



Universidad Politécnica de Puebla

Programa Académico de Posgrado

**"Estrategia para la operación de la empresa ARR  
de pinturas industriales y pisos epóxicos"**

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

Maestría en Gestión e Innovación Tecnológica

Presenta:

**Angélica Romero Ramírez**

**Director: C. Dra. Gabriela Sánchez Esgua**

Juan C. Bonilla, Puebla, México, noviembre 2023.

*Esta tesis se realizó en el Departamento de Posgrado de la Universidad Politécnica de Puebla, ubicada en Tercer carril del Ejido Serrano S/N, San Mateo Cuanalá, Juan C. Bonilla, Puebla, México, CP 72640.*



Universidad Politécnica de Puebla

Maestría en Gestión e Innovación Tecnológica.

**"Estrategia para la operación de la empresa ARR  
de pinturas industriales y pisos epóxicos"**

Tesis realizada  
por:

**Angélica Romero Ramírez**

Aprobada por el jurado el \_ de noviembre del 2023

**Profesor (Firma)**

C. Dra. Gabriela Sánchez Esgua  
Dra. María Auxilio Medina Nieto  
Dr. Jorge de la Calleja Mora  
M.C. Farahnaz Charleene Zamora Palafox

Juan C. Bonilla, Puebla, México,  
noviembre 2023.



Universidad Politécnica de Puebla  
Maestría en Gestión e Innovación Tecnológica.

Todos los derechos reservados. Universidad Politécnica  
de Puebla, 2030.

Angélica Romero Ramírez

## Resumen

La presente tesis describe el desarrollo y resultado de una propuesta de estrategia de operación para la empresa ARR, es importante mencionar que durante el presente documento se denomina a la empresa como ARR, por protección de datos. La empresa ofrece servicios de “Pintura industrial y pisos epóxicos”, se utiliza el modelo canvas ya que permite analizar y crear modelos de negocio de forma dinámica y visual, gracias a su formato de lienzo dividido en 9 bloques facilita encontrar aquellas actividades que son relevantes y los puntos de mejora. Se desarrolla una estrategia legal y contable para que la empresa ARR opere según los lineamientos fiscales y también se crea una estrategia de protección industrial. Con la implementación del modelo canvas se logra poner en marcha estrategias que fortalecen la relación entre el cliente y la empresa tales como la creación de una página web, poner en operación redes sociales y *marketing*. Se logra implementar estrategias legales y contables que permiten una mejor operación a la empresa mismas que ayudarán a la empresa a llevar finanzas sanas ante los diferentes organismos administrativos gubernamentales. Se logra solicitar oficialmente ante el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) el registro de la marca, ya que protege a la marca a nivel nacional y generar confianza con los clientes. Se logró alcanzar el objetivo general, así como los específicos. Durante la investigación fue muy importante tomar en cuenta las necesidades de la empresa y del cliente para el logro de los objetivos.

Palabras clave: Modelo de negocio, canvas, *marketing*, IMPI, SAT, epóxico, gestión, innovación.

## Abstract

This thesis describes the development and result of an operation strategy proposal for the company ARR, it is important to mention that during this document the company is called ARR, for data protection. The company offers services of "Industrial painting and epoxy flooring", the canvas model is used because it allows to analyze and create business models in a dynamic and visual way, thanks to its canvas format divided into 9 blocks facilitates to find those activities that are relevant and the points of improvement. A legal and accounting strategy is developed for the ARR company to operate according to tax guidelines, as well as an industrial protection strategy. With the implementation of the canvas model, strategies are implemented to strengthen the relationship between the client and the company, such as the creation of a website, the implementation of social networks and marketing. Legal and accounting strategies were implemented to improve the company's operations, which will help the company to keep its finances healthy before the different governmental administrative agencies. We were able to officially request the registration of the trademark before the IMPI, since it protects the brand at a national level and generates trust with customers. The general objective was achieved, as well as the specific objectives. During the research, it was very important to take into account the needs of the company and the client in order to achieve the objectives.

Key words: business model, canvas, marketing, IMPI, SAT, epoxy, management, innovation.s objectives.

<b>1. CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>12</b>
1.1 Introducción .....	12
1.2 Objetivo general.....	15
1.3 Objetivos específicos .....	15
1.4 Justificación .....	15
1.5 Alcances y limitaciones.....	17
<b>2. CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>19</b>
2.1 Antecedentes.....	19
2.1.1 Modelos de negocio .....	20
2.1.2 Plan de negocios.....	23
2.1.3 Estrategia .....	25
2.1.4 Estudio Legal. ....	26
2.1.5 Propiedad industrial. ....	29
<b>3. CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA</b> .....	<b>31</b>
3.1 Modelos de negocio canvas .....	31
3.1.1 Segmentos de mercado .....	33
3.1.2 Propuestas de valor .....	34
3.1.3 Canales.....	35
3.1.4 Relaciones con clientes .....	39
3.1.5 Fuentes de ingresos.....	39
3.1.6 Recursos clave.....	40
3.1.7 Actividades clave .....	41
3.1.8 Asociaciones clave.....	42
3.1.9 Estructura de costes. ....	43
3.2 Matriz o análisis FODA. ....	44
3.3 Desarrollo de una estrategia legal y contable para analizar la factibilidad de constituir legalmente a la empresa ARR .....	45
3.3.1 Estrategia legal .....	45
3.3.2 Estrategia contable .....	47
3.4 Creación de una estrategia de protección de propiedad intelectual de la invención que representa la ventaja competitiva de ARR.....	48
<b>4. CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	<b>54</b>
4.1 Modelo de negocios canvas .....	54

---

4.1.1 Segmentos de mercado .....	56
4.1.2 Propuestas de valor .....	61
4.1.3 Canales .....	65
4.1.4 Relaciones con clientes .....	66
4.1.5 Fuentes de ingresos .....	67
4.1.6 Recursos clave .....	69
4.1.7 Actividades clave .....	71
4.1.8 Socios clave .....	73
4.1.9 Estructura de costes .....	73
4.2 Desarrollo de una estrategia legal y contable para analizar la factibilidad de constituir legalmente a la empresa ARR. ....	74
4.2.1 Estrategia contable .....	76
4.3 Protección intelectual .....	79
4.3.1 Trámite de marca .....	83
4.3.2 Acuse de registro de marca .....	87
4.3.3 Comprobante de pago ante el IMPI .....	90
<b>5. CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS.....</b>	<b>92</b>
<b>6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>95</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>100</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1: Definiciones de modelo de negocios .....	21
Tabla 2: Descripción de tipos de innovación .....	22
Tabla 3: Contenido del plan de negocios .....	24
Tabla 4: Definiciones de estrategia .....	25
Tabla 5: Tipos de personas según el SAT.....	27
Tabla 6: Los nueve módulos canvas. ....	31
Tabla 7: Segmentos de mercado.....	33
Tabla 8: Análisis FODA. ....	44
Tabla 9: Obligaciones fiscales específicamente para personas físicas con actividades empresariales. ....	46
Tabla 10: Requisitos para darse de alta como personas físicas en cualquier régimen fiscal. ....	47
Tabla 11: Cómo debe ser la contabilidad para personas físicas con actividad empresarial.....	48
Tabla 12: Equipamiento de desbastadora (inversión del dueño de la empresa ARR)..	49
Tabla 13: Propuestas de valor.....	64
Tabla 14: Mecanismo de fijación: "fijo": .....	68
Tabla 15: Recursos clave para empresa ARR.....	69
Tabla 16: Actividades clave, "producción / servicios". ....	71
Tabla 17: Resolución de problemas, servicios adicionales .....	72
Tabla 18: Asociaciones clave. ....	73
Tabla 19: Costes .....	74
Tabla 20 Plantilla de ejercicio fiscal.....	77

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Canvas de negocio.....	32
Ilustración 2: Diagrama de Gantt.....	36
Ilustración 3: Equipo anterior.....	50
Ilustración 4: Equipo nuevo.....	50
Ilustración 5: Búsqueda IMPI.....	51
Ilustración 6: Resultados de búsqueda IMPI.....	52
Ilustración 7: Diagrama de Gantt, protección de propiedad intelectual.....	52
Ilustración 8: Canvas de negocio ARR.....	55
Ilustración 9: Modelo de negocio ARR (canvas).....	56
Ilustración 10: Instrumento para investigación de mercado.....	57
Ilustración 11: Encuesta Google Forms página 1.....	58
Ilustración 12: Encuesta Google Forms página 2.....	59
Ilustración 13: Muestra el número de encuestas contestadas.....	60
Ilustración 14: Porcentaje del sector que contestó la encuesta.....	61
Ilustración 15: Evidencia de capacitación.....	62
Ilustración 16: Ejercicio de identificación de peligros y riesgos.....	62
Ilustración 17: Etiqueta 1, identificación de productos, NOM-018-STPS-2015.....	63
Ilustración 18: Etiqueta 2, Identificación de productos, NOM-018-STPS-2015.....	63
Ilustración 19: Respuestas pregunta 12 de encuesta.....	64
Ilustración 20: Tipos de canal, empresa ARR.....	66
Ilustración 21: Página web, sección contacto.....	67
Ilustración 22: Atención personalizada (se muestran algunos colaboradores que ofrecen ese tipo de atención).....	67
Ilustración 23: Variedad de terminados.....	71
Ilustración 24: Actividad económica dada de alta ante el SAT.....	74
Ilustración 25: Régimen.....	75
Ilustración 26: Acta situación fiscal.....	75
Ilustración 27: Software de facturación.....	76
Ilustración 28: Declaración anual.....	78
Ilustración 29: Portada del manual de usuario IMPI.....	81
Ilustración 30: Búsquedas fonéticas.....	81
Ilustración 31: Crear cuenta PASE.....	83
Ilustración 32: 2da. Pantalla, elegir marca en línea.....	83
Ilustración 33: Seleccionar tipo de solicitud.....	84
Ilustración 34: Seleccionar palabras con diseños.....	84
Ilustración 35: Logotipo de la empresa.....	85
Ilustración 36: Datos a llenar en el formulario IMPI.....	85
Ilustración 37: Solicitud en preparación, clase 40.....	86
Ilustración 38: Solicitud enviada, clase 37.....	86
Ilustración 39: Acuse de registro, hoja 1.....	87
Ilustración 40: Acuse de registro, hoja 2.....	88
Ilustración 41: Acuse de registro, hoja 3.....	89
Ilustración 42: Comprobante de pago ante el IMPI.....	90

---

I

**Planteamiento del problema investigación**

# 1. Capítulo 1: Planteamiento del problema de investigación

## 1.1 Introducción

Hoy en día, los productos a base de resinas epóxicas son utilizadas ampliamente tanto en la industria como en el campo doméstico. Un piso epóxico está conformado por resina epóxica, se usa principalmente en la industria metalmecánica, farmacéutica, de alimentos y química, por sus características califica como un piso industrial. Dichos pisos contienen mejoras en las propiedades térmicas, físicas y mecánicas en comparación con los de resina sin relleno, lo que genera protección contra daños mecánicos, resultando muy útiles (Nigjeh *et al.*, 2012).

Existen lugares donde la imagen, higiene y seguridad son de suma importancia como hospitales, industria automotriz, industria de alimentos, hoteles, hogares etc., en donde se requieren pisos epóxicos.

Algunas de las ventajas de los pisos epóxicos son (Yat, 2008):

- Están elaborados para espacios como son la farmacéutica, los alimentos y la química, este tipo de lugares requiere mantener una condición antiséptica.
- Son resistentes a la fricción y a los cambios bruscos de temperatura, llegando a soportar grados bajo cero sin resultar comprometidos con la estructura del piso.
- Son ideales para tráfico pesado sin resultar dañados.
- Cuentan con protección para grasas fuertes.
- Fáciles de limpiar, no pierden su brillo.
- Repelentes e impermeables.
- Superficie anticorrosiva.
- Se podrán encontrar en una gran variedad de colores.

En México, existen pequeñas, medianas y grandes empresas dedicadas a ofrecer servicios de colocación de pisos epóxicos y pinturas industriales, cada una con distintos modelos de negocio que les permiten tener presencia en el mercado. Sin embargo, también existen emprendedores que ofrecen servicios similares y no cuentan con una estrategia legal y contable para su operación, así mismo, carecen de un modelo de negocio definido y estrategia de propiedad intelectual (P.I.) relacionada con las invenciones que ofrece una ventaja competitiva, brindando calidad y eficiencia a los clientes, es el caso de ARR, es una empresa dedicada al suministro y aplicación de pintura industrial y pisos epóxicos para interiores y exteriores, aplicación de esmaltes, selladores para muros, pisos y maquinaria, se distinguen por ofrecer procesos artesanales, es decir estos procesos son manuales, a diferencia de los procesos de los competidores que son industrializados.

ARR nació en el año 2018, inició como un proyecto familiar para brindar mantenimiento industrial, adquirió tornos, fresadoras y equipo para mantenimiento industrial. La empresa inició con hitos inesperados, pues fue del gusto de particulares y empresarios que le han brindado la oportunidad de trabajar, atendiendo servicios.

La calidad y trabajo de ARR fue reconocido cuando otra empresa estaba remodelando las instalaciones de un cliente y posteriormente le propusieron a ARR colocar de manera gratuita unos metros de piso epóxico, con el objetivo de que valoraran el servicio, calidad y durabilidad. Después de unas semanas notaron que el piso colocado logró muy buena adherencia, soportaba el peso de montacargas transportando mucho peso, el paso de trabajadores con zapatos sucios y grasosos. Fue así como se percataron de que el piso es de alta calidad, fácil de limpiar, no se raya y, sobre todo, sus diseños dan buena imagen.

Los modelos de negocio son clave para las empresas, ya que funcionan como mecanismos de ingresos con un esquema de representación que identifica cómo satisfacer a los clientes y sus necesidades, lo que si se elabora de la forma correcta se traducirá en beneficios para las empresas (Campos, 2010).

Los modelos de negocios son importantes para plasmar las ideas de los empresarios sobre el funcionamiento de sus empresas, porque permiten clarificar los objetivos que se desean alcanzar y anticiparse a posibles contratiempos.

Los modelos de negocio constantemente están ajustándose para dar respuesta a preguntas como ¿Qué haría que una persona quisiera comprar el producto o servicio que ofrece cierta empresa? (Jhonson, 2010).

Con esta tesis se pretende diseñar una estrategia de operación de la empresa dedicada al suministro y aplicación de pinturas industriales y pisos epóxicos, así como diseñar un modelo de negocio y desarrollar una estrategia legal, fiscal y contable para analizar la factibilidad de constituir la legalmente lo cual la beneficiara para calificar como sujeto de crédito, emitir comprobantes fiscales, y relacionarse sin restricciones con otras compañías y clientes.

El dueño invento una máquina para mejorar los procesos, pues cuando iniciaron los servicios, el operador tenía que pulir el piso sentado o hincado ya que la máquina es manual, ocasionando que los colaboradores de la empresa ARR se desgastaran físicamente, al percatarse del ese esfuerzo y los largos tiempos para el proceso de pulido, se hicieron adecuaciones a la pulidora y así logró que ésta se opere de pie, reduciendo tiempos y evitando desgaste físico de los operarios, por lo que se analizará la estrategia de protección intelectual de la invención la cual representa una ventaja competitiva para la empresa.

## 1.2 Objetivo general

Crear una propuesta de estrategia de operación de ARR, empresa de pinturas industriales y pisos epóxicos.

