



# **INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

---

**UNIDAD PROFESIONAL INTERDISCIPLINARIA DE  
INGENIERÍA Y CIENCIAS SOCIALES Y  
ADMINISTRATIVAS**

**“CONSTITUCIÓN DE UNA CONSULTORÍA DE TI QUE  
PROPORCIONE SOLUCIONES ADMINISTRATIVAS Y  
OPERATIVAS A LAS MIPYMES”**

**T E S I N A**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
INGENIERO EN INFORMÁTICA**

**P R E S E N T A N :  
NISS DAHIN GABRIEL GONZÁLEZ  
ANA PRISCILA SÁNCHEZ HERNÁNDEZ**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA**

**P R E S E N T A :  
JOSÉ RODRIGO MENDOZA GUERRA**

**MÉXICO, D.F.**

**2010**

# ÍNDICE

RESUMEN .....	i
INTRODUCCIÓN .....	ii
Capítulo I - MARCO METODOLÓGICO .....	1
1.1 Planteamiento del problema .....	1
1.2 Objetivo(s).....	2
1.2.1 Objetivo General.....	2
1.2.2 Objetivos Específicos .....	2
1.3 Justificación .....	2
1.4 Hipótesis .....	3
Capítulo II – MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL .....	4
2.1 Benchmarking .....	4
2.1.1 Concepto .....	4
2.1.2 Tipos de Benchmarks.....	4
2.1.3 Proceso para llevarlo a cabo.....	5
2.2 Proceso de Planeación de Demanda .....	6
2.2.1 Control de Operación .....	7
2.2.2 Cálculo de la Demanda .....	9
2.2.3 Ajuste de la demanda.....	9
2.2.4 Participación de Mercado.....	12
2.2.5 Determinación del Nivel De Ventas.....	14
2.2.6 La Competencia .....	15
2.2.7 El Precio .....	15
2.2.8 La Promoción .....	16
2.3 Planeación estratégica del Negocio .....	16
2.3.1 Qué es un plan de negocios.....	16
2.3.2 Objetivos, Misión y Estrategias .....	17
2.3.3 Razones para elaborar el plan de negocios.....	18
2.3.4 Pasos necesarios para formar un plan de negocios .....	19
2.4 Constitución de una Empresa.....	22
2.4.1 Concepto de empresa. ....	22
2.4.2 Tipos de empresa.....	22
2.4.3 Definición de empresario.....	27
2.4.4 Definición de consultoría de T.I.....	27
2.4.5 Definición de consultor de T.I.....	27
2.4.6 Constitución de una Empresa en el Distrito Federal.....	27
2.4.6.1 Formas de abrir una empresa.....	28
Capítulo III – PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE CAMPO .....	46
3.1 Análisis.....	46
3.1.1 Investigación de Campo sobre las necesidades tecnológicas de manejo de Información de las MIPYMES.....	46
3.1.2 Mercado actual del software. ....	55
3.1.2.1 Opciones que muestra el mercado del software.....	55
3.1.2.1.1 Costos .....	62
3.1.2.1.2 Adaptabilidad a los requerimientos de las MIPYMES.....	69
3.2 Diagnóstico .....	69
3.3 Propuesta de solución .....	71
3.3.1 Estructura del Negocio .....	73
Capítulo IV– CONSTITUCIÓN DE LA CONSULTORÍA DE T.I. ....	83
4.1 Formando la consultoría de TI.....	83
4.1.1 Reuniendo los requisitos.....	83

4.1.1.1	Nombre de la empresa.....	83
4.1.1.2	Tipo de empresa.....	83
4.1.1.3	Estructura Organizacional. ....	84
4.1.1.4	Tipo de actividad empresarial. ....	85
4.1.2	Entrevista Notarial.....	87
4.2	Constitución de la Empresa.....	87
4.2.1	Realización del proceso ante las dependencias competentes. ....	87
	CONCLUSIONES.....	91
	BIBLIOGRAFÍA.....	93
	GLOSARIO.....	95
	ANEXO.....	96

## RESUMEN

¿De verdad son tan pequeñas las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas? ¿Cuánta influencia tienen en el mercado mexicano? ¿Cuáles son sus necesidades de manejo de información? ¿Cuáles son las mejores opciones para proveer servicios de software a las MiPYMES?

Estas preguntas se contestan a lo largo de este proyecto, en cuyo primer capítulo, se hace la descripción de los objetivos perseguidos, junto con sus justificaciones e hipótesis, para luego en el segundo capítulo hacer la investigación teórica del fundamento de la investigación y definición del proyecto.

En el tercer capítulo se analiza con base en las estadísticas del INEGI, cuál es el sector a tomar en cuenta para analizar sus necesidades con un cuestionario específico. Posteriormente se realiza una investigación de la competencia, pasando por las opciones que ofrece, así como sus costos. Con base en esta investigación se hace un diagnóstico y propuesta de solución, documentando la estructura del negocio a constituir y las soluciones que se ofrecerán al mercado objeto.

Finalmente el cuarto capítulo muestra el tipo de empresa que debe constituirse así como los requisitos que se deben llenar para tal fin. Apoyados en consultoría fiscal, se muestra la decisión tomada para establecer el rumbo de la empresa y los pasos a seguir.

# INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar que las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) son un nicho de mercado cuyas necesidades de manejo de información específicas de su negocio, no han podido cubrir las grandes empresas de software.

Con base en esto se pretende constituir una empresa que se dedique a satisfacer las necesidades de las MIPYMES, las cuales las grandes empresas de software no han cubierto, teniendo un enfoque inicial en un sector específico a determinar.

Por medio de datos estadísticos del INEGI, se logrará determinar el nicho de mercado en el cual la empresa se enfocará inicialmente. Con base en la información anterior, utilizando la investigación documental y de campo, se realizará la detección de las necesidades de las MIPYMES del rubro seleccionado.

La investigación de los métodos de determinación de precios, promoción del producto, determinación del nivel de ventas y la estimación de ingresos y egresos, es la guía para la determinación de un plan de negocios completo, estableciendo las áreas claves del mismo.

Finalmente, con el apoyo de fiscalistas especializados, se determinará el tipo de empresa a constituir, así como los pasos necesarios para su constitución y arranque del negocio.

# Capítulo I - MARCO METODOLÓGICO

## 1.1 Planteamiento del problema

Las Micro Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) son importantes para la economía mexicana, éstas constituyen el 99.9 por ciento de la economía, generan el 79.6 por ciento del empleo y aportan el 52 por ciento del PIB.

Las MIPYMES en México tienen el gran reto de adecuarse a un mundo globalizado y rápido en sus cambios y demandas.

La tarea de trazar nuevos caminos y de asumir riesgos viene siempre acompañada de la necesidad de incorporar herramientas de gestión creadas para mejorar los procesos administrativos y aumentar los niveles de eficiencia. Pese a que los empresarios desconocen los beneficios que se obtienen una vez que se decide implementar un software de estas características, a la hora de dar el gran salto se vuelve evidente el hecho de que invertir en una plataforma tecnológica que por un lado promueva y por otro acompañe el crecimiento es casi ineludible. Con herramientas adecuadas, las empresas además de optimizar su rentabilidad, pueden consolidarse y expandirse mucho más fácilmente en función de los objetivos específicos de su negocio.

Sin embargo, las MIPYMES encuentran diversas dificultades a la hora de implementar un sistema de planeación de la empresa (ERP- Enterprise Resource Planning) adecuado, que les sea útil y se adapte a sus necesidades. El hecho de que los grandes fabricantes y proveedores de ERP hayan satisfecho el mercado de las grandes empresas, resulta una ventaja para las MIPYMES. Ahora las nuevas estrategias se dirigen a penetrar mercados verticales, y en este marco, las MIPYMES constituyen en Latinoamérica unos de los mercados más grandes y con un enorme potencial de crecimiento. Es este sin duda, un mercado muy atractivo, pero complicado para los grandes fabricantes de ERP. Los sistemas ERP son vistos por las MIPYMES como complejos, costosos y poco adaptados a sus necesidades y características.

Muchas son las necesidades de las MIPYMES con planes de crecimiento. Estas organizaciones buscan soluciones que les permitan adaptarse a las necesidades de sus propios cambios, es decir, un software que crezca a medida que se amplía el negocio. La posibilidad de incorporar nuevas funcionalidades, versiones y más usuarios sin tener que reemplazar la tecnología instalada o afectar las actividades diarias de la empresa es clave.

Muchas veces las MIPYMES encuentran ciertas dificultades a la hora de implementar tecnologías de última generación. La mayoría de los ERP locales existentes cuentan con lenguajes de

programación bastante antiguos o poco flexibles, que dificultan la incorporación de nuevas tecnologías o su compatibilidad. Esto, termina obstruyendo la implementación de nuevos desarrollos, interfaces o actualizaciones para las áreas de mayor crecimiento de la empresa.

Las MIPYMES carecen de la capacidad financiera suficiente para hacer fuertes inversiones tecnológicas de primer nivel. Y las soluciones de gestión de bajo costo, por lo general, no ofrecen un servicio adecuado de postventa ni cubren la totalidad de las áreas de la empresa. Así las MIPYMES se ven obligadas a relegar su necesidad de soporte técnico, de futuras actualizaciones y de integración con otras tecnologías.

Actualmente no existe en el mercado una solución de gestión eficiente diseñada para cubrir las necesidades de las MIPYMES. Por tal motivo, se hace necesario incursionar en el campo de las MIPYMES para proveerles servicio de desarrollo de aplicaciones a la medida.

## **1.2 Objetivo(s)**

### **1.2.1 Objetivo General**

Constituir una empresa que proporcione soluciones de administración y control del negocio a las MIPYMES a un costo accesible, conforme a sus requerimientos y necesidades.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Investigar las soluciones que ofrecen las principales Empresas de TI para las MIPYMES
- Determinar la rentabilidad (costos) para las MIPYMES de las opciones que muestra el mercado del software
- Hacer investigación de campo con algunas MIPYMES para determinar sus necesidades tecnológicas de información.
- Analizar diferentes metodologías de desarrollo de software robustas y ágiles existentes en el mercado e identificar la metodología idónea que se adecue a las necesidades de las MIPYMES.

## **1.3 Justificación**

Empresas como ASPEL, Computación en Acción, Microsoft, Sun Microsystems están dedicadas a proveer software para empresas grandes, sin embargo, el software que proveen está diseñado para que la empresa vea sus necesidades y se adapte a su metodología.

Lo que a este proyecto le interesa es ver las necesidades de las MIPYMES y enfocarse en soluciones que se adapten a sus necesidades, no viceversa.

Como informáticos, se desea participar en el nuevo nicho creciente que involucra las tecnologías de información.

Tanto la Ingeniería en Informática como las Ciencias de la Informática aportarán la automatización necesaria para el logro de los objetivos, aplicando los conocimientos adquiridos como programación, análisis de los casos de uso, diseño y construcción de bases de datos, entre otros conocimientos para el desarrollo de sistemas, que le permitan a las MIPYMES procesar su información y representarla de forma accesible al analizar e interpretar su problemática para adaptar la tecnología a cubrir sus necesidades.

#### **1.4 Hipótesis**

Las MIPYMES no tienen un software especializado que se adecúe a sus necesidades o bien tienen software que no cubren todas sus necesidades específicas.



## Capítulo II – MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL

### 2.1 Benchmarking

#### 2.1.1 Concepto

Benchmarking es una técnica de gestión empresarial que pretende descubrir y definir los aspectos que hacen que una empresa sea más rentable que otra, para después adaptar el conocimiento adquirido a las características de nuestra propia compañía.

El benchmarking no implica prácticas fuera de la legalidad. Esta técnica nada tiene que ver con el espionaje industrial o la copia, ni debe tener como resultado un cambio brusco de la cultura empresarial que rija la propia organización, sino recabar la información suficiente con el fin de poder negociar en las mejores condiciones con todos los implicados en los procesos de creación de valor de una empresa; hacer la competencia más dura a los demás, y descubrir nuevos nichos de mercado.

#### 2.1.2 Tipos de Benchmarks

Hay cuatro niveles a los que hay que atender para realizar el proceso de benchmarking:

- **Benchmarking Interno:** Parte de la base de que dentro de una organización existen diferencias entre los distintos procesos de trabajo. Algunos de ellos pueden ser más eficientes y eficaces que los de otras áreas de la misma empresa. Con frecuencia, es común encontrar que cada jefe o gerente de departamento tiene una forma particular de dirigir a un grupo y llevar a cabo los procesos de trabajo. Aquí lo que se busca es establecer cuál es la mejor práctica dentro de la organización e incorporarla a los procesos de la compañía. Se puede completar este estudio con consultas a los empleados y directivos de la propia empresa.
- **Benchmarking Primario:** Se recaba información directamente de la competencia. Se puede hacer la consulta a los antiguos empleados de otras empresas. Por ejemplo, en España, estas consultas pueden dar buenos resultados, mientras que, en el mundo anglosajón es muy difícil de hacer, porque en muchas empresas se obliga a firmar a los empleados un pacto por el que no se puede contar nada, debido a que es muy usual hacer benchmarking.

Otra fuente muy buena de información son los clientes y proveedores de la competencia, a pesar de que parte de esta información estará viciada, ya que será un intento de negociación por parte del otro, para convertirse en un futuro cliente.

- Benchmarking Cooperativo: Consiste en la realización de un intercambio de información con las empresas competidoras.

La técnica cooperativa siempre es más sencilla en el ámbito internacional, porque la competencia se percibe como más lejana y menos peligrosa que la nacional, y siempre hay que tener en cuenta que los que son competidores de la empresa en el país de origen pueden ser nuestros aliados en el exterior.

- Benchmarking Secundario: Se recopila información de dominio público sobre un sector de actividad, las empresas competidoras, los mercados en los que se mueve la empresa, los clientes, proveedores, etc. Sin ir más lejos, Internet permite conseguir información gratis o a bajo precio de manera cómoda y rápida. El objetivo es descubrir cuál es el valor añadido de otras empresas, cuáles son los competidores y cuáles son sus debilidades y fortalezas.

Lo primero es obtener una visión global del sector en el que se mueve la empresa en el contexto mundial: se deben detectar los países con mayores oportunidades para los productos o servicios. Para una MIPYME, es bueno ir a países donde alguna empresa del mismo sector esté presente, ya que, si la marca del país de origen o algún producto similar al que se ofrece es conocido, será más fácil entrar en ese mercado. En segundo lugar, se debe conocer a exportadores nacionales del sector y por lo tanto, también es importante conocer a los exportadores extranjeros del sector que compiten dentro y fuera del país.

### **Las ventajas del benchmarking exterior**

Ante una crisis de demanda, existen por lo menos dos formas de recuperar el nivel de ingresos de la empresa:

- Aumentar la gama de productos, lo que implica fuertes inversiones.
- Diversificarse geográficamente, para las pequeñas y medianas empresas.

El gran acierto de esta técnica es que permite tomar decisiones a base de hechos y no de intuición. La clave está en localizar quiénes son los mejores haciendo algo y aprender de sus aciertos. Nos permite no tener que reinventar soluciones que ya existen y que aplican otras empresas, y acelerar los procesos de mejora.

### **2.1.3 Proceso para llevarlo a cabo.**

Para llevar a cabo el Benchmarking es necesario llevar a cabo el siguiente proceso:

### 1.-Determinar a qué se le va a hacer benchmarking

La primera etapa del proceso consiste en identificar a los clientes para la información del benchmarking y sus necesidades, así como la definición de los asuntos específicos a los cuales se les va a hacer el benchmarking.

### 2. Formar un equipo de benchmarking

La mayor parte de los esfuerzos de benchmarking son actividades de equipo. El proceso de escoger, orientar y dirigir un equipo es la segunda etapa importante del proceso.

### 3. Identificar los socios del benchmarking

La tercera etapa es identificar las fuentes de información que se utilizarán para recopilar la información de benchmarking. Estas fuentes son empleadas de organizaciones en que se practica el benchmarking, asesores, analistas, fuentes gubernamentales, literatura de negocios y comercio, informes industriales y bases de datos computarizadas, por mencionar solo algunas.

### 4. Recopilar y analizar la información de benchmarking

Durante esta etapa del proceso se seleccionan los métodos específicos de recopilación de información. Es importante que los responsables de esta actividad sean expertos en estos métodos. Se contactan los socios de benchmarking, se recopila la información y luego se resume para hacer el análisis.

### 5. Actuar.

Esta etapa está influenciada por las necesidades del cliente original y por los usos de la información de benchmarking. La acción que se realiza puede oscilar entre producir un solo informe o producir un conjunto de recomendaciones para implementación real del cambio, basado, al menos en parte, en la información recopilada durante la investigación de benchmarking.

## **2.2 Proceso de Planeación de Demanda**

Un pronóstico es el resultado de una estimación cuyo origen será frecuentemente una proyección matemática con algunos ajustes, Un plan de demanda es el resultado de agregar al resultado del pronóstico ajustes derivados de la inteligencia de mercado provenientes de distintas áreas y actores (usualmente del área comercial), en otras palabras la planeación de la demanda se asegura de que se incluya en el pronóstico el conocimiento disponible acerca de las tendencias y eventos que puedan impactar el pasado y el futuro de la demanda.

El proceso de planeación de las ventas y las operaciones (PVO) comienza con una planeación de la demanda y termina con unos planes aprobados de operaciones: Planes de ventas, planes de distribución, planes de producción y planes de compra. Todos esos planes son la guía para el resto de la compañía de cómo prepararse para lo que viene y son el marco de gobierno de la ejecución. Una compañía de clase A en este proceso es una compañía que no sólo planea muy bien, también ejecuta muy bien, es decir, cumple sus planes.

Los gerentes generales de compañías de categoría mundial que tienen implementados procesos de PVO de categoría mundial (Clase A), son personas que realmente sienten que tienen el timón de su negocio en sus manos, este proceso les permite tomar decisiones en el corto y mediano plazo, siempre observando el largo plazo y con la seguridad de que no se desviarán de su camino.

Es normal encontrar en empresas manufactureras todo el poder concentrado en la producción y en empresas comerciales el poder concentrado en las áreas comerciales y de mercadeo; sin embargo, con este proceso el único poder que permanece y se fortalece es el poder del cliente, el resto de poderes se balancean.

Este proceso no termina en la planeación, se tiene que conectar con la ejecución a través del ERP del que se disponga, garantizando que lo que se decidió en la planeación sea la real ejecución; si esto no se logra se habrá perdido el esfuerzo de planear y lo que tendremos serán planes muy buenos y una ejecución que no tiene nada que ver con la meta que se quiere lograr.

### **2.2.1 Control de Operación**

Los cambios a los que se ven enfrentadas las compañías que asumen este reto de ser Clase A o de categoría mundial en la planeación de sus ventas y operaciones, son cambios drásticos de comportamiento, herramientas, procesos, estructura e inclusive cambios culturales; pero todo el esfuerzo se compensa con los beneficios obtenidos:

- Optimización del capital de trabajo mediante el uso racional de los inventarios.
- Control de los costos mediante la efectiva programación de producción según los planes de la demanda.
- Visión de mediano plazo de las proyecciones financieras que permiten la formulación de escenarios alternativos con tiempo suficiente para corregir las desviaciones frente a los compromisos con los clientes y los stakeholders (aquellos grupos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los propósitos de la organización)<sup>1</sup>.
- Cumplimiento del nivel de servicio ofrecido a los clientes.

---

<sup>1</sup> IESE, Universidad of Navarra Newsletter No. 5, Otro punto de vista, recuperado, Noviembre, 2009.

- Beneficios adicionales como trabajo en equipo y compromiso con las metas.

En términos generales el proceso de planeación de las ventas y las operaciones es un proceso que las compañías de categoría mundial deben tener implementado y ser excelentes para poder controlar todas las operaciones de una manera sencilla pero efectiva, además de ser un proceso donde se empodere todo el equipo de trabajo y se logren metas que de otra manera serían más difíciles de lograr.

Políticas a tener en cuenta:

- Largo Plazo:

Se debe definir el horizonte de tiempo que se quiere estudiar en años.

- a. Tendencias de mercado.
- b. Introducción de nuevos productos/promociones.
- c. Estrategias de precios.
- d. Estrategia de canales / SKU
- e. Márgenes de contribución.
- f. Capacidad de Abastecimiento.
- g. Inversiones

- Mediano Plazo:

- a. Tendencias de mercado.
- b. Ajustes a Introducción de nuevos productos/promociones.
- c. Ajustes en las estrategias de precios.
- d. Ajuste de la estrategia de canales / SKU
- e. Márgenes de contribución.
- f. Ajustes de la Capacidad de Abastecimiento.
- g. Inversiones.

- Corto Plazo:

- a. Tendencias de mercado.
- b. Ajustes en la Introducción de nuevos productos/promociones.
- c. Ajustes de las Estrategias de precios.
- d. Ajustes de la Estrategia de canales / SKU
- e. Márgenes de contribución.
- f. Ajustes
- g. Abastecimiento

- Familia:  
Se deben crear familias de productos que ayuden a tener pronósticos claros.

### 2.2.2 Cálculo de la Demanda

Los pasos a seguir para realizar el cálculo de la demanda son los siguientes:

1. Dividir al mercado en grupos definidos de compradores, con diferentes necesidades, características o comportamientos, para ver a cuál de estos grupos se dirigirá el producto. A esto se le llama “segmentación de mercado”. Se puede segmentar según: la región donde vive el consumidor (barrios, ciudades, departamentos), según edad, sexo, tamaño de la familia, ingreso, clase social, personalidad, preferencias del producto.
2. Después se debe buscar todas las personas o empresas que podrían comprar el producto, este será el “mercado meta”.
3. Buscar información acerca de qué cantidades se han vendido del producto anteriormente, a qué precio, quién lo ha vendido y cómo. Esta información servirá como guía de cómo se ha comportado anteriormente el producto.
4. Como calcular que es lo que los posibles clientes piensan comprar o consumir (Demanda actual), ésta es la cantidad total que compraría un grupo de personas de una zona geográfica.

Hay varias formas para calcular la demanda del mercado, una de ellas sería la siguiente fórmula:

$$Q = n \times q \times p$$

Donde:

Q = demanda total del mercado

n = cantidad de compradores en el mercado

q = cantidad comprada por el comprador promedio al año

p = precio de una unidad promedio

Esta fórmula dará la demanda anual en unidades monetarias.

### 2.2.3 Ajuste de la demanda

En los factores que contribuyen a la determinación de la demanda existen dos grupos: las no controlables y las controlables.

a) Variables no controlables.- Son las que escapan al dominio de la empresa y caracterizan el entorno en el que la empresa actúa. Se subdivide, a su vez, en tres grupos:

- Variables *consumidores-compradores*.
- Variables *externas*.
- Variables *competencia*.

Respecto a las variables del entorno la actuación de la empresa debe ir orientada a: 1) identificar las variables que le afectan, 2) medir la influencia relativa que cada una de ellas tiene sobre su demanda, 3) prever su evolución y 4) planificar y ejecutar acciones dirigidas a modificar algunas de estas variables.

b) Variables controlables.- Son aquellas que la empresa puede manipular para influir en su demanda y alcanzar sus objetivos comerciales. Son cuatro: producto, precio, promoción y distribución. McCarthy<sup>2</sup> las denominó las *4p*. Se clasifican en dos grupos:

- Variables estratégicas, que integran el producto y la distribución. Su horizonte de planificación se sitúa en el medio y largo plazo.
- Variables tácticas, que integran el precio y la promoción. Su horizonte de planificación es el corto plazo.

Respecto de las variables controlables, la actuación de la empresa se debe centrar en la fijación de los niveles de intervención de cada una de las variables y en la optimización de la productividad de cada variable una vez que su nivel de intervención ha sido establecido.

