personal. Usualmente son las áreas de Recursos Humanos (RR.HH.) las responsables de realizar esta planeación, sin embargo, existen casos en que no se cuenta con este departamento, por lo que el reclutamiento recae en los líderes de las áreas que necesitan de nuevos trabajadores.



# Flujograma

## Análisis y detección de necesidades

Toda organización que quiera ser puntera en su sector debe tener muy claro cuáles son sus necesidades en cuanto al personal que debe tener en cada momento, y para ello es necesario que el departamento de recursos humanos realice una o dos veces al año un análisis y detección de necesidades de puestos de trabajo.

## Reclutamiento activo o pasivo

Una vez que se han detectado las necesidades del personal a incorporar, el siguiente paso no es otro que comenzar lo que es el reclutamiento en sí; si seguimos los métodos tradicionales pondremos una oferta de empleo y esperaremos que nos lleguen los currículums (reclutamiento activo) y si seguimos los nuevos métodos de Reclutamiento 2.0, buscaremos en redes sociales candidatos pasivos para cubrir esa posición (reclutamiento pasivo).

## Recepción de candidaturas

Si hemos optado por los métodos tradicionales de selección, esperaremos la recepción de los currículums de los candidatos, y si optamos por los métodos más novedosos buscaremos nosotros esos candidatos.

## Preselección

Una vez que hayamos recibidos los currículums o busquemos los candidatos en las redes sociales, es fundamental hacer una primera preselección de candidatos; antes de ello es necesario que hayamos hecho una descripción de los puestos de trabajo a cubrir, así como el perfil profesiográfico del candidato ideal para nuestra organización.

## Pruebas

Los candidatos preseleccionados habrán de pasar por las pruebas que hayamos determinado para detectar las habilidades y competencias requeridas para el puesto que queremos cubrir. Estas pruebas pueden ser test psicotécnicos, rol playings, o utilizando técnicas más novedosas como la gamificación.





## Entrevista

La entrevista cara a cara con el candidato siempre será uno de los puntos más importantes del proceso de selección, sin olvidar ninguno de los otros; en la entrevista podremos mirar a los ojos a los candidatos, ver su lenguaje corporal e intentar descubrir de forma directa sus habilidades y su experiencia.

## Valoración y decisión

No todos los candidatos son iguales y por lo tanto las entrevistas tampoco deberían ser iguales; es necesario que, una vez realizadas las entrevistas personales, dediquemos los siguientes días a analizar y valorar los pros y los contras de cada uno de los candidatos entrevistados e ir comparándolos con el perfil profesiográfico y la descripción del puesto de trabajo que habíamos diseñado en el punto cuatro de esta lista.

## Contratación

La contratación es el paso en el que vamos a incorporar a nuestra organización al candidato elegido; es el momento de explicarle todos los aspectos legales y contractuales de su contratación, así como de darle la fecha de su incorporación al puesto de trabajo y resolverle todas las posibles dudas que pudiera tener antes de su incorporación.

## Incorporación

Es muy importante señalar que la selección de personal no termina con la contratación; este es otro de los males de las organizaciones; la incorporación al puesto de trabajo debe ser también un punto básico en la selección de personal.



## Ficha técnica

Contiene una misión donde se especifica lo que busca la empresa, el alcance inicial y final, donde se describe lo que se busca con el personal y cómo se espera que termine, se agrega el responsable de quién busque reclutar. Se agregan indicadores donde se muestran los candidatos reclutados, los candidatos seleccionados de los reclutados y los candidatos seleccionados de los presentados.

También cuenta con entradas y proveedores, transformación, salidas y clientes.

Ficha Técnica Reclutamiento y Selección		Entradas	Proveedores	Transformación	Salidas	Cliente
<b>Misión:</b>				Identificación de vacantes por parte de las áreas de la empresa. Solicitudes específicas de las áreas.		
Garantizar a la empresa la dotación de una fuerza de trabajo con las competencias que garantice un correcto desempeño del mismo.		Solicitudes Especificas Memorando	Áreas de la empresa	Planeación de los RR.HH.	Oficio	Gabinete de ministro
		Oficio Aprobado	Gabinete de ministro	Información de análisis de puestos		
<b>Alcance:</b>	<b>Responsable:</b>		Habilidades del trabajador	Requerimientos que debe reunir el trabajador que está optando por la vacante.	Habilidades del trabajador	
<b>Inicio:</b> Determinar las necesidades de personal y su calificación <b>Final:</b> Dotar al área con el trabajador que mejor se adecue a sus necesidades.	Jefe del departamento			Método de reclutamiento. Se utiliza el que se considere pertinente por el personal responsable del proceso de reclutamiento.	Candidatos de las vacantes	
<b>Indicadores:</b>				Concurso público mediante un Jurado compuesto por integrantes de distintas áreas a los candidatos: test escrito, test psicológico, entrevista personal.	Candidatos Aprobados	Áreas de la empresa
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>% Candidatos reclutados</b> = (Número de candidatos reclutados/ Número de candidatos presentados) *100</li> <li>• <b>% Candidatos Seleccionados de los reclutados</b> = (Candidatos seleccionados/ Cantidad de candidatos reclutados) *100</li> <li>• <b>% Candidatos Seleccionados de los presentados</b> = (Candidatos seleccionados/ Cantidad de candidatos presentados) *100</li> </ul>						



# **PARTE III: HERRAMIENTAS, GESTIÓN DE CALIDAD Y REGISTROS**



# BENCHMARKING

El benchmarking, también llamado comparación referencial, es una de las prácticas de negocios más populares y efectivas, y no se limita a ningún área en especial ni a un cierto tamaño de empresa. Ésta herramienta consiste en hacer una comparación entre tu negocio y la competencia (tanto directa como indirecta), así como con comercios líderes en otras industrias u otros mercados con la intención de descubrir y analizar cuáles son sus estrategias ganadoras y, de ser posible, aplicarlas en tu propia empresa.[1] En nuestra empresa, aplicar el benchmarking nos ayudaría mucho a poder impulsarnos, ya que, si conocemos bien a nuestra competencia podremos estar un paso adelante de ellos, algunas empresas que tenemos en cuenta son:

- **Platzi:** Cuenta con muchos cursos, sin embargo hay que pagar por ellos.
- **Dev.f:** Ofrece cursos de web, lo cual podría interesar a nuestros posibles clientes, pero igual requiere de un pago.
- **TutorialesProgramacionYa:** Es una página web la cual ofrece cursos de programación básicos donde presentan problemas y una forma de resolverlo

## Objetivo

Nuestro objetivo principal para aplicar benchmarking, es mejorar nuestra plataforma, para que los usuarios que tengamos al inicio recomienden nuestro trabajo, también mediante pequeñas encuestas se recopilará información. Si tenemos todo lo que necesitan nuestros usuarios podremos ser una de las grandes empresas que aparezca en los puestos principales de los buscadores.