## 1.3 Objetivos específicos

- Diseñar un modelo de negocio para la empresa ARR.
- Desarrollar una estrategia legal y contable para analizar la factibilidad de constituir legalmente a la empresa.
- Crear una estrategia de protección de propiedad intelectual de la invención que representa la ventaja competitiva.

## 1.4 Justificación

La empresa familiar ARR hasta el momento no contaba con un plan y/o modelo de negocios, por lo que no se tenían las bases para operar de la forma adecuada y lograr posicionarse en el mercado, por lo que se diseña una propuesta de estrategia para la creación de la empresa legalmente constituida que permita una debida operación empresarial. Se desarrolló un modelo de negocio para establecer los objetivos y metas, cómo crear valor para los clientes, cómo llevar el servicio a quienes debe de llegar, apoyo para que la empresa familiar se mantenga competitiva.

ARR, no contaba con *marketing*, esta estrategia permitirá definir nichos de mercado a los cuales dirigirse directamente, permitirá conocer y entender al consumidor al que se dirige, ofreciéndole la calidad que busca y crear una fuerte relación con él.

La estrategia legal y contable permitirá incrementar las ventas, el emprendedor inicial se encontraba dado de alta ante el SAT como REPECO (régimen de pequeños contribuyentes), por lo que se analizó la estrategia de viabilidad de constituirse como persona física con actividad empresarial, con los alcances legales y fiscales que ello implica.

La innovación de la máquina que inventó el dueño, radica en reducir tiempos de entrega y desgaste de los trabajadores que aplican el piso epóxico, sin embargo, hasta el momento no se ha determinado alguna estrategia de propiedad intelectual para proteger la invención desarrollada por el emprendedor, por lo que se analizó la factibilidad de patentar.

Una perspectiva de trabajo, será la elaboración de un plan de negocios para determinar la operación y desarrollo de la empresa en un tiempo determinado.

Con esta estrategia la empresa ARR podrá lograr, estar debidamente constituida, generar beneficios legales y fiscales para los emprendedores familiares, ya que de acuerdo al tipo de sociedad bajo el que se constituyan permitirá salvaguardar su patrimonio. Del mismo modo pueden acceder a créditos bancarios si así lo requieren; tendrán mejor presencia en el mercado, registrando su marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y posicionándola entre los clientes, logrando mayor estabilidad comercial, así como participar ofreciendo servicios con el sector gubernamental, entre otros.

## **1.5 Alcances y limitaciones.**

Los alcances de la presente investigación consistieron en analizar la operación de los servicios ofrecidos por ARR, a fin de determinar el tipo de empresa a constituir, así como elaborar un modelo de negocios que les permita evaluar estratégicamente la posibilidad de mejora empresarial, así como estabilidad en el mercado ofreciendo valor a sus clientes.

Dentro de las limitaciones de la presente investigación, se analizó solo a ARR, estableciendo la propuesta de gestión para la creación de la empresa. Sin embargo, será decisión de los directivos de ARR poner en marcha dicha propuesta.



## Marco teórico

## 2. Capítulo 2: Marco teórico

En el presente capítulo se describirán los antecedentes de la empresa ARR, así como también se explicarán de manera teórica los conceptos mencionados en los objetivos específicos.

### 2.1 Antecedentes

Uno de los tantos productos a base de resinas epóxicas son las llamadas pinturas para pisos industriales, las cuales son usadas ampliamente por las empresas ya que poseen una alta resistencia química, resistencia a temperaturas altas y resistentes al tráfico pesado, entre otros. De la misma manera, existen pinturas a base de resinas epóxicas utilizadas para la prevención de corrosión extrema, protección a la humedad, y en ambientes donde se requiere un alto nivel de higiene (Osman *et al.*, 2017).

Las resinas epóxicas son utilizadas como matrices para materiales compuestos en diferentes tipos de aplicaciones en donde sus propiedades dieléctricas, químicas, térmicas y mecánicas son requeridas (Jaramillo *et al.*, 2004).

Campos (2016) realizó la investigación “Aplicación del modelo canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico en BRILDOR, S.L”, tuvo como objetivos: 1) diferenciar a la empresa de la competencia, a través de acciones de *marketing* y lo que le hace especial a sus productos, la personalización. 2) identificar cómo puede ayudar el plan de *marketing* a llegar a clientes potenciales y así incrementar las ventas y generar ingresos. 3) mejorar la comunicación con los clientes y lograr fidelizarlos a través de los canales del proyecto, el cual está basado en el método canvas, por último, 4) posicionar y darle visibilidad a la marca en un mercado cada vez más competitivo. La investigación llegó a las siguientes conclusiones: El aplicar el modelo canvas a la empresa es una excelente opción porque define todas las partes de un negocio y así poder aplicar

una adecuada implementación. Al terminar de completar el lienzo, se observa una perspectiva general del modelo de negocio. Gracias a la idea que nos proporciona la investigación de crear una tienda de productos específicos y personalizados la empresa se puede diferenciar de la competencia y alcanzar el éxito. La flexibilidad, innovación, inmediatez en realizar el pedido favorece a la empresa. Es una excelente propuesta crear una tienda virtual de gadgets dirigido al público objetivo descrito. Esta investigación guarda relación con la tesis desarrollada ya que se propone en ambas aplicar un modelo canvas para el negocio.

Manene (2013) en la revista Estrategias Empresariales: Topología, características y uso manifiesta: “Las Estrategias Empresariales”, son el conjunto de acciones que conducen a la consecución de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y factible de ser defendida ante la competencia, por medio de la armonización entre los recursos y capacidades existentes en la empresa y su entorno, con el fin de satisfacer los objetivos y las necesidades de los diversos grupos participantes en la organización empresarial. Para las empresas es importante la innovación de los productos y/o servicios, ya que solo mejorándolas continuamente se podrá sobrevivir en los mercados actuales, procurando ser pioneros con una adecuada visión estratégica para los nuevos productos y servicios.

### **2.1.1 Modelos de negocio**

Hay varios conceptos que buscan definir los modelos de negocio y su función en las empresas, pero pueden variar. Dichos modelos de negocio tienen como finalidad crear valor para la empresa y para el cliente y a su vez deben ser “sostenibles y deben permitir incorporar innovaciones constantemente” (Martínez, 2014).

Es importante tener claridad sobre la diferencia entre un modelo de negocios y una estrategia, relacionado directamente con cómo la organización hace dinero y entrega valor al cliente, mientras que la estrategia contiene el factor diferenciador y complementa al modelo de negocios para que este sea exitoso (Palacios & Duque, 2011), la tabla 1 muestra definiciones de negocios.

Tabla 1: Definiciones de modelo de negocios

Definiciones de modelo de negocios	
Al-Debei (2008)	El modelo de negocios es la representación de las organizaciones en cuanto a sus normas, procesos, diseños y desarrollos. Estos modelos se ven representados en los productos y/o servicios que las empresas ofrecen.
George & Bock (2011)	El modelo de negocios es aquella estructura organizacional basada en las características de la empresa y que sirve como punto de partida para desarrollar nuevas ideas y nuevos procesos, por eso también se considera un medio para la innovación en las empresas.
Martínez (2013)	Los modelos de negocio tienen como finalidad crear valor para la empresa y para el cliente y a su vez deben ser “sostenibles y deben permitir incorporar innovaciones constantemente”
Rajala & Westerlund (2005)	Consideran que los modelos de negocio son la forma de crear valor para los clientes y cómo las organizaciones transforman las oportunidades de negocios en puntos a favor mediante actividades y colaboraciones con otras empresas del sector.
Spieth & Schneider (2016)	Sugieren que los modelos de negocios, son las formas por medio de las cuales las empresas pueden generar ganancias manejando de manera adecuada sus costos, a la vez que logran satisfacer las necesidades del cliente con la finalidad de obtener un mayor beneficio de los recursos con los que cuentan.

Fuente: Bueno Castro, G. A. (2018)

Actualmente los modelos de negocio se caracterizan por la fluidez y la gestión para innovar en cada uno de sus procesos, permitiendo que éstos puedan liberar recursos y tiempo para encontrar nuevas formas de innovación. Dicha innovación es la que

les permite tener la ventaja sobre la competencia y a su vez generar ese factor de diferenciación que les ayude a cumplir sus objetivos (Weber, 2017).

Cabe mencionar que la innovación es toda aquella mejora o creación novedosa de un producto o servicio, así como los ajustes y mejoras que puedan hacer las organizaciones en sus procesos productivos. (OECD, 2018). El tipo de innovación que una organización desee implementar, dependerá del enfoque de la misma.

Tabla 2: Descripción de tipos de innovación

Tipo de innovación	Descripción
Innovación empresarial	Una innovación comercial es un producto o proceso comercial nuevo o mejorado (o una combinación de ambos) que difiere de los productos anteriores de la empresa y que se ha introducido en el mercado o puesto en uso.
Innovación en <i>marketing</i>	Es el resultado de aplicar un nuevo método de comercialización que se traduzca en cambios significativos de las variables del <i>marketing</i> y que contribuya al éxito comercial de un nuevo producto o servicio.
Innovación en procesos de negocio	Es un proceso de negocios nuevo o mejorado para una o más funciones de negocios que difiere significativamente de los procesos de negocios anteriores de la empresa y que se ha puesto en uso en la empresa.
Innovación en producto	Es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que ha sido introducido en el mercado.

Fuente: OECD (2018)

### **2.1.2 Plan de negocios.**

El plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos, y que se convierte en la guía de sus actividades diarias, ayuda a (Salazar, 2007):

- Poner en claro las ideas.
- Detectar las oportunidades.
- Anticiparse a cualquier riesgo o problema que pueda presentarse.
- Estudiar la factibilidad real de la idea antes de realizar un compromiso financiero y personal (tiempo y dinero) significativo.
- Obtener financiamiento, ya sea mediante préstamo bancario o por inversionistas.
- Buscar futuros empleados.
- Revisar periódicamente los avances y fijar nuevas rutas de acción.

Es conveniente desarrollar un plan de negocios, sirve como carta de presentación ante posibles socios, proveedores e instituciones bancarias. Con él se podrá verificar la idea o qué tan buena sería la nueva empresa en términos de clientela y ganancias.

El plan de negocios no es un documento estático, por el contrario, se trata de un plan “dinámico, cambiante y adaptable que se renueva de manera forzosa con el tiempo”, de acuerdo con la respuesta y resultados que se obtienen (Salazar, 2007).

Tabla 3: Contenido del plan de negocios

Pasos	Descripción
Selección y presentación de la idea.	Esta sección sirve para darle forma a la idea, justificando su creación y redactando, entre otros puntos, misión, objetivos y ventajas del mismo.
Mercadotecnia.	Punto relativo a los probables clientes potenciales, dónde están, cuántos son y dónde compran para diseñar un buen plan de introducción al mercado.
Recursos materiales y logísticos.	Se planearán aspectos como las necesidades de materiales, equipo, proveedores y controles de calidad.
Recursos humanos y aspectos legales.	En esta sección se revisarán los aspectos relacionados con el personal, puestos y funciones específicas, así como el marco legal a que deberá sujetarse la empresa.
Finanzas.	Este rubro se refiere a la cantidad de dinero necesaria para iniciar la empresa, dónde se obtendrá, y cuáles serán los gastos y ganancias en un periodo determinado.
Plan de trabajo.	Se requiere elaborar un cronograma de las actividades que marquen los tiempos para iniciar las operaciones de la empresa.

Fuente: Salazar (2007).

### 2.1.3 Estrategia

Las organizaciones deben pensar siempre en la aplicación del principio de continuidad, y eso quiere decir que los objetivos se deben establecer siempre en el largo plazo para que se puedan estructurar de forma congruente con lo que el mercado exige. Este es uno de los aspectos fundamentales de las estrategias: pensar siempre hacia adelante, en el futuro, colocando todas las fichas necesarias en el tablero y moviéndolas de tal manera que el horizonte se torne lo más predecible posible, la tabla 4 muestra definiciones de estrategia según diferentes autores.

Tabla 4: Definiciones de estrategia

Definiciones	
Vasconcellos (2001)	Señala que la estrategia es “decidir dónde, cuándo y cómo enfrentar al enemigo. Decidir entre diferentes opciones es un dilema que sólo se discurre cuando se es capaz de analizar cada situación y tratar de establecer los beneficios que sobrevendrán de esa decisión”.
Chandler (2003)	Concibe que la estrategia es “la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas”.
Schendell y Hatten (1972)	Afirman que la estrategia es “el conjunto de fines y objetivos básicos de la organización, los principales programas de acción escogidos para alcanzar estos fines y objetivos, y los sistemas más importantes de asignación de recursos usados para relacionar a la organización con su entorno”.
Carneiro (2010)	Afirma que la estrategia es “la orientación en el actuar futuro, el establecimiento de un fin, en un plazo estimado como aceptable hacia el cual orientar el rumbo empresarial”.

Fuente: De la Cruz y Román (2015)

Después de analizar a todos los autores que hablan sobre estrategias, se concluye que una estrategia es aquella que facilita la forma de cómo se llega a solucionar un problema o lograr objetivos y metas planteadas por los dirigentes de una organización.

#### **2.1.4 Estudio Legal.**

El estudio legal está relacionado con la constitución de la empresa desde el punto de vista legal o jurídico. En su elaboración se deben considerar los siguientes temas (Tomas, 2021):

- Tipo de empresa a constituir

Una empresa es un grupo de personas para adelantar labores mancomunadas, ya sean con fines de lucro o no. Una vez constituidas legalmente forman una persona jurídica distinta de los socios considerados. El código civil la define como un contrato por el que dos o más personas estipulan poner un capital u otros efectos en común, para repartirse entre sí las ganancias o pérdidas de la operación.

- Marco jurídico de constitución

Describe todas las normas que existen que apliquen al tipo de empresa que se ha decidido constituir y que se ajustan a las necesidades del proyecto.

- Requisitos legales de constitución

De acuerdo al tipo de sociedad a crear, se debe buscar la forma legal de constituir la, ya sea mediante escritura, documento privado, acta de constitución estatuto ante notario o juez.

- Tipos de personas según el SAT

Para fines fiscales, es necesario definir si un contribuyente realizará sus actividades económicas como persona física o como persona moral. En cada caso tiene requisitos y un trato fiscal distinto.

Tabla 5: Tipos de personas según el SAT.