Estos niveles de intervención de las variables controlables determinan el marketing-mix, que define el esfuerzo comercial de la empresa sobre su mercado, con objeto de influir favorablemente su demanda y alcanzar sus objetivos de venta.

Así pues, la demanda de una empresa viene determinada por:

$$q_i = f(E_i, M_i, M_j)$$

$q_i$  = Demanda de la empresa *i*.

---

<sup>2</sup> Planeación de la Demanda, [http://dgplades.salud.gob.mx/cursos/mpp/slide1\\_pd.html](http://dgplades.salud.gob.mx/cursos/mpp/slide1_pd.html), recuperado, agosto 2010.

$E_i$  = Entorno de la empresa  $i$  (excluido el esfuerzo de marketing de la competencia).

$M_i$  = Esfuerzo de marketing de la empresa  $i$ .

$M_j$  = Esfuerzo de marketing de la competencia.

Se han propuesto tres modelos para la función anterior, que son:

- *Modelo lineal*.- Sus efectos sobre la demanda son proporcionales.

$$q = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

- *Modelo exponencial*.- Sus efectos sobre la demanda son multiplicativos.

$$q = kX^aY^bZ^c$$

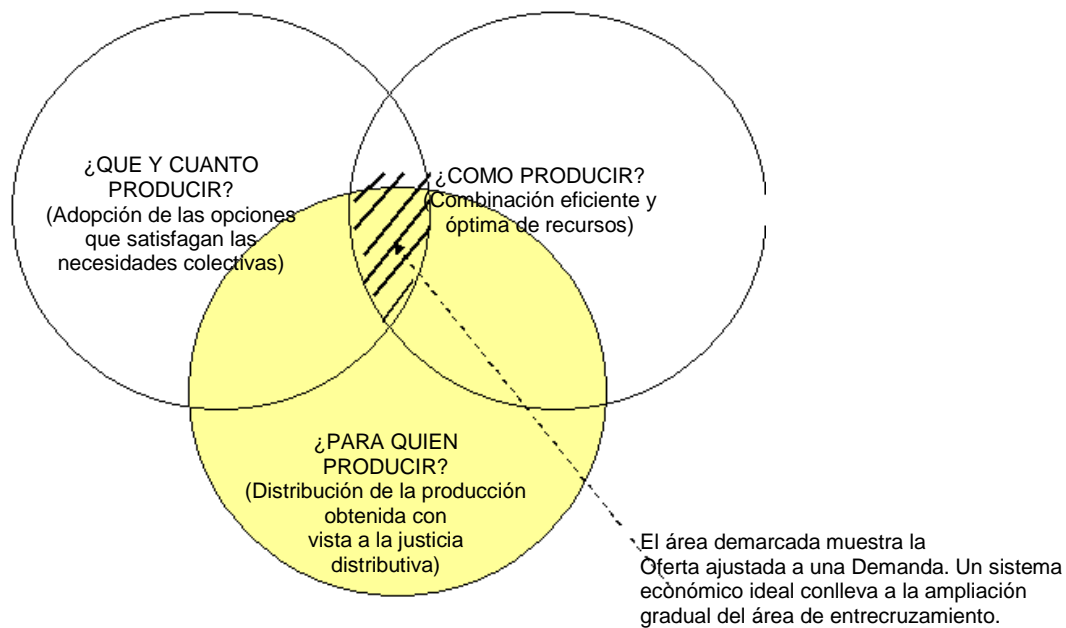
Los parámetros  $a$ ,  $b$  y  $c$ , miden la sensibilidad de  $q$  frente a los cambios de las respectivas variables explicativas  $X$ ,  $Y$  y  $Z$ .

- *Modelo mixto*.- Trata de explicar las interrelaciones que existen entre las variables explicativas y el efecto que éstas tienen sobre la demanda.

$$q = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + \dots$$

Una vez comprendido lo anterior, el ajuste de la demanda se refiere gráficamente a lo que se muestra a continuación:





## 2.2.4 Participación de Mercado

Se debe establecer qué porcentaje de esa demanda existente en el mercado, puede ser suplida por la empresa, a esto se le llama “participación de mercado” y es recomendable que sea un porcentaje pequeño que vaya de acuerdo a la capacidad de la empresa.

Normalmente este porcentaje está entre un 2% y un 6%, especialmente cuando es un producto nuevo.

La elección de los mercados en los que la empresa va a estar presente y el diseño de una estrategia de marketing para los mismos, exige una evaluación de estos mercados, de su tamaño actual y futuro.

El *mercado potencial total* viene dado por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado. El *mercado potencial real* está determinado por el poder de compra y el deseo de comprar.

Es importante saber qué es lo que se quiere medir en relación con el mercado. En este sentido, los conceptos esenciales son la demanda del mercado y la demanda de la empresa.

### Demanda del mercado y el mercado potencial

La demanda global de un mercado se define como la cantidad de compras realizadas de dicho producto, en un período de tiempo y espacio definido. Viene expresada por dos factores determinantes:

$$Q = f(E, M)$$

E = Variables que tipifican el entorno.

M = Esfuerzo total de marketing realizado por las empresas.

El mercado potencial se define como el límite hacia el cual tiende la demanda global, cuando el esfuerzo de marketing del mercado tiende hacia el infinito, en un entorno considerado.

El mercado potencial no es constante, sino que evoluciona a lo largo del tiempo como consecuencia de la incidencia de factores tales como la introducción de nuevos productos, los cambios de hábitos de consumo, etc. Se diferencian dos tipos de mercados potenciales:

- *El mercado potencial actual*, que viene determinado por el esfuerzo de marketing de las empresas que actúan en el mercado considerado.
- *El mercado potencial absoluto*, que es el límite máximo hacia el que tiende el mercado potencial actual a lo largo del tiempo.

#### La estimación del potencial de un mercado

El potencial de un mercado se corresponde con el nivel de ventas máximo que puede ser obtenido, en un período determinado, por el conjunto de empresas que operan en ese mercado, para un esfuerzo de marketing dado y para un entorno definido. Su estimación es la siguiente:

$$Q = n \cdot q$$

Q = Potencial del mercado.

n = Número de compradores potenciales.

q = Cantidad media adquirida por comprador.

Si queremos calcular los ingresos totales del mercado sólo debemos multiplicar la expresión anterior por el precio medio:

$$I_T = n \cdot q \cdot p$$

IT = Ingresos totales.

p = Precio medio unitario del producto.

Aplicando esta metodología destacamos dos métodos:

Método de los ratios en cadena.- Consiste en descomponer la fórmula global de previsión en varios ratios, con el objeto de facilitar su cálculo. Este procedimiento puede ser aplicado para la estimación de la demanda global de bienes de consumo, de bienes industriales o de servicios. Ver anexo 2.

Método de los índices de compra.- Son indicadores para estimar la capacidad de compra de bienes de consumo en zonas geográficas determinadas.

Métodos de estimación de la demanda.- La inestabilidad del entorno hace que las empresas tengan que estimar sus futuros niveles de ventas. Estas estimaciones se encuadran en varias fases:

- Hacer un pronóstico del entorno.
- Técnicas basadas en la emisión de opiniones: encuestas sobre intención de compra, opiniones de la fuerza de venta y opiniones de los expertos.
- Técnicas basadas en la observación del comportamiento: test de mercado.
- Técnicas basadas en el estudio de los datos del pasado: análisis de series temporales y análisis causal.

### **2.2.5 Determinación del Nivel De Ventas**

Para determinar el nivel de ventas que se planea para el futuro, se debe hacer lo siguiente:

- Calcular cuánto va a ser la demanda en el futuro.
- Una forma podría ser haciendo una pregunta directa dentro de la encuesta a realizar, y la otra sería dependiendo de cuánto crece anualmente la población.
- Una vez que se haya definido cuál va a ser la demanda futura, se deberá multiplicar por el porcentaje de participación que se estableció anteriormente para saber cuáles van a ser sus ventas para los próximos años.

Por ejemplo:

Demanda anual de producto: 10,500

Crecimiento Poblacional: 3.3%

Participación del mercado: 6%

Incremento:  $10,500 * 3.3\% = 347$

Demanda del Año Siguiente:  $10,500 + 347 = 10,847$  unidades

Ventas del Año Siguiente:  $10,847 * 6\% = 651$  unidades

### **2.2.6 La Competencia**

Casi todos los negocios tienen competencia, tanto de empresas grandes como pequeñas. Es importante conocer muy bien a cada una de las empresas que compiten con el negocio, así se podrá saber la forma de superarlos. Se trata de buscar sus puntos débiles y fuertes, comparándolos con los de la empresa propia. Se puede hacer de varias formas: comprando sus productos y examinándolos, viendo sus catálogos, visitar sus instalaciones, o por medio de la herramienta del benchmarking.

Es importante mencionar que no solo los productos idénticos o iguales al propio son competencia, también lo son aquellos que tienen características parecidas.

Las preguntas que se deben responder para conocer la competencia del negocio son:

1. ¿Cómo, cuándo y quiénes han vendido este tipo de producto en el pasado?
2. ¿Quiénes lo están vendiendo ahora?
3. ¿Hay demasiados o muy pocos competidores?
4. ¿Cuánto podrían llegar a vender los competidores en un futuro?

### **2.2.7 El Precio**

Para poder fijar el precio de un producto, deben tomarse en cuenta los siguientes aspectos:

Costos: El precio que se le dé al producto debe cubrir los costos que se tengan para poder tener un buen margen de ganancia.

Precio de los competidores: Para poder establecer el precio, debe de tomarse en cuenta el precio de los competidores, recordando siempre que el precio debe ir de acuerdo a la calidad del producto.

Efectos sobre la Demanda: Es frecuente que la demanda de un producto se vea afectada por el precio. Si los clientes compran menos cuando el precio aumenta, y más cuando éste disminuye, se está viendo un efecto que puede tener el precio del producto sobre la demanda.

Políticas de Precios y Crédito: En esta sección se establecen las políticas que se utilizarán en la empresa.

## **2.2.8 La Promoción**

El objetivo de la promoción es que la gente conozca el producto, haciendo esto, se demostrará que es mejor que el de la competencia, ya que se muestran las cualidades que tiene, los beneficios que ofrece y las características que lo hacen especial.

Hay varios tipos de promoción:

1. Publicidad: Periódicos, revistas, televisión, internet, radio y ferias.
2. Ventas Directas: Son las que se hacen de vendedor a cliente. Los vendedores internos ayudan a los clientes que llegan al negocio o que llaman por teléfono. Los vendedores externos hacen visitas personales al negocio o la casa de los clientes.
3. Promoción de Ventas: Las promociones más comunes son: Muestras del producto, Descuentos, Concursos y Rifas, Cupones, Patrocinio de eventos, Regalos en la compra del producto, Ofertas de introducción y Premios

## **2.3 Planeación estratégica del Negocio**

### **2.3.1 Qué es un plan de negocios**

El plan estratégico para los negocios que son propiedad de una familia requiere que se integren asuntos familiares, por ejemplo:

1. ¿Cuáles son las metas personales y profesionales a largo plazo de los miembros de la familia?
2. ¿Cuál es la misión de la familia? ¿Por qué está comprometido a establecer y operar el negocio?
3. ¿Cuál es la visión del negocio en el futuro?
4. ¿Los miembros de la familia serán activos en la gerencia o serán miembros pasivos?
5. ¿Cómo serán manejados los asuntos como la remuneración, las prestaciones y la evaluación del rendimiento?

Las respuestas a estas preguntas afectarán la estrategia de negocio y deben ser resueltas antes de la elaboración del plan estratégico.

El plan estratégico implica analizar al negocio en su ambiente e idear un proceso para dirigir su desarrollo y éxito en el futuro. Este proceso implica determinar los factores internos y los factores externos actuales (es decir, las fuerzas económicas, tecnológicas, sociales y políticas) que afectan el negocio. Para comenzar este proceso, hay que identificar las fortalezas y las debilidades internas que pueden inhibir o apoyar la estrategia. Los componentes de este proceso incluyen (1)

la estructura de organización, (2) la cultura y (3) los recursos. Hay que elaborar una lista de las oportunidades disponibles (crecimiento, nuevos mercados, un cambio en regulaciones) y de las amenazas (competencia creciente, escasez de materias primas, reducción del precio) del negocio. Esto debe dar una cierta idea de la situación actual y proporcionar una dirección estratégica.

Después, hay que enumerar los objetivos de la familia, identificando necesidades personales y tipo de riesgo, que están dispuestos a tomar. Muchos de estos objetivos y metas serán tratados en el plan estratégico de la familia. También, nos encontraremos con que los objetivos personales afectarán la estrategia que en determinado momento se elige. Por ejemplo, si hay una gran oportunidad para el crecimiento del negocio en el mercado pero se tiene una baja posibilidad del riesgo y una alta necesidad personal de seguridad, probablemente no se debe perseguir un crecimiento alto personal. Sería no solamente aventurado sino que también costoso. El crecimiento implica efectivo, y el efectivo se debe generar internamente o ser financiado externamente. Los objetivos personales deben coordinarse con su estrategia.

Una vez que se han identificado las oportunidades en la industria, se han determinado las fortalezas y las debilidades del negocio y se han enumerados los objetivos personales, se puede proceder con el plan estratégico. Esto implicará:

- Desarrollar la misión.
- Fijar objetivos.
- Desarrollar estrategias para lograr los objetivos.
- Desarrollar pasos a seguir para implementar la estrategia.<sup>3</sup>

### **2.3.2 Objetivos, Misión y Estrategias**

#### **Establecimiento de la Misión**

El establecimiento de la misión contesta a la pregunta: ¿cuál es el negocio? La misión define a los clientes y explica por qué se está en el negocio. La misión incorpora el corazón del negocio y da la dirección a cada faceta del negocio. Una misión efectiva:

- Incluye las especificaciones que permiten medir.
- Establece la individualidad del negocio.
- Define el negocio en el cual se desea estar implicado.
- Es importante para todo lo que implica el negocio.

---

3

[http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca\\_en\\_Linea/Transferencia\\_de\\_la\\_Gerencia\\_del\\_Negocio\\_Familiar/planeacion\\_estrategica\\_del\\_negocio.html](http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_Linea/Transferencia_de_la_Gerencia_del_Negocio_Familiar/planeacion_estrategica_del_negocio.html), recuperado, agosto 2010.

- Es emocionante e inspira.

## **Objetivos**

Se deben fijar objetivos razonables para el negocio, basados en el establecimiento de la misión, para asegurar la realización de la misma en el negocio. Los objetivos deben ser claros, realistas, que se puedan medir y con un tiempo específico para su cumplimiento. Los objetivos se pueden crear para:

- Generar ingresos
- Crecimiento de las ganancias
- Ventas y crecimiento del mercado
- Plantas o almacenes nuevos, y
- Calidad del producto/servicio o imagen corporativa

## **Estrategias**

Las estrategias son determinadas por la respuesta a la pregunta anterior: ¿Cómo será el negocio en el futuro? Las opciones estratégicas incluyen lo siguiente:

- Estabilidad.- el éxito se deriva de pequeños cambios.
- Estrategia de ganancias.- sacrificar el crecimiento futuro por las ganancias actuales.
- Estrategia de crecimiento.- el crecimiento se puede alcanzar con la integración vertical (expansión desde adentro), la integración horizontal (comprar a un competidor), la diversificación, la fusión o la reducción (reducción o desposeimiento).

## **Pasos para la acción**

Una vez que se seleccione la estrategia, los pasos a seguir deben ser especificados de manera que dirijan las actividades diarias del negocio. Un ejemplo de un paso a seguir es cuando se elabora un presupuesto para proyectar los costos de una estrategia. Este proceso también se conoce como planeación táctica. Los pasos en el planeamiento táctico deben ser prácticos y fáciles de realizar y de explicar; su propósito es convertir las metas en acciones manejables, realistas que pueden ser puestas en acción individualmente.

### **2.3.3 Razones para elaborar el plan de negocios**

1. Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.

2. Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.
3. Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
4. Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
5. Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.
6. Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones.
7. Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original, así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales.
8. Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona.

### **2.3.4 Pasos necesarios para formar un plan de negocios**

Es importante que se descarten los mitos siguientes:

Mito 1: Los planes de negocio son aburridos. "Para nada", asegura Vicki L. Helmick, una consultora de negocios en Florida. "Si usted está entusiasmado con su negocio, deberá sentirse feliz de hacer un plan para que éste sea todo un éxito". El plan de negocios es justamente el mecanismo que permitirá articular la visión sobre lo que quiere lograr la compañía, a dónde se dirige y cómo va a llegar allí, para después delinear una estrategia que convierta las metas en realidad.

Mito 2: Los planes de negocio son complicados. Un buen plan de negocios no debe ser formal ni complejo, explica Helmick, pero deberá ser conciso y estar bien escrito. "Para un negocio simple, bastan dos o tres páginas", dice. "Incluso, puede escribir hasta 20 ó 30 páginas e incluir gráficas o tablas. La clave es que sea lo suficientemente claro como para marcarle una especie de mapa hacia dónde dirigir su negocio".

Mito 3: No se necesita ponerlo por escrito. Muchos empresarios que trabajan solos, no se toman la molestia de poner por escrito los planes de su empresa, pero tener toda la información en la cabeza no es suficiente. Además de que al tenerlo por escrito será más fácil recordarlo,



comprometerse a escribir un plan de negocios obligará a los involucrados a enfocarse cabalmente en cada paso a seguir en el proceso de crecimiento, considerar todas las consecuencias posibles y lidiar con los asuntos a los que preferiría ignorar. Así también, contar con un plan por escrito, permitirá tener una mayor conciencia, no sólo sobre el negocio, sino sobre el desempeño como empresario. Después de todo, una vez que se haya puesto el plan por escrito, habrá la obligación de seguirlo cabalmente o, si no, se deberá inventar una buena razón para hacer las cosas de un modo distinto. Finalmente, si existen socios de negocios, un plan por escrito reducirá los riesgos de malentendidos o conflictos futuros.

Mito 4: Sólo tiene que hacerlo una vez. Escribir un plan de negocios no es un asunto de una sola vez en la vida. "No escriba un plan, se congratule por ello y luego lo eche en el olvido", advierte Helmick. El plan deberá convertirse en una herramienta que servirá para dirigir la compañía todos los días. Si se busca obtener un préstamo de cualquier tipo, ya sea de una institución bancaria o de otros inversionistas posibles, se hará necesario mostrarles por escrito un plan conciso que demuestre la viabilidad del negocio. El plan deberá contener una proyección a futuro a, por lo menos, cinco años. "Bajo el paraguas del término "plan de negocios" es necesario un plan a un año; uno a dos años y uno a cinco años", asegura Helmick.

"Cada año, asegúrese de actualizar sus planes y metas de modo que siempre mantenga una estrategia enfocada, tanto a largo como a corto plazo".

### **El Resumen Ejecutivo**

El resumen ejecutivo de un plan de negocios es una sinopsis del plan. Aquí, se debe establecer claramente el concepto del negocio, los puntos financieros básicos (proyecciones de venta y requerimientos de capital) así como el estatus actual de la compañía. Se debe identificar al dueño (o dueños), así como a cada persona que integra el personal clave del negocio y cómo cada uno contribuye a desempeño del mismo. Finalmente, se debe establecer claramente lo que la compañía ha logrado hasta el momento presente. Aun una empresa pequeña puede listar sus logros, tales como registro de una patente, elaboración de un prototipo, resultados de una prueba de mercadotecnia, etc.

### **Descripción del Negocio**

Primero que nada, se debe estudiar la industria en la que el negocio opera y el mercado al que se dirige. Después, se debe describir a la compañía, incluyendo su estructura operativa (ventas al menudeo, mayoreo, manufactura o servicios); su situación legal (es una sociedad anónima, una cooperativa, una sociedad civil, etc.); su base de clientes, productos o servicios y métodos de

distribución. Es importante enfatizar qué es lo que separa al negocio de los competidores y de otros jugadores en la industria.

### **Estrategias de Mercado**

Se define el mercado en términos de tamaño, estructura, proyección de crecimiento, tendencias y potencial de ventas. Posterior a esto, se estima la participación de mercado que se piensa tener; cómo se fijarán los precios, cómo se promoverá el producto y cómo va a distribuirlo, así como el rol que jugarán todos estos componentes en los esfuerzos de mercadotecnia. Esta sección puede ser utilizada para definir la estrategia de mercadotecnia, o bien se puede desarrollar un capítulo por separado y simplemente mencionarse en esta sección. No importa la forma de hacerlo, siempre será necesario un plan de mercadotecnia extenso que incluya las estrategias de ventas, publicidad, relaciones públicas, promociones especiales y/ o actividades en pro de la comunidad. El plan deberá definir claramente lo que se intenta hacer, incluyendo un presupuesto estimado para estas actividades, de modo que pueda ser revisado constantemente y hacer los ajustes necesarios.

### **Análisis de la Competencia**

En este punto se debe identificar claramente a los competidores actuales y futuros y analizar sus fortalezas y debilidades. Comprender las razones detrás de los éxitos y/ o fallas de los demás de modo que se pueda afinar y detallar la estrategia propia de mercadotecnia. Se debe ser específico, detallado y brutalmente honesto; es decir, no permitir que el exceso de optimismo haga parecer al plan como un sueño imposible de realizar.

### **Planes de Diseño y Desarrollo**

Describir el diseño del producto y cómo será desarrollado en el contexto de la producción y el marketing. Si la compañía está basada en la comercialización de un producto nuevo, invención propia, hay que incluir un plan de prueba o testeo, revisiones constantes y una evaluación final de lo más completa. No hay que olvidar incluir en el presupuesto recursos para la compra de materiales, costos operativos y administrativos y servicios profesionales.

### **Planes Operativos y de Dirección**

Demostrar cómo el negocio funcionará día a día. Quién será responsable de qué, cómo desempeñará cada quien sus funciones, y cuáles serán las necesidades de capital y gastos. Demostrar que se cuenta con los recursos necesarios (instalaciones, equipo, materiales y mano de obra) para operar como lo planea.

## **Componentes Financieros**

Este punto es fundamental en el plan de negocios y deberá incluir un estado de ingresos y resultados y de flujo de efectivo. Estos reportes muestran una perspectiva histórica, así como una proyección hacia el futuro de su situación financiera.

## **Estrategias y Tips Prácticos**

Escribir un plan de negocios no tiene que seguir necesariamente una secuencia lógica. Por ejemplo, cuando se desarrolle una estrategia de mercadotecnia, se necesitará también considerar sus propias finanzas, de modo que se pueda mover libremente de una sección del plan a otra antes de concluir. Cada sección del plan deberá incluir las metas y estrategias. Helmick recomienda fijar una meta a largo plazo y luego dividirla en pequeñas piezas que pueda manejar.

Finalmente, Helmick advierte: "utilice su plan de negocios para crear valor en su compañía. Lleve a cabo este proceso como si estuviera construyendo una compañía que pronto piensa vender", dice.<sup>4</sup>

## **2.4 Constitución de una Empresa**

### **2.4.1 Concepto de empresa.**

Grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

### **2.4.2 Tipos de empresa.**

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo al tamaño (magnitud).

- Pequeñas empresas. Tienen menos de 50 trabajadores.
- Medianas empresas. Tienen entre 50 y 250 trabajadores.
- Grandes empresas. Tienen más de 250 trabajadores.

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollen en:

- Industriales: la actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. A su vez pueden clasificarse en:
  - Extractivas.

---

<sup>4</sup> El plan de negocios, <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?idNota=1062&p=nota>, recuperado, agosto 2010.