Además, el utilizar benchmarking es de mucha utilidad, ya que representa una mejora continua y se puede lograr satisfacer las necesidades de nuestros usuarios.

## Alcance

El benchmarking, además de evaluar continuamente, es un proceso de comparación con otras organizaciones líderes para lograr información sobre filosofías, estrategias y procesos. Esto permite que cada organización tome decisiones vitales para su desempeño. [2]

Como menciona la definición anterior el benchmarking no sólo es un paso, si no es todo un proceso que se debe seguir, al implementarlo en nuestra empresa, tomaremos en cuenta cada paso que de nuestra competencia y de las que estén surgiendo, para evitar inconformidades de parte de nuestros usuarios se analizarán los comentarios negativos que se presentan en páginas con una iniciativa como la nuestra.



# Método

Hay distintas metodologías para implementar correctamente el benchmarking,

La siguiente es una opción del proceso de Benchmarking en ocho pasos, que se puede aplicar a una organización:

- Determinar en qué actividades se debe hacer Benchmarking.
- Determinar los factores clave a medir.
- Identificar a las compañías con prácticas más avanzadas.
- Medir la actuación de las compañías con prácticas más avanzadas
- Medir la propia actuación.
- Desarrollar el plan para igualar y superar o mejorar el modelo.
- Obtener el compromiso por parte de la dirección y los empleados.
- Poner en práctica el plan y supervisar resultados.

Hay muchas formas más de llevar a cabo la metodología de un Benchmarking, la mayoría de las organizaciones que se han institucionalizado en esta práctica han adaptado los procesos básicos para ajustarse a sus necesidades específicas. [3]

Nosotros para implementar el Benchmarking seguiremos los siguientes pasos:

- > Definir qué se quiere analizar.
- > Determinar qué clientes se utilizarán para la información de Benchmarking.
- > Identificar los factores críticos (éxito/fracaso).
- > Crear los equipos de trabajo necesarios.
- > Determinar funciones tareas y responsabilidades de los equipos de trabajo.
- > Determinar qué empresas tienen las mejores prácticas en la industria.
- > Recopilar y organizar la información.
- > Analizar la información.
- > Establecer diferencias entre ambas organizaciones.
- > Identificar todas las áreas de mejora.
- > Desarrollar el plan estratégico para igualar y superar al mejor.
- > Poner en práctica el plan estratégico y medir resultados.

Consideramos que estos pasos complementarán nuestra competitividad en el mercado y resaltaremos como empresa en el área de aprendizaje continuo dentro de la comunidad de ESCOM.



## Benchmarking social media

El benchmarking en social media, no es más que un análisis comparativo de los resultados obtenidos en redes sociales por empresas similares a la tuya en tamaño, estructura y composición. Por lo tanto, el benchmarking es un proceso continuo que forma parte del plan de social media, fundamental para tener una situación de partida antes de llevar a cabo cualquier tipo de estrategia y consiste en:

- Analizar lo que está haciendo tu competencia directa e indirecta en las redes sociales y blogs. Es decir, ¿qué tipo de contenido generan? ¿en qué tipo de formato lo hacen? ¿con qué palabras están intentando posicionarse?
- Optimizar tus estrategias en función del análisis de la competencia realizado.
- Realizar una retroalimentación y un seguimiento continuo de tus estrategias en comparación con las de la competencia. [4]

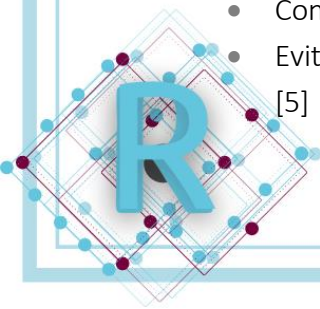
En la actualidad la mayoría de las empresas se ha unido a las redes sociales ya que generan más atención hacia clientes jóvenes y también adultos, se logra diferenciar mucho entre los que utilizan las redes sociales y los que no, ya que tienen más impacto y logran sus objetivos. Nuestra principal herramienta para darnos a conocer será por medio de las redes sociales, ya que en la comunidad principal a la que va dirigida nuestra empresa es hacia los estudiantes de la ESCOM; aproximadamente el 96% de la comunidad tiene algún medio social, así que aprovecharemos esa estrategia con el benchmarking para poder resaltar.

## Análisis de redes sociales

Analizar tu competencia en redes sociales tiene muchas ventajas, las principales son:

- Tener una visión general de lo que se cuece en tu sector en las redes y de cómo funciona.
- Ganas tiempo a la hora de hacer un análisis DAFO para ver en qué falla tu estrategia y en qué tienen éxito los demás.
- Ayuda a desarrollar nuevas ideas, ya que es la mejor fuente de inspiración para analizar qué hacen bien tus competidores.
- Analizas a fondo tu propia estrategia y sabrás que haces bien y que no en comparación al resto.
- Adelantas a tu competencia al descubrir las áreas menos trabajadas por ellos.
- Conoces mejor a tus clientes, hábitos y aspiraciones.
- Evitarás el estancamiento en tu estrategia de marketing y mejorarás tu posicionamiento.

[5]



Nosotros crearemos principalmente una página en Facebook la cual llevará el nombre de nuestra empresa junto con el logo que ya creamos, se modificará según el propósito que se tenga para cumplir nuestros objetivos, con esto llegaremos a más usuarios que se interesen en lo que ofrecemos para ellos. Como sabemos que nuestra competencia contrata servicios de **ads**, por **Google** o **Facebook** tenemos esa desventaja, pero sólo si se cuenta para usuarios externos a los que tenemos actualmente. Por lo tanto, una vez que hayamos llegado a los principales, es decir, a ESCOM se podrá cotizar para poder contratar servicios de anuncios en redes sociales, incluyendo planes especiales para personas externas a ESCOM.

Si analizamos lo que expresa nuestra competencia en las redes sociales, comparándolo con lo que ofreceremos, podremos estar un paso adelante de ellos.



## Variables cualitativas y cuantitativas de la oferta:

Ya que nuestros principales competidores en el área son Platzi, Dev. f. y TutorialesProgramaciónYa, estas son las empresas en las que nos enfocaremos. Para no tener un enfoque demasiado amplio al lidiar con la competencia decidimos concentrarnos únicamente en los cursos que son impartidos en estas plataformas, tanto en el alcance y extensión de los mismos como en el costo que tienen.