Tipos de personas según el SAT.	Descripción
Persona física	<p>Es un individuo que realiza cualquier actividad económica (vendedor, comerciante, empleado, profesionista, etc.), el cual tiene derechos y obligaciones.</p> <p>Los regímenes para las personas físicas se clasifican de acuerdo con sus actividades e ingresos y son: (Emprendedor, conoce los regímenes fiscales de las personas físicas, s. f.):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Régimen simplificado de confianza</li> <li>• Sueldos y salarios e ingresos asimilados a salarios</li> <li>• Régimen de actividades empresariales y profesionales</li> <li>• Régimen de incorporación fiscal</li> <li>• Enajenación de bienes</li> <li>• Régimen de actividades empresariales con ingresos a través de plataformas tecnológicas</li> <li>• Régimen de arrendamiento</li> <li>• Intereses</li> <li>• Obtención de premios</li> <li>• Dividendos</li> <li>• Demás ingresos</li> </ul>
Régimen simplificado de confianza.	<p>Pueden inscribirse aquellas personas físicas que realicen únicamente actividades empresariales, profesionales u otorguen el uso o goce temporal de bienes, si los ingresos propios de la actividad o actividades, obtenidos en el ejercicio inmediato anterior, no exceden de los \$3.500.000 pesos.</p>

<p>Régimen de actividades empresariales con ingresos a través de plataformas tecnológicas.</p>	<p>Este esquema facilita y simplifica el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, al contar con la opción de que las plataformas tecnológicas les retengan el impuesto sobre la renta (ISR) e impuesto al valor agregado (IVA) de forma definitiva y los paguen directamente al SAT, de esta forma ya no realizarán las declaraciones mensuales, en virtud de que las retenciones que les efectúe la plataforma tecnológica tienen el carácter de pago definitivo.</p>
<p>Régimen de arrendamiento</p>	<p>Las personas físicas que son dueñas de un bien inmueble como una casa, edificio, departamento, local comercial, terreno o bodega y autorizan a otras personas para que lo utilicen por un tiempo y fines establecidos, a cambio de una cantidad periódica de dinero (renta).</p>
<p>Régimen de actividades empresariales y profesionales</p>	<p>Pueden tributar aquellas personas físicas que obtienen ingresos por actividades comerciales (restaurantes, cafeterías, escuelas, farmacias, etc.), industriales (minería, textil y calzado, farmacéutica, construcción), enajenación de bienes, de autotransporte, sin importar el monto de los ingresos que perciban, así como aquellas personas físicas que presten servicios profesionales (médicos, abogados, contadores, dentistas, etc.)</p>
<p>Persona moral</p>	<p>El conjunto de personas físicas, que se unen para realizar un fin colectivo, son entes creados por el derecho, no tienen realidad material o corporal (no se pueden tocar como tal en el caso de una persona física), pero la ley les da capacidad jurídica para tener derechos y obligaciones.</p>

Fuente: (Emprendedor, conoce los regímenes fiscales de las personas físicas, s. f.)

### **2.1.5 Propiedad industrial.**

Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI, 2013) la propiedad industrial, es la que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia.

Diseños industriales – Marca.

Para (OMPI, 2013) una marca es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada. Su origen se remonta a la antigüedad, cuando los artesanos reproducían sus firmas o "marcas" en sus productos utilitarios o artísticos. A lo largo de los años, estas marcas han evolucionado hasta configurar el actual sistema de registro y protección de marcas. El sistema ayuda a los consumidores a identificar y comprar un producto o servicio que, por su carácter y calidad, indicados por su marca única, se adecua a sus necesidades.

III

## Metodología

## 3. Capítulo 3: Metodología

En este capítulo se analizan, describen y definen los conceptos y herramientas que darán soporte de manera eficiente y eficaz para alcanzar los resultados deseados de “Crear una propuesta de estrategia de operación de la empresa de pinturas industriales y pisos epóxicos ARR.”

### 3.1 Modelos de negocio canvas

El modelo de negocio Canvas usa un lienzo que deja al emprendedor la libertad de moldear su idea de negocio, siguiendo la técnica de building blocks como dice Blank, misma que permite observar los nueve bloques de negocio en una sola página, donde se pueden analizar las hipótesis de cada bloque del modelo (Blank 2013).

Tabla 6: Los nueve módulos canvas.

Los nueve módulos canvas.	
Segmentos de mercado	Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.
Propuestas de valor	Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor.
Canales	Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.
Relaciones con clientes	Se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.
Fuentes de ingresos	Se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.
Recursos clave	Describe los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.

Actividades clave	Describe las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.
Socios clave	Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.
Estructura de costes	Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

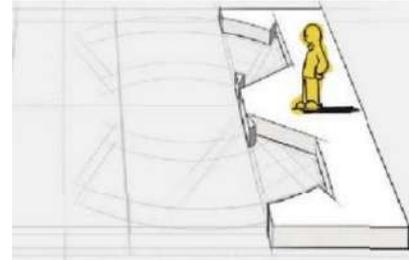
Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2011)



Ilustración 1: Canvas de negocio.

### 3.1.1 Segmentos de mercado

Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que las empresas no pueden sobrevivir mucho tiempo si no cuentan con clientes rentables, es posible aumentar la satisfacción de estos agrupándolos en diferentes segmentos según



necesidades, comportamientos y atributos relacionados. Un modelo de negocio puede tener uno o varios segmentos de mercado grandes o pequeños. Las empresas deben seleccionar, con decisiones fundamentadas, los segmentos o nichos de mercado a los cuales se va a dirigir. Una vez tomada la decisión, ya se puede diseñar un modelo de negocio basado en conocimientos perfectamente analizado de las necesidades específicas del cliente objetivo (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Los grupos de clientes pertenecen a segmentos diferentes si:

- Requieren y justifican una oferta diferente.
- Son necesarios diferentes canales de distribución.
- Requieren un tipo de relación diferente.
- Su índice de rentabilidad es diferente.
- Están dispuestos a pagar por diferentes aspectos de la oferta.

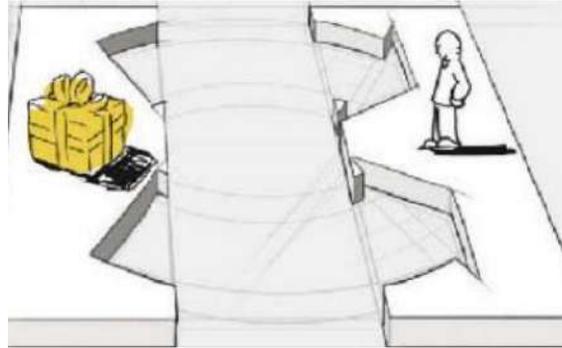
Tabla 7: Segmentos de mercado.

Segmentos de mercado
Existen varios segmentos de mercado.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado de masas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicho de mercado</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado segmentado</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado diversificado</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados multilaterales</li> </ul>

Fuente: (Osterwalder & Pigneur, 2011)

### 3.1.2 Propuestas de valor

La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decline por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad de los mismos. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. La propuesta de valor es ventajas que una empresa ofrece a los clientes (Osterwalder & Pigneur, 2011).



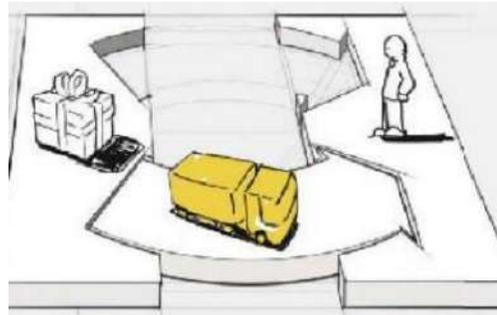
Algunas propuestas de valor pueden ser innovadoras y presentar una oferta nueva mientras que otras pueden ser parecidas a ofertas ya existentes e incluir alguna característica o atributo adicional.

Una propuesta crea valor para un segmento de mercado gracias a una mezcla específica de elementos adecuados a sus necesidades. Los valores pueden ser cuantitativos (precio, velocidad del servicio, etc.) o cualitativos (diseño, experiencia del cliente, etc.).

- ✓ **Diseño:** El diseño es un factor importante, aunque difícil de medir. Un producto puede destacar por la superior calidad de su diseño.
- ✓ **Personalización:** Adaptación de los productos y servicios a las necesidades de los clientes o segmentos de mercado crea valor.
- ✓ **Precio:** Ofrecer un valor similar a un precio inferior es una práctica común para satisfacer necesidades de los segmentos del mercado que se rigen por el precio. No obstante, las propuestas de valor de bajo precio tienen implicaciones importantes para los demás aspectos de un modelo de negocio (Osterwalder & Pigneur, 2011).

### 3.1.3 Canales

Los canales de comunicación, distribución y ventas establecen el contacto entre la empresa y los clientes, son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia (Osterwalder & Pigneur, 2011).



Los canales tienen, entre otras, las funciones siguientes:

- Dar a conocer a los clientes los productos y servicios de la empresa.
- Ayuda a los clientes a evaluar la propuesta de valor de una empresa.
- Permitir que los clientes compren productos y servicios específicos.
- Proporcionar a los clientes una propuesta de valor.
- Ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa.

El canal que utilizaremos para la empresa ARR, son canales propios directos, como un sitio web.

En los canales propios, especialmente en los directos, los márgenes de beneficios son mayores, pero el coste de su puesta en marcha y gestión puede ser elevado. El objetivo principal es que los clientes de ARR disfruten de una experiencia extraordinaria y los ingresos aumenten lo máximo posible.

Página Web ARR

Diagrama de Gantt

ACTIVIDAD	SEMANAS																															
	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Realización del Brief, ARR																																
Crear cuentas publicitarias, redes sociales (facebook, twitter, instagram, página web) .																																
Crear página web																																
Diseño de calendario para programar los días en que se va a subir contenido a cada red social.																																
Propuestas gráficas																																
Junta creativa: definir propuestas gráficas																																
Creación de gráficos a utilizar																																
Creación de Catalogo de Servicios y Productos																																
Primera revisión de la página web																																
Desarrollar contenidos																																
Objetivos del plan social media y estrategias																																
Propuesta del plan de acción																																
Presupuesto																																
Segunda revisión de página																																
Pago de hosting y dominio																																
Subir y presentar página web																																
Medición de resultados																																

Ilustración 2: Diagrama de Gantt.

Fuente: Elaboración propia.

La imagen anterior es un diagrama de Gantt en donde se muestra la programación de las actividades.

### Objetivos

#### Objetivo general.

Aumentar las ventas y la participación de la marca ARR en el mercado a nivel local y estatal a través de un plan de social media a mediano plazo.

#### Objetivos específicos.

- Crear una página web de la empresa ARR a través de la plataforma webador.

- Reanimar la página oficial de Facebook e Instagram con nueva publicidad, con ayuda de un calendario en donde se establezcan los días de la semana en los que se subirá el contenido.
- Crear nuevas cuentas en redes sociales como Tik tok y “X” que servirán para llegar a más clientes.
- Generar contenido de fotos y videos publicitarios para alimentar redes sociales.

### Definir al público objetivo

Se tienen 2 tipos de públicos objetivos en los que se centró esta investigación, que son los siguientes:

El primer público objetivo de este plan de social media son las industrias pertenecientes a cualquier estado de la república mexicana giros comerciales automotrices y alimentarios que requieren de contar con pisos especiales que soporten el peso de los tipos de transportes que se utilizan dentro de la misma y que además deben cumplir con ciertas normas sanitarias gubernamentales.

El segundo tipo de público son todas las personas de entre 25 y 50 años, con un nivel socio económico C, C+ y A/B, sin importar su grado de escolaridad, que busquen decorar o renovar cualquier espacio de su hogar de manera más moderna pudiendo elegir temas discretos o exóticos.

### Estrategias y plan de acción

- ✓ Manejo de redes sociales
- ✓ Imagen de la empresa
- ✓ Conseguir ventas online
- ✓ Lanzamiento de la página web
- ✓ Fidelización de clientes
- ✓ Captación de Lead

Plan de acción

**Manejo de redes:** ARR ya contaba con presencia en dos redes sociales Instagram y Facebook, sin embargo, las dos se encontraban en pausa, sin nuevas publicaciones, además la empresa consideró implementar cuentas en otras redes sociales como Tik tok y “X”.

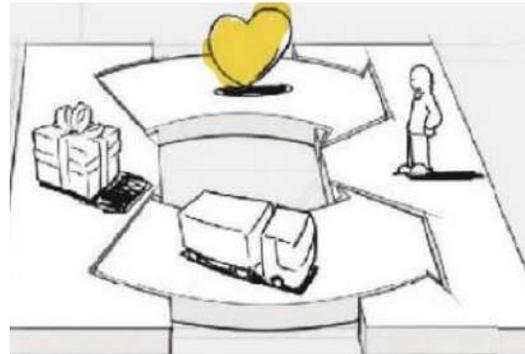
**Imagen de marca:** Una vez creadas las nuevas redes propuestas, se reactivaron todas las redes sociales de ARR, se debía garantizar captar la atención de los clientes, por lo que se comenzó a crear buen nivel para cada red social, se realizó un calendario con los días y horas en que se publicaría en cada perfil y el tipo de contenido, a veces se programa contenido formal y en otras un poco más divertido y con estrategias para interactuar con nuestros seguidores y clientes, de forma que los usuarios sientan conexión con la empresa y ganen atención.

**Conseguir ventas en línea:** ARR no vende productos si no servicios que también se ofrecen a través de redes sociales, una estrategia fue unirse a grupos de Facebook con actividades relacionadas al suministro y aplicación de pisos epóxicos, en los grupos se solicita autorización de los administradores para publicar contenido sobre ARR, de esta forma la empresa llega a nuevos clientes los cuales solicitan información y cotización a través de las redes sociales o al whatsApp indicadas en los promocionales.

**Creación y lanzamiento de la página web:** Se inició el diseño de la web para ARR con contenido informativo sobre el trabajo de la empresa, utilizando imágenes de proyectos realizados durante su trayectoria, se realizan juntas para revisiones de la página donde participa el dueño y la gerente administrativa, considerando las observaciones y sugerencias los cambios necesarios hasta que el dueño apruebe la página para lanzarla.

### 3.1.4 Relaciones con clientes

Las empresas deben definir el tipo de relación que desea establecer con cada segmento de mercado. La relación puede ser personal o automatizada. Las relaciones con los clientes pueden estar basadas en los fundamentos siguientes (Osterwalder & Pigneur,2011):



- ✚ Captación de clientes.
- ✚ Fidelización de clientes.
- ✚ Estimulación de las ventas (venta sugestiva).

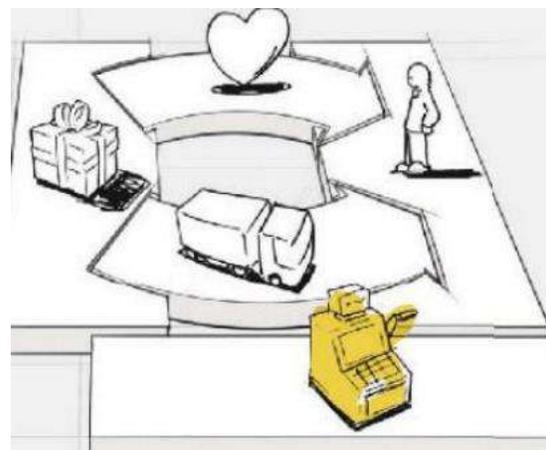
La relación que exige el modelo de negocio de una empresa repercute en la experiencia global del cliente.

Existen varias categorías de relaciones con clientes que pueden coexistir en las relaciones que una empresa mantiene con un segmento de mercado determinado.

### 3.1.5 Fuentes de ingresos

El módulo de fuentes de ingreso se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado.

Las empresas siempre se deben preguntar: ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Si responde correctamente a esa pregunta, entonces la empresa podrá crear fuentes de ingresos en cada segmento de mercado. Cada



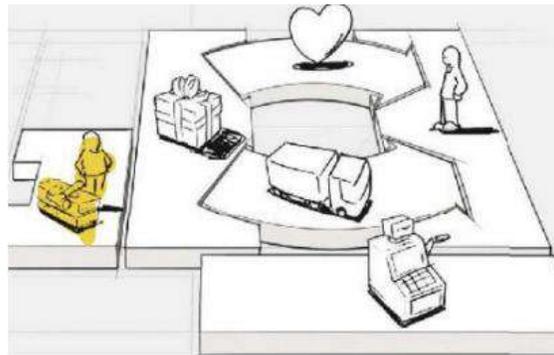
fuentes de ingresos puede tener un mecanismo de fijación de precios diferente: como lista de precios fijos, negociaciones, subastas, según mercado, según volumen o gestión de la rentabilidad (Osterwalder & Pigneur,2011).