- Manufactureras.
- Empresas que producen bienes de uso final.
- Empresas que producen bienes de producción.
- Agropecuarias: su función es la explotación de la ganadería y la agricultura.
- Comerciales: son intermediarias entre productor y consumidor. Su función principal es la compraventa de productos terminados.
  - Mayorista.
  - Minorista.
  - Comisionistas.
- De servicios: Son aquellas que brindan un servicio a otras empresas o a la comunidad. Pueden tener fines lucrativos o no.

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo al origen del capital.

- Privadas: Aquellas en las que el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad de la empresa es el lucro.
- Públicas: Empresas en las que el capital pertenece al Estado y cuya finalidad es generalmente satisfacer necesidades sociales.

La ley General de sociedades mercantiles reconoce las especies de sociedades siguientes:

Artículo 6.- Las sociedades se constituirán ante notario y en la misma forma se harán constar con sus modificaciones. El notario no autorizará la escritura cuando los estatutos o sus modificaciones contravengan lo dispuesto por esta ley.

La escritura constitutiva de una sociedad deberá contener:

- I.- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad;
- II.- El objeto de la sociedad;
- III.- Su razón social o denominación;
- IV.- Su duración;
- V.- El importe del capital social;
- VI.- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización.

Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que se fije;

- VII.- El domicilio de la sociedad;

VIII.- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores;

IX.- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social;

X.- La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad;

XI.- El importe del fondo de reserva;

XII.- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente, y

XIII.- Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente.

Todos los requisitos a que se refiere este artículo y las demás reglas que se establezcan en la escritura sobre organización y funcionamiento de la sociedad constituirán los estatutos de la misma.

#### **I.- Sociedad en nombre colectivo.**

Sociedad en nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales.

La razón social se formará con el nombre de uno o más socios, y cuando en ella no figuren los de todos, se le añadirán las palabras y compañía u otras equivalentes.

La administración de la sociedad estará a cargo de uno o varios administradores, quienes podrán ser socios o personas extrañas a ella.

El administrador podrá, bajo su responsabilidad, dar poderes para la gestión de ciertos y determinados negocios sociales, pero para delegar su encargo necesitará el acuerdo de la mayoría de los socios, teniendo los de la minoría el derecho de retirarse cuando la delegación recayere en persona extraña a la sociedad.

#### **II.- Sociedad en comandita simple.**

Sociedad en comandita simple es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

La razón social se formará con los nombres de uno o más comanditados, seguidos de las palabras “y compañía” u otros equivalentes, cuando en ella no figuren los de todos. A la razón social se agregarán siempre las palabras “Sociedad en Comandita” o su abreviatura “S. en C”.

El socio o socios comanditarios no pueden ejercer acto alguno de administración, ni aun con el carácter de apoderados de los administradores; pero las autorizaciones y la vigilancia dadas o ejercidas por los comanditarios, en los términos del contrato social, no se reputarán actos de administración.

### **III.- Sociedad de responsabilidad limitada.**

Sociedad de responsabilidad limitada es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley.

La sociedad de responsabilidad limitada existirá bajo una denominación o bajo una razón social que se formará con el nombre de uno o más socios. La denominación o la razón social irá inmediatamente seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o de su abreviatura “S. de R. L.” La omisión de este requisito sujetará a los socios a la responsabilidad que establece el artículo 25.

El capital social nunca será inferior a tres millones de pesos; se dividirá en partes sociales que podrán ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso serán de mil pesos o de un múltiplo de esta cantidad.

Cada socio no tendrá más de una parte social. Cuando un socio haga una nueva aportación o adquiera la totalidad o una fracción de la parte de un coasociado, se aumentará en la cantidad respectiva el valor de su parte social, a no ser que se trate de partes que tengan derechos diversos, pues entonces se conservará la individualidad de las partes sociales.

La administración de las sociedades de responsabilidad limitada estará a cargo de uno o más gerentes, que podrán ser socios o personas extrañas a la sociedad, designados temporalmente o por tiempo indeterminado. Salvo pacto en contrario, la sociedad tendrá el derecho para revocar en cualquier tiempo a sus administradores.

### **IV.- Sociedad anónima.**

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

La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A."

Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

- I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;
- II. Que el capital social no sea menor de cincuenta mil pesos y que esté íntegramente suscrito;
- III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y
- IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

La sociedad anónima puede constituirse por la comparecencia ante Notario, de las personas que otorguen la escritura social, o por suscripción pública.

La escritura constitutiva de la sociedad anónima deberá contener, además de los datos requeridos por el artículo 6, los siguientes:

- I.- La parte exhibida del capital social;
- II.- El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el segundo párrafo de la fracción IV del artículo 125;
- III.- La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;
- IV.- La participación en las utilidades concedidas a los fundadores;
- V.- El nombramiento de uno o varios comisarios;
- VI.- Las facultades de la Asamblea General y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.

Cuando la sociedad anónima haya de constituirse por suscripción pública, los fundadores redactarán y depositarán en el Registro Público de Comercio un programa que deberá contener el proyecto de los estatutos, con los requisitos del artículo 6º, excepción hecha de los establecidos por las fracciones I y VI, primer párrafo, y con los del artículo 91, exceptuando el prevenido por la fracción V.

#### **V.- Sociedad en comandita por acciones.**

La sociedad en comandita por acciones, es la que se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones.

El capital social estará dividido en acciones y no podrán cederse sin el consentimiento de la totalidad de los comanditados y el de las dos terceras partes de los comanditarios.

La sociedad en comandita por acciones podrá existir bajo una razón social, que se formará con los nombres de uno o más comanditados seguidos de las palabras y compañía u otros equivalentes, cuando en ellas no figuren los de todos. A la razón social o a la denominación, en su caso, se agregarán las palabras "Sociedad en Comandita por Acciones", o su abreviatura "S. en C. por A".

### **2.4.3 Definición de empresario.**

Empresario es una persona, entidad o grupo de personas que independientemente o asociadas, por voluntad propia y motivaciones individuales (dichas motivaciones pueden ir desde la satisfacción de hacer las cosas por sí mismas, hasta alcanzar cierto tipo de poder o distinción social), decide asumir un riesgo en la realización de una actividad económica determinada y en la cual aspiran a tener éxito

### **2.4.4 Definición de consultoría de T.I.**

Es una asociación (empresa) que se centra en asesorar a empresas sobre la mejor manera de utilizar tecnología de la información para cumplir con sus objetivos de negocio. Además de proporcionar asesoramiento, a menudo implementar, desplegar y administrar sistemas de TI.

Por lo general, el carácter de asesoramiento es en respuesta a las ausencia de empleados capacitados o con la habilidad requerida para el cumplimiento de un campo específico

### **2.4.5 Definición de consultor de T.I.**

Es una persona que presta un servicio externo de manera calificada en la identificación e investigación de problemas relacionados con las políticas de tratamiento de la información, organización, procedimientos y métodos de derivados del uso de las tecnologías de información, realizando la recomendación de medidas apropiadas para su solución; y la prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones.

### **2.4.6 Constitución de una Empresa en el Distrito Federal.**



En 2004, los empresarios mexicanos requerían cumplir siete trámites en promedio para abrir un nuevo negocio, esperar un largo periodo de 57 días uno más que en 2000 y 14 menos que en 1999 y con un costo equivalente a mil 110 dólares para sortear el proceso burocrático, una sexta parte de PIB per cápita.

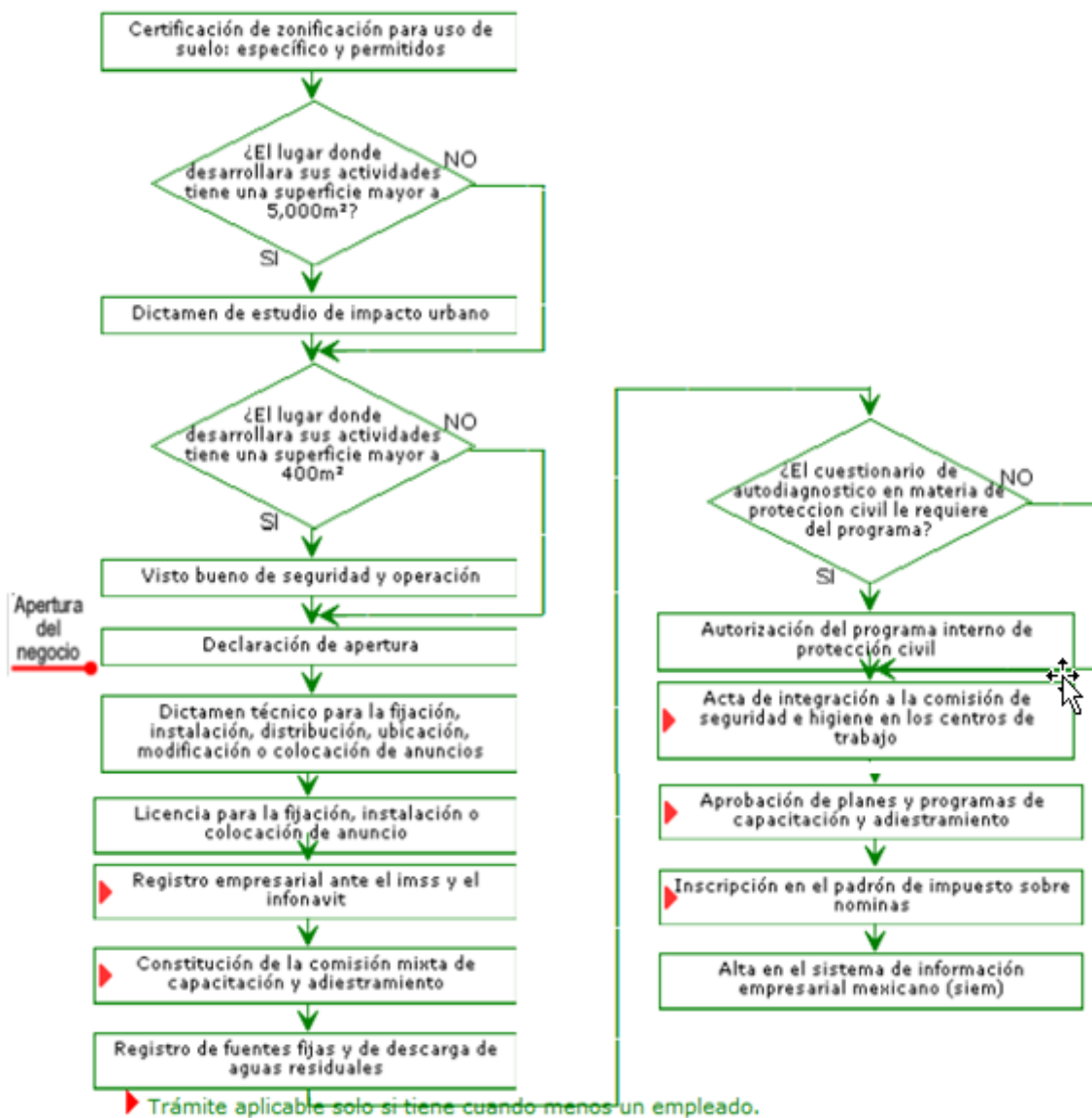
#### **2.4.6.1 Formas de abrir una empresa.**

De manera presencial: Puede realizarse en todas las ventanillas de las instituciones creadas para llevar los trámites.

En este caso por tratarse de un servicio se sabe que la prestación de este será identificado como: “Servicios de análisis de sistemas y procesamiento informático.”

Se puede llevar a cabo para la apertura del negocio como persona física o persona moral.

Pasos a seguir si el negocio se constituye como Persona Física:



La descripción de detallada es la siguiente:

Título: INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

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

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

Respuesta: Desde la respuesta inmediata hasta 3 días hábiles

Vigencia: Indefinida.

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

Costo: Gratuito.

Título: CERTIFICACIÓN DE ZONIFICACIÓN PARA USO DE SUELO: ESPECÍFICO Y PERMITIDOS

Descripción: Tramite mediante el cual se hace constar si un uso de suelo está permitido o prohibido para determinado inmueble, conforma a los Programas de desarrollo urbano.

Gestión: Dirección General de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI). Dirección del Registro de los Planes y Programas de Desarrollo Urbano.

Dirección: San Antonio Abad No. 32, Col. transit México, D.F. Lada (55) Tel. 51 30 21 00 o en las Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F. Ventanilla Única de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 55 63 34 00

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.)

Respuesta: 5 días hábiles desde la presentación de su solicitud.

Vigencia: 2 años para ejercer el derecho que confiere.

Formato: DU03

Costo: \$631.20 pesos.

Título: DICTAMEN DE ESTUDIO DE IMPACTO URBANO

Descripción: Trámite previo que deberán llevar a cabo los solicitantes de autorización, licencia o registro de manifestación de proyectos de uso no habitacional de más de 5,000 m<sup>2</sup> de construcción; de usos mixtos de 5,000 o más m<sup>2</sup> de construcción; de estaciones de servicios de combustibles para carburación como gasolina, diesel, gas LP y gas natural, para servicio público y/o autoconsumo, crematorios y en las que se aplique la norma de ordenación general no. 10.

Gestión: Dirección General de Desarrollo Urbano, Dirección de Control de Desarrollo Urbano y Regulación Territorial

Dirección: Av. San Antonio Abad No. 32 Col. Transit, Delegación Cuauhtémoc

Horario: de Lunes a viernes de 9:00 a 14:00 hrs.

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: 2 años.

Formato: AU-27

Costo: \$3,148 pesos.

Título: VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACIÓN

Descripción: Trámite a través del cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F. Ventanilla Única de Gestión

Dirección: Av. San Antonio 256 1 Piso Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 31 67 y 563 34 00

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.

Respuesta: 3 días hábiles.

Vigencia: 3 años (renovación).

Formato: AU19

Costo: Gratuito.

Título: DECLARACIÓN DE APERTURA

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

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del .D.F. México, D.F. Ventanilla Única de Gestión.

Dirección: Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 55 36 90 40 ext. 146

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: Indefinida.

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

Costo: Gratuito.

Título: DICTAMEN TÉCNICO PARA LA FIJACIÓN, INSTALACIÓN, DISTRIBUCIÓN, UBICACIÓN, MODIFICACIÓN O COLOCACIÓN DE ANUNCIOS

Descripción: Dictamen técnico que deberán obtener las personas físicas o morales para solicitar la licencia o permiso para la fijación, instalación, ubicación, modificación o colocación de anuncios permanentes o temporales, que se pretendan instalar en zonas de conservación patrimonial o históricas, en tapiales, en vialidades primarias y/o que sean visibles de estas.

NOTA: Al obtener el dictamen técnico por parte de la Dirección General de Administración Urbana, deberá realizarse el trámite de solicitud de licencia o permiso ante la delegación correspondiente dentro de la vigencia de dicho dictamen (30 días hábiles) ya que caducado este, deberá de solicitarse un nuevo dictamen.

Gestión: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda Dirección General de Administración Urbana, Dirección de Equipamiento y Mobiliario Urbano.

Dirección: Monterrey 206, Colonia Roma Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06760

Horario: De lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas

Teléfono 51 30 21 00

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: 30 días hábiles.

Formato: Escrito Libre

Costo: Gratuito.

Título: LICENCIA PARA LA FIJACIÓN, INSTALACIÓN O COLOCACIÓN DE ANUNCIO

Descripción: Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F.

San Antonio Abad No. 32 Col. Transito México, D.F. Lada (55) Tel. 51 30 21 00

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.

Respuesta: 10 días hábiles

Vigencia: 1 año (renovación).

Formato: DGAU-407

Costo: Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables. Estipulado en el código Financiero del DF

Título: REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT

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

Gestión: Subdelegaciones, México, D.F. Lada (55) Tel. 52 41 02 45

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Aviso de inscripción patronal AFIL01 Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo SSRT01003 Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno) AFIL02; clem01.

Costo: Gratuito.

Título: CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Descripción: Trámite mediante el cual se integra la constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

Nota: Este trámite tiene la naturaleza de conservación de información. Lo debe realizar toda empresa en donde rijan las relaciones de trabajo comprendidas en el Artículo 123, Apartado A de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos

Gestión: Dirección General de Capacitación

Dirección: Adolfo Ruiz Cortines No 3013 col. San Jerónimo Aculco Tel. 30 00 35 00 ext. 3526.

Horario: de 9:30 a 14:30 Hrs.

Respuesta: No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia: Indefinida.

Formato: DC1

Costo: Gratuito.

Título: REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES

Descripción: Trámite que realizan los propietarios de establecimientos para que se les autorice la descarga de aguas residuales al sistema de alcantarillado urbano.

Gestión: Dirección General de Gestión Ambiental del D.F. Dirección de Regulación y Gestión Ambiental de Aguas, Suelos y Residuos

Dirección: Xalapa No. 15, Col. Roma Norte, México, D.F. Lada (55) Tel. 52 09 99 03 ext. 6980

Horario: de 9:00 a 13:00 Hrs.

Dirección: Ventanilla Única de Gestión Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Tel. 56 11 11 05 y 55 63 34 00 Ext. 379

Horario: de 9:00 a 15:00 Hrs.

Respuesta: 30 días hábiles.

Vigencia: Indefinida.

Formato: SMA-PDAR-05 e Instructivo y SMA-RFF-06 y Anexo

Costo: Gratuito.

Título: AUTORIZACIÓN DEL PROGRAMA INTERNO DE PROTECCIÓN CIVIL

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

Gestión: Dirección General de protección Civil Ventanilla única de cada delegación

Horario de atención de 9 hrs. a 14:00 hrs. de lunes a viernes.

Respuesta: 30 días.

Vigencia: Indefinida.

Formato: PC-02

Costo: Gratuito.

Título: ACTA DE INTEGRACIÓN A LA COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO

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

NOTA: Este trámite no requiere presentación de ningún documento ante las oficinas de la autoridad laboral, solamente deberá conservarse la información en el domicilio del centro de trabajo y presentarlo a la autoridad laboral cuando ésta lo solicite.

Gestión: Dirección General de Seguridad e Higiene en el Trabajo.

Dirección: Valencia No 36 Col. Insurgentes y Mixcoac México, D.F. Lada (55) 30 00 35 00

Horario: de 8:30 a 14:30 Hrs.

Respuesta: No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Escrito libre

Costo: Gratuito.

Título: APROBACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Descripción: Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).

NOTA: El trámite se debe presentar dentro de los 15 días siguientes de haberse celebrado, revisado o prorrogado el contrato colectivo. Las empresas en las que no rija contrato colectivo, deben presentarlo dentro de los primeros sesenta días de los años impares.

Gestión: Dirección General de Capacitación

Dirección: Adolfo Ruíz Cortines No. 3313 Col. San Jerónimo Aculco, México D.F. Lada (55) 30 00 35 00 ext. 3526.

Horario: de 9:30 a 14:30 Hrs.

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: Determinada en el programa propuesto y no debe exceder de 4 años.

Formato: DC2

Costo: Gratuito.

Título: INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DE IMPUESTO SOBRE NOMINAS

Descripción: Trámite por medio del cual se integra al padrón de contribuyentes de la localidad.

Gestión: Subtesorería de Administración Tributaria Dirección de Registro (Tesorería del D.F.)

Dirección: Izazaga No. 89 6° Piso, Col. Centro, México, D.F. Lada (55) Tel. 57 09 00 30

Horario: de 8:00 a 15:00 Hrs.)

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: No aplica vigencia.

Formato: ISIN00996

Costo: Gratuito.

Título: ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)

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

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

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: 1 año (revalidación anual).

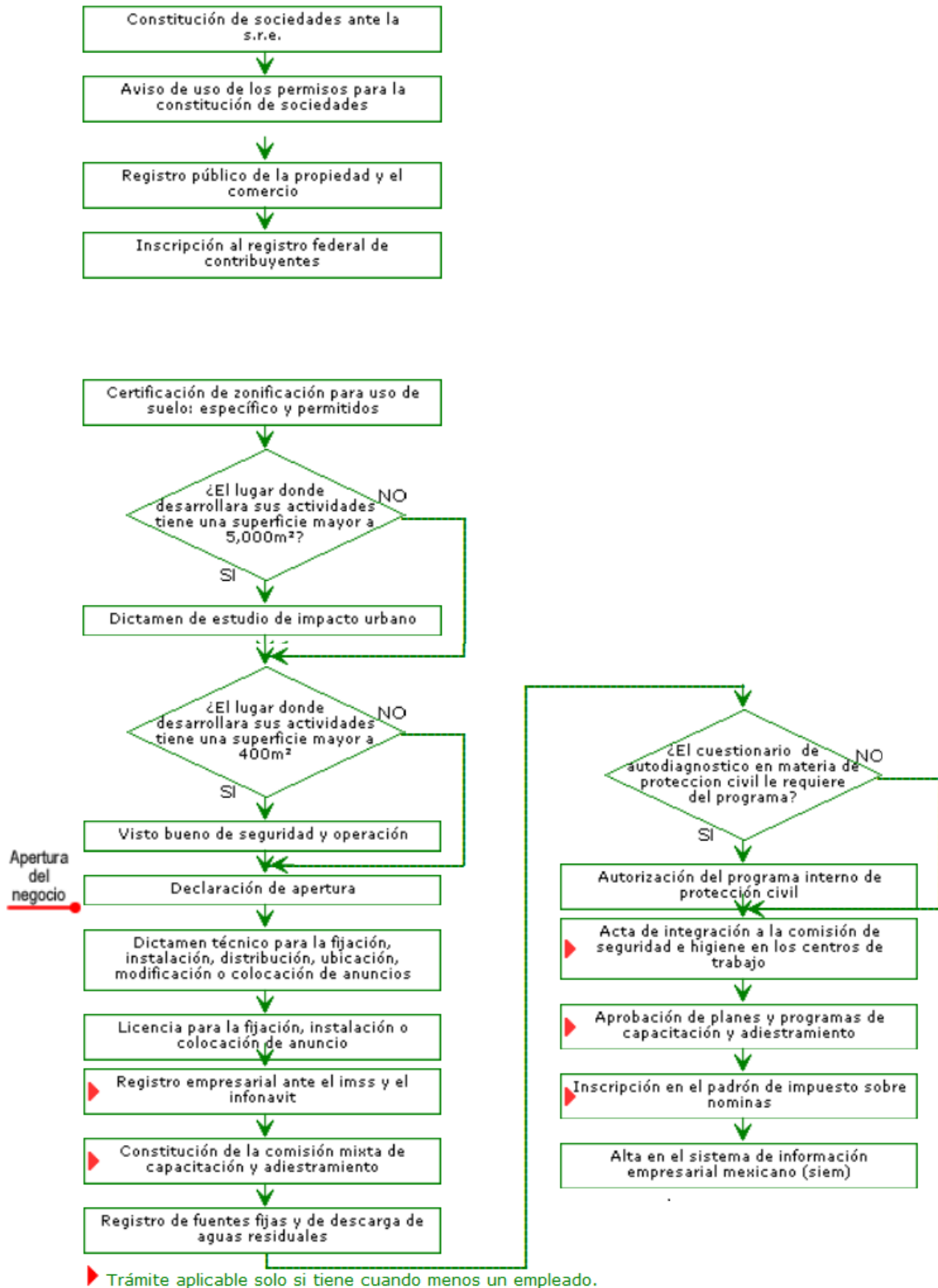
Formato: Escrito libre

Costo: Comercio Pequeño Hasta 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00, 4 o más \$640.00

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



Pasos a seguir si la empresa se constituye como Persona Moral.



La descripción detallada es la siguiente:

#### DISTRITO FEDERAL

Título: CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES ANTE LA S.R.E.

Descripción: Trámite para obtener de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), la autorización del nombre de la Sociedad Denominación Social.