### Platzy

- Cuenta con 18 escuelas que se enfocan en campos diferentes: Escuela de Negocios, Escuela de Matemáticas, Escuela de Desarrollo Web, etc...
- Cada escuela se divide en diferentes secciones con cursos enfocados a un mismo tema o a un determinado nivel de avance
- Los cursos cuentan con un temario, el cual incluye las secciones que componen el curso así como los temas.
- En cuanto a sus costos maneja diferentes planes:

Basic - \$690 mensuales:

- Clases en Full HD
- App para iOS y Android
- Acceso a más de 700 cursos, Escuelas y sus actualizaciones
- Diplomas de certificación digital

Expert - \$5090 anual:

- Todos los beneficios del plan Basic
- Envío de diploma de certificación físico
- Descarga de clases
- Mentorías semanales en grupo y en vivo

Expert+ - \$7190 anual:

- Todos los beneficios de Expert
- Acceso a la escuela de inglés y escuela de startups
- Agrega una persona al plan como beneficiario





## DEV.F

- Esta plataforma se enfoca únicamente al desarrollo web.
- Cuenta con 3 planes diferentes con un alcance distinto en el temario:

Course en coding - \$4999 mensuales con duración de 8 semanas con 96 horas de clase

- Intro a la Web
- Javascript
- Diploma electrónico
- Campus, plataforma complementaria con material de apoyo, lecturas y videos
- Eventos: Hacker Club y Hackatoncito
- Meetups
- Taller de CV

Professional en Coding - \$3999 mensuales con duración de 26 semanas con 240 horas de clase

- Incluye los contenidos de Course en coding
- Computer Science
- Pattern
- Front End
- Diploma con rastreo por Blockchain
- Evento: Design Spirit
- Taller de Portafolio y Career day

Master en Coding - \$2999 mensuales con duración de 52 semanas con 515 horas de clase

- Incluye los contenidos de Professional en Coding
- Back End
- UX/UI
- Tendencias
- Acceso a comunidades y mentorías
- Mockup interviewers, Career week, Career coach

## TutorialesProgramacionYa

- Plataforma con una amplia colección de cursos para distintas plataformas, lenguajes y herramientas de programación.
- Se divide en secciones como lenguajes, programación web, bases de datos, programación móvil, etc.
- Cada curso viene dividido en secciones diferentes para que los usuarios sean capaces de encontrar la parte que les interesa
- Es totalmente gratuito, pero aceptan donaciones.



## Benchmarking producto

El objetivo principal del reclutamiento es tener el mayor número de personas disponibles, que reúnan los requisitos de los puestos o cargos a cubrirse en la Institución.

Todas estas empresas imparten cursos en línea, sin embargo, Platzi imparte cursos muy variados para distintas academias. La más parecida a lo que queremos tener como producto final sería **TutorialesProgramacionYa**, cursos que los usuarios puedan consultar en cualquier momento sobre temas que necesiten o sean de su interés, sin estar fijados a un horario o a cumplir con cierto tiempo.

Nuestro objetivo actual deberá de como mínimo implementar la misma cantidad de cursos de **TutorialesProgramacionYa** con toda la variedad de temas que maneja y las facilidades que ofrece a sus usuarios. Posteriormente debemos incluir cursos adicionales para satisfacer las nuevas necesidades de nuestros usuarios, así como profundizar en nuestros cursos anteriores.

## Benchmarking funcional

El objetivo principal del reclutamiento es tener el mayor número de personas disponibles, que reúnan los requisitos de los puestos o cargos a cubrirse en la Institución.

Si bien, las otras empresas como Platzi y DEV.F no son directamente similares a lo que queremos realizar, nos dan algunas buenas ideas sobre lo que podemos implementar para atraer más público. Algunas ideas de ellos que podemos considerar son las siguientes:

- Planes de cursos completos donde se puedan especializar en un solo objetivo de desarrollo y adquieran todos los conocimientos necesarios para esa área en específico
- Diversificar más nuestros cursos incluyendo secciones más alejadas de lo que se maneja normalmente.
- Actualizar nuestros cursos conforme las necesidades de los usuarios van cambiando.
- Incluir eventos o herramientas para que los usuarios tengan retroalimentación entre sí y que adquieran más experiencia o refuercen conocimientos.



## Conclusión

El benchmarking que realizamos evaluando solo algunas de las empresas que pueden ser nuestra competencia directa nos sirvió para entender el alcance que podemos llegar a tener, identificar nuestras fortalezas y debilidades, como mejorar el producto que queremos ofrecer y encontrar formas de hacerlo. El benchmarking realizado fue limitado para obtener resultados inmediatos, pero podría ser ampliado con el objetivo de mejorar no solo el producto, si no el funcionamiento interno de nuestra empresa y así tener un mejor desempeño y seguir buscando abriarnos paso en el mercado



# PROPIEDAD INTELECTUAL

Las acciones de defensa se llevan a cabo mediante el procedimiento conocido como “solicitud de declaración administrativa”

De acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial (LPI), el IMPI tiene, entre otras actividades, el fomento y protección la propiedad industrial, es decir, aquellos derechos exclusivos de explotación que otorga el Estado durante el tiempo de protección de las creaciones de aplicación industrial y comercial; como las marcas y el desarrollo tecnológico a través de una patente, modelo de utilidad o diseño industrial.

Las acciones de defensa se llevan a cabo mediante el procedimiento conocido como “solicitud de declaración administrativa”, el cual puede ser de nulidad, de caducidad, de cancelación, de infracción de propiedad industrial y de infracción administrativa en materia de comercio.

El artículo 213 de la Ley de la Propiedad Industrial describe las conductas que la Ley considera violatorias de los derechos del titular de la patente o registro, así como aquellos relacionados con competencia desleal o uso sin autorización de una denominación de origen protegida.

## IMPI

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es un Organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio y con la autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial en nuestro país.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es un Organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio y con la autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial en nuestro país.

Por medio de esta institución podremos proteger, nuestra idea, nuestra empresa, nuestro nombre, nuestra marca, nuestro logo.

## Misión

“Garantizar que la intervención del Estado en el campo de la protección de los derechos de propiedad industrial, otorgue a sus titulares la seguridad jurídica necesaria para que el aprovechamiento legítimo de su capacidad creativa e inventiva promueva la inversión privada, la creación de empleos, el desarrollo económico, y en general, la competitividad del país”.