Un modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos:

1. Ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de clientes.
2. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio de suministro de una propuesta de valor o del servicio posventa de atención al cliente.

### 3.1.6 Recursos clave

Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer propuestas de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes.



Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave (Osterwalder & Pigneur, 2011).

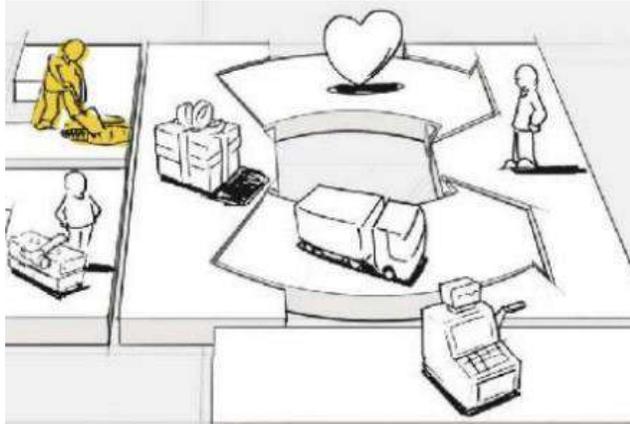
**Físicos:** En esta categoría se incluyen los activos físicos, como instalaciones de fabricación, edificios, vehículos, máquinas, sistemas, puntos de venta y redes de distribución.

**Humanos:** Todas las empresas necesitan recursos humanos, aunque en algunos modelos de negocio las personas son más importantes que otros. ARR requiere personal creativo, especializado para poder realizar el trabajo, por lo que los recursos humanos son vitales.

**Económicos:** ARR requiere recursos económicos como dinero en efectivo y en caso de proyectos muy grandes una línea de crédito.

### 3.1.7 Actividades clave

Todos los modelos de negocio requieren una serie de actividades clave. Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, y al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar



a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos. Además, las actividades también varían en función del modelo de negocio (Osterwalder & Pigneur,2011).

**Producción:** Estas actividades están relacionadas con el diseño, la fabricación y la entrega de un producto en grandes cantidades o con una calidad superior. La actividad de producción es la predominante en los modelos de negocio de las empresas.

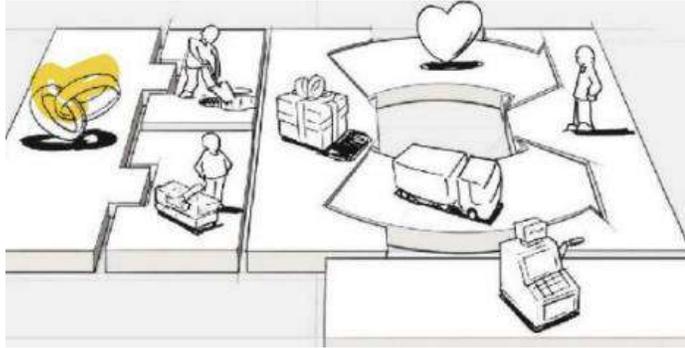
**Resolución de problemas:** Este tipo de actividades implica la búsqueda de soluciones nuevas a los problemas individuales de cada cliente.

**Plataforma/red:** Los modelos de negocio diseñados con una plataforma como recurso clave están subordinados a las actividades clave relacionadas con la plataforma o la red.

### 3.1.8 Asociaciones clave.

Las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio.

Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de



negocio, reducir riesgos o adquirir recursos. Existen cuatro tipos de asociaciones (Osterwalder & Pigneur,2011):

1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
2. Competición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
3. Joint venture: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios.
4. Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.

Para establecer asociaciones es importante distinguir entre tres motivaciones (Osterwalder & Pigneur,2011):

**Optimización y economía de escala:** La forma de asociación o relación cliente-proveedor pretende optimizar la asignación de recursos y actividades, no es lógico que una empresa posea todos los recursos o realice todas las actividades.

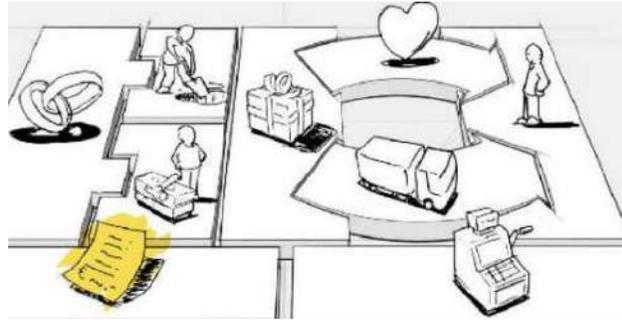
**Reducción de riesgos e incertidumbre:** Las asociaciones también pueden servir para reducir riesgos en un entorno competitivo donde prima la incertidumbre. Es frecuente que los competidores creen alianzas estratégicas en un área a la vez que compiten en otra.

**Compra de determinados recursos y actividades:** Son pocas las empresas que poseen todos los recursos necesarios o realizan todas las actividades especificadas en su modelo de negocios. Por lo general las empresas recurren a otras

organizaciones para obtener determinados recursos o realizar ciertas actividades y aumentar así su capacidad.

### 3.1.9 Estructura de costes.

En este punto se describen los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con



los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. Estos costes son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave. No obstante, algunos modelos de negocio implican más costes que otros (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Es importante distinguir entre dos amplias clases de estructura de costes:

**Según costes:** El objetivo de los modelos de negocio basados en los costes es recortar gastos en donde sea posible. Este enfoque pretende crear y mantener una estructura de costes lo más reducida posible, con propuestas de valor de bajo precio, el máximo uso posible de sistemas automáticos y un elevado grado de externalización.

**Según valor:** Algunas empresas no consideran que los costes de un modelo de negocio sean una prioridad, sino que prefieren centrarse en la creación de valor. Normalmente, las propuestas de valor premium y los servicios personalizados son rasgos característicos de los modelos de negocio basados en el valor.

### 3.2 Matriz o análisis FODA.

El análisis FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa un mercado, o sencillamente a una persona, es aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o estudio (Riquelme Leiva, 2016). Se recurre a esta matriz para desarrollar una estrategia de negocio que sea solida a futuro.

#### Análisis FODA.

Tabla 8: Análisis FODA.

FORTALEZAS (Internas)	OPORTUNIDADES (Externas)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proceso innovador y competitivo dentro del mercado.</li> <li>✓ Proceso realizado con materia prima de alta calidad.</li> <li>✓ Reconocimiento por clientes de la región.</li> <li>✓ Diseños personalizados.</li> <li>✓ Procesos ergonómicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Expansión de operaciones en otros estados de la república.</li> <li>✓ Catálogo de productos y servicios físicos y digitales.</li> <li>✓ Patentar procesos y maquinaria.</li> <li>✓ Registro de marca ARR.</li> <li>✓ Lograr precios competitivos para aplicaciones residenciales.</li> </ul>
DEBILIDADES (Internas)	AMENAZAS (Externas)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Línea de diseño de alto costo.</li> <li>✓ No cuenta con <i>marketing</i> digital.</li> <li>✓ Falta de mano de obra calificada.</li> <li>✓ Altos costos por capacitación a personal.</li> <li>✓ Falta de página web</li> <li>✓ Falta de estudio de mercado y/o segmentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nuevos competidores.</li> <li>✓ Alza de precios en la materia prima.</li> <li>✓ Financiamiento de alto costo para realizar los proyectos.</li> <li>✓ Licitaciones lentas.</li> <li>✓ Cambios en la legislación fiscal.</li> <li>✓ No está bien identificado el segmento adecuado a atender.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### **3.3 Desarrollo de una estrategia legal y contable para analizar la factibilidad de constituir legalmente a la empresa ARR**

#### **3.3.1 Estrategia legal**

Cumplir con la autoridad y las obligaciones fiscales ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) es muy importante para toda persona física o persona moral.

En México, el SAT es el encargado de vigilar que todos los contribuyentes cumplan con sus obligaciones fiscales.

La empresa ARR inició con régimen fiscal, Régimen de pequeños contribuyentes (REPECO).

Después de analizar los tipos de personas y obligaciones que se deben cumplir ante el SAT, el régimen adecuado para la empresa ARR es “Personas físicas con actividad empresarial”.

**Régimen de actividades empresariales:** las personas con actividad empresarial tienen un negocio propio y realizan actividades relacionadas con el autotransporte, restaurante, taller mecánico, cafetería, imprenta o cualquier tipo de local comercial, escuela, jardín de niños, etc., deben cumplir las obligaciones indicadas en tabla 9.

Tabla 9: Obligaciones fiscales específicamente para personas físicas con actividades empresariales.

Obligaciones fiscales para el régimen de actividades empresariales.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si hay un cambio en la actividad o domicilio actualizados los datos desde el portal del SAT, se modificará la información del RFC.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expedir facturas electrónicas que contengan el sello digital del SAT cada vez que se realice una venta.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si bajo este régimen no logra generar ingresos mayores a los dos millones de pesos al año, únicamente se deberán registrar los ingresos, gastos e inversiones. Si se superan, es obligatorio llevar contabilidad por vía electrónica mediante un sistema capaz de generar archivos en XML.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentar declaraciones mensuales, anuales e informativas ante el SAT. Eso implica informar los gastos, ganancias y el IVA. Así como realizar los pagos derivados de dichas declaraciones.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tiene la obligación de presentar mensualmente la Declaración Informativa de Operaciones con Terceros (DIOT).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada año se debe formular un estado de posición financiera y levantar el inventario de existencias el 31 de diciembre.</li> </ul>

Fuente: Portal de trámites y servicios - SAT. (s. f.).

Es importante cumplir los requisitos que proporciona el SAT para darse de alta como personas físicas en cualquier régimen fiscal, se mencionan en la tabla 10.

Tabla 10: Requisitos para darse de alta como personas físicas en cualquier régimen fiscal.

Requisitos para darse de alta como persona física en cualquier régimen fiscal
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un disco compacto o una USB con los archivos de requerimiento con la extensión. req, que se generan a través de la aplicación Certifica, solicitud que el contribuyente hace al SAT para poder descargar desde el sitio oficial, un software que tiene la función de generar FIEL y CSD de los usuarios de facturas electrónicas. (SOLCEDI).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El formato FE, un formato empleado para realizar solicitudes de firma electrónica, que es muy importante presentar de forma correcta y por duplicado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una copia certificada del acta de nacimiento, si los datos de la Clave Única de Registro de Población (CURP) no se han certificado, carta de naturalización o documento migratorio vigente como el pasaporte.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Original o copia de identificación oficial, ya sea INE, cédula profesional, pasaporte, etc.</li> </ul>

Fuente: Portal de trámites y servicios - SAT. (s. f.).

En cualquiera de estos regímenes pueden darse de alta las personas físicas según su actividad. Además, cada una lleva consigo obligaciones fiscales que deben cumplirse de forma obligatoria.

No cumplir en tiempo y forma con las obligaciones fiscales como persona física ante el SAT puede conllevar una serie de sanciones.

### 3.3.2 Estrategia contable

Las personas físicas con actividad empresarial y profesional cuyos ingresos no sean mayores a dos millones de pesos y utilicen la plataforma de Mis Cuentas, o se encuentren en el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), quedan exentas de presentar la contabilidad electrónica. En la siguiente tabla 11, se indica cómo se debe llevar la contabilidad para el régimen fiscal antes mencionado.

Tabla 11: Cómo debe ser la contabilidad para personas físicas con actividad empresarial.

Contabilidad para Personas física con actividad empresarial
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si los ingresos en el año anterior no excedieron a dos millones de pesos, se puede llevar la contabilidad en el programa Mis cuentas donde se registran los ingresos, gastos e inversiones.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para ingresar al programa solo se requiere el registro federal de contribuyentes (RFC) y contraseña.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con la aplicación Mis cuentas, se tiene la opción de generar y emitir facturas electrónicas y consultar tanto la relación de ingresos y gastos capturados, como las facturas emitidas.</li> <li>• Si los ingresos excedieron del monto antes mencionado, se debe llevar contabilidad en sistemas electrónicos con la capacidad de generar archivos en formato XML.</li> </ul>

Fuente: Portal de trámites y servicios - SAT. (s. f.).

### 3.4 Creación de una estrategia de protección de propiedad intelectual de la invención que representa la ventaja competitiva de ARR

Como parte de la operación se cuenta con el siguiente proceso en suministro y aplicación de piso epóxico:



Tabla 12: Equipamiento de desbastadora (invención del dueño de la empresa ARR).



**Pulidora:** Son herramientas eléctricas cuya versatilidad es importante para pulir salientes o bordes, así como soltar remaches, redondear ángulos, cortar metales, etc.



**Desbastadora:** Es una herramienta versátil y libre de polvo para preparar superficies. Se utiliza en superficies de concreto. Elimina líneas del tráfico, epóxicos y pintura.



**Discos de diamante:** es un utensilio cuyo poder de corte va más allá que el de un disco abrasivo común. Estos discos más comunes están fabricados con óxido de aluminio o carburo de silicio.



**Motor trifásico:** Debe el término a que se alimenta de energía eléctrica trifásica. Las instalaciones monofásicas son más propias de hogares, con tensiones que van de 120 a 230 voltios y potencias que quedan por debajo de los 10 Kw.

Equipo anterior:

Pulidora manual.

- Una aspiradora.
- Dos operadores
- Tiempos largos de proceso
- Desgaste físico de trabajadores
- No ergonómico



Ilustración 3: Equipo anterior.

**Nuevo equipo** (prototipo en ejecución):

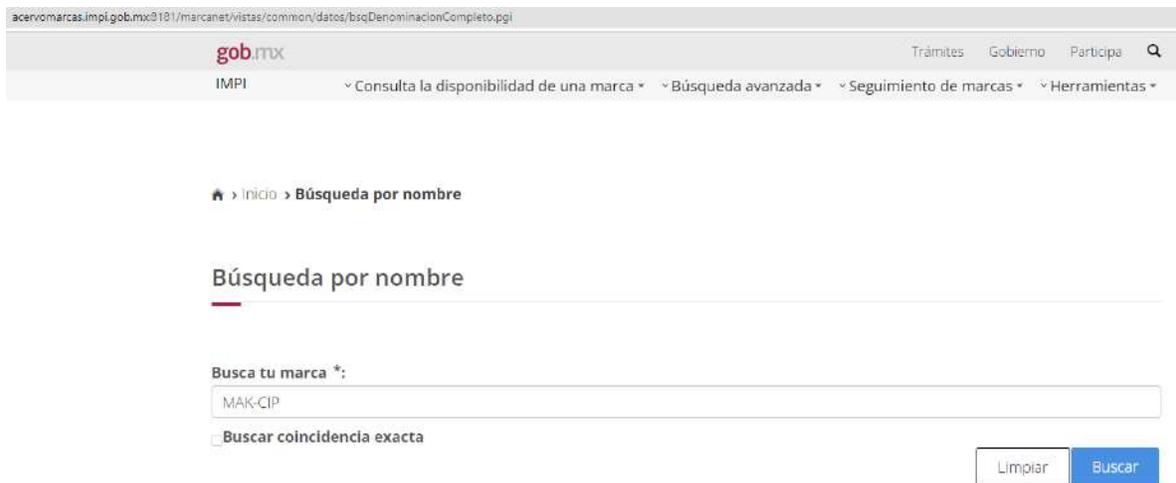
Desbastadora semi automática.