Gestión: Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional

Dirección: Avenida Juárez No. 20 Col. Centro C.P. 06010 México D.F. e Iztacalco y Álvaro Obregón. Lada (55) Tel. 91 59 51 00 ext. 5224

Horario: de 9:00 a 15:00 Hrs.)

Respuesta: El mismo día si se presenta ante de las 11:00 a.m. si no al día siguiente.

Vigencia: Indefinida.

Formato: SA1

Costo: \$565.00 por recepción, de examen y expedición del permiso.

Título: AVISO DE USO DE LOS PERMISOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES

Descripción: Trámite para informar a la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), que el permiso que autorizó fue utilizado por constitución de sociedad o cambio en su denominación o razón social.

Gestión: Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional

Dirección: Avenida Juárez No. 20 Col. Centro en la Delegación Cuauhtémoc, D.F. C.P. 06010 y en la delegación Álvaro Obregón e Iztacalco Lada (55) Tel. 91 59 51 00 ext. 5224.

Horario: de 9:00 a 14:30 Hrs.

Respuesta: No se requiere.

Vigencia: 90 días hábiles para dar aviso.

Formato: No aplica.

Costo: Permiso de tiempo \$210.00 pesos Si se realiza de manera extemporánea \$ 1,130 pesos. Constitución de una sociedad \$ 565 pesos. Cambio de denominación \$ 505 pesos. Cambio de denominación \$ 505 pesos. Constitución de una sociedad \$ 565 pesos

Título: REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y EL COMERCIO

Descripción: Trámite mediante el cual se hace el registro de la Acta constitutiva ante el Registro Público de la Propiedad y el comercio del Estado.

Gestión: Ventanilla Única de la Dirección General del Registro Público de la Propiedad y de Comercio del Distrito Federal.

Dirección: Manuel Villalongín N° 15, Colonia Cuauhtémoc, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06500  
Teléfono: 5140 1700 ext. 1021, 1046, 2027, 2028, 2029.

Días y horarios de atención: Lunes a Viernes, de 9:00 a 14:00 hrs.

Respuesta: de 5 a 10 días hábiles.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Solicitud de Entrada y Trámite

Costo: Variable de acuerdo al monto para la inscripción \$891.15 mínimo / \$8,932.60 máximo.

#### Título: INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

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

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

Respuesta: Desde la respuesta inmediata hasta 3 días hábiles

Vigencia: Indefinida.

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

Costo: Gratuito.

#### Título: CERTIFICACIÓN DE ZONIFICACIÓN PARA USO DE SUELO: ESPECÍFICO Y PERMITIDOS

Descripción: Tramite mediante el cual se hace constar si un uso de suelo está permitido o prohibido para determinado inmueble, conforma a los Programas de desarrollo urbano.

Gestión: Dirección General de Desarrollo Urbano y Vivienda (SEDUVI). Dirección del Registro de los Planes y Programas de Desarrollo Urbano.

Dirección: San Antonio Abad No. 32, Col. transito México, D.F. Lada (55) Tel. 51 30 21 00 o en las Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F.

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.)

Respuesta: 5 días hábiles desde la presentación de su solicitud.

Vigencia: 2 años para ejercer el derecho que confiere.

Formato: DU03

Costo: \$631.20 pesos.

#### Título: DICTAMEN DE ESTUDIO DE IMPACTO URBANO

Descripción: Trámite previo que deberán llevar a cabo los solicitantes de autorización, licencia o registro de manifestación de proyectos de uso no habitacional de más de 5,000 m<sup>2</sup> de construcción; de usos mixtos de 5,000 o más m<sup>2</sup> de construcción; de estaciones de servicios de combustibles para carburación como gasolina, diesel, gas LP y gas natural, para servicio público y/o autoconsumo, crematorios y en las que se aplique la norma de ordenación general no. 10.

Gestión: Dirección General de Desarrollo Urbano, Dirección de Control de Desarrollo Urbano y Regulación Territorial

Dirección: Av. San Antonio Abad No. 32 Col. Transito Delegación Cuauhtémoc.

Horario de Lunes a viernes de 9:00 a 14:00 hrs.

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: 2 años.

Formato: AU-27

Costo: \$3,148 pesos.

Título: VISTO BUENO DE SEGURIDAD Y OPERACIÓN

Descripción: Trámite a través del cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su operación y funcionamiento.

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F.

Dirección: Av. San Antonio 256 1 Piso Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 56 11 31 67 y 563 34 00.

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs

Respuesta: 3 días hábiles.

Vigencia: 3 años (renovación).

Formato: AU19

Costo: Gratuito.

Título: DECLARACIÓN DE APERTURA

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

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del .D.F. México, D.F. Ventanilla Única de Gestión

Dirección: Av. San Antonio 256 Col. Ampliación Nápoles México, D.F. Lada (55) Tel. 55 36 90 40 ext. 146.

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: Indefinida.

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

Costo: Gratuito.

Título: DICTAMEN TÉCNICO PARA LA FIJACIÓN, INSTALACIÓN, DISTRIBUCIÓN, UBICACIÓN, MODIFICACIÓN O COLOCACIÓN DE ANUNCIOS

Descripción: Dictamen técnico que deberán obtener las personas físicas o morales para solicitar la licencia o permiso para la fijación, instalación, ubicación, modificación o colocación de anuncios permanentes o temporales, que se pretendan instalar en zonas de conservación patrimonial o históricas, en tapiales, en vialidades primarias y/o que sean visibles de estas.

NOTA: Al obtener el dictamen técnico por parte de la Dirección General de Administración Urbana, deberá realizarse el trámite de solicitud de licencia o permiso ante la delegación correspondiente dentro de la vigencia de dicho dictamen (30 días hábiles) ya que caducado este, deberá de solicitarse un nuevo dictamen.

Gestión: Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda Dirección General de Administración Urbana, Dirección de Equipamiento y Mobiliario Urbano.

Dirección: Monterrey 206, Colonia Roma Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06760.

Horario: De lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas.

Teléfono 51 30 21 00

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: 30 días hábiles.

Formato: Escrito Libre

Costo: Gratuito.

Título: LICENCIA PARA LA FIJACIÓN, INSTALACIÓN O COLOCACIÓN DE ANUNCIO

Descripción: Trámite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje.

Gestión: Ventanillas Únicas Delegacionales del D.D.F. México, D.F. Ventanilla Única de Gestión

Dirección: San Antonio Abad No. 32 Col. Transito México, D.F. Lada (55) Tel. 51 30 21 00.

Dirección: de 9:00 a 15:00 Hrs.)

Respuesta: 10 días hábiles

Vigencia: 1 año (renovación).

Formato: DGAU-407

Costo: Se indica que existen diversas modalidades y cuyos costos son variables. Estipulado en el código Financiero del DF

Título: REGISTRO EMPRESARIAL ANTE EL IMSS Y EL INFONAVIT

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

Gestión: Subdelegaciones/ México, D.F. Lada (55) Tel. 52 41 02 45

Horario: de 9:00 a 14:00 Hrs.

Respuesta: 15 días hábiles.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Aviso de inscripción patronal AFIL01. Formato de inscripción de las empresas en el Seguro de Riesgo de Trabajo SSRT01003. Aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores (mínimo uno) AFIL02; clem01.

Costo: Gratuito.

Título: CONSTITUCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Descripción: Trámite mediante el cual se integra la constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

Nota: Este trámite tiene la naturaleza de conservación de información. Lo debe realizar toda empresa en donde rijan las relaciones de trabajo comprendidas en el Artículo 123, Apartado A de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos

Gestión: Dirección General de Capacitación

Dirección: Adolfo Ruiz Cortines No 3013. Col. San Jerónimo Aculco. Tel. 30 00 35 00 ext. 3526

Horario: de 9:30 a 14:30 Hrs.

Respuesta: No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia: Indefinida.

Formato: DC1

Costo: Gratuito.

Título: REGISTRO DE FUENTES FIJAS Y DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES

Descripción: Trámite que realizan los propietarios de establecimientos para que se les autorice la descarga de aguas residuales al sistema de alcantarillado urbano.

Gestión: Dirección General de Gestión Ambiental del D.F. Dirección de Regulación y Gestión Ambiental de Aguas, Suelos y Residuos.

Dirección: Xalapa No. 15, Col. Roma Norte, México, D.F. Lada (55) Tel. 52 09 99 03 ext. 6980

Horario: de 9:00 a 13:00 Hrs.

Respuesta: 30 días hábiles.

Vigencia: Indefinida.

Formato: SMA-PDAR-05 e Instructivo y SMA-RFF-06 y Anexo

Costo: Gratuito.

Título: AUTORIZACIÓN DEL PROGRAMA INTERNO DE PROTECCIÓN CIVIL Descripción:

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

Gestión: Dirección General de protección Civil Ventanilla única de cada delegación

Horario: de 9 hrs. a 14:00 hrs. de Lunes a Viernes

Respuesta: 30 días.

Vigencia: Indefinida.

Formato: PC-02

Costo: Gratuito.

Título: ACTA DE INTEGRACIÓN A LA COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE EN LOS CENTROS DE TRABAJO

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

NOTA: Este trámite no requiere presentación de ningún documento ante las oficinas de la autoridad laboral, solamente deberá conservarse la información en el domicilio del centro de trabajo y presentarlo a la autoridad laboral cuando ésta lo solicite.

Gestión: Dirección General de Seguridad e Higiene en el Trabajo.

Dirección: Valencia No 36 Col. Insurgentes y Mixcoac México, D.F. Lada (55) 30 00 35 00.

Horario: de 8:30 a 14:30 Hrs.

Respuesta: No tiene plazo oficial de respuesta.

Vigencia: Indefinida.

Formato: Escrito libre

Costo: Gratuito.

Título: APROBACIÓN DE PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO

Descripción: Trámite mediante el cual se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).

NOTA: El trámite se debe presentar dentro de los 15 días siguientes de haberse celebrado, revisado o prorrogado el contrato colectivo. Las empresas en las que no rija contrato colectivo, deben presentarlo dentro de los primeros sesenta días de los años impares.

Gestión: Dirección General de Capacitación

Dirección: Adolfo Ruíz Cortines No. 3313 Col. San Jerónimo Aculco, México D.F. Lada (55) 30 00 35 00 ext. 3526

Horario: de 9:30 a 14:30 Hrs.

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: Determinada en el programa propuesto y no debe exceder de 4 años.

Formato: DC2

Costo: Gratuito.

Título: INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN DE IMPUESTO SOBRE NOMINAS

Descripción: Trámite por medio del cual se integra al padrón de contribuyentes de la localidad.

Gestión: Subtesorería de Administración Tributaria Dirección de Registro (Tesorería del D.F.).

Dirección: Izazaga No. 89 6° Piso, Col. Centro, México, D.F. Lada (55) Tel. 57 09 00 30

Horario: de 8:00 a 15:00 Hrs.

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: No aplica vigencia.

Formato: ISIN00996

Costo: Gratuito.

Título: ALTA EN EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO (SIEM)

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

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

Respuesta: Inmediata.

Vigencia: 1 año (revalidación anual).

Formato: Escrito libre

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

De manera remota vía: [Tuempresa.gob.mx](http://Tuempresa.gob.mx).

El Gobierno federal lanzó el programa Tu Empresa, un portal que permitirá crear una sociedad mercantil mexicana en dos horas a través del registro de información online y ahorrar tiempo y dinero para realizar el trámite.

[Tuempresa.gob.mx](http://Tuempresa.gob.mx) concentra la mayoría de los trámites en un solo lugar, lo que termina con las visitas a todas las dependencias que eran necesarias para constituir la compañía ya que la información, que se registra en Internet, es enviada automáticamente a todas las instituciones requeridas para este fin.

El llenado de la solicitud toma aproximadamente 40 minutos, si se tienen todos los datos solicitados.

Los pasos para registrar la empresa son los siguientes:

Para iniciar el proceso de creación de la sociedad mercantil, es necesario registrarse como usuario del portal.

**Primer paso:** la información: El solicitante debe llenar los datos de siete módulos, que son nombre de la empresa, tipo, actividad económica, domicilios, integración del capital, administración, vigilancia, pago de derechos, elegir fedatario y ratificar estatutos.



Para esto es necesario contar con la siguiente información: domicilio completo del usuario, domicilio de la empresa ya sea convencional, fiscal y/o del establecimiento, datos generales de los accionistas o socios y los administradores.

Si alguno es persona moral, es necesario contar con su fecha de constitución, RFC, domicilio y datos generales de su representante legal.

Adicionalmente se requiere del domicilio completo y RFC de los accionistas, socios o administradores.

**Segundo paso:** pago de derechos: Una vez registrada la información, hay que pagar los derechos correspondientes en línea o en la ventanilla de alguna institución bancaria.

El costo de apertura se integra por los derechos federales y locales, más los honorarios del fedatario público ya sea un corredor o notario público.

Los derechos federales ascienden a 965 pesos e incluyen el pago por el permiso de constitución que otorga la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) y el aviso de uso del mismo. Los derechos locales y los honorarios del fedatario varían según la entidad federativa y corresponden al registro de la empresa.

Si la empresa cuenta con participación de personas físicas o morales extranjeras se hará el pago de la solicitud de inscripción en el Registro Nacional de Inversiones extranjeras, que es de 1,938 pesos.

**Tercer paso:** elegir fedatario: El usuario puede elegir al fedatario de su preferencia, ya sea un corredor o un notario público. Para una mayor accesibilidad, el portal ofrece la ventaja de elegir al fedatario que más convenga a los intereses del usuario, dependiendo de si desea un corredor o notario o bien por la ubicación de éste.

**Cuarto paso:** constitución de la empresa: Es necesario acudir ante el fedatario en compañía de los socios para constituir la empresa; se puede utilizar el proyecto de estatutos que está disponible en el portal.

El permiso provisional está listo en un máximo de 45 minutos a partir de que haya sido formulada la solicitud a través del portal. Una vez proporcionada la información y pagados los derechos se obtiene el permiso definitivo en cinco días hábiles, tiempo en el que se acude con el fedatario para la constitución legal de la empresa.

En ese mismo momento se obtienen las constancias de inscripción en el Registro Público de Comercio y el Registro Federal de Contribuyentes, el aviso de uso ante la SRE y el Certificado de Firma electrónica de la empresa.

**Lo que se debe saber.**

Para constituir tu empresa, es necesario cumplir con los siguientes requerimientos técnicos: navegador Internet Explorer 6.7, Firefox 3, Safari o Google Chrome 1, resolución de pantalla de 1024 x 768 px, Adobe Acrobat Reader 8, tener el JavaScript cookies habilitados.

Los documentos necesarios para las personas físicas son una identificación oficial, RFC y comprobante de domicilio. Para las morales es necesaria la identificación oficial del socio o representante legal y la carta notarial o acta constitutiva. En el caso de los extranjeros se solicita el pasaporte y el documento migratorio: FM2 o FM3.

Por el momento las únicas empresas que pueden darse de alta en el portal son las Sociedades Anónimas de Capital Variable y Sociedades de Responsabilidad Limitada de Capital Variable. Para crear otro tipo es necesario hacerlo de manera personal.

Al terminar el proceso el usuario obtiene un expediente electrónico integrado por el proyecto de estatutos de la empresa y acta constitutiva, permiso de uso de nombre o denominación social, boleta de inscripción del acta en el registro público, inscripción en el RFC y cita ante la subdelegación del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) para recoger la tarjeta de registro patronal.

## **Capítulo III – PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE CAMPO**

### **3.1 Análisis**

#### **3.1.1 Investigación de Campo sobre las necesidades tecnológicas de manejo de Información de las MIPYMES.**

Con base en los sistemas de cuentas nacionales que describen la actividad económica que genera el ingreso del país y su relación con la producción y el gasto, se puede apreciar la estructura sectorial de la economía mexicana en el trimestre, en cuestión fue la siguiente: las Actividades Primarias (Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza) aportaron 3.8% del PIB Nominal a precios básicos, las Actividades Secundarias (Minería; Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final; Construcción, y las Industrias manufactureras) generaron 36.1%, y las Actividades Terciarias (Comercio y Servicios) contribuyeron con 62 por ciento

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía informa que el Producto Interno Bruto Nominal (PIBN) a precios de mercado se ubicó en 12,325,523 millones de pesos corrientes (12.326 billones de pesos) durante el trimestre enero-marzo de 2010, lo que representó un crecimiento de 9.9% con relación al valor registrado en igual lapso de 2009. El comportamiento del PIBN en el periodo de referencia fue resultado del aumento del PIB real de 4.3%, y del incremento de los precios implícitos del producto de 5.4 por ciento.

**PRODUCTO INTERNO BRUTO NOMINAL DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 2010**

Denominación	PIB Nominal	
	Millones de pesos	Estructura (%)
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)</b>	<b>12,325,523</b>	
Impuestos a los productos, netos	528,878	
<b>VALOR AGREGADO BRUTO (en valores básicos)</b>	<b>11,796,645</b>	<b>100.0</b>
<b>Actividades Primarias</b>	<b>441,961</b>	<b>3.8</b>
11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	441,961	3.8
<b>Actividades Secundarias</b>	<b>4,264,571</b>	<b>36.1</b>
21 Minería	1,194,756	10.1
22 Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final	194,212	1.6
23 Construcción	777,407	6.6
31-33 Industrias manufactureras	2,098,196	17.8
<b>Actividades Terciarias</b>	<b>7,308,146</b>	<b>62.0</b>
43-46 Comercio	1,842,750	15.6
48-49 Transportes, correos y almacenamiento	812,240	6.9
51 Información en medios masivos	376,071	3.2
52 Servicios financieros y de seguros	429,788	3.6
53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	1,172,978	10.0
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos	330,527	2.8
55 Dirección de corporativos y empresas	41,147	0.3
56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	255,710	2.2
61 Servicios educativos	587,414	5.0
62 Servicios de salud y de asistencia social	355,309	3.0
71 Servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos	34,418	0.3
72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	277,165	2.4
81 Otros servicios excepto actividades del Gobierno	286,641	2.4
93 Actividades del Gobierno	505,990	4.3
SIFMI Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	(-) 218,033	(-) 1.9

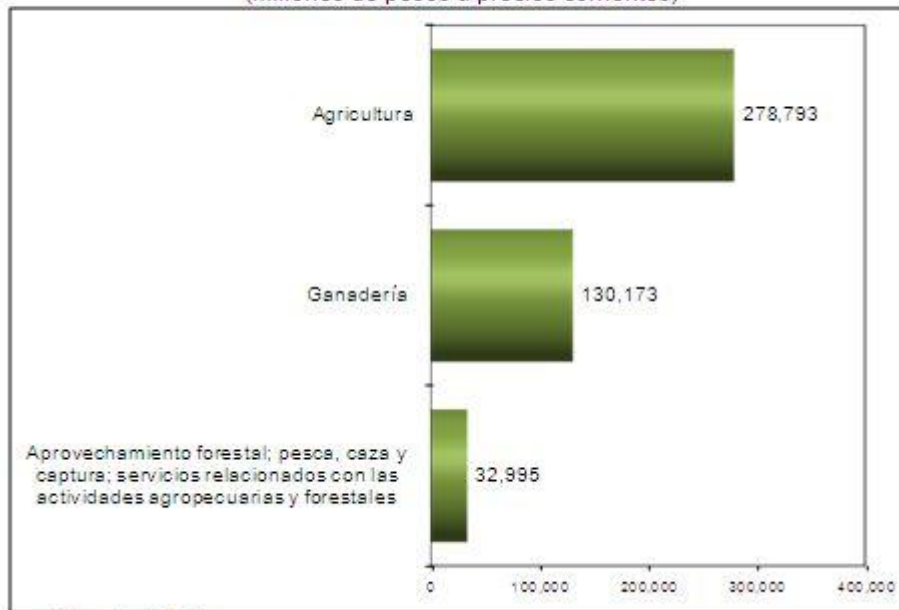
Nota: La suma de los parciales puede no coincidir con el total por redondeo.  
Fuente: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México.

El PIBN generado a valores básicos por cada grupo de actividades económicas en el primer trimestre de 2010 fue el siguiente:

**Actividades Primarias**

El sector Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza obtuvo 441,961 millones de pesos (mp) corrientes, monto que aportó 3.8% del PIB Nominal a valores básicos.

**COMPOSICIÓN DE LAS ACTIVIDADES PRIMARIAS  
EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2010**  
(Millones de pesos a precios corrientes)



Fuente: INEGI.

### Actividades Secundarias

Durante enero-marzo de 2010 el PIB Nominal de las Actividades Secundarias (Minería; Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final; Construcción, y las Industrias manufactureras) alcanzó 4,264,571 mp a precios corrientes, con lo cual logró 36.1% del PIBN.

El referente a la Minería fue de 1,194,756 mp, que representó 10.1% del PIBN durante el periodo en consideración.

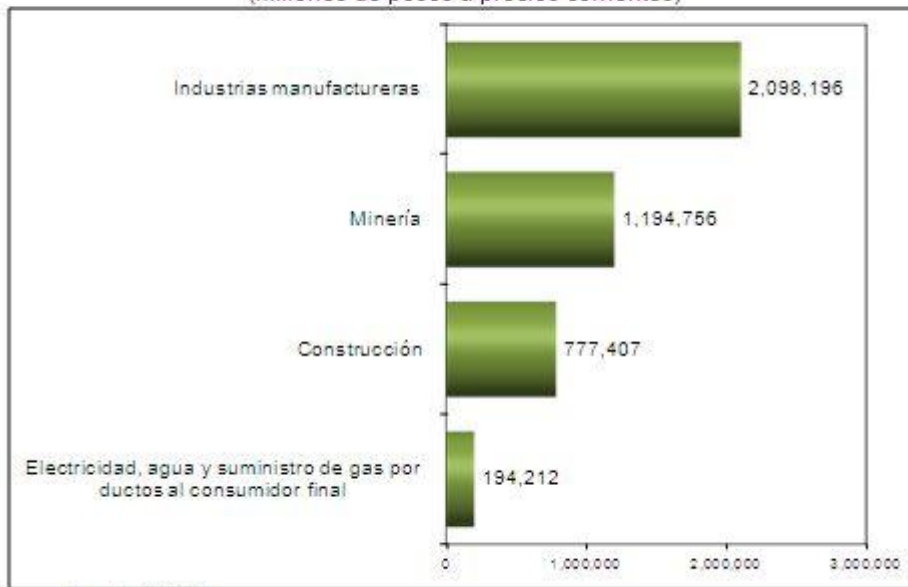
El PIB Nominal del sector Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final, sumó 194,212 mp en el primer trimestre del presente año, significando 1.6% del producto.

El PIBN del sector Construcción alcanzó un valor de 777,407 mp a precios corrientes. De esta manera, participó con un 6.6% al PIB total en el primer trimestre de este año.

Por lo que se refiere a las Industrias manufactureras, éstas obtuvieron un PIB de 2,098,196 mp a precios corrientes; con ello este sector generó 17.8% del producto de la economía en el trimestre de referencia. A su interior, la Industria alimentaria reportó el 25.1%; la Industria de las bebidas y del tabaco 4.9%; Fabricación de insumos textiles 0.8%; Confección de productos textiles, excepto prendas de vestir 0.3%; Fabricación de prendas de vestir 2.1%; Fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos, excepto prendas de vestir 1.1%; Industria de la madera 0.9%;

Industria del papel 2.6%; Impresión e industrias conexas 0.9%; Fabricación de productos derivados del petróleo y del carbón 3.8%; Industria química 9.8%; Industria del plástico y del hule 2.9%; Fabricación de productos a base de minerales no metálicos 5.3%; Industrias metálicas básicas 7.7%; Fabricación de productos metálicos 3.1%; Fabricación de maquinaria y equipo 2.8%; Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios electrónicos 3.6%; Fabricación de equipo de generación eléctrica y aparatos y accesorios eléctricos 3.5%; Fabricación de equipo de transporte 15.5%; Fabricación de muebles y productos relacionados 1%, y el de “Otras industrias manufactureras” con una aportación de 2.3 por ciento.