## Visión

“Constituirse en un agente de cambio para que el sistema educativo, la investigación, la actividad empresarial y la creatividad de la población, con la intervención que corresponda al Estado, se integren efectivamente en la cadena de valor que lleve a la sociedad, a través del mercado, los beneficios derivados de la innovación, las buenas prácticas, el uso de signos distintivos, la mejora continua y la actividad inventiva de la comunidad científica e industrial mexicana, convirtiéndose en un referente para los países que forman la sociedad internacional”.

## Valores

**Honestidad** - Privilegia la importancia de garantizar a los particulares confidencialidad, imparcialidad y compromiso para proteger su capacidad creativa e inventiva.

**Servicio** - Asume que el Estado debe conducirse con la mayor diligencia y oportunidad para garantizar la seguridad jurídica en la explotación comercial de la propiedad industrial.

**Eficiencia** - Asume que la garantía del respeto irrestricto de los derechos de propiedad industrial, requieren que el Estado disponga de todos los recursos con los que cuenta para cumplir con ese propósito.

**Creatividad** - Concibe que el uso racional de los recursos de Estado debe hacerse aplicándolos de manera tal, que se obtengan los mejores resultados posibles.

## Objetivo Institucional

“Que las actividades industriales y comerciales del país, utilicen el sistema de propiedad industrial como un elemento de protección legal en la distinción y perfeccionamiento de sus bienes y servicios.”

## Otras políticas

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, el Gobierno de la República, definió Cinco Metas Nacionales como los ejes rectores para que los mexicanos puedan lograr que México alcance su máximo potencial.

Dentro de las Cinco Metas Nacionales se encuentra la denominada "México Próspero", en la que encuentran alineación y vínculo las actividades del IMPI, específicamente en las líneas de acción relativas a 1) Modernizar, formal e instrumentalmente, los esquemas de gestión de la propiedad industrial, con el fin de garantizar la seguridad jurídica y la protección del Estado a las invenciones y a los signos distintivos y 2) Realizar un eficaz combate a las prácticas comerciales desleales o ilegales. Adicionalmente, el IMPI encaminará esfuerzos para contribuir a la política definida en el Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 de la Secretaría de Economía.



## Política para la prevención de discriminación

CON FUNDAMENTO EN LA LEY FEDERAL PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN Y COMO POLÍTICA SUPERIOR:

En el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial queda prohibida toda práctica discriminatoria que tenga por objeto impedir o anular el reconocimiento o ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades.

La marca por lo tanto, se compromete a no mostrar practicas discriminatorias.



## Solicitud de registro de marca ante el IMPI

El registro te da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, ya que distingue tus productos o servicios de otros existentes en el mercado, además te puede ayudar a iniciar acciones legales por posible mal uso de tu marca y te facilita el otorgar licencias de uso o franquicias.

Si no estamos seguros de que vamos a registrar, podemos hacer el Quiz: ¿Qué quieres proteger? En <https://pase.impi.gob.mx/quiz/quiz.html>

Que tiene el siguiente formato y preguntas, que nos ayudara a determinar la mejor opción para tomar en cuenta en los siguientes pasos a seguir:



### 1 Paso 1

¿Qué creaste? Selecciona la opción que define mejor a tu innovación:

- Tengo una palabra, conjunto de palabras, sonido, olor, imagen (logotipo o diseño), holograma, forma singular o única del envase o del producto, o una combinación de éstos.
- Elaboré una fórmula, maquinaria, dispositivo electrónico, un procedimiento, objeto, utensilio, aparato, herramienta, el diseño ornamental, o artesanal de un producto y/o los pasos para hacer algo (proceso).
- Tengo un producto característico y originario de una región del país y quiero usar el nombre de ese lugar para distinguirlo.
- Tengo información confidencial de mi negocio.
- Hice una pintura, escultura, canción, un libro, un programa de cómputo (su código fuente).
- Tengo una planta o animal.



## 2 Paso 2

Queremos saber un poco más. Selecciona una opción:

- Una frase corta para recordar a mi producto o servicio (slogan, lema publicitario).
- Una imagen (logotipo o diseño), una palabra, un aroma, un sonido, holograma o combinación de estos elementos para diferenciar o nombrar mi producto o servicio.
- El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios.

## 3 Paso 3

Tu producto o servicio se distingue por:

- Nombre.
- Imagen (logotipo o diseño).
- Combinación de nombre e imagen
- Solamente la forma de un envase o producto.
- Olor.
- Sonido.
- Holograma.
- Combinación de características de un establecimiento, producto o servicio que permiten que el consumidor lo identifique claramente en el mercado.

## 4 Información

Probablemente lo que quieres registrar es una **marca tradicional**.

[PARA MÁS INFORMACIÓN DA CLIC AQUÍ](#)

Paso 1

Cerrar





## Documentos necesarios

Documento requerido	Presentación
<u>Solicitud de Protección de Signos Distintivos A</u> (Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial) o <u>Solicitud de Protección de Signos Distintivos B</u> (Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores) (Por duplicado)	Original
<u>Hoja adicional complementaria al punto "Datos generales de las personas"</u>	Original
Comprobante de pago	Original y copia
Documento que acredita la personalidad del mandatario (este documento puede presentarse en copia certificada y su presentación es opcional)	Original
Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI (opcional)	Original y copia
Reglas de uso, solo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad)	Original
Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante"***	Original
Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso	Original
Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso	Original
Otros, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio. Original o copia certificada	Original



## Opciones para realizar tu trámite

### En línea:

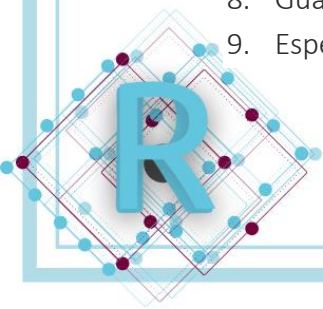
1. Obtén tu FIEL como persona física.
2. Regístrate para obtener un usuario y contraseña.
3. Captura la solicitud.
4. Adjunta los anexos correspondientes en formato PDF.
5. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
6. Firma con tu FIEL.
7. Descarga el acuse electrónico.
8. Consulta periódicamente [MARCANET](#) para conocer el estatus de tu expediente.
9. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado a través de tu Tablero Electrónico en [Marca en Línea](#).