- No existe una igual en el mercado, con esa capacidad.
- Se opera de pie
- Reduce tiempos de operación
- Menor desgaste físico.
- Brinda mayor ergonomía.



Ilustración 4: Equipo nuevo.

**Registro de marca:** Se realiza una búsqueda en la base de datos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, en específico en la relacionada con marcas, Marcanet, sin encontrar resultados, por lo que se encuentra disponible y se solicita el registro de marca. Cabe mencionar que la vigencia de las marcas registradas es de 10 años a partir de la fecha de otorgamiento, debiendo realizar la declaración de uso real y efectivo que prevé la Ley Federal de Protección a la propiedad Industrial; al concluir la vigencia de 10 años, se puede renovar por el mismo periodo. A continuación, se presentan capturas de pantalla con los resultados de la búsqueda fonética efectuada, que arroja que la marca es viable de registro por lo que se solicitará el registro de marca:



acercomarcas.impi.gob.mx/2101/marcanet/vistas/comision/datos/bsqDenominacionCompleto.cgi

gob.MEX Trámites Gobierno Participa Q

IMPI Consultar la disponibilidad de una marca Búsqueda avanzada Seguimiento de marcas Herramientas

Inicio > Búsqueda por nombre

### Búsqueda por nombre

Busca tu marca \*:

Buscar coincidencia exacta

Limpiar Buscar

Ilustración 5: Búsqueda IMPI

Fuente: IMPI. (s. f.).

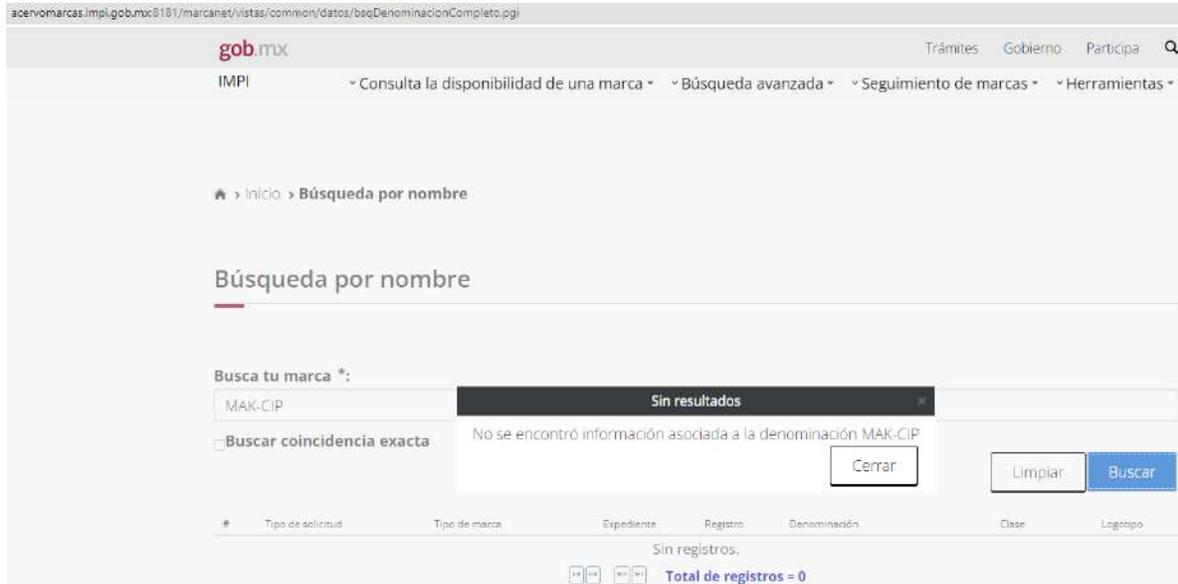


Ilustración 6: Resultados de búsqueda IMPI.

Fuente: IMPI. (s. f.).

A continuación, se presenta un diagrama de Gantt para analizar el tiempo de trabajo y la viabilidad de registrar el logotipo, marca y máquina desbastadora.

DIAGRAMA DE GANTT, PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

ACTIVIDAD	SEMANAS																																			
	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Diseño de logotipo																																				
Junta creativa para definir propuestas																																				
Validar en Marcanet si está disponible																																				
Junta para determinar la viabilidad de registrar la marca MAK-CIP																																				
Validar en Marcanet si está disponible																																				
Junta para determinar la viabilidad de registrar la máquina desbastadora																																				
Validar en Marcanet si está disponible																																				
Validar el presupuesto disponible																																				
Recabar la información y documentación necesaria																																				
Gestionar los registros																																				

Ilustración 7: Diagrama de Gantt, protección de propiedad intelectual.

Fuente: Elaboración propia

IV

## Resultados y Discusión

## 4. Capítulo 4: Resultados y Discusión

En este capítulo se relacionan, exponen, analizan y describen los resultados obtenidos.

### 4.1 Modelo de negocios canvas

Se eligió el modelo de negocios canvas ya que es una herramienta ideal para comprender un modelo de negocio de forma más directa y estructurada. Este modelo permite visualizar la información de los clientes, las propuestas de valor que ofrece la empresa a través de canales.

Así mismo, es una herramienta que ayuda a tener una visión global de la empresa, esto facilitó innovar para adaptarse a los cambios del mercado. No solo ayuda a identificar quienes son los clientes y servicios, sino que también a que todos los miembros de la empresa tengan el mismo enfoque.

## CANVAS DE NEGOCIO ARR

MODELO DE NEGOCIO: TÉCNICA DEL CANVAS ARR				
Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
<p>Proveedores de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Resinas, de arena, de pintura</li> <li>* Cintas, rodillos, brochas etc.</li> <li>* Plásticos, herramientas.</li> <li>* Guantes y equipo de seguridad.</li> </ul> <p>Alianzas estratégicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Tabla roca</li> <li>* Multiservicios R&amp;R</li> <li>* Médico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Suministro y aplicación de piso epóxico.</li> <li>* Variedad de diseños.</li> <li>* Variedad de terminados</li> <li>* Tiempos de secado.</li> <li>* Correcta aplicación del producto.</li> <li>* Diseños e ideas de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Capacitación al personal en Norma oficial mexicana NOM-018-STPS-2015.</li> <li>* Capacitación al personal en Lineamientos de seguridad para contratistas DC3.</li> <li>* Precios accesibles.</li> <li>* Garantía de 6 meses.</li> <li>* Productos de grado alimenticio no tóxicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Atención personalizada.</li> <li>* Redes sociales.</li> <li>* Página web.</li> <li>* Aplicación de pruebas gratuitas</li> <li>* Asesoría técnica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 39% Sector Manufacturero.</li> <li>* 31% Sector Industrial.</li> <li>* 7 % Sector de alimentos.</li> <li>* 23 % Otros.</li> </ul>
	<p><b>Recursos Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Mano de obra calificada</li> <li>* Maquinaria</li> <li>* Transporte</li> <li>* Insumos</li> <li>* Instalaciones propias</li> <li>* Recursos económicos propios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Antiderrapante</li> <li>* Proceso artesanal.</li> <li>* Calidad</li> <li>* Diseños personalizados.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto brillo</li> <li>- Cáscara de naranja</li> <li>- Marmoleado</li> <li>- 3D</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Canales de distribución y Comunicación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Visitas personalizadas</li> <li>* Atención los 365 días de l año</li> <li>* Atención telefónica y WhatsApp</li> <li>* Correo electrónico</li> <li>* Página web.</li> <li>* Redes sociales.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- Instagram</li> <li>- "X"</li> <li>- Tik Tok</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Pago a los trabajadores</li> <li>* Seguridad Social</li> <li>* Viáticos</li> <li>* Gastos de oficina</li> <li>* Pagos al SAT</li> <li>* Pagos servicios outsourcing.</li> </ul>			<p><b>Fuentes de ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Recursos propios</li> <li>* Ganancias de ventas</li> <li>* Según segmento de mercado atendido</li> <li>* Según volumen de ventas</li> </ul>	

Ilustración 8: Canvas de negocio ARR.  
Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 9: Modelo de negocio ARR (canvas).

#### 4.1.1 Segmentos de mercado

Se utiliza la investigación exploratoria por lo que se diseña una encuesta en Google Forms, con el objetivo de segmentar el mercado y este consta de 23 preguntas.

<https://forms.gle/Rw13z9TfCXfXz4gv7>

The image shows a digital survey form for market research. The title is 'INVESTIGACIÓN DE MERCADO'. Below the title, there is a section titled 'ENCUESTA PARA EMPRESAS' with a descriptive paragraph about the survey's purpose. The form is divided into several sections with various questions and response options:

- Sector:** Radio buttons for 'Sector servicios', 'Industria', 'Manufacturera', 'Agricultura', and 'Otro'.
- Punto y Área:** A text input field for 'Tu localidad'.
- Empresa constituida desde:** Radio buttons for '1 a 4 meses', '5 a 10 meses', '1 a 3 años', and 'más años'.
- ¿La empresa ha contratado servicios de pintura industrial?:** Radio buttons for 'Si' and 'No'.
- ¿La empresa ha contratado servicios de granujinería?:** Radio buttons for 'Si' and 'No'.
- Si su respuesta fue Si, ¿con quien ha contratado el servicio?:** Radio buttons for 'Profesionales independientes', 'Empresas especializadas', and 'Otro'.
- ¿Qué tan importante es para usted mantener su área de trabajo con un espacio 'agradable'?:** Radio buttons for 'Muy importante', 'Importante', 'Mediamente', and 'Menos importante'.
- ¿Conoce acerca de la empresa NACOP?:** Radio buttons for 'Si' and 'No'.

At the bottom left, there is a section for 'INFORMACIÓN PERSONAL Y LABORAL' with fields for 'Fecha de la encuesta', 'Nombre', 'Número de la empresa', and 'Tu teléfono'.

Ilustración 10: Instrumento para investigación de mercado.

Fuente: Elaboración propia

Debido a que la captura de pantalla no es muy legible, se muestra la encuesta completa en la ilustración 11 y 12 (en otro formato que no es Google Forms).



### INVESTIGACIÓN ARR

La empresa ARR realiza esta encuesta para determinar el mercado al cual está dirigido ya que el objetivo es ser una empresa líder en el ámbito de la industria, especialistas en Suministro y Aplicación de Pintura Industrial y Pisos Epóxicos.

Su opinión es muy importante y contribuirá al cumplimiento de los objetivos propuestos; de antemano, le quedamos muy agradecidos por el tiempo que nos va a dedicar.

#### INFORMACIÓN PERSONAL

Nombre del encuestado y edad:

Fecha de la encuesta:

Nombre de la empresa:

Puesto y área:

Email:

Número telefónico:

Sector

a)Metal mecánica	b)Industrial	c)Manufacturera	d)Autopartes	Otra:
------------------	--------------	-----------------	--------------	-------

Empresa constituida desde

1 a 6 meses	6 a 12 meses	1 a 3 años	Más de 3 años
-------------	--------------	------------	---------------

¿La empresa ha contratado servicios de pintura industrial?

Si	No
----	----

¿La empresa ha contado con servicios de pisos epóxicos?

Si	No
----	----

Si tu respuesta fue SI ¿Con quién ha contratado el servicio?

Profesional independiente	Empresa especializada	Otra:
---------------------------	-----------------------	-------

¿Qué tan importante es para usted mantener su área de trabajo con un espacio agradable?

Muy importante	Importante	Indiferente	Nada importante
----------------	------------	-------------	-----------------

¿Conoce acerca de la empresa ARR?

Si	No
----	----

Dando a conocer que ARR es una empresa dedicada al suministro y aplicación de pintura industrial, pisos epóxicos para interiores y exteriores, aplicación de esmaltes, selladores para muros. ¿De necesitarlos qué servicios adquiriría dentro de la empresa dónde labora?

	<p>Pintura industrial (renovación de imagen de sus propios equipos y maquinaria, con productos ARR y pintura epóxica, pintura a sus instalaciones)</p>		<p>Pisos epóxicos (mejora la imagen de tu empresa, fácil de limpiar, soporta cargas pesadas, protege a tu piso de contaminación)</p>
--	--	--	--

Ilustración 11: Encuesta Google Forms página 1.



En orden de importancia ¿Qué características influyen en la decisión de adquirir un servicio? Puede marcar 1 o más opciones.

Precio	Atención al cliente	Garantía	Rendimiento	Durabilidad
Calidad	Gama de colores	Entrega oportuna	Otro:	

En el último año ¿cuántas veces adquirió un servicio de pintura industrial?

De 1 a 3 veces	De 4 a 6 veces	Más de 6 veces	Ninguno
----------------	----------------	----------------	---------

En el último año ¿cuántas veces adquirió un servicio de piso epóxico?

De 1 a 3 veces	De 4 a 6 veces	Más de 6 veces	Ninguno
----------------	----------------	----------------	---------

¿De qué manera ha sido su compra de Pisos Epóxicos?

Periódica	Por proyecto	Otro:
-----------	--------------	-------

¿Qué tipo de pintura o piso sería el ideal para aplicar dentro del espacio donde labora?

Anticorrosiva	Resistente a altas temperaturas	Otro:
---------------	---------------------------------	-------

¿Qué aspectos considera importantes para trabajar con ARR?

Precio	Brinda asesoría adecuada	Se ajusta a las especificaciones técnicas de mi proyecto
Cuenta con las medidas sanitarias necesarias	Otro:	

¿Le gustaría que aplicáramos de manera gratuita una muestra de pintura industrial para renovar su maquinaria, así como de aplicar una muestra gratuita de piso epóxico, con el objetivo de que pueda validar la calidad de nuestros productos?

Sí  No

Si su respuesta fue SI, envíenos un contacto (número telefónico o correo) para agendar una cita:

**ARR le agradece haber concluido este cuestionario.**  
**Quedamos a tus órdenes, contáctanos si desea una cotización.**



**¡SÍGUENOS EN REDES SOCIALES!**



Ilustración 12: Encuesta Google Forms página 2.

La población objeto de estudio pertenece a todas aquellas empresas con giro comercial, automotriz, industrial, de alimentos, de la salud y residencial, teniendo en cuenta una base de datos de ARR con aprox. 500 contactos, el total de la población encuestada fue de 100 personas, muestra significativa de posibles empresas que requieren pisos epóxicos que se certifican en ISO14000 y que exigen normas de sanidad.



Ilustración 13: Muestra el número de encuestas contestadas.

Por cuestión de confidencialidad no se muestra la base de datos de resultado, ya que se manejan datos sensibles de las empresas, solo se muestran las gráficas que arroja Google forms.

La ilustración 14 muestra el porcentaje del sector que contestó la encuesta.