**COMPOSICIÓN DE LAS ACTIVIDADES SECUNDARIAS  
EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2010**  
(Millones de pesos a precios corrientes)



Fuente: INEGI.

### Actividades Terciarias

Por lo que respecta al PIB Nominal del sector Comercio, éste reportó 1,842,750 mp, para una contribución de 15.6% del PIB total; el de Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles 1,172,978 mp con una participación de 10%, y el de Transportes, correos y almacenamiento 812,240 mp que aportó 6.9% durante el primer trimestre de 2010.

El resto de las Actividades Terciarias (Información en medios masivos; Servicios financieros y de seguros; Servicios profesionales, científicos y técnicos; Dirección de corporativos y empresas; de Apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación; Servicios educativos; de Salud y de asistencia social; de Esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos;

de Alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; “Otros servicios excepto actividades del Gobierno”, y las Actividades del Gobierno) generaron un PIB de 3,480,178 mp a precios corrientes, lo que equivale al 29.5% del PIB global en el trimestre enero-marzo del presente año.



Con base en la información proporcionada por el INEGI, el proyecto se centrará en la rama de las actividades terciarias, que comprende los servicios. Sin embargo, para la puesta en marcha del proyecto, es ambicioso el intentar proveer servicios a cualquier tipo de MiPYMES, de manera que el objetivo es centrar la atención en el nicho de mercado de las empresas de Seguridad Privada, con base en la observación que se ha tenido de las actividades de las mismas, se realizó una investigación para obtener información de su crecimiento en México.

**La industria de la seguridad privada en México.**

La Comisión Permanente del Congreso de la Unión señaló que en el año 2009 la industria de la seguridad privada generó 2 mil millones de dólares en ganancias y sus servicios han crecido 8 por ciento a escala nacional, y en estados como Nuevo León hasta 33 por ciento.

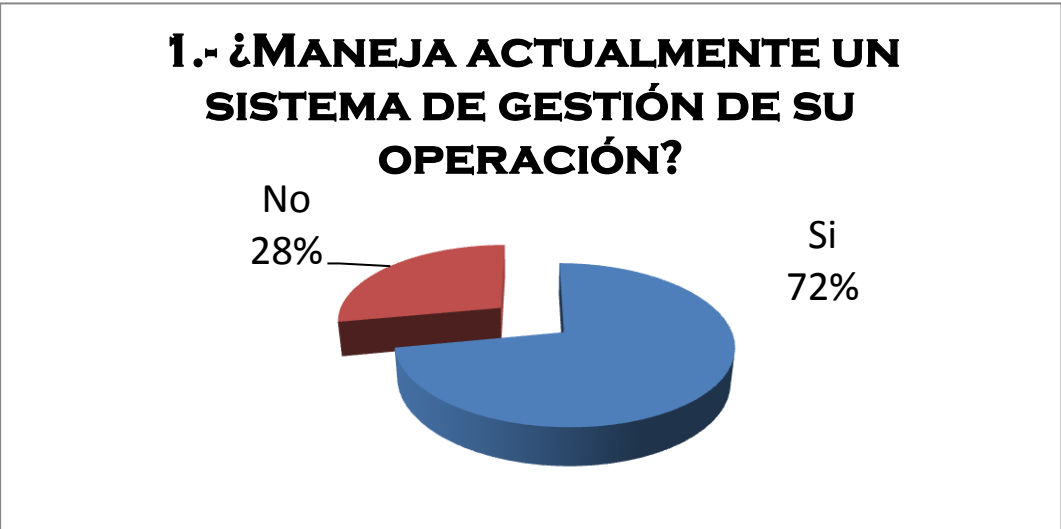
Según el Consejo Nacional de Seguridad Privada, en México operan unas 10 mil empresas del ramo, pero 80 por ciento de éstas no están reguladas y no tienen personal calificado, infraestructura, tecnología y experiencia requerida.

Esto es debido a que, de acuerdo con el Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad, 62.4 por ciento de la población mayor de 18 años tiene poca confianza a las instituciones públicas.

“Lo que provoca que los ciudadanos busquen que empresas privadas se encarguen de procurar su integridad”, por ello la perspectiva de crecimiento de este tipo de industria se ve en constante crecimiento demandando para ella misma servicios de distinto tipo, entre los que se encuentra el manejo adecuado de su tipo especial de manejo de personal.

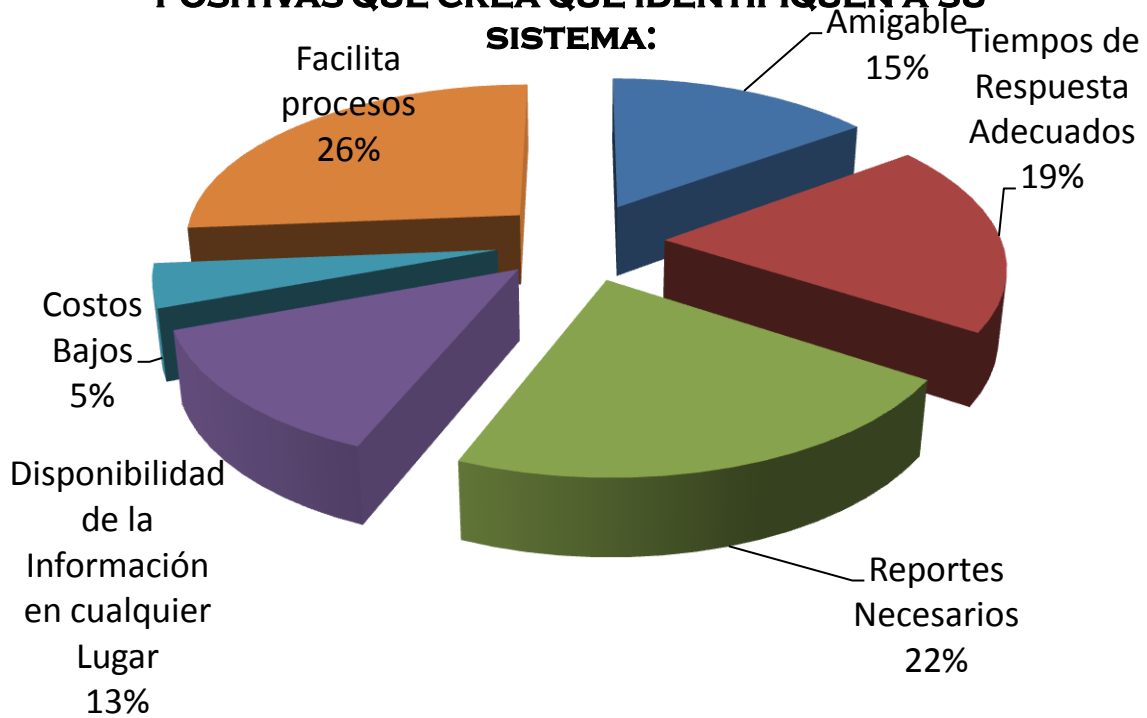
**Investigación de Mercado**

Con base en la información anteriormente mencionada, se hizo una investigación con 50 Empresas de Seguridad Privada para determinar sus necesidades actuales. La encuesta consta de 7 preguntas, cuyo formato se muestra en los anexos del presente documento. Los resultados y su representación gráfica se muestran a continuación:

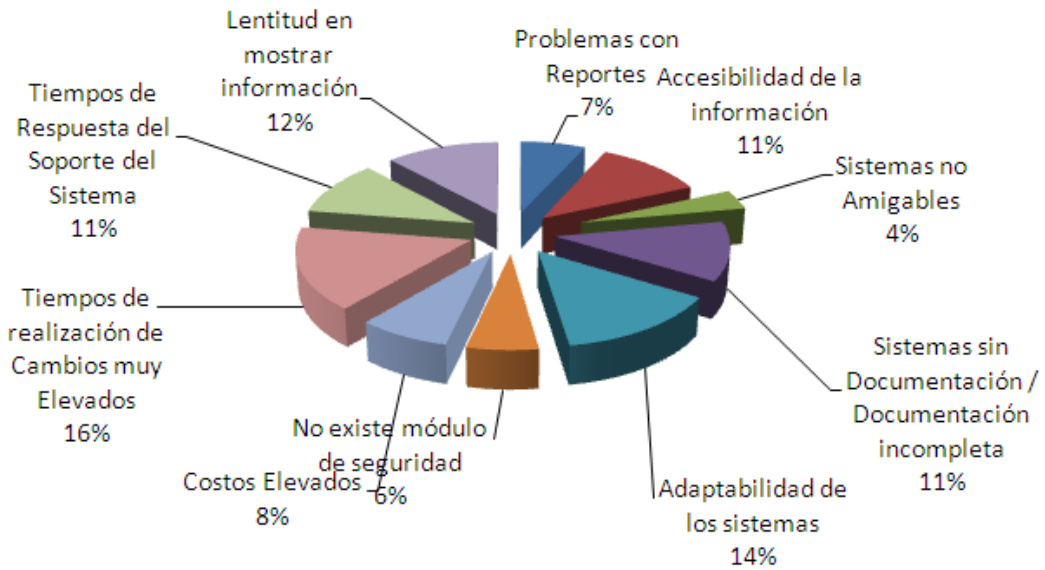




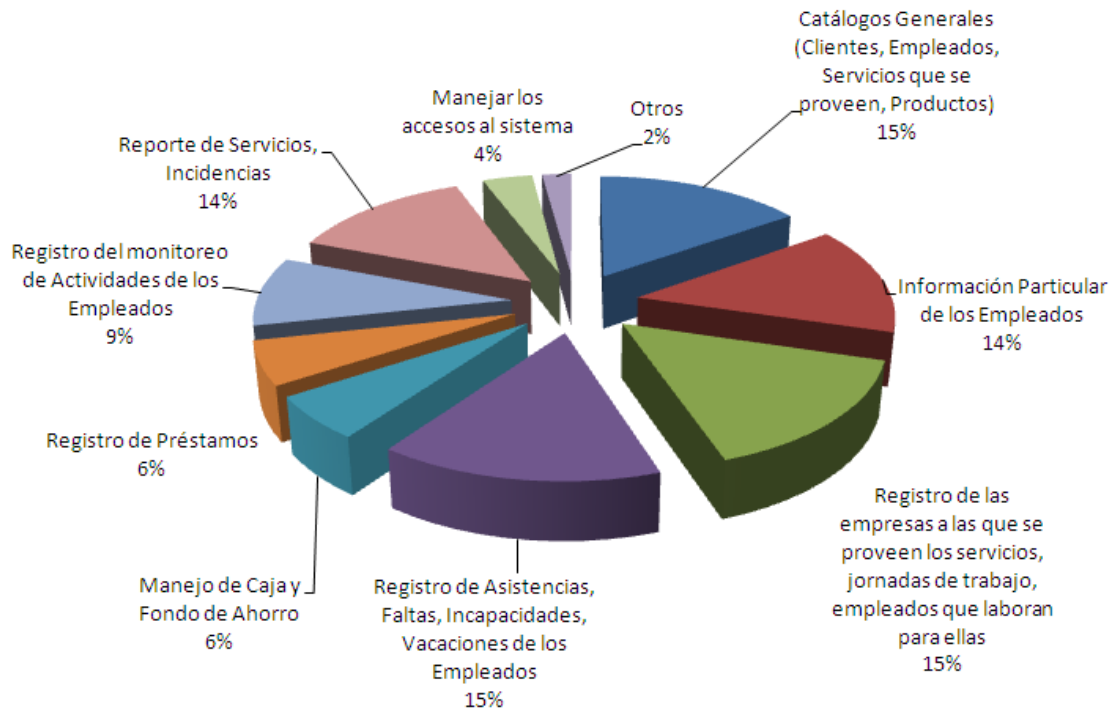
**2.-ENLISTE AL MENOS TRES CARACTERÍSTICAS POSITIVAS QUE CREA QUE IDENTIFIQUEN A SU SISTEMA:**



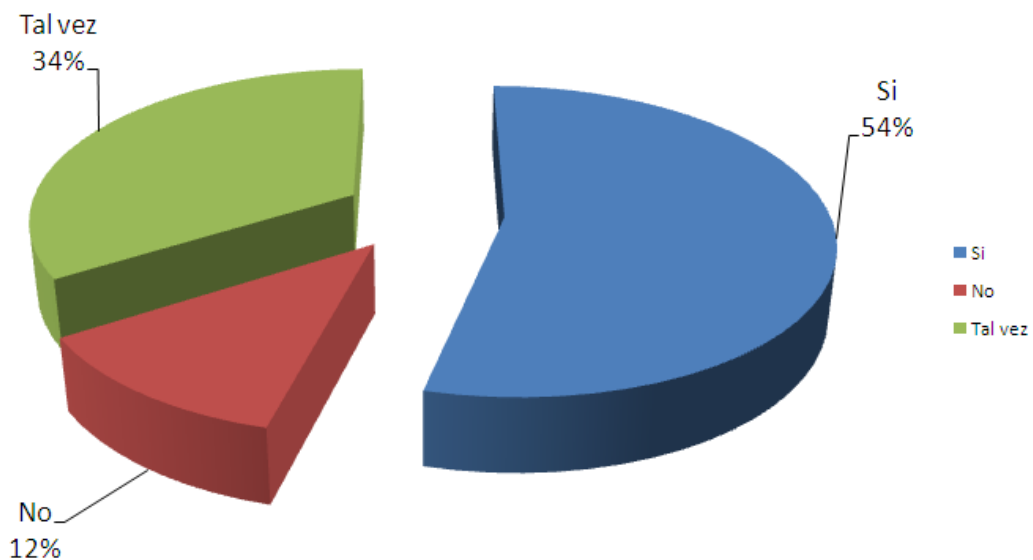
**3.- ENLISTE TRES CARACTERÍSTICAS NEGATIVAS QUE HAYA DETECTADO EN SU SISTEMA:**



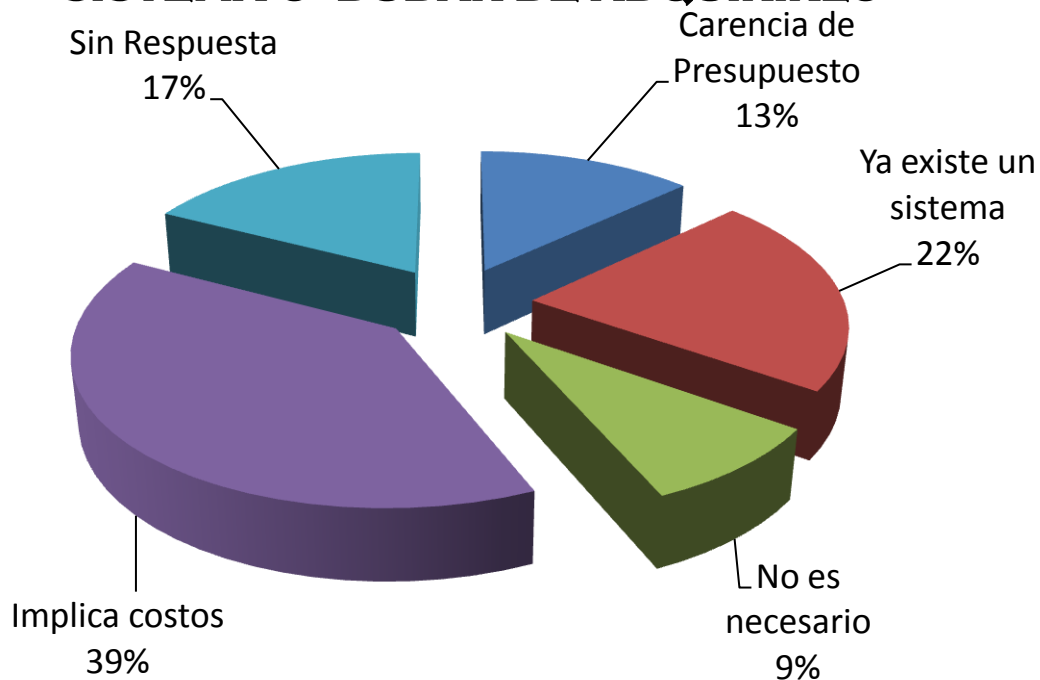
#### 4.-¿QUE INFORMACIÓN ES DESEABLE QUE MANEJE SU SISTEMA DE INFORMACIÓN?



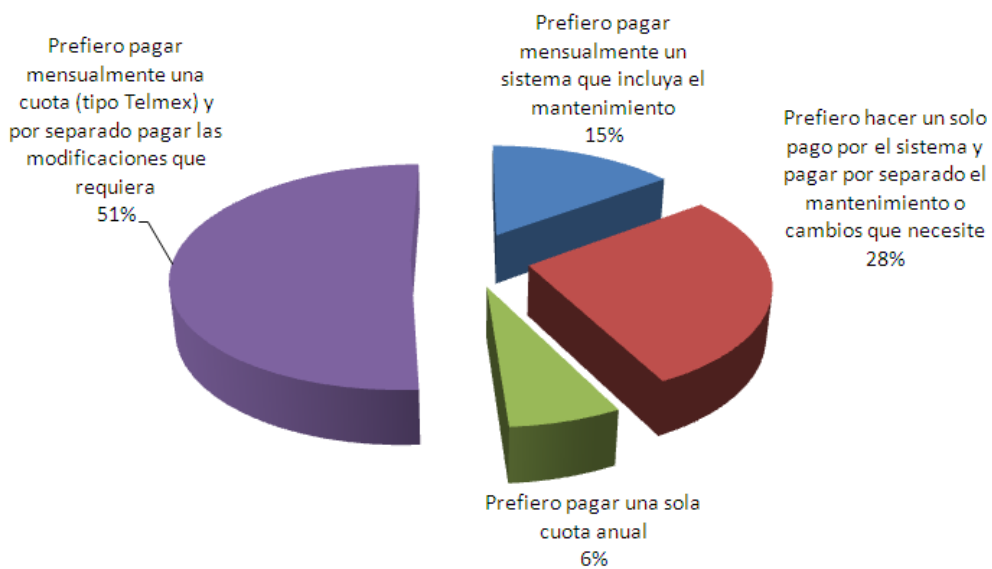
#### 5.- DISPOSICIÓN PARA ADQUIRIR UN SISTEMA



## 6.- RAZONES PARA NO ADQUIRIR UN SISTEMA O DUDAR DE ADQUIRIRLO



## 7.- OPCIONES DE PAGO



### **3.1.2 Mercado actual del software.**

#### **3.1.2.1 Opciones que muestra el mercado del software.**

La siguiente información muestra diversas empresas proveedoras de software y las opciones de manejo de información actuales.

#### **Microsoft Corporation**

*Microsoft Dynamics AX.*- Es un software creado para ayudar a las empresas de tamaño mediano y grande a soportar los procesos de negocio de forma rápida y rentable.

*Microsoft Dynamics SL.*- Solución para el gerenciamiento de una empresa porque se adapta sin problemas a distintos tipos de negocio y cuenta con una gama completa de aplicaciones.

Incluye herramientas para:

- Usar espacios de trabajo de colaboración para que la empresa esté disponible para los usuarios en línea en todo momento.
- Incorporar y obtener acceso a datos de varias fuentes usando elementos web y XML.
- Administrar los costos en web para realizar un seguimiento de los costos en tiempo real.
- Simplificar las tareas de Recursos Humanos, como la administración de los empleados, el rendimiento, las compensaciones y las competencias.
- Reducir la administración de TI permitiendo a los empleados manejar la información a través del portal empresarial.
- Simplificar la administración del inventario según la demanda y la previsión.
- Anticipar y reducir en tiempo real los cuellos de botella de la fabricación con un control estricto de todos los aspectos de la producción.
- Aumentar la productividad del equipo de ventas administrando de manera eficaz los procesos de ventas

*Microsoft Dynamics CRM Online.*- Sirve para encontrar, mantener y hacer crecer las relaciones con los clientes. Se puede centralizar la información de los procesos de negocio con un sistema que se puede adaptar a las necesidades únicas del negocio.<sup>5</sup>

#### **Logical Concept**

---

<sup>5</sup> <http://www.microsoft.com/dynamics/es/xl/solutions.aspx>, recuperado, Agosto 2010

Logical Business Solutions es una suite de productos administrativos diseñados para la micro, pequeña y mediana empresa, las soluciones que presenta son las siguientes:

*BusinessAdmin.*- es una herramienta administrativa que trabaja en plataforma Windows®, la cual ha sido diseñada específicamente para la Micro, Pequeña y Mediana empresa (PyMes). Se puede escalar desde la versión Basic que le permite manejar clientes, facturación y cuentas por cobrar; hasta la versión Enterprise, que le permite controlar todas las áreas de su negocio como son: clientes, proveedores, productos, bancos, tareas, empleados, transportes y producción. Además de contar con la posibilidad de agregar funcionalidades por medio de módulos.

Características:

- Capturar la información general de cada uno de los clientes y prospectos: nombres, direcciones, contactos, expedientes, ventas, descuentos, contactos, comentarios, dirección, teléfono, etc. Esta información podrá utilizarse posteriormente desde cualquier otro módulo de BusinessAdmin para las facturas, pedidos, etc.
- Generar Notas y remisiones para los clientes.
- Elaborar facturas con base a sus cotizaciones o a un pedido de un cliente.
- Ver en un reporte las cuentas por cobrar de los clientes y en qué fecha se deberán pagar las facturas existentes. Se pueden consultar las Cuentas por Cobrar en relación a sus Pedidos y a Facturas.
- Crear reportes y gráficas con los movimientos y crecimientos del negocio.
- Contar con la capacidad de manejar diferentes divisas facilitando las conversiones del tipo de cambio y manteniendo actualizada la información en su sistema. Registrar todas las divisas que se manejen y mantenerlas con el tipo de cambio actualizado vía Internet.
- Tener las empresas que se necesite a través de la utilización de diferentes archivos de bases de datos, los cuales representarán cada uno a una empresa con información diferente.

*CashPoint.*- Es un sistema de punto de venta que trabaja sobre plataforma Windows y que ha sido diseñado para comercios que realizan ventas de mostrador, tales como: tiendas de ropa y abarrotes, ferreterías, mueblerías, entre otros.

Características:

- Llevar el control sobre la cartera de clientes, inventario, cortes de caja, resurtido y ventas de mostrador.
- Tiene monedero electrónico.

- Conexión a un catálogo centralizado.
- Posibilidad de potencializar el uso de la herramienta mediante periféricos como lector de código de barras, cajón de dinero e impresora de tickets.

*Logical Concept CRM.*- es un sistema útil en la administración y organización de los clientes basada en el contacto continuo y en las relaciones cliente-empresa.

Características:

- Automatización de las ventas.
- Crear centros telefónicos de telemarketing.
- Optimizar el centro de atención a clientes y servicio técnico.
- Generar campañas de Marketing.

*FastPoint.*- es un sistema de punto de venta que trabaja sobre plataforma Windows®. Diseñado para negocios que realizan ventas de mostrador donde el uso de un teclado y ratón dificulta la operación, tales como establecimientos de comida rápida, neverías, auto-lavados, tintorerías, panaderías, entre otros y que utilizan preferentemente dispositivos de pantalla táctil (Touch Screen).

Características:

- Fijar objetivos de venta.
- Realizar cortes de caja por día o turno y hacer transferencias entre cajón de dinero, caja fuerte y bancos.
- Elaborar un catálogo de productos.

*ControlAcces.*- es un sistema que trabaja sobre plataforma Windows® el cual convierte la computadora en un moderno reloj checador, permitiendo monitorear las entradas y salidas del personal.