### Presencial:

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos correspondientes.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones.
5. Presenta la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente [MARCANET](#) para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señales para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

### Buzón en Línea:

1. Ingresa [aquí](#).
2. Enviar en formato PDF la solicitud.
3. Provee los anexos que sean necesarios en formato PDF.
4. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica y anexar comprobante del pago en formato PDF.
5. Enviar por Buzón en Línea.
6. Acude a las oficinas autorizadas para recibir solicitudes y promociones al día hábil siguiente de haber efectuado el envío.
7. Presenta la solicitud, sus anexos y el acuse de recibo del Buzón en Línea.
8. Guarda tu acuse de recibo.
9. Espera la respuesta del Instituto.



### Correo o mensajería especializada:

1. Llena la solicitud.
2. Adjunta los anexos que sean necesarios.
3. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica.
4. Acude a la oficina de correo o paquetería especializada más cercana a tu domicilio.
5. Envía la solicitud y sus anexos.
6. Guarda tu guía o acuse de recibo.
7. Consulta periódicamente [MARCANET](#) para conocer el estatus de tu expediente.
8. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado en el domicilio que señales para oír y recibir notificaciones o bien, a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial si así lo indicas en la solicitud.

## Servicios que ofrece el IMPI

El IMPI pone a disposición del público usuario información de los servicios que proporcionamos en Marcas, Patentes, Litigios e Información Tecnológica

### Tarifas

Es el costo por los servicios que presta el Instituto en materia de patentes, marcas, avisos, nombres comerciales, certificado de invención, denominaciones de origen, consulta sobre datos bibliográficos de documentos de patentes, modelos de utilidad y diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados.

Concepto	Monto
Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título. (el costo no incluye IVA) * * Vigencia de 10 años renovables por periodos de la misma duración.	\$2,457.79 mxn
Por cualquier inscripción en el Registro General de Poderes (el costo no incluye I.V.A.)	\$131.93 mxn



## Formatos

Son las formas oficiales para la presentación de las diversas solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Para registrar nuestra marca necesitaremos:

- **Solicitud de Protección de Signos Distintivos A** (Marcas, Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Aviso Comercial o Nombre Comercial)
- **Solicitud de Protección de Signos Distintivos B** (Marca Holográfica, Marca Sonora, Marca Olfativa, Imagen Comercial o la combinación de las anteriores) (Por duplicado)
- Hoja adicional complementaria al punto "**Datos generales de las personas**"

En Anexos 1, encontrara los formatos necesarios.

## Publicaciones

Las publicaciones que edita el IMPI tienen como propósito facilitar al usuario los trámites administrativos más comunes que se deben seguir para obtener una patente, un registro de marca, solicitar búsquedas bibliográficas o técnicas de documentos de patente, o para la presentación de una demanda en contra de un tercero por invasión de derechos. Así como ofrecer información estadística relevante de la Institución.

- **Colección Guías de Usuarios**
- **IMPI en Cifras**

Con el propósito de ofrecer información estadística actualizada, el IMPI pone a disposición del público el documento IMPI EN CIFRAS

Se pueden visualizar las cifras desde 1993 hasta septiembre del 2020 dando clic [aquí](#).

- **Informe Anual**

En el Informe Anual del IMPI se describe el desarrollo de las actividades de cada una de las áreas que conforman al Instituto.

Se pueden visualizar el Informe Anual 2017 presentado por el IMPI dando clic [aquí](#)

## Cursos y Talleres

Cursos de Propiedad Intelectual de entrada libre con previa inscripción vía formulario electrónico. Se proporcionará material de la exposición, a los asistentes al curso o taller correspondiente vía correo electrónico. Por el momento y por la pandemia no hay talleres presenciales disponibles.



## Marcas

Tomando en cuenta que el número de estudiantes que utilizan plataformas digitales para complementar sus estudios ha ido en aumento podemos decir que en nuestra etapa.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial pone a disposición de público usuario, a través de [gov.mx](http://gov.mx), información sobre la Gaceta de la Propiedad Industrial, descargables en formato PDF con la descripción, trámites y formatos

- **¿Cómo registrar un Signo Distintivo?**

- **¿Qué es una Marca?**

- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

- **¿Para qué se registra?**

- Una Marca debe registrarse para que nosotros, como propietario, obtengamos un Título de Registro que nos da derecho a usarla en forma exclusiva en toda la República Mexicana. De esta manera nadie deberá usarla sin su autorización.

- **¿Cómo se registra?**

- Para iniciar el trámite de Registro o Publicación de un Signo Distintivo deberá presentar la siguiente documentación:

- La solicitud de protección de signos distintivos
    - Comprobante de pago
    - Documentos anexos (de ser el caso)

- Actualmente existen dos formas de iniciar el trámite:

- De forma presencial: Ante la ventanilla del Instituto, oficina regional o ante las delegaciones o subdelegaciones de la Secretaría de Economía. No disponible por ahora.
    - En línea: A través de la herramienta Marca en Línea

- El IMPI ha elaborado una Guía del Usuario de Signos Distintivos, que tiene como propósito difundir entre el público los diversos aspectos relacionados con los trámites administrativos que se deben efectuar para solicitar la protección de los Signos Distintivos.



- **Claves de Promociones**

La siguiente relación muestra las claves de las promociones (tipo) y la descripción que se utiliza para identificarlas en el Sistema de Marcas mediante un catálogo, por lo que resulta útil tomar nota de estas claves, ya que facilita la captura dentro del Sistema Integral de Gestión de Marcas. En azul estarán **marcadas** las que son importantes para nuestra empresa.

**Generales**

**ClaveDescripción**

- 4 Búsqueda
- 5 Copias Certificadas
- 6 Retención de Correspondencia en Ventanilla

**Solo para Solicitud de Marca**

**ClaveDescripción**

- 10 Contestación a Requisitos
- 15 Contestación a Oficio de Requisitos de Recursos de Revisión
- 20 Contestación de Anterioridad
- 25 Contestación a Oficio de Requisitos y Anterioridades
- 26 Contestación a Oficio de Requisitos e Impedimento
- 50 Se solicita dejar Tramitación en Suspense
- 60 Modificación de la Marca Solicitada
- 140 Limitación de Productos
- 150 Presentación de Consentimiento
- 155 Contestación de Anterioridad y Presentación de Consentimiento
- 156 Contestación de Requisitos y Presentación de Consentimiento
- 230 Reclamación de Prioridad
- 310 Se solicita Transmisión de Derechos (Expediente)
- 320 Licencia de Uso (Expediente)
- 321 Sublicencia de Uso (Expediente)
- 326 Presentación del Pago por Expedición del Título
- 525 Petición de Corrección por Inscripción Incorrecta (Registro)
- 530 Licencia de Uso (Registro)
- 535 Contestación a Requisitos de Licencia de Uso (Registro)
- 650 Solicitud de Renovación (Registro)
- 655 Contestación a Requisitos de Renovación (Registro)
- 690 Solicitud de Inscripción de Nuevo Apoderado (Registro)
- 695 Contestación de Requisitos de Nuevo Apoderado (Registro)
- 700 Desistimiento de Acreditamiento de Apoderado (Registro)
- 705 Petición de Corrección por Inscripción Incorrecta (Registro)
- 870 Declaración de Uso de Marca (Registro)
- 875 Contestación a Requisitos de Declaración de Uso (Registro)
- 885 Solicitud de Información y Consultas (Registro)