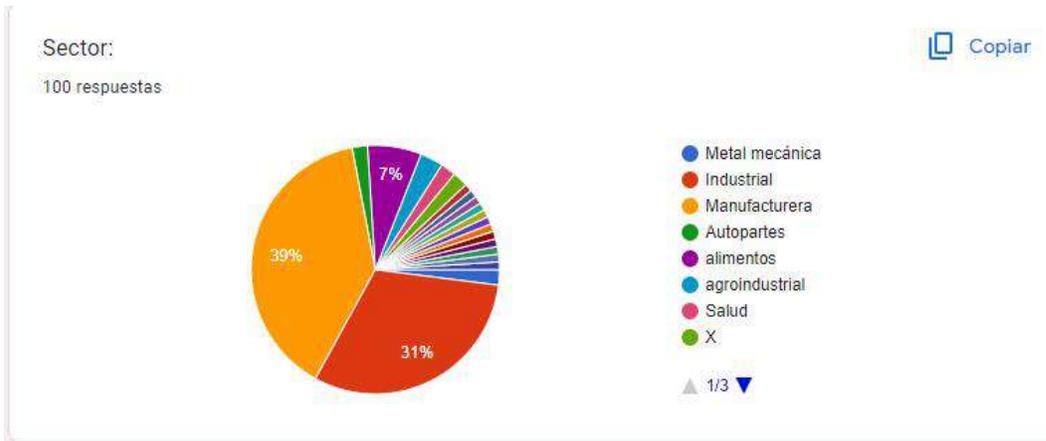


Ilustración 14: Porcentaje del sector que contestó la encuesta

donde los sectores más representativos son:

- 39% de empresas pertenecientes al sector manufacturero
- 31% del sector industrial
- 7% industria de alimentos.

Po lo que **ARR** deberá enfocarse en estos sectores o nichos de mercado.

#### 4.1.2 Propuestas de valor

Las propuestas de valor que se brinda a los clientes son cuantitativas como el precio, los tiempos de entrega, atención de servicios urgentes, proyectos en fines de semana y días festivos y cualitativos por ejemplo los diseños personalizados, experiencia del cliente.

Una propuesta de valor muy importante que ofrece la empresa ARR a sus clientes es “**reducción de riesgos**”:



- ✓ Al ingresar a las empresas se identifican los productos adecuadamente de acuerdo a la Norma Oficial Mexicana NOM-018-STPS-2015.

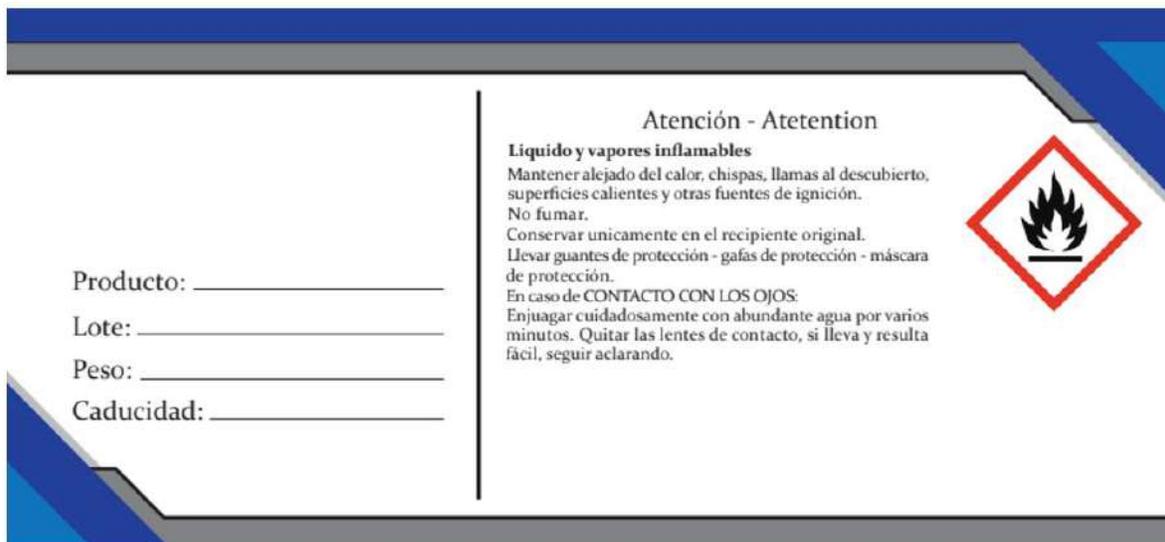


Ilustración 17: Etiqueta 1, identificación de productos, NOM-018-STPS-2015.

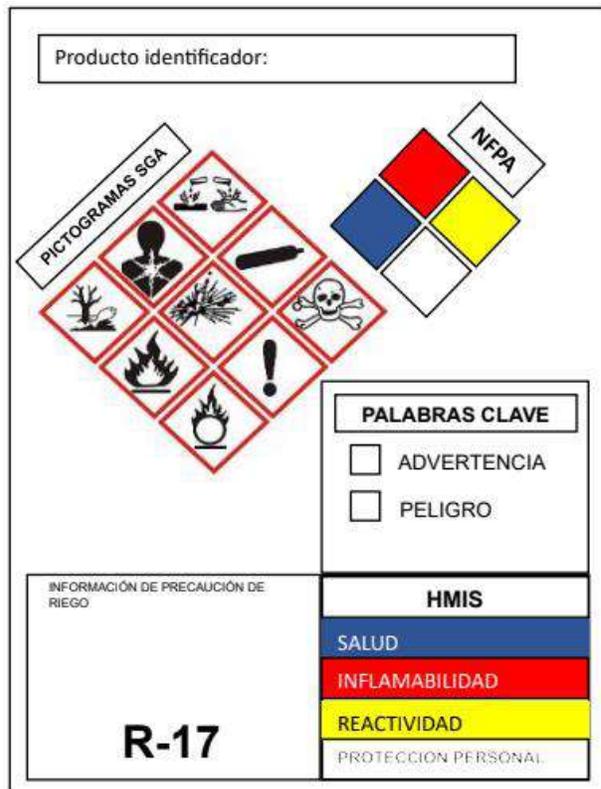


Ilustración 18: Etiqueta 2, Identificación de productos, NOM-018-STPS-2015.

La encuesta realizada ayuda a identificar propuestas de valor que ARR busca para ofrecer a sus clientes.

En orden de importancia ¿Qué características influyen en la decisión de adquirir un servicio? Puede elegir 1 o más opciones.

100 respuestas

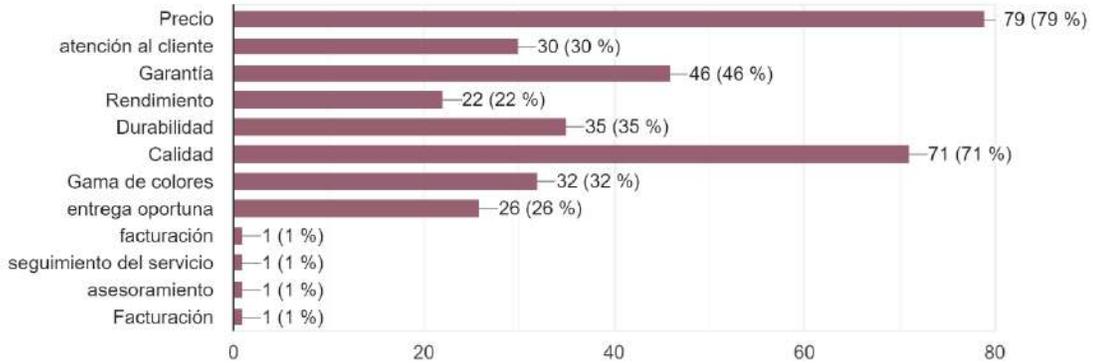


Ilustración 19: Respuestas pregunta 12 de encuesta

Al analizar la ilustración 19, nos ayuda a identificar propuestas de valor son las siguientes:

Tabla 13: Propuestas de valor.

Propuesta de valor	Estrategia
Reducción de Riesgos	Se capacita al personal en: Norma Oficial Mexicana NOM-018-STPS-2015. Lineamientos de seguridad para proveedor contratista.
Precio	Analizar frecuentemente los precios de la competencia. Buscar constantemente productos de calidad a mejor precio. Buscar proveedores en diferentes partes de la república.

Calidad	<p>Mantener el proceso artesanal, ya que distingue a ARR de la competencia y su producto tiene mayor durabilidad.</p> <p>Capacitación constante.</p> <p>Equipo de vanguardia.</p>
Garantía	<p>Mantener la oferta de garantía, no aplica en caso de derrapar objetos o golpes bruscos en el piso.</p>
Diseños personalizados	<p>Es de gran satisfacción para el cliente ver realizadas sus ideas.</p> <p>Todos los clientes tienen gustos diferentes en diseños, colores, terminados etc.</p> <p>Alto brillo, cáscara de naranja, marmoleados, 3D, colores lisos.</p>

### 4.1.3 Canales

La empresa ARR no contaba con presencia en redes sociales como “X” y Tik tok, y aunque, si tenía cuentas en Instagram y Facebook, éstas se encontraban inactivas, por lo que no había ningún tipo de interacción con los usuarios y seguidores. Tampoco contaba con una página web.

Actualmente la empresa ya tiene página web, con redes sociales que antes no tenía, y se reactivaron todas sus cuentas oficiales para interactuar con los clientes y establecer canales de comunicación.

Tipos de canal		"Empresa ARR"				
		1. Información	2. Evaluación	3. Compra	4. Entrega	5. Posventa
Propio	Directo	* Se crea un sitio web para dar a conocer los servicios de la empresa ARR. *Se crean redes sociales: - Facebook - Instagram - "X" - Tik Tok	En la página web: - Se creó un link a las redes sociales. - Se creó un formulario para enviar un mensaje a través de correo electrónico. - Los clientes evalúan los servicio con estrellas.	Los clientes pueden comprar, solicitando cotizaciones a través de: - WhatsApp - Página Web - Facebook - Instagram - "X" - Tik Tok	Para ofrecer a los clientes la propuesta de valor de ARR. - Se envía catálogo digital. - Se visita a los clientes: * Para ofrecer una atención personalizada y directa. * Para ofrecer precios reales dependiendo de las características del área.	- ARR ofrece garantía. - La empresa mantiene comunicación con los clientes por correo electrónico, WhatsApp Vía telefónica.
			 			

Ilustración 20: Tipos de canal, empresa ARR

#### 4.1.4 Relaciones con clientes

El tipo de relación que ARR tiene con sus clientes es:

**“Asistencia personal”:** Esta relación se basa en la interacción humana. El cliente puede comunicarse con un representante real del servicio de atención al cliente para que le ayude durante el proceso de venta del servicio o posteriormente.

ARR interactúa directamente con el cliente a través de llamadas telefónicas, WhatsApp, correo electrónico y visitas de campo, un representante de ARR está presente en todas las etapas del proceso de venta, con el objetivo de brindar al cliente la mejor experiencia de servicio, preservar e incrementar la cartera de clientes.



Ilustración 21: Página web, sección contacto



Ilustración 22: Atención personalizada (se muestran algunos colaboradores que ofrecen ese tipo de atención).

#### 4.1.5 Fuentes de ingresos

Cada fuente de ingresos puede tener un mecanismo de fijación de precios diferente, lo que ayuda a determinar cuantitativamente los ingresos generados. Existen dos mecanismos de fijación de precios principales: fijo y dinámico.

El mecanismo de fijación de precios para ARR es “fijo”.

Tabla 14: Mecanismo de fijación: "fijo":

Fijo, Los precios predefinidos se basan en variables estáticas	
Lista de precios fija	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con una lista de precios fijos para servicios:</li> <li>• Suministro y aplicación de piso epóxico</li> <li>• Reparación de pisos epóxicos</li> <li>• Aplicación de pintura epóxica (delimitación de áreas, cebras, pintura a piso).</li> <li>• Suministro y aplicación de pintura epóxica a maquinaria.</li> <li>• Tratamiento y pintura anticorrosiva a maquinaria industrial.</li> <li>• Impermeabilización con resinas.</li> </ul>
Características del producto	<p>El precio depende de los diseños personalizados</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto brillo.</li> <li>• Cáscara de naranja.</li> <li>• Antiderrapante.</li> <li>• Marmoleado.</li> <li>• Colores lisos.</li> <li>• Diseños 3D.</li> </ul>
Segmento de mercado	<p>El precio depende si es piso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrial.</li> <li>• Residencial.</li> </ul> <p>ya que varían los milímetros de espesor.</p>
Volumen	<p>El precio depende de la cantidad de metros cuadrados, si es alto el volumen se aplican descuentos o se ofrecen beneficios tales como aplicar de manera gratuita:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Delimitación de áreas.</li> <li>• Desbaste para juntas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.1.6 Recursos clave

¿Qué recurso clave requiere la propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?

Los recursos clave para la empresa ARR son:

Tabla 15: Recursos clave para empresa ARR.

Recursos físicos:	
El terreno es propiedad de ARR	Terreno 15 mt ancho x 37 mt de largo
La nave y construcción es propiedad de ARR	Nave de 15 mt ancho x 15 de largo
Camionetas utilitarias	2 camionetas
Planta de soldar	2 plantas
Cortadoras	2 máquinas
Compresor	1 máquina
Máquinas bailarinas	2 máquinas
Desbastadoras	4 máquinas
Esmeriladoras	7 máquinas
Aspiradoras industriales	7 máquinas
Revolvedoras industriales	3 máquinas
Equipos de cómputo	4 computadoras
Impresora	1 máquina
Herramienta en general	Pinzas, desarmadores, taladros, prensa, etc.
Recursos humanos:	
Supervisor aplicador	Especialista en aplicación de pisos epóxicos, aplicación de tratamientos anticorrosivos a maquinaria, mantenimiento en general.

Aplicador	Especialista en aplicación de pisos epóxicos, aplicación de tratamientos anticorrosivos a maquinaria.
Ayudante general	Aplicación básica de pintura.
Recursos económicos:	
Dinero en efectivo	Es importante para ARR manejar flujo de efectivo para hacer compras de materiales, pagos extraordinarios.
Línea de crédito	Una línea de crédito apoya a la empresa para poder financiar proyectos grandes y poder ofrecer pagos a 60 días por parte de los clientes.

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.7 Actividades clave

Las actividades clave para ARR son:

Tabla 16: Actividades clave, "producción / servicios".

Producción / Servicios	
Suministro y aplicación de piso epóxico	Industrial, residencial.
Variedad de diseños de pisos	Un solo tono, marmoleado, 3D.
Variedad de terminados, (ilustración 23)	Alto brillo, cáscara de naranja, antiderrapante.
Pintura epóxica para maquinaria industrial	Protege de corrosión, mejora la imagen.
Pintura epóxica residencial	Alta durabilidad, protege las superficies de bacterias y hongos.
Impermeabilización con resinas	Mayor durabilidad que los productos comerciales ya que se usan resinas y arenillas especiales.

Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 23: Variedad de terminados

En la tabla 17 se mencionan servicios adicionales que ARR ofrece también como actividades clave.

Tabla 17: Resolución de problemas, servicios adicionales

Resolución de problemas	
ARR ofrece soluciones individuales para cada cliente.	
Reparación de piso 	Cuando en las empresas llega maquinaria nueva derrapan y rayan el piso, por lo que ARR ofrece el servicio de reparación.
Bacheo 	Por constante tráfico pesado, se crean baches en el concreto de las empresas, ARR ofrece el servicio de bacheo con resinas epóxicas.

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.8 Socios clave

En este punto se menciona la red de proveedores y socios que contribuyen al modelo de negocio de ARR.

Tabla 18: Asociaciones clave.

Asociaciones clave ARR	
Socios clave (alianzas estratégicas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tabla roca</li> <li>- Multiservicios</li> <li>- Madico</li> </ul>
Proveedores clave	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resinas</li> <li>- Pinturas industriales</li> <li>- Poliformas</li> <li>- SMA</li> <li>- Eléctrica</li> </ul>
Recursos clave que se adquieren.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiamientos</li> <li>- Mano de obra especializada</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.9 Estructura de costes

Los costes deben minimizarse en todos los modelos de negocio. No obstante, las estructuras de bajo coste son más importantes en algunos modelos que en otros, por lo que puede resultar de utilidad distinguir entre dos amplias clases de estructuras de costes: según costes y según *valor*.