Características:

- Control de la asistencia del personal.
- Estadísticas de sobre las horas de entrada y salida.
- Estadísticas de Retardos.
- Estadísticas de horas de comida y asistencias.
- Potencializar el uso del sistema mediante dispositivos periféricos como lectores de huella digital o de tarjetas con banda magnética.

*WebConsole*.- es una herramienta con la cual se puede monitorear las actividades que se llevan a cabo dentro del negocio en tiempo real, por medio de un dispositivo con acceso a internet. También se puede monitorear las actividades que se llevan a cabo dentro de su negocio en tiempo real, por medio de un dispositivo con acceso a internet (computadora, laptop, teléfono celular con servicio de internet habilitado, Iphone, Blackberry, PlayStation, etc.).

Indicadores:

Indicador	Descripción	Detalle
Operación por Mes	Muestra el saldo de ingresos y egresos acumulado	Descripción de ingresos y egresos por mes
Operación por Proyecto	Indica el saldo de ingresos y egresos clasificado por proyecto	Descripción de ingresos y egresos por mes por proyecto
Deudas Acreedores	Total de Gastos por pagar a terceros	Muestra el acreedor, importe y cuenta
Cuentas por Cobrar	Total de Cuentas por cobrar a clientes	Muestra el detalle de la cuenta por cobrar por documento
Cuentas por Pagar	Total de cuentas por pagar a Proveedores	Muestra el detalle de la cuenta por pagar por documento
Cuentas Bancarias	Saldo en las cuentas Bancarias manejadas en BusinessAdmin®	Saldo por cuenta
Gastos	Importe de gastos ejercidos por mes	
Cotizado Hoy	Importe de las cotizaciones emitidas en el día	
Efectividad de Venta	Porcentaje entre el importe cotizado y lo vendido	Muestra el detalle por vendedor y cliente
Ventas Hoy	Total vendido en el día	
Ventas por Mes	Total de ventas por mes	Ventas por Vendedor, producto y cliente
Ventas por proyecto	Total de lo vendido por proyecto	Ventas por proyecto por vendedor
Ventas de Producto Por mes	Total de unidades por producto por mes	
Existencia por artículo	Muestra la cantidad disponible	

	de artículos para venta	
Artículos por Pedir por Proveedor	Muestra la cantidad requerida para compra por proveedor	
Asistencias	Muestra las entradas y salidas del personal del día	
Utilidad de Ventas	Muestra la utilidad de Ventas por mes y por día	Ventas por Mes, día, documento y producto.

- 1) Logical Concept E-invoice:- es una nueva funcionalidad de BusinessAdmin y de CashPoint que permite emitir y recibir su facturación electrónica, cumpliendo con las disposiciones oficiales que exigen a las PyMEs adoptar este nuevo método de facturación.
- 2) Logical Maintenance Program .- Logical Maintenance Program es el programa de mantenimiento de software para los productos de Logical Concept que da derecho a recibir las actualizaciones para mantener siempre al día los productos adquiridos.<sup>6</sup>

### **Oracle Sun Microsystems**

Sun Microsystems, una empresa estadounidense que se ha consolidado a nivel mundial por las soluciones tecnológicas que ofrece en el mercado global, ha desarrollado diferentes soluciones de marca y desarrollo personal tanto a nivel hardware (Estaciones de trabajo, servidores, infraestructura de storage, etc.) y software en soluciones empresariales y para desarrollo.<sup>7</sup>

Las soluciones empresariales con las que cuenta Sun Microsystems están enfocadas a los grandes procesos en:

- Eficiencia en el centro de datos
- Infraestructura web
- Informática de alto rendimiento
- Almacenamiento de datos
- Servicios y soporte

### **Aspel de México S.A. de C.V.**

<sup>6</sup> <http://www.logicalconcept.com/products.html>, recuperado, Agosto 2010

<sup>7</sup> [http://landingpad.oracle.com/webapps/dialogue/ns/dlgwelcome.jsp?p\\_ext=Y&p\\_dlg\\_id=9339377&src=7054568&Act=23&sckw=WWMK10058688MPP018.GCM.9329](http://landingpad.oracle.com/webapps/dialogue/ns/dlgwelcome.jsp?p_ext=Y&p_dlg_id=9339377&src=7054568&Act=23&sckw=WWMK10058688MPP018.GCM.9329), recuperado, Agosto 2010.



*Aspel SAE.*- Sistema administrativo empresarial, es el encargado de controlar el ciclo de las operaciones de compra-venta de cualquier empresa.

La integración de sus módulos son los clientes las facturas, vendedores, cuentas por pagar y estadísticas.

Ventajas:

- Ofrece un sistema de ventas y facturación son muchas ya que genera con rapidez y exactitud la información general o individual de todos los movimientos de las ventas.
- Aparte de generar las ventas y facturación, contiene compras, inventarios, pagos de proveedores estadísticas que te indican el monto anual, mensual, quincenal, etc.
- Se puede saber información como: quién fue el mejor comprador, el mejor producto vendido, quien paga a largo plazo, que devolución reportó, etc.

*Aspel COI.*-Mantiene la información actualizada al mismo tiempo que la procesa y la integra contablemente. Dentro del ámbito fiscal, da a sus empresarios información de mucha utilidad para su estado financiero y permite hacer las declaraciones fiscales. Otra característica que tiene es que calcula la depreciación de los activos fijos, además interactúa con los demás sistemas de Aspel.

Se puede controlar la información de:

- Catálogos de cuentas
- Catálogo de activos
- Catálogo de pólizas

*Aspel Noi.*- Automatiza el control de todos los aspectos involucrados en la nómina de la empresa considerando la legislación mexicana, de acuerdo a las diferentes leyes, como la Ley del Impuesto Sobre la Renta, la Ley del IMSS, la Ley Federal del Trabajo, entre otras.

También es posible enviar los movimientos afiliatorios al IMSS vía Internet (IDSE) firmados con el certificado digital sin necesidad de otras aplicaciones, además cuenta con una Bitácora para el registro automatizado de todos los movimientos con acuses de recibo y acuses de respuesta teniendo en todo momento el control en un solo sistema.

*Aspel-Banco.*- Sistema de Control Bancario que controla los ingresos y egresos de cualquier tipo de cuenta bancaria, ofreciendo información financiera precisa en todo momento. Permite manejar

movimientos y saldos en moneda nacional y extranjera, la programación de movimientos periódicos, el control de inversiones en plazo fijo y en acciones, así como la conciliación electrónica con las principales instituciones financieras.

Para una mayor eficiencia administrativa e integridad de la información, Aspel-Banco mantiene interfase en línea con otros productos de Aspel: con Aspel-COI permite la contabilización automática de todos los movimientos bancarios, con Aspel-SAE ofrece la afectación simultánea de las cuentas por cobrar y/o por pagar al registrar los movimientos bancarios y la interfase con Aspel-NOI posibilita la generación automática de los cheques para el pago de nómina.

Características básicas:

- Manejar cuentas en moneda nacional y extranjera
- Programar movimientos periódicos
- Realizar inversiones en plazo fijo y en acciones
- Hacer conciliación electrónica con las principales instituciones financieras
- Consultar en cualquier momento todas las operaciones financieras

*Aspel-Prod.-* Permite la planeación y control de los procesos de fabricación de la empresa, cumpliendo con las disposiciones fiscales relacionadas con el manejo del costo de lo vendido, asegurando una óptima administración de costos e inventarios. Interactúa con Aspel-SAE 4.0 ó posterior del que obtiene información de materia prima y subensambles, para realizar los procesos de producción y posteriormente actualizar el inventario con los productos terminados.

Características básicas:

- Manejar a través de hojas de costos, las materias primas, mano de obra y otros insumos de cada producto terminado.
- Determinar la cantidad de materia prima requerida para la fabricación de un producto.
- Calcular los costos estimados antes de fabricar un producto.
- Conocer en cuánto tiempo se podrá tener producto terminado, con base en el periodo de producción definido.
- Dar el seguimiento necesario a las órdenes de producción.
- Asignar elementos de control a los productos terminados, como números de serie, clave de lotes y fecha de caducidad.
- Generar una agenda de producción.
- Mantener la seguridad de la información con claves de acceso al sistema.

*Aspel-Caja*.- Convierte a la computadora en un punto de venta capaz de operar con pantallas de torreta, lectores ópticos de código de barras (scanners), básculas, cajones de dinero, lectores de tarjeta de crédito e impresoras de tickets, entre otros dispositivos, para agilizar las ventas de mostrador.

Otra característica es que se puede generar Facturas Electrónicas (Comprobantes Fiscales Digitales) de acuerdo a las disposiciones fiscales, garantizando una administración controlada y el cumplimiento de tus obligaciones simultáneamente.

Además, permite el manejo y control de las operaciones de un punto de venta, ya que con sólo registrar los productos en el inventario, el sistema está listo para generar notas de venta, facturas impresas o electrónicas, imprimir el ticket o factura, así como realizar devoluciones y cancelaciones de notas de venta. Es posible manejar diversas formas de pago: efectivo, vales, tarjetas de crédito y débito y al mismo tiempo, realizar recargas de tiempo aire.

Características:

- Control total de las tiendas y Cajas.
- Mantener el inventario al día.
- Manejo de Reportes y Consultas Personalizadas.

*Aspel-Infoweb*.- Es una herramienta para publicar los reportes, las consultas y estadísticas administrativas y comerciales de la empresa generadas desde los sistemas Aspel o cualquier otro tipo de información importante, para ser consultada de forma segura en un sitio de Internet hospedado dentro de la empresa, para mejorar la comunicación interna y aumentar la efectividad de los procesos de colaboración empresarial, teniendo así la información de la empresa disponible para ser consultada en cualquier lugar, los 365 días del año, las 24 horas del día.<sup>8</sup>

### 3.1.2.1.1 Costos

A continuación se muestran los costos separados por Empresa:

#### Microsoft Corporation

1. El precio de la licencia anual es:

Producto	Costo (dlls)
----------	--------------

<sup>8</sup> <http://www.aspel.com.mx/mx/rec/soluciones/soluciones1.html?idsa=>, recuperado, Agosto 2010.

Microsoft Dynamix AX, Microsoft Dynamics GP, Microsoft Dynamics SL, y Microsoft Dynamics NAV	\$ 30,000.00
----------------------------------------------------------------------------------------------	--------------

2. Microsoft Dynamics CRM Online.- El costo mensual en dólares, de los servicios que ofrecen son:

Producto	Costo (dls)
Exchange Online	\$ 5.00
Office SharePoint Online Standard	\$ 5.25
Office Communications Online Standard	\$ 2.00
Office Live Meeting Standard	\$ 4.50
Business Productivity Online Standard Suite	\$10.00
Exchange Hosted Archive	\$ 4.50
Exchange Online Deskless Worker	\$ 2.00
SharePoint Online Deskless Worker	\$ 2.00
Deskless Worker Suite	\$ 3.00
Dynamics CRM Online Professional	\$44.00

### Logical Concept

SISTEMA	PRECIO LISTA (Licencia por usuario de Windows)	Precio con Mantenimiento en la compra inicial.  (Pesos)
BusinessAdmin Basic	\$426.09	\$553.92
BusinessAdmin Express	\$860.87	\$1,119.14
BusinessAdmin Professional	\$1,730.44	\$2,249.57
BusinessAdmin Enterprise	\$3,469.57	\$4,510.44
CashPoint Express	\$860.87	\$1,119.14
CashPoint Professional	\$1,730.44	\$2,249.57

Logical Concept® CRM	\$1,730.44	\$2,249.57
FastPoint (versión única)	\$1,730.44	\$2,249.57
ControlAccess Basic (no incluye lector)	\$860.87	\$1,119.14
Logical e-Invoice		
**Paquetes de CFD 100 Folios		\$500.00
500 Folios		\$1,200.00
1,000 Folios		\$1,400.00
2,000 Folios		\$1,500.00
4,000 Folios		\$1,600.00
12,000 Folios		\$1,800.00

El programa de mantenimiento se contrata por cada licencia que se adquiera y se brinda el derecho de acceder por 12 meses a las actualizaciones para las licencias de productos que haya contratado en el programa de mantenimiento

#### Tipos de Mantenimiento:

- Mantenimiento inicial: Es el mantenimiento adquirido al momento de comprar la licencia. El costo es el 30% del precio de lista vigente del producto.
- Mantenimiento por renovación: Es el mantenimiento adquirido a más tardar 5 días hábiles después del vencimiento del mantenimiento anterior. El costo es el 30% del precio de lista vigente del producto.
- Mantenimiento eventual: Es el mantenimiento adquirido después de la compra inicial de licencia o fuera del periodo de renovación. El costo es del 60% del precio de lista vigente del producto.

SISTEMA	PRECIO LISTA (Licencia por usuario de Windows)	Precio con Mantenimiento en la compra inicial. (Pesos)
Logical Maintenance		
BusinessAdmin Basic	\$255.66	\$127.83
BusinessAdmin Express	\$516.53	\$258.27
BusinessAdmin Professional	\$1,038.27	\$519.14
BusinessAdmin Enterprise	\$2,081.74	\$1,040.87

CashPoint Express	\$516.53	\$258.27
CashPoint Professional	\$1,038.27	\$519.14
FastPoint (versión única)	\$1,038.27	\$519.14
ControlAccess Basic (no incluye lector)	\$516.53	\$258.27
Logical Concept® CRM	\$1,038.27	\$519.14

### Oracle Sun Microsystems

Sabiendo que de igual forma proporciona servicios en infraestructura y venta de equipo de cómputo de alto rendimiento, incluyendo las soluciones integrales que ofrece, se pueden observar la magnitud del costo que ello representa, los siguientes costos son aproximados ya que el costo de la solución depende de la magnitud y el costo de recursos que esta consuma. Algunas soluciones son:

SISTEMA	COSTO DE LICENCIA (dls)
JAVACAPS	\$12,000.00
SUN OS.	\$400.00 (comercial)

SISTEMA	DESARROLLO	COSTO DE LICENCIA (€)
SOA		
Oracle WebCenter Suite		1973
Oracle SOA Suite for Oracle Middleware		947
Oracle WebLogic Suite		710

SISTEMA MANEJADOR DE BD Y BUSSINES INTELLIGENCE	COSTO DE LICENCIA (€)
Oracle DB EE.	750
My SQL Comercial	200
Business Intelligence Publisher	36,308.00
Oracle Business Intelligence Suite Enterprise Edition Plus	232,844.00

**Aspel de México S.A. de C.V.**

Sistema Administrativo Empresarial: Aspel-SAE					Licencia		
1 usuario 99 empresas v. 4.6 Incluye comercio electrónico					\$ 9,276		
Actualización de cualquier versión anterior, incluye comercio electrónico					\$ 6,005		
1 usuario 99 empresas v. 4.6 Incluye comercio electrónico y póliza de servicio técnico					\$ 10,276		
Actualización de cualquier versión anterior, incluye comercio electrónico y póliza de servicio técnico					\$ 7,005		
Usuarios	1	2	5	10	20		
Licencia Adicional	\$ 2,783	\$ 5,087	\$ 11,578	\$ 20,432	\$ 34,595		
Actualización	\$ 1,801	\$ 3,051	\$ 6,947	\$ 12,259	\$ 20,757		
Sistema en renta	Usuarios						
Aspel-SAE en Renta mensual	1	2	3	4	5	6	7
	\$381	\$ 477	\$ 571	\$ 653	\$ 735	\$ 816	\$ 898
	8	9	10	11	12	13	14
	\$ 981	\$1,062	\$1,143	\$1,181	\$1,220	\$1,258	\$ 1,296
	15	16	17	18	19	20	21 o más
	\$1,334	\$1,372	\$1,410	\$1,448	\$1,487	\$1,525	\$ 78 c/u

<b>Sistema de Nómina Integral: Aspel-NOI</b>				<b>Licencia</b>
1 usuario 99 empresas versión 4.5				\$ 4,849
Actualización de cualquier versión anterior				\$ 2,910
1 usuario 99 empresas v. 4.5 c/Póliza de servicio técnico				\$ 5,849
Actualización de cualquier versión anterior c/póliza de servicio técnico				\$ 3,910
Usuarios	1	2	5	10
Licencia Adicional	\$ 1,454	\$ 2,716	\$ 6,183	\$ 9,811
Actualización	\$ 873	\$ 1,629	\$ 3,710	\$ 5,887

<b>Sistema en renta</b>	<b>Usuarios</b>					
	1	2	3	4	5	
<b>Aspel-NOI en Renta mensual</b>	\$ 240	\$ 300	\$ 360	\$ 449	\$ 495	
	6	7	8	9	10	11 o más
	\$ 539	\$ 585	\$ 629	\$ 675	\$ 719	\$ 72 c/u

<b>Sistema de Contabilidad Integral: Aspel-COI</b>				<b>Licencia</b>		
1 usuario 99 empresas v 5.7				\$ 4,489		
Actualización de cualquier versión anterior.				\$ 2,694		
1 usuario 99 empresas v 5.7 c/Póliza de servicio técnico				\$ 5,490		
Actualización de cualquier versión anterior c/póliza de servicio técnico				\$ 3,694		
Usuarios	1	2	5	10		
Licencia Adicional	\$ 1,347	\$ 2,513	\$ 5,724	\$ 8,975		
Actualización	\$ 808	\$ 1,508	\$ 3,433	\$ 5,385		
<b>Sistema en renta</b>	<b>Usuarios</b>					
	1	2	3	4	5	
<b>Aspel-COI en Renta mensual</b>	\$ 237	\$ 297	\$ 357	\$ 445	\$ 491	
	6	7	8	9	10	11 o más
	\$ 535	\$ 580	\$ 624	\$ 669	\$ 714	\$ 71 c/u

<b>Sistema de Control Bancario: Aspel-BANCO</b>	<b>Licencia</b>
-------------------------------------------------	-----------------



<b>1 usuario 99 empresas versión 3.0</b>				\$ 4,399
<b>Actualización de cualquier versión anterior</b>				\$ 2,639
<b>Usuarios</b>	1	2	5	10
	\$ 1,319	\$ 2,463	\$ 5,608	\$ 8,789
<b>Licencia Adicional</b>	\$ 1,319	\$ 2,463	\$ 5,608	\$ 8,789
<b>Actualización</b>	\$ 792	\$ 1,478	\$ 3,365	\$ 5,273

<b>Sistema de Control de Producción: Aspel-PROD</b>				<b>Licencia</b>
1 usuario 99 empresas versión 2.0				\$ 6,446
Actualización de cualquier versión anterior				\$ 3,867
<b>Usuarios</b>	1	2	5	10
Licencia Adicional	\$ 1,934	\$ 3,610	\$ 8,218	\$ 12,949
Actualización	\$ 1,161	\$ 2,166	\$ 4,931	\$ 7,770

<b>Sistema en renta</b>	<b>Usuarios</b>					
	1	2	3	4	5	
<b>Aspel-PROD en Renta mensual</b>	\$ 281	\$ 351	\$ 420	\$ 526	\$ 579	
	6	7	8	9	10	11 o más
	\$ 632	\$ 683	\$ 736	\$ 788	\$ 842	\$ 85 c/u

<b>Sistema de Punto de Venta: Aspel-CAJA</b>		<b>Licencia</b>
1 usuario 1 empresa v. 2.0		\$ 2,499
Actualización de cualquier versión anterior		\$ 1,499
1 usr 1 empresa v.2.0 c/póliza de servicio técnico		\$ 3,499
Actualización de cualquier versión anterior c/póliza de servicio técnico		\$ 2,499
<b>Usuarios</b>		<b>1</b>
Licencia Adicional		\$ 1,999

<b>Sistema en renta</b>	<b>Usuarios</b>
-------------------------	-----------------

	1	2	3	4	5		
<b>Aspel-CAJA en Renta mensual</b>	\$ 150	\$ 300	\$ 450	\$ 600	\$ 750		
	6	7	8	9	10	11 o más	
	\$ 900	\$ 1,050	\$ 1,200	\$ 1,350	\$ 1,500	\$ 150 c/u	

INFOWEB

<b>Comunicación empresarial: Aspel-INFOWEB</b>	<b>Sitio</b>
Tres sitios	\$ 5,999
Sitio adicional	\$ 1,949

<b>PAQUETE</b>	<b>LICENCIA</b>
<b>KIT USO INTERNO (exclusivo para Distribuidores)</b>	\$ 399.00
<b>Aspel COI-BANCO (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 7,999.00
<b>Aspel SAE-INFOWEB (1 usuario 99 empresas 3 espacios)</b>	\$ 13,747.00
<b>Aspel COI-SAE (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 12,389.00
<b>Aspel COI-SAE-NOI (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 16,753.00
<b>Aspel SAE-PROD (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 14,149.00
<b>Aspel COI-SAE-NOI-BANCO (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 20,712.00
<b>Aspel COI-NOI-BANCO (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 12,364.00
<b>Aspel SAE-CAJA (1 usuario)</b>	\$ 10,597.00
<b>Aspel SAE-COI-BANCO (1 usuario 99 empresas)</b>	\$ 16,347.00

Restricciones de los precios:

- Los precios no incluyen IVA.
- Para cualquier actualización se requiere tener un certificado de autenticidad anterior.
- Los usuarios adicionales no incluyen CD y requieren licencia de Uso.
- Las licencias con póliza, incluyen soporte técnico telefónico, e-mail y chat por un año.

### **3.1.2.1.2 Adaptabilidad a los requerimientos de las MIPYMES**

## **3.2 Diagnóstico**

Opciones que muestra la “Competencia”

Las opciones que ofrece el mercado del software para las MiPYMES tienen las características positivas siguientes:

- La empresa Logical Concept tiene un costo muy accesible y el mantenimiento lo ofrecen desde la compra inicial. Tienen costos diferentes dependiendo del tiempo esperado para adquirir el mantenimiento.
- La empresa Aspel es muy conocida en el mercado y los costos por licencia son bajos.
- Microsoft y Oracle son empresas muy reconocidas y con ambientes amigables.

Sin embargo, las características negativas se pueden resumir en lo siguiente:

- Los costos del software de Microsoft y Oracle son muy altos, ya que se pagan licencias en dólares y euros.
- Microsoft y Oracle ofrecen por separado el mantenimiento del software.
- Todas las empresas venden un software diseñado para que el cliente se adapte a su funcionamiento, no viceversa.
- Las soluciones que ofrecen todas las empresas, no son soluciones integradas, ya que se venden en forma de módulos.
- En el caso de Aspel, el encontrar personal que le dé soporte adecuado es difícil.

### **Nicho de Mercado a atacar**

De acuerdo con las estadísticas del INEGI, las actividades terciarias representan casi el 60% del PIB (1er trimestre del 2010).

Dentro del ramo de las actividades terciarias, hay una gran variedad de tipos de empresas de servicio. Debido a que actualmente se está trabajando con una prueba de concepto (POC) con una empresa de Seguridad Privada, la investigación de campo es enfocada a este tipo de Servicio. De acuerdo con la cifra del Consejo Nacional de Seguridad Privada, existen 10,000 empresas de este tipo, de las cuales un 80% carece de infraestructura y tecnología.

### **Necesidades de Manejo de Información**

Un 72% de las empresas que contestaron la encuesta, ya maneja algún sistema de información y considera que los puntos positivos que tienen son:

- Facilitan sus procesos (26%)
- Tienen los reportes necesarios para su operación (22%)
- Los tiempos de respuesta son adecuados (19%)

Sin embargo, encuentran los siguientes faltantes:

- Los tiempos de respuesta para realizar cambios son altos (16%)
- No son adaptables por completo a sus necesidades (14%)
- Tienen una documentación incompleta o bien no existe (11%)
- Su información no es accesible desde cualquier punto (11%).