- **Tarifas Marcas, Avisos y Nombres Comerciales**

Servicios que ofrece el IMPI| Tarifas| Invenciones, Modelos de Utilidad, Diseños Industriales y Esquemas de trazado de Circuitos Integrados

Ar- tículo	Concepto	Tarifa
---------------	----------	--------

Modelos de Utilidad, Diseños Industriales y Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados  
Conforme a los Títulos Segundo y Quinto Bis de la Ley

Artículo	Concepto	Tarifas
9	Por los servicios que presta el Instituto en materia de modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados, se pagarán las siguientes tarifas:	
9a	Por la presentación de una solicitud de registro de un modelo de utilidad y sus anexos de hasta 30 hojas, así como por los servicios a que se refiere el artículo 38 de la Ley;	\$2,000.00
12b	Por diseño industrial.	\$1,693.27

### Información Tecnológica

En toda actividad industrial, comercial y de servicios, desarrollada en las empresas, universidades, centros e institutos de investigación, se requiere constantemente de información sobre invenciones e innovaciones tecnológicas relacionadas.

Tomamos esto en cuenta ya que el número de estudiantes que utilizan plataformas digitales para complementar sus estudios ha ido en aumento podemos decir que esto es relevante para nuestra empresa.



## Solicitud de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI

### Nombre del trámite

Solicitud de inscripción en el Registro General de Poderes del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

### Nombre de la modalidad (en este caso)

Marca tradicional.

### ¿Quién va realizar el trámite?

Cualquier persona física que desee obtener la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes de este Instituto, en caso de que actúe como mandatario, apoderado o representante legal de un tercero. En este caso **Castro Cruces Jorge Eduardo**

### Pasos a tomar para realizar el trámite

1. Presentar debidamente requisitado y firmado el **Formato IMPI-05-001 SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO GENERAL DE PODERES**, en original y copia.
2. Anexar el original del comprobante de Pago.
3. Anexar el documento que acredite la personalidad, en original o copia certificada y que puede ser:
  - Carta poder simple suscrita ante dos testigos;
  - Carta poder con ratificación de firmas ante notario o corredor;
  - Instrumento Público, o
  - Poder otorgado conforme a la legislación aplicable del lugar donde se otorgue o de acuerdo a los tratados internacionales.





# Indautor

## Registro de Obra Programa de Cómputo

Es la expresión original en cualquier forma, lenguaje o código, de un conjunto de instrucciones que, con una secuencia, estructura y organización determinada, tiene como propósito que una computadora o dispositivo realice una tarea o función específica.

## Opciones para realizar tu trámite

Para este registro se debe realizar el pago del trámite titulado Registro de Obra y tiene un costo de \$280.00 para proceder al registro de una obra se requiere presentar los siguientes requisitos:

- Datos del autor, coautor, seudónimo y titular, en caso de ser más de un autor o titular requisitar el formato **RPDA-01-A1**
- Formato RPDA-01 disponible en: [https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/documentos\\_registro/RPDA01.pdf](https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/documentos_registro/RPDA01.pdf)
- Formato **RPDA-01-A1** disponible en:
- [https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/documentos\\_registro/RPDA01A1.pdf](https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/documentos_registro/RPDA01A1.pdf)
- Datos del representante legal
- Datos de la Obra
- En caso de ser derivada, señalar qué tipo y los datos de la obra primigenia, en caso de ser una colección requisitar el formato RPDA-01-A2 disponible en:
- [https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/documentos\\_registro/RPDA01A2.pdf](https://www.indautor.gob.mx/tramites-y-requisitos/documentos_registro/RPDA01A2.pdf)
- Documento que acredite la existencia de la persona moral
- Documento que acredite la personalidad del representante legal
- Identificación oficial mandante, mandataria y testigos
- Comprobante de pago de derechos
- Traducción al español de los documentos que se acompañan en otro idioma.
- Dos ejemplares de la obra, identificados con el nombre del autor y título-
- Documento que acredite la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la obra
- Sobres cerrados con los datos de identificación del autor
- Lugar, fecha, nombre y firma del solicitante o representante legal.



# E-COMMERCE

Sin duda alguna, nuestra plataforma interactiva va a ser 100% online y esto significa que la totalidad de las transacciones de compra-venta van a ser por internet, por lo que está de más decir que nuestra empresa se desenvuelve dentro del **e-commerce**.

# COACHING

Es muy utilizada por los departamentos de recursos humanos de las empresas por las grandes ventajas que tiene frente al reclutamiento externo.

El proceso de coaching es una opción viable dentro de nuestra empresa, ya que nos va a permitir una mejora constante dentro de la empresa, desde el punto de vista del desempeño y el rendimiento, hasta el humor de nuestros empleados y trabajadores. Algunos de las ventajas de este proceso, es:

- Cambiar hábitos y conductas
- Gestionar emociones
- Ver más allá y considerar nuevas opciones
- Autoconocimiento y superación personal
- Mejorar comunicación y relaciones personales
- Establecer objetivos de vida y objetivos profesionales
- Identificar caminos para conseguir tus metas
- Mejorar productividad y gestión del tiempo
- Desarrollar nuevas habilidades

Por esto consideramos muy atractiva la idea de aplicarlo a nuestra empresa.



# SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Es muy utilizada por los departamentos de recursos humanos de las empresas por las grandes ventajas que tiene frente al reclutamiento externo.

Pensamos implementar el sistema conocido como: E.R.P. (Enterprise Resource Planning) el cual su objetivo primordial es incrementar de forma radical la productividad de la organización y proporcionar a los clientes del negocio tiempo rápido de respuestas a sus problemas, junto con un alto nivel de manipulación de información y disminución de los costes totales de operación.