Para la empresa ARR, los costes son:

Tabla 19: Costes

Costes ARR	
Según valor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centrarse en la creación de valor.</li> <li>- Ofrecer servicios personalizados.</li> <li>- Diseños al gusto de cada cliente.</li> <li>- Ofrecer procesos artesanales.</li> </ul>
Costes Economías de campo	<p>Ventajas de costes que se obtienen a medida que crecen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los proyectos.</li> <li>- La confianza del cliente.</li> <li>- Las recomendaciones.</li> <li>- Las mismas actividades de <i>marketing</i> sirven para ofrecer productos a diferentes clientes y servicios.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2 Desarrollo de una estrategia legal y contable para analizar la factibilidad de constituir legalmente a la empresa ARR.

Actividad económica dada de alta ante el Servicio de administración tributaria (SAT):

Actividades Económicas:				
Orden	Actividad Económica	Porcentaje	Fecha Inicio	Fecha Fin
1	Reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo industrial	60	23/08/2018	
5	Fabricación de otros productos metálicos	10	01/01/2022	
4	Maquinado de piezas metálicas para maquinaria y equipo en general	10	01/01/2022	
2	Fabricación de estructuras metálicas	10	01/01/2022	
3	Fabricación de productos de herrería	10	01/01/2022	

Ilustración 24: Actividad económica dada de alta ante el SAT

Tamaño: Microempresa

**Constitución patrimonial:**

<b>Regímenes:</b>
<b>Régimen</b>
Régimen de las Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales

Ilustración 25: Régimen

Después de cumplir con todos los requisitos ante el SAT, la empresa está dada de alta como personas físicas con actividad empresarial y se cuenta con:

- Acta de situación fiscal (por cuestiones de confidencialidad se protegen datos sensibles), ilustración 26.

Y Calle: PULASKI	Correo Electrónico: admin@joomla.com
Tel. Fijo Local: 337	Número: 278-6300
Estado del domicilio: SIN DETALLE - DOMICILIO SIN VERIFICAR	Estado del contribuyente en el domicilio: SIN DATOS - SIN DETALLE

Actividades Económicas:				
Orden	Actividad Económica	Porcentaje	Fecha Inicio	Fecha Fin
1	Reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo industrial	10	2014	
2	Fabricación de otros productos textiles	10	2014	
3	Mixtura de gases textiles para sufragio y equipo en general	10	2014	
4	Fabricación de estructuras textiles	10	2014	
5	Fabricación de productos de textiles	10	2014	

Regímenes:			
Régimen	Fecha Inicio	Fecha Fin	
Régimen de las Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales	21		

Obligaciones:			
Descripción de la Obligación	Descripción Vencimiento	Fecha Inicio	Fecha Fin
Declaración anual de ISR, Personas Físicas	A más tardar el 30 de abril del ejercicio siguiente.	2014	
Declaración de presiones de IVA	A más tardar el último día del mes inmediato posterior al período que corresponda.	2014	
Pago provisional mensual de ISR por actividades empresariales, Profesionales y Actividades Empresariales y Profesionales	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al período que corresponda.	2014	
Pago definitivo mensual de IVA	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al período que corresponda.	2014	

Sus datos personales son incorporados y protegidos en los sistemas del SAT, de conformidad con los Lineamientos de Protección de Datos Personales y con diversas disposiciones fiscales y legales sobre confidencialidad y protección de datos, a fin de ejercer las facultades conferidas a la autoridad fiscal.

Si desea modificar o corregir sus datos personales, puede acudir a cualquier Módulo de Servicios Tributarios y/o a través de la dirección [imp@sat.gob.mx](mailto:imp@sat.gob.mx)

\*La corrupción tiene consecuencias penales. Si conoce algún posible acto de corrupción o delito presente una queja o denuncia a través de [denuncia@sat.gob.mx](mailto:denuncia@sat.gob.mx)

Ilustración 26: Acta situación fiscal

- La empresa ARR factura en el sistema FEL (por cuestiones de confidencialidad se protegen datos sensibles)



Ilustración 27: Software de facturación

#### 4.2.1 Estrategia contable

Tabla propuesta por el contador para control de contabilidad manual, se sugiere llevar a la par con el programa Mis cuentas (por confidencialidad de la empresa no se muestran datos reales).

Tabla 20 Plantilla de ejercicio fiscal

EMPRESA ARR  
RESUMEN DEL EJERCICIO  
EJERCICIO FISCAL 2023

	INGRESOS			INGRESOS PARA ISR_IVA		DEDUCCIONES		TOTAL	
	FACTURAS	VENTAS	OTROS	TOTAL	IVA CAUSADO	SUBTOTAL	IVA	SUBTOTAL	IVA
ENERO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FEBRERO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MARZO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ABRIL	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MAYO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
JUNIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
JULIO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
AGOSTO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SEPTIEMBRE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OCTUBRE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NOVIEMBRE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DICIEMBRE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-

- IVA REAL POR PAGAR  
- ISR POR PAGAR  
- **TOTAL DE IMPUESTOS A PAGAR**

- **COMISIÓN POR FATURAR**

GASTOS A FACTURAR

Fuente: Elaboración propia.

La ilustración 28 muestra evidencia de un acuse de recibo real de una declaración del ejercicio de impuestos federales.



ACUSE DE RECIBO  
DECLARACIÓN DEL EJERCICIO DE IMPUESTOS FEDERALES



RFC:

Hoja 1 de 1

Nombre:

<b>Tipo de declaración:</b>	Normal	<b>Ejercicio:</b>	2022
<b>Periodo de la declaración:</b>	Del Ejercicio	<b>Medio de presentación:</b>	Internet
<b>Fecha y hora de presentación:</b>	19/04/2023 15:45		
<b>Número de operación:</b>	231240013843		

Impuestos que declara:

Concepto de pago 1:

A cargo:

Cantidad a cargo:

Cantidad a pagar:

**INGRESOS QUE DECLARA:**

**Actividad Empresarial y Servicios profesionales (Honorarios)**

Es recomendable verificar que el importe calculado de la parte actualizada esté correcto, en virtud de que puede haber cambiado el índice nacional de precios al consumidor y el cálculo debe estar basado en el último publicado.

Los datos personales son incorporados y protegidos en los sistemas del SAT, de conformidad con las disposiciones legales en la materia.

Para modificar o corregir datos personales visita [sat.gob.mx](http://sat.gob.mx).

Este acuse es emitido sin prejuzgar la veracidad de los datos asentados ni el cumplimiento dentro de los plazos establecidos. Quedan a salvo las facultades de revisión de la autoridad fiscal.

## Ilustración 28: Declaración anual

### 4.3 Protección intelectual

Por confidencialidad durante el documento se menciona a la empresa como ARR, como gestora se propuso al dueño registrar la marca, por lo que se registra ante el IMPI, como empresa.

IMPI. Instituto Mexicano de la propiedad industrial

CLASNIZA. Sistema de búsqueda de productos y servicios para su correcta clasificación acorde a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de las marcas en virtud del arreglo de Niza.

El ClasNiza fue implementado con la herramienta de tecnología de colaboración que brinda SharePoint, a través de una lista principal que contiene todos los términos o indicaciones de la Clasificación de Niza vigente, así como de los términos incluidos en la Lista Complementaria que cada año actualiza y da a conocer el Instituto a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial.

Sobre dicha lista se configuró la búsqueda que permite encontrar las indicaciones de productos y/o servicios de interés del usuario, así como ordenar y refinar los resultados.

Además, se brindan elementos que permiten consultar esta base de datos según diferentes criterios: por clase, en orden alfabético, incluyendo el despliegue de detalles de la clase y la lista alfabética completa, por orden de clase o por orden alfabético.

También se incluye una nueva sección en la que se da a conocer las modificaciones realizadas a los títulos de las clases, notas explicativas y lista alfabética de la Clasificación de Niza, de la versión anterior a la actual publicada.

De esta forma, el usuario cuenta con una herramienta mejorada, actualizada y renovada para consultar y buscar la correcta clasificación de productos y servicios que tendrá que utilizar para el registro de una marca o aviso comercial. (Manual de usuario clasniza, s. f.)

En la página del ClasNiza, las funcionalidades se despliegan en secciones de la siguiente

forma:

- BUSCADOR, mediante el que se realizan las búsquedas de productos o servicios, desplegándose una lista de resultados que puede ser refinada. Se incluyen accesos para encontrar más información de la clase que se seleccione.
- CLASES, despliega la lista de los títulos de las clases y su descripción general, agrupada por Productos o Servicios, ordenada ascendentemente por el número de la clase. Por esta lista el usuario puede consultar los detalles de la clase (notas explicativas), y la lista alfabética de esta.
- ALFABÉTICA, muestra el índice alfabético de los términos o indicaciones incluidos en esta base de datos, uno por cada tipo de clase, Productos y Servicios. Por medio de este índice el usuario puede consultar la lista alfabética de las indicaciones que comienzan con la letra del índice seleccionado, que corresponden con el tipo de Productos o de Servicios.
- MODIFICACIONES, muestra el detalle de las modificaciones realizadas sobre la Clasificación de Niza de la versión o edición anterior a la versión o edición actual publicada, en tres grupos:
  - ✓ Modificaciones a la Lista Alfabética
  - ✓ Modificaciones a las Notas Explicativas
  - ✓ Modificaciones a los Títulos de las Clases

Para proteger la marca y los servicios que se ofrecen, entramos al IMPI. Instituto Mexicano de la propiedad industrial en la página <https://clasniza.impi.gob.mx/> y realizamos los siguientes pasos:

1. Descargar el manual de manual de usuario y analizarlo.



CLASNIZA

Sistema de búsqueda de productos y servicios para su correcta clasificación acorde a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de las marcas en virtud del Arreglo de Niza



Ilustración 29: Portada del manual de usuario IMPI

2. Hacer búsquedas fonéticas del nombre de la empresa.

**Clase 37**

#	Título	Expediente	Registro	Denominación	Clase
1	ASOCIACION MEXICANA AUTOMOVILS.TEA S.A. DE C.V.	58185	60819	AMA TU SALUD	37
3	IOSHIA MONCADA MADRICAL	2491814	2231703		37
3	COTEAUR S.A. DE C.V.	2264931	2060578	T&P	37
4	CYP INTERNACIONAL S. DE S.L. DE C.V.	1854838		CTP	37
5	CATERPILLAR MOTORIN GMBH & CO. AG	1079126	1173197	MAC	37
6	JESUS EDUARDO BLANCO MELNDEZ	1076731	1167917	MAQS	37
7	MAGONAL FINANCIERA SOCIEDAD NACIONAL DE CREDITO, INILUACION DE BANCA DE DESARROLLO EN SU CARACTER DE FIDUCIARIA DEL FONDCOMSO DENOMINADO FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATU) S.C.	994088		CP	37
8	CARLOS ALBERTO FLORES GONZALEZ	272002	537505	MAC	37
9	VALERIO COMPRESION SERVICES LP	1451197		A3P	37
10	OMAC S.B.L.	2805401	2533367	OMAC	37
11	LA CASA DE MODESTO, S.A. DE C.V.	2057908		BMAC	37
12	ULISSA MAYORQUIN CORONA	2981218		MACU	37
13	DANIELA MARTINEZ GONZALEZ, MIGUEL	2781523		MACO	37

**Clase 40**

#	Título	Expediente	Registro	Denominación	Clase
1	MARIA JOSE CENDON COBZEO	691592	878259	MACO	40
2	AJRO HECTOR MARTINEZ ESQUEL	2184431	1999843	MAC	40
3	FRANCISCO JAVIER GOMEZ FINEZA	1031386		MAC	40
4	JAVIER DE ILGON MEDINA	522655	770159	CP	35-40-41-42-43-44-45
5	VICTOR MANUEL ROSAS TENORIO	326211	886374	SP	35-40-41-42-43-44-45
6	JUAN JORGE MACCEE ACEA	153512		MAC	35-40-41-42-43-44-45
7	CARLOS ALBERTO FLORES GONZALEZ	151395	135553	MAC	35-40-41-42-43-44-45
8	INSTITUTO DE CALIBAO Y RESTOS S.A. DE C.V.	104997	107163	CVP	35-40-41-42-43-44-45
9	JUAN JORGE MACCEE ACEA	91513	186359	MAC	35-40-41-42-43-44-45
10	MIGUEL ANGEL CASTAÑEDA AURIA	5442	20995	MAC	35-40-41-42-43-44-45
11	VALERIO COMPRESION SERVICES S.P.	1451206	1452147	ASP	40
12	MARIA TIZELA GUZMAN DE MARTIN DEL CAMPO COVARRUBIAS Y RAMON DIAZ BARRONCICHA	554812	788420	MAA.S.E.	35-40-41-42-43-44-45
13	ADRIANA MACDALENA LOPEZ GONZALEZ	488203	717221	HMAC	35-40-41-42-43-44-45
14	INSTITUTO NACIONAL DEL QUEROADO PNAQ, A.C.	304273	327683	IMAQ	35-40-41-42-43-44-45
15	JOSÉ DE JESÚS MACIEL CORDERO, PATRICIA	2209281	2230271	MACO	40

Ilustración 30: Búsquedas fonéticas

3. Seleccionar las clases relacionadas con los servicios que se ofrecen en la empresa.

<https://clasniza.impi.gob.mx/buscador>

<https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/>

**Clase 37:**

- Aplicación de sellantes de seguridad antideslizantes para suelos;
- Instalación de suelos en capas;
- Instalación, mantenimiento y reparación de maquinaria;
- Instalación de maquinaria industrial; Mantenimiento de maquinaria industrial;
- Servicios de mantenimiento para plantas y maquinarias industriales;
- Reacondicionamiento de maquinaria industrial;
- Construcción de estructuras metálicas; trabajos de pintura para interiores y exteriores;
- Servicios de restauración de pinturas; Servicios de pintura y decoración;
- Aplicación de pintura de protección para construcciones;
- Aplicación de pintura de protección sobre madera;
- Servicios de pintura de superficies metálicas para impedir la corrosión; Servicios de revestimiento (pintura).