La información que las empresas de Seguridad Privada desean manejar en un sistema es:

- Catálogos Generales, Registro de Empresas, Jornadas de trabajo, Asistencias, Vacaciones e Incapacidades, Empleados que laboran por empresa (15%).
- Registro de las empresas a las que proveen los servicios, jornadas de trabajo, empleados asignados a ellas (15%).
- Registro de asistencias, faltas, incapacidades y vacaciones de los empleados (15%).
- Información particular de los empleados (14%).

Para poder tomar la decisión de desarrollar un software específico para este tipo de empresas, se investigó la disposición de adquirir un sistema y un 54% respondió que sí lo haría y un 34% lo pensaría.

Para ofrecer el software, las opciones de pago más viables son:

- Arrendamiento, con un 51% de preferencia
- Opción de un solo pago y pagar el mantenimiento por separado con 28%.

Las cifras anteriores llevan a la conclusión de que las empresas de seguridad necesitan especialistas en su manejo de información, que puedan adaptar su software a su forma de operar, y que permitan que la información se obtenga en tiempo real.

Por otro lado se observa un importante crecimiento de esta industria y dadas las condiciones que el país enfrenta, se prevé, por las cifras encontradas, un crecimiento constante y especialización de las mismas, por ello se sabe que cualquier organización no se puede quedar atrás del manejo de tecnologías para su operación, ahí es donde se encuentra un nicho bondadoso que permite un establecimiento y su correspondiente seguimiento a este tipo de industria en constante crecimiento.

### **3.3 Propuesta de solución**

Como se ha visto, la industria la cual presenta un crecimiento interesante ha sido el de la seguridad privada, por lo tanto esta es la primera instancia de desarrollo a prestar atención en el plan del proyecto.

Se debe constituir una empresa, cuya labor principal es ser Proveedores de Software como Servicio (SaaS por sus siglas en inglés), con un modelo de negocio por suscripción mensual, es decir, no hay costos de licenciamiento por el uso del software y su mantenimiento no implica inversión en infraestructura. Esto implica un manejo de cobro similar a los servicios de cable o de internet.

### **Metodología de desarrollo de software a utilizar**

La metodología de desarrollo de software robusta y ágil existente en el mercado que se va a utilizar es el denominado "Cloud Computing", es decir, todo lo que puede ofrecer un sistema informático se ofrece como servicio, de modo que los usuarios puedan acceder a los servicios disponibles "en la nube de Internet" sin conocimientos (o, al menos sin ser expertos) en la gestión de los recursos que usan.<sup>9</sup>

Las ventajas que tiene son:

- Integración probada de servicios Web. Por su naturaleza, la tecnología de Cloud Computing se puede integrar con mucha mayor facilidad y rapidez con el resto de las aplicaciones empresariales (tanto software tradicional como Cloud Computing basado en infraestructuras), ya sean desarrolladas de manera interna o externa.
- Prestación de servicios a nivel mundial. Las infraestructuras de Cloud Computing proporcionan mayor capacidad de adaptación, recuperación de desastres completa y reducción al mínimo de los tiempos de inactividad.
- Una infraestructura 100% de Cloud Computing no necesita instalar ningún tipo de hardware. La belleza de la tecnología de Cloud Computing es su simplicidad y el hecho de que requiera mucha menor inversión para empezar a trabajar.
- Implementación más rápida y con menos riesgos. Se puede empezar a trabajar muy rápidamente gracias a una infraestructura de Cloud Computing. No es requerido esperar meses o años e invertir grandes cantidades de dinero antes de que un usuario inicie sesión en la nueva solución. Las aplicaciones en tecnología de Cloud Computing están disponibles en cuestión de semanas o meses, incluso con un nivel considerable de personalización o integración.

---

<sup>9</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Computaci%C3%B3n\\_en\\_nube](http://es.wikipedia.org/wiki/Computaci%C3%B3n_en_nube), recuperado, Agosto 2010.

- Actualizaciones automáticas que no afectan negativamente a los recursos de TI. Si se actualiza a la última versión de la aplicación, lo que comúnmente pasa es que se debe dedicar tiempo y recursos (que no se tienen) a volver a crear las personalizaciones e integraciones. La tecnología de Cloud Computing no obliga al usuario a decidir entre actualizar y conservar el trabajo, porque esas personalizaciones e integraciones se conservan automáticamente durante la actualización.
- Contribuye al uso eficiente de la energía. En este caso, a la energía requerida para el funcionamiento de la infraestructura. En los datacenters tradicionales, los servidores consumen mucha más energía de la requerida realmente. En cambio, en las nubes, la energía consumida es sólo la necesaria, reduciendo notablemente el desperdicio.

### 3.3.1 Estructura del Negocio

Para la creación de la consultoría de T.I. (SmartPyme), se tendrán los siguientes puntos a considerar:

- Estructura del negocio
  - *Objetivos*
  - *Características del nicho de mercado*
  - *Giros empresariales abarcados.*
  - *Estructura organizacional.*
  - *Descripción de puestos y funciones.*
  - *Estrategias de mercado.*
  - *Promoción del Producto*
  - *Determinación del precio*
  - *Determinación del nivel de ventas*
  - *Estimación de ingresos y egresos.*

Nombre de la Empresa: SmartPyme

#### **Objetivos:**

Ofrecer a las MiPYMES los servicios siguientes:

- Renta de programas informáticos para administración de empresas.
- Desarrollo de software a la medida.

- Análisis y mejora de procesos.
- Servicios adicionales (Por ejemplo, Soporte remoto de programas de paquetería comercial).

#### **Características del Nicho de Mercado:**

- Empresas que ya tienen experiencia utilizando sistemas de ASPEL, COMPAC y similares y que requieren desarrollos personalizados. Esto es debido a que este tipo de empresas ya tienen conciencia acerca de lo que es utilizar programas estándares y por lo tanto el salto hacia la nueva tecnología adaptada completamente a sus necesidades mucho más fluido. Este tipo de empresas, también tiene bien identificadas las necesidades que no han sido satisfechas con el software que están utilizando, por lo que la retroalimentación del software que se ofrece será más dinámica.
- Empresas que requieren compartir información entre las diferentes sucursales. Debido a que la información estará en línea (disponible vía Internet), si una empresa desea ver la información actualizada al momento, podrá hacerlo desde cualquier dispositivo con acceso a Internet.
- Empresas con acceso a Internet y con experiencia en la utilización de transacciones bancarias. Las empresas de este tipo, ya tienen la experiencia de manejar su información en internet y por lo tanto saben que este proceso es muy seguro, por lo que no desconfiarán de tener su información en línea.

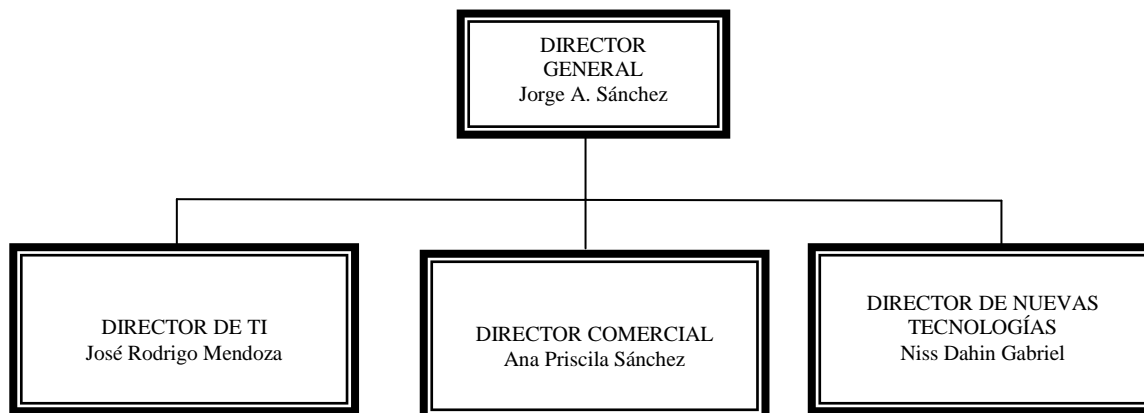
#### **Giros Empresariales abarcados:**

- Servicios
- Seguridad Privada (Nicho inicial a abarcar)
- Vinícolas
- Empresas de Publicidad que deseen servicio de emailing (El emailing es un servicio de comunicación para promocionar su empresa, evento o cualquier otro tipo mensaje que Ud. quiera que llegue a miles de usuarios de Internet.)<sup>10</sup>.

#### **Estructura Organizacional:**

---

<sup>10</sup> [http://www.latindigital.com.ar/email\\_marketing.htm](http://www.latindigital.com.ar/email_marketing.htm), recuperado, Agosto 2010.



**Descripción de Puestos y Funciones:**

Director General:

Lleva a cabo la planeación general del rumbo de la empresa, para esto se centra en escuchar las mejores ideas y planteamientos para conducir a SmartPyme por el mejor camino, siendo él mismo el responsable de tomar las decisiones, apoyándose en los directores de área.

Director de T.I.

Está al tanto al tanto de los sistemas con los que SmartPyme cuenta. Provee a sus clientes del software desarrollado, dando seguimiento a las incidencias y prestando soluciones a estas.

Director comercial:

Es el encargado de supervisar los gastos comerciales, es decir, valida y hace la negociación con los clientes de los precios del software, niveles de servicio, acuerdos de confidencialidad, entre otros.

Al mismo tiempo desarrolla los planes de mercadotecnia, de acuerdo a las tendencias actuales, para la comercialización de las soluciones emergentes para el nicho de mercado que se está cubriendo, estableciendo las líneas generales del plan de marketing, como son:

- Políticas de Producto,
- Políticas de precio,
- Políticas de seguimiento.

Director de Nuevas Tecnologías



Tiene la responsabilidad de ir mejorando los procesos y las herramientas tecnológicas de desarrollo, implementación y pruebas del software de acuerdo a las nuevas tecnologías existentes en el momento.

Cabe señalar que las funciones descritas anteriormente serán actividades adicionales planteadas para cada uno de ellos, esto es debido a que el papel de los involucrados, también es llevar a cabo la operatividad del negocio, desarrollando y manteniendo las soluciones que se desarrollen, y que se ofrecerán al mercado vía SmartPyme.

### **Estrategias de Mercado:**

La estrategia de mercado para SmartPyme, será por los primeros 6 meses, centrándose en 3 direcciones.

- POC.- Pruebas de Concepto.

Una Prueba de concepto o PoC (por sus siglas en inglés) es una implementación, a menudo resumida o incompleta, de un método o de una idea, realizada con el propósito de verificar que el concepto o teoría en cuestión es susceptible de ser explotada de una manera útil.

Esto quiere decir que se podrá realizar un desarrollo de una funcionalidad sobre la solución para un cliente con requerimientos distintos a los contemplados en la aplicación.

Como ejemplo de pruebas de concepto está las muestras que Google está haciendo de su nuevo producto, el cual será algo similar al Ipad, cuyo sistema operativo a utilizar es Google Chrome y con funcionalidades totalmente touch.

- Try and buy.

Con este tipo de estrategia, lo que se busca es proporcionar al cliente una prueba de uso del software desarrollado, por un mes, incluyendo la capacitación para el uso del software. El cliente tendrá la capacidad de observar las bondades de la solución y podrá tomar la decisión de comprar la misma.

- “Infraestructura Cero”

Este es el producto principal a ofrecer por SmartPyme, ya que lo que se pretende vender es el hecho de que el cliente no tiene necesidad de tener servidores y bases de datos en las cuales instalar la aplicación y almacenar su información. Esto quiere decir la solución es ejecutada y tiene

su almacenamiento en los servidores de SmartPyme, por lo que el cliente únicamente debe contar con acceso a internet para hacer uso de la misma. Se elimina la necesidad de invertir en un departamento de sistemas especializado que dé soporte a los servidores y administre la aplicación.

### Promoción del Producto:

Las formas en que se va a promover las ventas del producto son:

- Internet como canal de ventas principal.- La forma de llegar a los clientes es con base en Anuncios, por ejemplo en las secciones de negocios de los diarios online como son Milenio, El Financiero y El Universal.
- Promociones de venta.- Consisten en 30 días gratis, descuentos especiales por pago del software como servicio a 1 año completo, etc.
- Relaciones Personales.- Esta forma de promoción del software consiste en la creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía.
- Promoción de boca en boca.- Consiste en tener a los clientes satisfechos, de tal forma que “se corra la voz” de la calidad del servicio que se da. Debido a esto, es importante cuidar desde la calidad del software provisto hasta el servicio de soporte que se da.
- Ventas personales: Se basa en hacer una presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

### Determinación del precio

Para poder determinar el precio del producto a ofrecer, se tomaron en cuenta los conceptos que a continuación se detallan:

1. Costo por almacenamiento de la información.- El almacenamiento o hosteo de la información con Enterprise ASP.NET tiene un costo de USD \$10.00 mensual. Este incluye:

Características de Hosteo General	Se incluye SI/NO
Windows 2008 / IIS7 Hosting	✓
Windows 2003 / IIS6 Hosting	✓
NEW ASP.NET 4.0 Hosting - solo con plataforma de Hosteo de Windows 2008-	✓
Cada sitio se encuentra alojado en su propio pool de aplicaciones, aislados de aplicaciones para aumentar la	✓

fiabilidad y la seguridad	
Full Trust activado	✓
ASP.NET 3.5 Hosting (SP1)	✓
ASP.NET 2.0 Hosting	✓
ASP.NET 1.1 Hosting - solo con plataforma de Hosteo de Windows 2003-	✓
Hosteo clásico de ASP	✓
Espacio en Disco (1)	1000 MB
Transferencia mensual de datos (2)	80 GB
FTP (3)	✓ 3 FTP Users
FTP sobre SSL(Protocolo de Capa de Conexión Segura)  - solo en plataforma de hosteo de Windows 2008	✓
¿Se puede hacer FTP antes de apuntar el dominio hacia el servidor?	YES
Obliga a incluir Ads (por ejemplo: banners, popups)	NO
SmarterStats Estadísticas web (4)	✓
Soporte técnico 24/7 (5)	✓
Acceso al foro de la comunidad	✓

(1) DiscountASP.NET provee cada cuenta con espacio en disco duro en el servidor web para almacenar los archivos del sitio web. No se incluyen archivos de log o almacenamiento de email como parte del espacio en disco. Se provee un monitor del espacio en disco para que se pueda revisar el uso del mismo. Además, se puede comprar más espacio en disco.

(2) Transferencia mensual de datos. También se conoce como ancho de banda. Discount ASP.NET provee cada cuenta con un monto generoso de transferencia mensual de datos. Este ancho de banda es relativo al monto de datos enviados del website al usuario.

(3) FTP es un método y la forma más popular de descargar archivos entre la computadora y el servidor web. Discount ASP.NET no pone límites en el ftp. Se puede actualizar el sitio web a cualquier tiempo y manejar el sitio web desde cualquier lugar en el mundo.

(4) SmarterStats Log Analytics.- Se provee a todas las cuentas con el detalle y gráficas del tráfico del sitio web utilizando SmarterStats Log Analytics utilizando el SmarterTools. Utilizando las estadísticas web, se puede monitorear cuantas personas visitan el sitio web, cuáles páginas están viendo y otra información.

(5) Soporte técnico 24/7.- Se provee soporte técnico vía email 24 horas, 7 días a la semana. Se mantiene el soporte técnico en casa para todas las compañías y ciudades como otros hosteos. El tiempo promedio de respuesta es debajo de 1.5 horas. Todos los tickets son respondidos dentro de las siguientes 12 horas.

De acuerdo a la información anterior, el costo por hosteo de documento estaría calculado en 14 centavos, tomando en cuenta que cada documento tendría un peso aproximado máximo de 1MB.

2. Costo con base en la Competencia.- La competencia analizada está cobrando un costo mensual promedio de \$250.00 pesos por renta del software. Cabe aclarar que este costo es únicamente de licencia de utilización del software.

Hablando de empresas cuyo negocio es ofrecer páginas web con servicio de hosteo incluido, como lo es "SuperHosting", su precio por 600MB es de \$59,880.00, lo implica que el costo mensual es de \$4,990.00 <sup>11</sup>

La información anterior, muestra los costos tanto por el hosteo como por el software. Sin embargo, no contempla los costos de desarrollo de software, soporte & cambios.

El manejo del costo mensual es con base en cada documento que se almacena. El costo determinado se muestra a continuación:

Tipo de Plan		Cantidad	Precio Unitario	Precio Integrado Mensual (Pesos sin IVA)
Plan 1	Plan Básico.- Hasta 500 documentos mensuales.	500	1.78	890
Plan 2	Plan Estándar.- De 501 documentos hasta 1,500 mensuales.	1,000	1.49	1,490
	Plan Premium.- Desde 1,501 documentos hasta 3,000 documentos			
Plan 3	Mensuales	1,500	1.33	1,990

## Determinación del Nivel de Ventas

<sup>11</sup> <http://www.superhosting.cl/>, recuperado, Agosto 2010.

Para determinar el nivel de ventas las siguientes cifras son las que se toman en cuenta:

- 1) Demanda Anual del Producto. Con base en las encuestas realizadas, la demanda del producto estaría determinada por un 54% de personas que estarían dispuestos a adquirir un producto, es decir, de las 10,000 empresas que existen en México, unas 5,400 están consideradas como mercado objetivo.
- 2) Crecimiento Poblacional: 8% (según la Comisión Permanente del Congreso de la Unión).
- 3) Participación del mercado: 2%. Este es el objetivo que SmartPyme tiene planeado a 3 años.

Con estos datos se calculan las cifras siguientes:

Incremento:	$5,400 * 8\% = 432$
Demanda a 3 años:	$5,400 + 432 = 5,832$ unidades
Ventas a 3 años:	$5,832 * 2\% = 116$ unidades

#### **Estimación de Ingresos y Egresos:**

**EGRESOS MENSUAL**

				Recurso 1 40%		Recurso 2 30%		Recurso 3 30%	
<b>Gastos de arranque</b>									
		MXN							
Renta inicial		6,500.00		100.00%	6,500.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Depósito renta		13,000.00		100.00%	13,000.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Mantenimiento		500.00		100.00%	500.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Contrato de luz		350.00	aprox	100.00%	350.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
Línea telefónica (traspaso)		350.00	aprox	100.00%	350.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00
		<u>20,700.00</u>			<u>20,700.00</u>		<u>0.00</u>		<u>0.00</u>
<b>Constitución de empresa</b>									
SRE constitución de sociedades		565.00		40.00%	226.00	30.00%	169.50	30.00%	169.50
Corredor público (honorarios)		5,750.00		40.00%	2,300.00	30.00%	1,725.00	30.00%	1,725.00
Derechos		8,932.60		40.00%	3,573.04	30.00%	2,679.78	30.00%	2,679.78
Alta en el SIEM		300.00		40.00%	120.00	30.00%	90.00	30.00%	90.00
Capital mínimo (20% de \$50,000)		10,000.00		40.00%	4,000.00	30.00%	3,000.00	30.00%	3,000.00
Mobiliario (mesas de trabajo)		2,500.00		40.00%	1,000.00	30.00%	750.00	30.00%	750.00
Equipo de cómputo, impresora		0.00		40.00%	0.00	30.00%	0.00	30.00%	0.00
Papelería (facturas, tarjetas presentaci		1,000.00		40.00%	400.00	30.00%	300.00	30.00%	300.00
Banco: apertura de cuenta		3,000.00		40.00%	1,200.00	30.00%	900.00	30.00%	900.00
Caja chica		1,000.00		40.00%	400.00	30.00%	300.00	30.00%	300.00
		<u>33,047.60</u>			<u>13,219.04</u>		<u>9,914.28</u>		<u>9,914.28</u> \$ <u>33,047.60</u>
<b>Gastos de operación mensuales \$ USD TC</b>									
Renta		6,500.00	68.9%	40%	2,600.00	30%	1,950.00	30%	1,950.00
Mantenimiento		500.00	5.3%	40%	200.00	30%	150.00	30%	150.00
Luz		350.00	3.7%	40%	140.00	30%	105.00	30%	105.00
Teléfono + internet		389.00	4.1%	40%	155.60	30%	116.70	30%	116.70
Salarios		0.00	0.0%	40%	0.00	30%	0.00	30%	0.00
Hosting (base plan)	10 14	140.00		40%	56.00	30%	42.00	30%	42.00
SSL Add on	10 14	140.00		40%	56.00	30%	42.00	30%	42.00
SQL Server 2005	10 14	140.00		40%	56.00	30%	42.00	30%	42.00
Reporting services	5 14	70.00	490.00 5.2%	40%	28.00	30%	21.00	30%	21.00
Papelería, consumibles		200.00	2.1%	40%	80.00	30%	60.00	30%	60.00
Asesoría contable y fiscal		1,000.00	10.6%	40%	400.00	30%	300.00	30%	300.00
Asesoría legal		0.00	0.0%	40%	0.00	30%	0.00	30%	0.00
		<u>9,429.00</u>	<u>100.0%</u>		<u>3,771.60</u>		<u>2,828.70</u>		<u>2,828.70</u> \$ <u>9,429.00</u>
Reserva de efectivo deseable (3 mese		28,287.00							
Gastos por 6 meses		56,574.00		40%	22,629.60	30%	16,972.20	30%	16,972.20
Gastos por 12 meses		113,148.00		40%	45,259.20	30%	33,944.40	30%	33,944.40
<b>Total inversión a 6 meses</b>									<u>\$ 89,621.60</u>
<b>Total inversión a 12 meses</b>									<u>\$ 146,195.60</u>

## INGRESOS MENSUAL

<u>( Mes 7 al mes 12)</u>		<u>Objetivo: superar punto de equilibrio</u>	
Arrendamiento	PYMES Costo		
Plan 1	5 890	4,450.00	
Plan 2	3 1490	4,470.00	
Plan 3	1 1990	1,990.00	9 Total de PYMES
Horas consultoría	10 200	2,000.00	
		12,910.00	Total mensual
Gastos de operación	100%	9,429.00	
		3,481.00	

<u>( Año 1 al Año 2)</u>		<u>Objetivo: estabilizar producto</u>	
Arrendamiento	PYMES Costo		
Plan 1	15 890	13,350.00	
Plan 2	10 1490	14,900.00	
Plan 3	5 1990	9,950.00	30 Total de PYMES
Horas consultoría	20 250	5,000.00	
		43,200.00	Total mensual
Gastos de operación	150%	14,143.50	
		29,056.50	

<u>( Año 2 al Año 3)</u>		<u>Objetivo: masificar solución</u>	
Arrendamiento	PYMES Costo		
Plan 1	30 890	26,700.00	
Plan 2	20 1490	29,800.00	
Plan 3	15 1990	29,850.00	65 Total de PYMES
Horas consultoría	30 300	9,000.00	
		95,350.00	Total mensual
Gastos de operación	200%	18,858.00	
		76,492.00	

<u>( Año 3 al Año 5)</u>		<u>Objetivo: masificar solución</u>	
Arrendamiento	PYMES Costo		
Plan 1	60 890	53,400.00	
Plan 2	40 1490	59,600.00	
Plan 3	30 1990	59,700.00	130 Total de PYMES
Horas consultoría	60 300	18,000.00	
		190,700.00	Total mensual
Gastos de operación	700%	66,003.00	
		124,697.00	

En la información mostrada, no se consideran ingresos para los meses 0 al 6.  
Los tipos de plan cotizados son los siguientes:

Tipo de Plan		Cantidad	Precio Unitario
Plan 1	Plan Básico.- Hasta 500 documentos mensuales.	500	1.78
Plan 2	Plan Estándar.- De 501 documentos hasta 1,500 mensuales.	1000	1.49
Plan 3	Plan Premium.- Desde 1,501 documentos hasta 3,000 documentos M	1500	1.33

## Capítulo IV– CONSTITUCIÓN DE LA CONSULTORÍA DE T.I.

### 4.1 Formando la consultoría de TI

#### 4.1.1 Reuniendo los requisitos.

##### 4.1.1.1 Nombre de la empresa.

El nombre de la empresa es “SmartPyme”.