Existen tres características que identifican primordialmente a este sistema y que consideramos nos serán de gran utilidad:

- **Integrales:** Permiten controlar los diferentes procesos de la compañía entendiendo que todos los departamentos de una empresa se relacionan entre sí, es decir, que el resultado de un proceso es punto de inicio del siguiente. Por ejemplo, en una compañía, el que un cliente haga un pedido representa que se cree una orden de venta que desencadena el proceso de producción, de control de inventarios, de planeación de distribución del producto, cobranza, y por supuesto sus respectivos movimientos contables. Si la empresa no usa un ERP, necesitará tener varios programas que controlen todos los procesos mencionados, con la desventaja de que, al no estar integrados, la información se duplica, crece el margen de contaminación en la información (sobre todo por errores de captura) y se crea un escenario favorable para las malversaciones. Con un ERP, el operador simplemente captura el pedido y el sistema se encarga de todo lo demás, por lo que la información no se manipula y se encuentra protegida.
- **Modulares:** Los ERP entienden que una empresa es un conjunto de departamentos que se encuentran interrelacionados por la información que comparten y que se genera a partir de sus procesos. Una ventaja de los ERP, tanto económica como técnicamente es que la funcionalidad se encuentra dividida en módulos, los cuales pueden instalarse de acuerdo con los requerimientos del cliente. Ejemplo: Ventas, Materiales, Finanzas, Control de Almacén, etc.
- **Adaptables:** Los ERP están creados para adaptarse a la idiosincrasia de cada empresa. Esto se logra por medio de la configuración o parametrización de los procesos de acuerdo.



# REFERENCIAS

- [1]. Español, E. E. (2020, 28 septiembre). Qué es el benchmarking (el arte de conocer a tu 'enemigo'). Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/265507>
- [2]. Vanegas, C. M. (2019, 21 enero). Alcance y ventajas del benchmarking en el presente. deGerencia.com. [https://degerencia.com/articulo/alcance\\_yventajas\\_del\\_benchmarking\\_en\\_el\\_presente/](https://degerencia.com/articulo/alcance_yventajas_del_benchmarking_en_el_presente/)
- [3]. Técnicas y Metodologías del Benchmarking. (s. f.). Mi espacio. [https://www.info-sol.com.mx/espacio/Articulos/Desde\\_la\\_Trinchera/tecnicas\\_y\\_metodologias\\_del\\_benchmarking.html#.YAnI3ehKhPZ](https://www.info-sol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Trinchera/tecnicas_y_metodologias_del_benchmarking.html#.YAnI3ehKhPZ)
- [4]. Máñez, R. (2018, 31 marzo). Benchmarking en Social Media: ¿Qué es y cómo hacerlo? Rubén Máñez. <https://rubenmanez.com/benchmarking-en-social-media-que-es-y-como-hacerlo/><https://metricool.com/es/analisis-competencia-redes-sociales/>
- [5]. Gamella, N. (2020, 23 noviembre). Qué es un e-commerce: tipos de negocios y pasos para crearlo. Doofinder. <https://www.doofinder.com/es/blog/que-es-e-commercehttps://www.emprendepyme.net/que-es-el-coaching.html>
- [6]. Sistemas de Información Empresarial. (2013, 21 febrero). BLOGOSFERA EOI. <https://www.eoi.es/blogs/scm/2013/02/21/sistemas-de-informacion-empresarial/>
- [7]. Industrial, I. M. D. L. P. (s. f.). El IMPI y la protección a la propiedad intelectual. gob.mx. <https://www.gob.mx/impi/articulos/el-impi-y-la-proteccion-a-la-propiedad-intelectual>
- [8]. Industrial, I. M. D. L. P. (s. f.-a). Conoce el IMPI | ¿Qué es el IMPI? gob.mx. <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/conoce-el-impi-que-es-el-impi>
- [9]. <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI88>



# ANEXOS



Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

**Solicitud de Protección de Signos Distintivos:**  
Registro de Marca, Aviso Comercial o Publicación de Nombre Comercial

<b>Homoclave del formato</b>	<b>Folio</b>
IMPI-00-001-A	

<b>*Fecha de publicación del formato en el DOF</b>	<b>Fecha de solicitud del trámite</b>
09 / 08 / 2018	DD / MM / AAAA

**Datos generales del(de los) solicitante(s)**

Personas físicas	Personas morales
CURP (opcional):	RFC (opcional):
Nombre(s):	Denominación o razón social:
Primer apellido:	
Segundo apellido:	
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Teléfono (lada, número, extensión):	Teléfono (lada, número, extensión):
<input type="radio"/> Continúa en anexo	<input type="radio"/> Continúa en anexo

Domicilio del solicitante	
Código postal:	
Calle:	
(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Ávila Camacho, Ciudad de México, etc.)	
Número exterior:	Número interior:
Colonia:	
(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hídrico, Fraccionamiento, Sección, etc.)	
Municipio o demarcación territorial:	Localidad:
Entidad federativa:	Entre calles (opcional):
País:	Calle posterior (opcional):

Domicilio para oír y recibir notificaciones	
Código postal:	
Calle:	
(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Ávila Camacho, Ciudad de México, etc.)	
Número exterior:	Número interior:
Colonia:	
(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hídrico, Fraccionamiento, Sección, etc.)	
Municipio o demarcación territorial:	Localidad:
Entidad federativa:	Entre calles (opcional):
	Calle posterior (opcional):
Correo electrónico:	

Todos los requerimientos, resoluciones y demás actos relacionados con el presente trámite, hasta su conclusión, se notificarán a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial, de conformidad con el artículo 183 de la Ley de la Propiedad Industrial.

# Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

## Datos del signo

Signo que solicita: ☒ Registro de Marca ☐ Registro de Marca Colectiva ☐ Registro de Marca de Certificación

Publicación de Nombre Comercial ☐ Registro de Aviso Comercial ☐ La Marca de Certificación se compone por una Indicación Geográfica ☐

Fecha de primer uso en México: DD / MM / AAAA ☐ No se ha usado

Clase: Productos o Servicios/Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial: ☐ Continúa en anexo

Denominación: Sólo en caso de marcas que, además de un elemento figurativo, se integran por palabras, letras o números ☐ Continúa en anexo

Representación del signo: Anexo o adjunta el signo que desea proteger

Elementos sobre los cuales No se solicita protección: ☐ Continúa en anexo

Transliteración: ☐ Continúa en anexo

Traducción: ☐ Continúa en anexo

Ubicación del establecimiento	Prioridad reclamada
Código postal:	(Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentados en el extranjero)
Calle: (Por ejemplo Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Anita Carnacho, Calzada, Condot, etc.)	País (oficina) de origen:
Número exterior: Número interior:	Número:
Colonia: (Por ejemplo Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)	Fecha de presentación:
Localidad:	DD / MM / AAAA
Municipio o demarcación territorial:	
Entidad federativa:	
Entre calles (opcional):	
Calle posterior (opcional):	
País:	

Manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que, en caso de actuar como mandatario, cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite. Asimismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud.

Nombre y firma del solicitante o de su representante

\*De conformidad con los artículos 5, fracción II del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial y 4 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, las formas oficiales del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF).



# Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

## Documentos anexos

Marque con una X la casilla que corresponda.

- ☐ Comprobante de pago. Original.
- ☐ Documento que acredite la personalidad del mandatario, en su caso. Original o copia certificada.
- ☐ Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI, en su caso. Copia.
- ☐ Reglas de uso, sólo en caso de solicitud de Registro de Marca Colectiva, Marca de Certificación o si el signo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad). Original o copia certificada.
- ☐ Acta constitutiva de la sociedad o asociación, sólo en caso de solicitud de Registro de Marca Colectiva. Original o copia certificada.
- ☐ Fe de hechos que acredite el uso efectivo del nombre comercial, sólo en caso de solicitud de Publicación de Nombre Comercial. Original o copia certificada.
- ☐ Hoja adicional complementaria al punto "Datos Generales de las Personas", sólo en caso de cotitularidad. Original.
- ☐ Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante", en su caso. Original.
- ☐ Hoja adicional complementaria al punto "Elementos sobre los cuales no se solicita protección", en su caso. Original.
- ☐ Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso. Original.
- ☐ Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso. Original.
- ☐ Otros, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio. Original o copia certificada.

## Términos y condiciones

### Información sobre el tratamiento de datos personales.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es el responsable de los datos personales que proporcione con la presente solicitud y con motivo del trámite de la misma, son recabados por la Dirección Divisinal de Marcas con la finalidad de dar trámite a la solicitud; determinar el cumplimiento de los requisitos exigidos por la normatividad nacional e internacional aplicable; contactar al solicitante, su representante y autorizados en relación al trámite; notificar actos y resoluciones que así lo requieran y, en su caso, publicar la solicitud y el Título respectivo, en términos de la Ley de la Propiedad Industrial y demás disposiciones aplicables, para facilitar información al público en el ejercicio de derechos. La Dirección Divisinal de Marcas no realiza tratamiento de datos que requieran la autorización expresa, de tener lugar el mismo, se recabará consentimiento expreso que podrá ser revocado mediante solicitud ante la Unidad de Transparencia. El aviso de privacidad integral puede ser consultado en <http://www.gob.mx/imp> o en las instalaciones del Instituto. Actualizado al 17 de julio de 2018.

### Presentación y notificaciones.

El horario para la recepción de documentos, atención al público y consulta de expedientes en las distintas oficinas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, durante los días que liste considere como hábiles, será de las 8:45 a las 16:00 horas.

La solicitud y sus anexos debe presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisinal de Marcas de este Instituto, con domicilio en Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México. También puede ser presentada en la ventanilla de sus Oficinas Regionales, así como en las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.

También podrá enviarse la solicitud mediante correo certificado con acuse de recibo; servicios de mensajería, paquetería u otros equivalentes; o bien, a través del Buzón en Línea, en los términos previstos en el artículo 5o. BIS del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial y el Título Cuarto del Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes mediante la Gaceta de la Propiedad Industrial.

### Información del trámite.

Trámites a los que corresponde la forma: Solicitud de registro de marca; Solicitud de registro de marca colectiva; Solicitud de registro de marca de certificación; Publicación de nombre comercial; Solicitud de registro de aviso comercial.  
Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMPI-01-001; IMPI-01-002; IMPI-01-003; IMPI-01-004; e IMPI-01-018  
Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 18-VII-2018.  
Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria: 01-4/II-2018.

### Fundamento jurídico-administrativo.

Ley de la Propiedad Industrial.  
Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.  
Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.  
Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.  
Acuerdo por el que se establecen los plazos de respuesta a diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.  
Acuerdo por el que se da a conocer el horario de atención al público en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.  
Acuerdo por el que se dan a conocer los criterios de interpretación y aplicación de la clasificación del Arreglo de Niza relativo a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de las marcas, en la presentación y examen de las solicitudes de signos distintivos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

### Tiempo de respuesta.

Plazo de primera respuesta: 4 meses. No aplica la negativa ni la positiva ficta.

### Quejas y denuncias.

Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.  
56-24-04-12 o 13 (Directo).  
56-24-04-00 (Conmutador), extensiones 11237 y 11231.  
Correo electrónico: [quejasnet@impi.gob.mx](mailto:quejasnet@impi.gob.mx)

Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL.  
En la Ciudad de México y áreas metropolitanas: 2000 2000.  
Interior de la República lada sin costo: 01-800-FUNCION (386-2466).  
Desde Estados Unidos y Canadá: 1-800-47 5-23-93.



## Hoja adicional complementaria "Datos Generales de las Personas"

(Use esta hoja en caso de que la solicitud sea presentada por dos o más personas físicas o morales, para los trámites de la Dirección Divisinal de Marcas)

## Datos generales de las personas

Personas físicas	Personas morales
CURP(opcional):	RFC(opcional):
Nombre(s):	Denominación o razón social:
Primer apellido:	
Segundo apellido:	
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Teléfono (lada, número, extensión):	Teléfono (lada, número, extensión):

## Datos generales de las personas

Personas físicas	Personas morales
CURP(opcional):	RFC(opcional):
Nombre(s):	Denominación o razón social:
Primer apellido:	
Segundo apellido:	
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Teléfono (lada, número, extensión):	Teléfono (lada, número, extensión):

## Datos generales de las personas

Personas físicas	Personas morales
CURP(opcional):	RFC(opcional):
Nombre(s):	Denominación o razón social:
Primer apellido:	
Segundo apellido:	
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Teléfono (lada, número, extensión):	Teléfono (lada, número, extensión):

## Datos generales de las personas

Personas físicas	Personas morales
CURP(opcional):	RFC(opcional):
Nombre(s):	Denominación o razón social:
Primer apellido:	
Segundo apellido:	
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Teléfono (lada, número, extensión):	Teléfono (lada, número, extensión):

## Datos generales de las personas

Personas físicas	Personas morales
CURP(opcional):	RFC(opcional):
Nombre(s):	Denominación o razón social:
Primer apellido:	
Segundo apellido:	
Nacionalidad:	Nacionalidad:
Teléfono (lada, número, extensión):	Teléfono (lada, número, extensión):