##### 4.1.1.2 Tipo de empresa.

Si se desea fabricar, vender bienes o prestar servicios a través de una sociedad o asociación, se debe hacer lo siguiente:

- 1) Crear o constituir legalmente la sociedad o asociación. Para ello se debe acudir con un notario o con un corredor público, quien indicará los requisitos y así obtener el Acta Constitutiva, que es el documento con el que se comprueba la existencia de la sociedad o asociación y es indispensable para darse de alta en el RFC.

El tipo de Empresa a constituir es una Sociedad Anónima, que es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

La denominación se forma libremente, pero es distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A."

Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

- I. Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;
- II. Que el capital social no sea menor de cincuenta millones de pesos y que esté íntegramente suscrito;
- III. Que se exhiba en dinero en efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y
- IV. Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

La escritura constitutiva de la sociedad anónima debe contener, los siguientes datos:



- I. La parte exhibida del capital social;
  - II. El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el segundo párrafo de la fracción IV del artículo 125;
  - III. La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;
  - IV. La participación en las utilidades concedidas a los fundadores;
  - V. El nombramiento de uno o varios comisarios;
  - VI. Las facultades de la asamblea general y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.
- 2) Posterior a esto, se debe inscribir a la empresa en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Los requisitos son los siguientes:

- I. Formato R-1 "Solicitud de Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes" (duplicado).
- II. El Anexo 1 (duplicado). "Registro Federal de Contribuyentes. Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con fines no lucrativos".
- III. Copia certificada del documento constitutivo.
- IV. Tratándose de personas distintas a sociedades mercantiles, copia certificada del documento constitutivo de la agrupación o en su caso fotocopia de la publicación en el órgano oficial (periódico o gaceta oficial).
- V. Original y fotocopia de comprobante de domicilio fiscal (original para cotejo).
- VI. En su caso, copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público (copia certificada para cotejo).
- VII. Original y fotocopia de la identificación oficial del representante legal (original para cotejo).

De acuerdo a la información que proporciona el Lic. Joel Flores (Fiscalista de Ford Credit México), no es conveniente para el negocio se tiene planeado hacer, el constituir desde su inicio una Sociedad Anónima, debido a la cantidad de obligaciones fiscales que ello representa. La sugerencia que se presenta es constituir la "empresa" como Persona Física con Actividad Empresarial y posteriormente, de acuerdo al crecimiento que tenga el negocio cambiar de tipo de empresa.

#### **4.1.1.3 Estructura Organizacional.**

Como se comentó anteriormente, la estructura inicial de la organización es hacer una división de la empresa en 3 áreas:

#### Dirección General

En esta área, se tomarán las decisiones del rumbo de la empresa. Se analizarán las ideas o planteamientos para que la empresa tome su rumbo. Se validarán aspectos de regulación Legal y cambios requeridos para que el software tenga lo último en tecnología.

#### Dirección de T.I.

Esta área es la encargada del desarrollo del software objeto de la empresa, de la revisión de la tecnología utilizada actualmente y de las mejoras que debe tener para el funcionamiento más óptimo.

Encargada de hacer el análisis de las regulaciones legales que afecten a la empresa y la forma de implementarlas en los sistemas desarrollados, adelantándose a los requerimientos de los clientes.

Da seguimiento a las incidencias reportadas y presta la solución pronta de las mismas.

#### Dirección de Nuevas Tecnologías:

Tiene la responsabilidad de mejorar los procesos y herramientas tecnológicas de desarrollo, así como de realizar la implementación y pruebas del software.

#### Dirección comercial:

Área encargada de la relación con los clientes, la fijación de precios del software, los acuerdos legales, niveles de servicio, etc.

Además provee al cliente de la capacitación necesaria para utilizar el software que adquiere.

Se encarga además de desarrollar las estrategias de promoción del producto.

#### **4.1.1.4 Tipo de actividad empresarial.**

La constitución inicial es como Persona Física con Actividad Empresarial bajo el Régimen Intermedio.

#### Definición de Régimen Intermedio

El Régimen Intermedio es un régimen opcional, en el cual pueden pagar sus impuestos las personas físicas que se dediquen al comercio, industria, transporte, servicios, actividades agropecuarias, ganaderas, siempre que sus ingresos o ventas no hayan excedido de \$4'000,000.00 en el año anterior. Esta cantidad no se refiere a la utilidad o ganancia, sino a los ingresos brutos, antes de descontar los gastos o las compras.

La razón básica para no elegir el régimen de pequeño contribuyente (REPECO), es que un REPECO no puede hacer facturas, únicamente notas de ventas, esto quiere decir que no puede desglosar nada con IVA. Como proveedores, si se desea dar servicios a empresas y/o personas físicas es necesario facturar por los mismos.

Las razones para constituir la como Régimen Intermedio son:

- Las personas que pueden tributar en el régimen intermedio son las personas físicas que obtienen ingresos por realizar exclusivamente actividades empresariales, como son comerciales, industriales, de servicios, así como de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

Requerimientos para Ingresar en el Régimen Intermedio

- Que los ingresos del año anterior (2009) no hayan excedido de cuatro millones de pesos.
- Para iniciar actividades en el año 2010, es necesario estimar que los ingresos no excederán dicho monto.
- Que los ingresos por actividades empresariales representen por lo menos 90% del total de los ingresos obtenidos en el año anterior (2009), sin incluir sueldos y salarios percibidos.
- Si el negocio es de varios copropietarios, que los ingresos que obtengan todos en conjunto no excedan de cuatro millones de pesos.
- Si se es integrante de personas morales del régimen Simplificado, los ingresos del año inmediato anterior no deben exceder de diez millones de pesos.

Algunas de las obligaciones fiscales que se adquieren al constituirse son:

1. Pagar impuestos.
2. Llevar contabilidad.

Esta obligación se puede cumplir llevando sólo un libro de ingresos, egresos y de registro de inversiones y deducciones.

La contabilidad, incluye todos los documentos de carácter fiscal y debe ser conservada por un periodo de cinco años.

3. Expedir y conservar comprobantes fiscales por las actividades que se realicen.
4. Cuando los ingresos del ejercicio anterior hayan sido mayores a \$1'750,000.00, y menores a cuatro millones de pesos, se debe utilizar máquinas registradoras de comprobación fiscal o equipos o sistemas electrónicos de registro fiscal, para registrar las ventas o servicios con el público en general, y entregar como comprobante el ticket que emitan dichas máquinas o equipos.
5. Presentar declaraciones informativas.
6. Expedir constancias de percepciones y retenciones a los trabajadores en caso de tenerlos.

#### **4.1.2 Entrevista Notarial**

Como se explicó anteriormente, debido a que no se constituirá una Sociedad Anónima, no se hace requerido hacer una entrevista notarial. Sin embargo en el apartado "4.2.1 Realización del proceso ante las dependencias competentes" se explicará el proceso a seguir con el notario.

### **4.2 Constitución de la Empresa.**

#### **4.2.1 Realización del proceso ante las dependencias competentes.**

El trámite del Acta Constitutiva de una Sociedad Anónima ante un Notario tiene un costo de \$11,500.00 pesos.

La documentación que se debe llevar es:

- I. Anticipo de \$5,000.00 para iniciar el trámite.
- II. RFC de los socios.
- III. Identificación oficial de los socios.
- IV. Definición de la forma en que se va a administrar el negocio.
- V. Nombres optativos para la empresa.
- VI. Objeto Social.

El proceso de alta como Persona Física con Actividad Empresarial bajo el Régimen Intermedio, debe seguir los pasos que a continuación se muestran:

1. Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes.

2. Mandar imprimir las facturas o notas de venta y entregarlas a los clientes por cada cobro que se realice.
3. Solicitar los comprobantes de los gastos.
4. Presentar las declaraciones mensuales.
5. Presentar la Declaración Anual.
6. Cumplir las demás obligaciones fiscales.

#### 1.- Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes

La inscripción al RFC ante el SAT se puede realizar a través de los siguientes medios:

- Internet (se hace una preinscripción).
- Personalmente, acudiendo a cualquier Módulo de Servicios Tributarios con una cita.

#### Requisitos para Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes

Para inscribirse en el RFC se necesita iniciar el trámite a través de Internet y concluirlo en cualquier Administración Local de Servicios al Contribuyente dentro de los diez días siguientes al envío de la solicitud.

Para iniciar el proceso de inscripción en el RFC es importante tener a la mano los documentos que le permitirán responder las preguntas que se hacen en la página web. A continuación se muestra un cuadro explicativo por módulo de los documentos necesarios:

<b>SECCIÓN</b>	<b>DOCUMENTOS REQUERIDOS</b>
Datos de identidad	CURP o acta de nacimiento.
Residencia Fiscal	Ninguno.
Identificación oficial	Es necesario contar con alguna de estas identificaciones:  Credencial del IFE. Pasaporte vigente. Cédula profesional. Cartilla del Servicio Militar Nacional.  Si no se cuenta con ninguna de estas identificaciones, cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma, expedida por el gobierno federal, estatal o municipal del contribuyente o representante

	<p>legal.</p> <p>Si es extranjero, el documento migratorio vigente que corresponda emitido por autoridad competente (en su caso, prórroga o refrendo migratorio). Este documento deberá contar con la autorización para realizar los actos o actividades que se registren en la solicitud de inscripción.</p> <p>Certificado de Matrícula Consular.</p>
Domicilio fiscal	<p>Es necesario que cuente con cualquiera de los siguientes documentos:</p> <p>Revisar previamente las condiciones de vigencia de cada tipo de documento. Esto debido a que, cuando se presente a concluir el trámite será requerido este documento y el mismo deberá estar vigente:</p> <p>Estado de cuenta emitido por las instituciones del sistema financiero. Este documento debe estar a nombre de quien se registra.</p> <p>Última liquidación del Instituto Mexicano del Seguro Social. Este documento debe estar a nombre de quien se registra.</p> <p>Algún recibo de luz, teléfono, agua o predial. No es necesario que esté a nombre de quien se registra.</p> <p>Algún contrato de Arrendamiento; de fideicomiso debidamente protocolizado; de apertura de cuenta bancaria; de luz; de agua o de teléfono. No es necesario que esté a nombre de quien se registra.</p> <p>Solo si no cuenta con alguno de los anteriores, entonces:</p> <p>Carta de radicación o de residencia expedida por los Gobiernos Estatal, Municipal o sus similares en el Distrito Federal, conforme a su ámbito territorial. Este documento debe estar a nombre de quien se registra.</p> <p>Comprobante de Alineación y Número Oficial emitido por el Gobierno Estatal, Municipal o su similar en el D.F., no es necesario que esté a nombre de quien se registra.</p>
Determinación de	Ninguno.

actividades y de obligaciones fiscales	
Impresión del formulario electrónico de inscripción	Ninguno.

Para acudir a la Administración Local se debe concertar una cita y llevar los siguientes documentos en original:

- Acta de nacimiento o constancia de la CURP.
- Comprobante de domicilio.
- Identificación personal.
- Número de folio asignado cuando se hizo el envío de la preinscripción.
- En su caso, copia certificada del poder notarial con el que se acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público.

Al finalizar el trámite de inscripción los documentos que se entregan son:

- Copia de la solicitud de inscripción
- Cédula de Identificación Fiscal o Constancia de Registro
- Guía de Obligaciones
- Acuse de Inscripción al RFC

### **Situación Actual**

Al día de hoy, Jorge A. Sánchez Hernández, cuya función dentro de la empresa es la de ser Director General, ya está constituido como Persona Física con Actividad Empresarial, por lo cual no es necesario realizar el registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, más bien se dará énfasis en hacer la promoción del Negocio para hacer que la empresa crezca.

La prueba de concepto (POC) del software a desarrollar se encuentra implementada en la empresa “Seguridad Privada Mesprisa S.A. de C.V.”

A partir de mediados de Noviembre del 2010, se empezará la estrategia “Try and Buy” con las empresas de seguridad privada que se entrevistaron.

## CONCLUSIONES

Las grandes empresas proveedoras de software han llegado a considerar que por su tamaño las MiPYMES no son un sector al cual puedan dar un servicio especializado. Sin embargo éstas tienen una importancia fundamental en la economía mexicana, porque constituyen el 99.9% de la economía, generan el 79.6% del empleo y aportan el 52% del PIB.

Las soluciones que ofrecen las grandes empresas de software para el manejo de la información de las MiPYMES, se basan en software generalizado, al cual se tienen que adaptar, pero que no está especializado en el negocio. Si hay cambios a ese software, los costos son muy altos, las implementaciones son costosas por la implicación que tienen los cambios en las tecnologías y los tiempos; además se hace necesario personal de sistemas trabajando en la empresa para que valide la calidad de la información y administre sus bases de datos.

Para la puesta en marcha del proyecto, se hacía muy ambicioso el intentar proveer servicios a cualquier tipo de MiPYMES, de manera que se decidió centrar la atención en la rama de servicios, tomando como arranque, el nicho de mercado de las empresas de Seguridad Privada, la cual, según el Consejo Nacional de Seguridad Privada en México operan unas 10 mil empresas del ramo, pero 80% de éstas no están reguladas y no tienen personal calificado, infraestructura, tecnología y experiencia requerida.

Sin embargo, el proceso de investigación por medio de la entrevista y/o cuestionario realizado, se complicó, debido a que requirió varias estrategias para lograr las respuestas. Se inició enviando las encuestas vía email a las empresas que tenían contacto en su página web. Posteriormente y debido a que no se recibía mucha respuesta, se tuvo que hablar vía telefónica. La forma de impulsar la respuesta fue ofrecer un demo de la aplicación completamente gratis por un mes, para que probaran sus bondades y vieran qué tan benéfica era la misma. Una vez que se hizo el análisis de la investigación con las empresas de seguridad privada, se pudo llegar a la conclusión de que no estaban satisfechas del todo con su software, ya que encontraban que aunque les apoyaba en la realización de sus actividades, no cubría por completo con sus expectativas de manejo integral de su proceso.

La solución definida es proveer software como un servicio (SaaS), con un modelo de negocio por suscripción mensual, es decir, no hay costos de licenciamiento por el uso del software y su mantenimiento no implica inversión en infraestructura. Esto implica un manejo de cobro similar a los servicios de cable o de internet.



Respecto a las metodologías de desarrollo de software robustas y ágiles existentes en el mercado, se identificó que la idónea es el denominado “Cloud Computing”, con el cual se elimina la necesidad de infraestructura en las instalaciones del cliente, así como la necesidad de mantener una plantilla de personal especializado en TI que dé soporte al sistema o a los servidores. Como base tomamos el ejemplo de la empresa líder de clase mundial, denominada Sales Force, la cual tiene su principal soporte en este tipo de tecnología.

Respecto a la constitución de la empresa, debido a que el negocio está en proceso de arranque, la recomendación del fiscalista consultado es constituirnos inicialmente como Personas Físicas con Actividad Empresarial en el Régimen Intermedio, y posteriormente, de acuerdo al crecimiento de la empresa, proceder con la constitución de la Sociedad Anónima ante el Notario.

Actualmente el proyecto ya está en fase de Prueba de Concepto (POC) con la empresa de seguridad “Seguridad Privada Mesprisa S.A. de C.V.”, aunque también hay varios proyectos de diferentes tipos de empresas de servicio en puerta, como por ejemplo:

- Proyecto de emailing (servicio de envío de emails masivos con publicidad) que se está trabajando con la empresa de publicidad “Entourage Communication S.A. de C.V.”
- Proyecto para la empresa de vinos “Industrias Zuco S.A. de C.V.”, cuyo objetivo es llevar el monitoreo de ventas de su personal, además de manejar reportes y comparación de ventas entre sus vendedores, de acuerdo a metas establecidas mensualmente; costos; mantenimiento a sus carros repartidores.

## BIBLIOGRAFÍA

Tipos de Benchmarking, <http://www.elergonomista.com/ben.htm>, recuperado, agosto 2010.

Planeación de la Demanda, [http://dgplades.salud.gob.mx/cursos/mpp/slide1\\_pd.html](http://dgplades.salud.gob.mx/cursos/mpp/slide1_pd.html), recuperado, agosto 2010.

Oficina Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa,  
[http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca\\_en\\_Linea/Transferencia\\_de\\_la\\_Gerencia\\_del\\_Negocio\\_Familiar/planeacion\\_estrategica\\_del\\_negocio.html](http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_Linea/Transferencia_de_la_Gerencia_del_Negocio_Familiar/planeacion_estrategica_del_negocio.html), recuperado, agosto 2010.

Roberto Clemente Navarrete Carrasco, Planeación estratégica del Negocio,  
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/plesne.htm>, recuperado, agosto 2010.

El plan de negocios, <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?idNota=1062&p=nota>, recuperado, agosto 2010.

Plan de negocios, <http://www.myownbusiness.org/espanol/s2/>, recuperado, agosto 2010.

Análisis de la Demanda,  
<http://www.camaramadrid.es/dnnviveroempresas/Creaci%C3%B3ndeempresas/Plandeempresa/An%C3%A1lisisdelMercado/An%C3%A1lisisdelaDemanda/tabid/181/language/es-ES/Default.aspx>, recuperado, agosto 2010.

Gestión Empresarial, información para competir, <http://www.microsoft.com/business/smb/es-es/marketing/benchmarking.mspx>, recuperado, agosto 2010.

¿Qué es tuempresa.gob.mx? , <http://tuempresa.gob.mx/portal/comun/publico/usuario/home.do>, recuperado, agosto 2010.

Planes y promociones de webhosting, <http://www.superhosting.cl/hosting/precios-valores.php>, recuperado, agosto 2010.

Del libro: Hacer Empresa: Un Reto, de Pallares Zoilo, Romero Diego y Herrera Manuel, Cuarta Edición, Fondo Editorial Nueva Empresa, 2005, Pág. 42

CNSP - Consejo Nacional de Seguridad Privada, <http://www.cnsp.org.mx/>, recuperado, agosto 2010.

Sistemas Administrativos de Cómputo, <http://www.aspel.com.mx/mx/productos/?idsa=>, recuperado, agosto 2010.

Hosting for .NET Developers, <http://www.discountasp.net/features.aspx#addons>, recuperado, agosto 2010.

Productos de Microsoft, <http://www.microsoft.com/dynamics/es/xl/solutions.aspx>, recuperado, Agosto 2010

Soluciones de Aspel, <http://www.aspel.com.mx/mx/rec/soluciones/soluciones1.html?idsa=>, recuperado, Agosto 2010.

Productos de Logical Concept, <http://www.logicalconcept.com/products.html>, recuperado, Agosto 2010

Soluciones de Oracle,  
[http://landingpad.oracle.com/webapps/dialogue/ns/dlgwelcome.jsp?p\\_ext=Y&p\\_dlg\\_id=9339377&src=7054568&Act=23&sckw=WWMK10058688MPP018.GCM.9329](http://landingpad.oracle.com/webapps/dialogue/ns/dlgwelcome.jsp?p_ext=Y&p_dlg_id=9339377&src=7054568&Act=23&sckw=WWMK10058688MPP018.GCM.9329), recuperado, Agosto 2010.

## GLOSARIO

Actividades Terciarias.- Está compuesto por aquellas actividades económicas, cuya finalidad no es producir bienes, sino prestar servicios al consumidor, o a los productores del sector primario o secundario. Se trata de un sector muy heterogéneo, en el que cabe cualquier actividad pública o privada que no sea productora de objetos físicos, sino que creen valor a partir de elementos intangibles. Así estas actividades pueden ir desde la educación, o la sanidad hasta el turismo, el transporte o el comercio, cuya actividad se basa en el servicio al ciudadano o cliente.

Cloud Computing.- La computación en nube, del inglés "Cloud computing", es un paradigma que permite ofrecer servicios de computación a través de Internet.

Emailing.- El correo directo es una variedad de marketing directo que consiste en enviar información publicitaria por correo electrónico; esto es, un folleto publicitario que suele ir acompañado de una carta personalizada. Tanto el folleto como la carta son creaciones publicitarias que muestran los beneficios o ventajas de determinado producto.

Hostear.-. El término Host es usado en informática para referirse a los computadores conectados a la red, que proveen o utilizan servicios a/de ella. Los usuarios deben utilizar hosts para tener acceso a la red. En general, los hosts son computadores mono o multiusuario que ofrecen servicios de transferencia de archivos, conexión remota, servidores de base de datos, servidores WWW, etc. Los usuarios que hacen uso de los hosts pueden a su vez pedir los mismos servicios a otras máquinas conectadas a la red.

MIPYME.- Abreviatura utilizada para hacer referencia al grupo de Micro, Pequeñas y Medianas empresas.

Precio corriente.- Método que calcula con los precios del año en curso, las variaciones en las cifras, sin tener en cuenta los efectos de la inflación o la deflación sobre éstos.

SaaS.- Software como servicio (del inglés Software as a Service) es un modelo de distribución de software en donde la compañía de tecnologías de información y comunicación (IT) provee el servicio de mantenimiento, operación diaria y soporte del software usado por el cliente. Regularmente el software puede ser consultado en cualquier computador, esté presente en la empresa o no. Se deduce que la información, el procesamiento, los insumos y los resultados de la lógica de negocio del software está hospedado en la compañía de TI.

TI.- Abreviación comúnmente utilizada para hacer referencia al término Tecnología de Información.

## ANEXO

### CUESTIONARIO

Este cuestionario está pensado para identificar las necesidades de manejo de Información de su empresa de Seguridad Privada. Por favor conteste con la respuesta que más se acerque a la realidad.

1.- ¿Maneja actualmente un sistema de gestión de su operación?

Si  No

En caso de haber contestado con "SI" a la pregunta 1, proceda a contestar las preguntas 2 y 3. De lo contrario, pase a la pregunta 4

2.- Enliste al menos tres características positivas que crea que identifiquen a su sistema:

- 1.- \_\_\_\_\_
- 2.- \_\_\_\_\_
- 3.- \_\_\_\_\_

3.- Enliste tres características negativas que haya detectado en su sistema:

- 1.- \_\_\_\_\_
- 2.- \_\_\_\_\_
- 3.- \_\_\_\_\_

4.- Indique con una "X" que Información es deseable que maneje su sistema de información

- Catálogos Generales (Clientes, Empleados, Servicios que se proveen, Productos)
- Información Particular de los Empleados
- Registro de las empresas a las que se proveen los servicios, jornadas de trabajo, empleados que laboran para ellas
- Registro de Asistencias, Faltas, Incapacidades, Vacaciones de los Empleados
- Manejo de Caja y Fondo de Ahorro
- Registro de Préstamos
- Registro del monitoreo de Actividades de los Empleados
- Reportes de servicios, de incidencias
- Manejar los accesos al sistema
- Información Adicional

(Indique:)  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un sistema que le permita llevar el control de su operación?

Si  No  Tal Vez

6.- Si su respuesta a la pregunta 5 fue "No" o "Tal vez", indique las razones

---

---

---

7.- Marque con "X" la opción de su preferencia

- Prefiero pagar mensualmente un sistema que incluya el mantenimiento
- Prefiero hacer un solo pago por el sistema y pagar por separado el mantenimiento o cambios que necesite
- Prefiero pagar una sola cuota anual
- Otro (Indique):

---

---

La siguiente información es opcional:

Nombre de la Empresa:

---

Nombre del Contacto:

---