**CLASE 40:**

- Tratamiento de resina epoxi; maquinado (servicios de -) metales;
- Trabajos de herrería; servicios de forja / servicios de herrería; mezclado (servicios de -) de pintura [tratamiento de materiales];
- Tratamiento de piezas metálicas para evitar la corrosión mediante galvanización en caliente y revestimiento por pintura en polvo;
- Compuestos de colores de pintura personalizados;
- Tratamiento de piezas metálicas para evitar la corrosión mediante galvanización en caliente y revestimiento por pintura en polvo

### 4.3.1 Trámite de marca

Con el objetivo de registrar la marca, se ingresa al portal PASE, el portal de acceso a los servicios electrónicos del IMPI (<https://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/>) y se realizan los siguientes pasos:

1. Crear una cuenta PASE e ingresar.

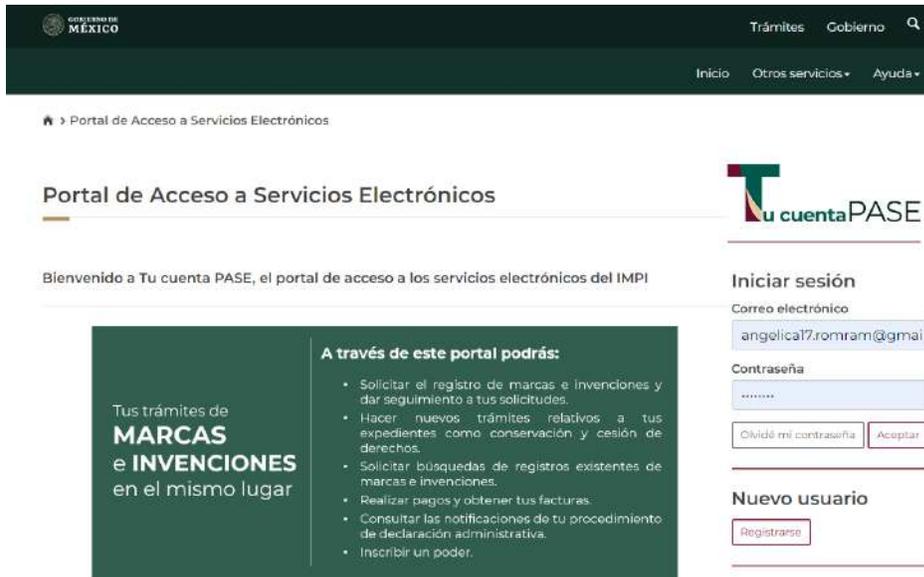


Ilustración 31: Crear cuenta PASE

2. Seleccionar marca en línea

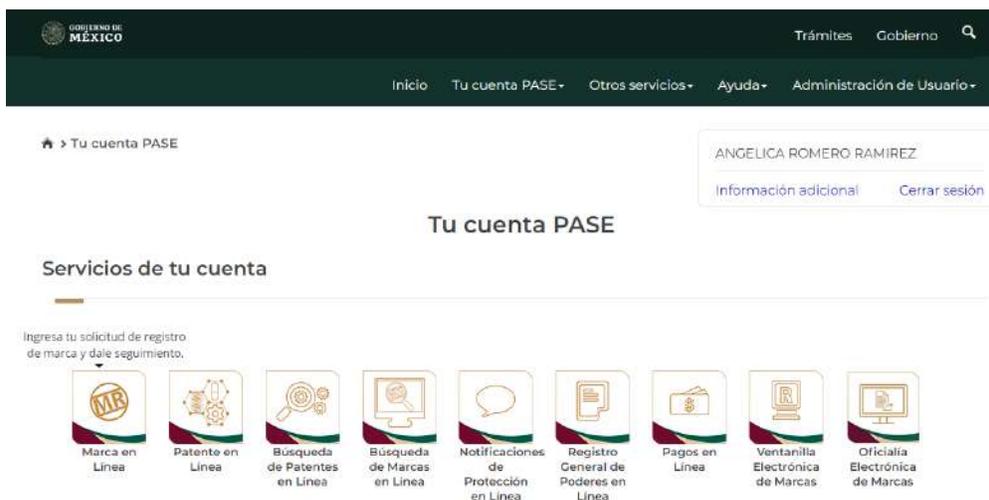


Ilustración 32: 2da. Pantalla, elegir marca en línea.

3. Elegir el tipo de solicitud, para este caso seleccionar “Marca”.

Ilustración 33: Seleccionar tipo de solicitud

4. En “Tu marca está formada por”, seleccionar palabras con diseños, ya que el logotipo está conformado por palabras con [diseño diseño](#).

Ilustración 34: Seleccionar palabras con diseños.

5. Anexar el logotipo de la empresa en formato .gif  
Es importante mencionar que se elaboró el Manual Corporativo donde se explican todos los detalles del logotipo.

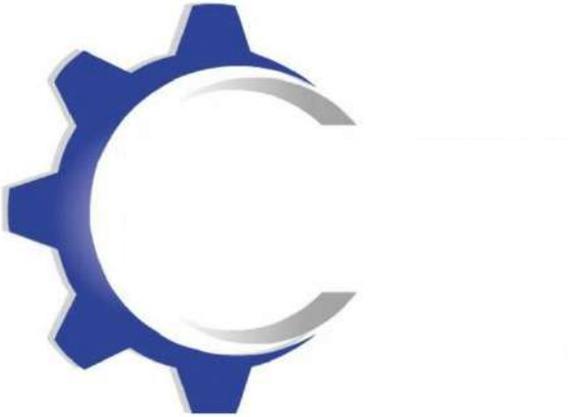


Ilustración 35: Logotipo de la empresa

6. En este apartado se llenan correctamente los datos que solicita.

- Descripción de productos o servicios (las clases que ya seleccionamos).
- Datos del dueño de la marca
- ¿Has usado tu marca?
- Datos de quien firma la solicitud (una servidora como gestora)
- ¿Has presentado tu marca en otro país?

Llena los siguientes datos

¿Qué quieres registrar?	Descripción de productos o servicios	Datos del dueño de la marca	¿Has usado tu marca?
Datos de quien firma la solicitud	¿Has presentado tu marca en otro país?		

Ilustración 36: Datos a llenar en el formulario IMPI

7. Por solicitud del dueño de la compañía, la clase 40 se gestiona y se pagará más adelante.

GOBIERNO DE MEXICO

Trámites Gobierno

IMPI Inicio Mis solicitudes Escritos al IMPI Historial de trámites Ayuda Tu cuenta PASE

Inicio > Solicitudes en preparación

ANGELICA ROMERO RAMIREZ  
[Información Adicional](#) [Cerrar sesión](#)

Tipo de solicitud: Todas

Detalle	Id trámite	Datos del signo	Clase	Denominación	Siguiente acción	Copiar	Logotipo	Eliminar	Tipo de solicitud
		Marca	40		POR PAGAR		Vista previa		

Ilustración 37: Solicitud en preparación, clase 40

8. Se firma y paga el registro de la marca con la clase 37 y se envía.

GOBIERNO DE MEXICO

Trámites Gobierno

IMPI Inicio Mis solicitudes Escritos al IMPI Historial de trámites Ayuda Tu cuenta PASE

Inicio > Solicitudes enviadas

ANGELICA ROMERO RAMIREZ  
[Información Adicional](#) [Cerrar sesión](#)

Tipo de solicitud: Selecciona una opción Fecha de presentación: Todas

Buscar

Folio	Expediente	Datos del signo	Tipo de marca	Clase	Fecha de presentación	Acuse	XML	Logotipo
		Marca	MIXTA (DENOMINACIÓN 37 Y DISEÑO)		18/08/2023 12:22:12			Visualizar

Ilustración 38: Solicitud enviada, clase 37.

### 4.3.2 Acuse de registro de marca

**gob mx**

**Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial**



**IMPI**  
INSTITUTO MEXICANO  
DE LA PROPIEDAD  
INDUSTRIAL



<p>DIRECCIÓN DIVISIONAL DE MARCAS. SUBDIRECCIÓN DIVISIONAL DE PROCESAMIENTO ADMINISTRATIVO DE MARCAS. COORDINACIÓN DEPARTAMENTAL DE RECEPCIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS.</p>	<p>EXPEDIENTE: : FOLIO DE RECEPCIÓN: FECHA Y HORA DE LA RECEPCIÓN DE LA SOLICITUD: 18/08/2023 11:22:12</p>
--	--

SOLICITUD DE:	REGISTRO DE MARCA
SOLICITANTE(S) O REPRESENTANTE LEGAL:	
DOCUMENTOS ANEXOS:	

Los documentos adjuntos están sujetos al estudio correspondiente que el Instituto realice de conformidad con la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

**EL USUARIO MANIFESTÓ**

Que reconoce como propia y auténtica la información contenida en la solicitud enviada a través de este medio, asumiendo la responsabilidad por el uso de su nombre, de su CURP y contraseña por persona distinta a la autorizada, quedando bajo su exclusiva responsabilidad y acepta como propia la información que ésta envíe o reciba a través del PASE o de los servicios electrónicos del Instituto.  
Declaró bajo protesta de decir verdad que cuenta con un domicilio en la República Mexicana.  
Declaró bajo protesta de decir verdad que los documentos anexos a la solicitud son originales o copia debidamente certificada.

**CON LA FECHA Y HORA REFERIDA SE HA RECIBIDO SU SOLICITUD CON LOS DATOS SEÑALADOS DE LA QUE SE ACUSA RECIBO.**

**FIRMA DE ACUSE:**

<p>Señor Director del IMPI</p>	
--------------------------------	--

Ilustración 39: Acuse de registro, hoja 1.

**gob mx**

**Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial**

**INFORMACIÓN CONTENIDA EN LA SOLICITUD ELECTRÓNICA DE PROTECCIÓN DE SIGNOS  
DISTINTIVOS.**

Fecha de solicitud del trámite			
18	/	08	/ 2023
DD		MM	AAAA

Datos generales del o de los solicitante(s)																	
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Personas físicas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>CURP (opcional)</td></tr> <tr><td>Nombre(s):</td></tr> <tr><td>Primer apellido:</td></tr> <tr><td>Segundo apellido:</td></tr> <tr><td>Nacionalidad: MEXICO</td></tr> <tr><td>Teléfono (línea, número, extensión)</td></tr> <tr><td>Correo electrónico</td></tr> <tr> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/> Continúa en anexo</td> </tr> </tbody> </table>	Personas físicas	CURP (opcional)	Nombre(s):	Primer apellido:	Segundo apellido:	Nacionalidad: MEXICO	Teléfono (línea, número, extensión)	Correo electrónico	<input type="radio"/> Continúa en anexo	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Personas morales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>RFC (obligado)</td></tr> <tr><td>Denominación o razón social</td></tr> <tr><td>Nacionalidad:</td></tr> <tr><td>Teléfono (línea, número, extensión)</td></tr> <tr><td>Correo electrónico</td></tr> <tr> <td style="text-align: right;"><input type="radio"/> Continúa en anexo</td> </tr> </tbody> </table>	Personas morales	RFC (obligado)	Denominación o razón social	Nacionalidad:	Teléfono (línea, número, extensión)	Correo electrónico	<input type="radio"/> Continúa en anexo
Personas físicas																	
CURP (opcional)																	
Nombre(s):																	
Primer apellido:																	
Segundo apellido:																	
Nacionalidad: MEXICO																	
Teléfono (línea, número, extensión)																	
Correo electrónico																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
Personas morales																	
RFC (obligado)																	
Denominación o razón social																	
Nacionalidad:																	
Teléfono (línea, número, extensión)																	
Correo electrónico																	
<input type="radio"/> Continúa en anexo																	
<b>Domicilio del solicitante</b>																	
Código postal																	
<small>(Ver formato: Avenida Insurgentes Sur, Bóveda 100, Colonia, Ciudad de México)</small>																	
Colonia	Número interior																
<small>(Ver formato: Ampliación Satélite, Residencial Héroles, Fraccionamiento, Secretaría)</small>																	
Municipios o demarcación territorial	Localidad																
Entidad federativa: PUEBLA	Entre calles (opcional)																
País: MEXICO	Calle posterior (opcional)																
<b>Domicilio para oír y recibir notificaciones</b>																	
Código postal																	
Calle 1																	
<small>(Ver formato: Avenida Insurgentes Sur, Bóveda 100, Colonia, Ciudad de México)</small>																	
Número exterior	Número interior																
<small>(Ver formato: Ampliación Satélite, Residencial Héroles, Fraccionamiento, Secretaría)</small>																	
Colonia 1	Localidad																
<small>(Ver formato: Ampliación Satélite, Residencial Héroles, Fraccionamiento, Secretaría)</small>																	
Municipios o demarcación territorial	Localidad																
Entidad federativa: PUEBLA																	

Ilustración 40: Acuse de registro, hoja 2.

**gob mx**

**Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial**

---

Datos del signo distintivo

Signo que solicita:  
Marcar con una X el signo a registrar

Publicación de Nombre Comercial      Registro de Marca  
 Registro de Imagen Comercial      Registro de Aviso Comercial      Registro de Marca Colectiva

Fecha de primer uso en México:     19 / 09 / 2022      No se ha usado  
DD MM AAAA

Clase: 37  
 Productos o Servicios, en el caso de Marca o Aviso Comercial/Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial: APLICACIÓN DE SELLANTES DE SEGURIDAD ANTIDESLIZANTES PARA SUELOS, INSTALACIÓN DE SUELOS EN CAPAS, INSTALACIÓN, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE MAQUINARIA, INSTALACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL, MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA INDUSTRIAL, SERVICIOS DE MANTENIMIENTO PARA PLANTAS Y MAQUINARIAS INDUSTRIALES; REACONDICIONAMIENTO DE MAQUINARIA INDUSTRIAL; TRABAJOS DE PINTURA PARA INTERIORES Y EXTERIORES, SERVICIOS DE PINTURA Y DECORACIÓN, APLICACIÓN DE PINTURA DE PROTECCIÓN PA

Continúa en anexo

**Denominación:**  
Este es el signo de identidad que, utilizado en el comercio, identifica a un producto, servicio o empresa por sí mismo, o en caso de presentarse con una marca, confiere al usuario un carácter particular. Debe ser susceptible por sí mismo de ser distinguido en el comercio y no puede consistir en un signo que ya esté en uso en el comercio.

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

Ubicación del establecimiento

Código postal: \_\_\_\_\_

Calle: \_\_\_\_\_

(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Avda. Comacho, Carretera, Carretera, etc.)

Número exterior: 9     Número interior: \_\_\_\_\_

Colonia: \_\_\_\_\_

(Por ejemplo: Ampliación Solera, Residencial Hidalgo, Procesoamiento, Sector 5, etc.)

Localidad: \_\_\_\_\_

Municipio o demarcación territorial: \_\_\_\_\_

Entidad federativa: \_\_\_\_\_

Entre calles (opcional): \_\_\_\_\_

Calle posterior (opcional): \_\_\_\_\_

País: MEXICO

Representación del signo:



Prioridad reclamada:  
Única en caso de Marca o Aviso Comercial presentada en otro tiempo

País (oficina) de origen: \_\_\_\_\_

Número: \_\_\_\_\_

Fecha de presentación:  
DD / MM / AAAA

Manifiesto bajo protesta de decir verdad que los datos suministrados en esta solicitud son ciertos. Los productos o servicios que ofertaré se encuentran libres de engaño o mala fe. En caso de actuar como mandatario cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite. Asimismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud.

Ilustración 41: Acuse de registro, hoja 3.

### 4.3.3 Comprobante de pago ante el IMPI

**COMPROBANTE ELECTRÓNICO DE PAGOS POR SERVICIOS IMPI**  
 INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

PERIFÉRICO SUR 3106, COL. JARDINES DEL PEDREGAL DEL ALVARO ORREGON, CP 01900, CIUDAD DE MEXICO  
 RFC: IMP-901211-NE1

REGIMEN FISCAL DE PERSONAS MORALES CON FINES SOCIOCULTURALES

NUMERO DE FOLIO:   

TRÁMITE EN LÍNEA: 20230223156

CONCEPTO	CANTIDAD U.M.	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TARIFA	DESCUENTO	TOTAL TARIFA	IVA
	1	\$2,695.18	\$2,695.18	\$269.52	\$2,425.66	\$388.11

PUE - PAGO EN UNA SOLA EXHIBICIÓN

<b>APLICA DESCUENTO - APLICA 10% DE DESCUENTO</b>				TOTAL TARIFA	\$2,695.18
ANOTACIONES:				DESCUENTO	\$269.52
— DOS MIL OCHOCIENTOS TRECE PESOS 77/100 MN —				SUBTOTAL	\$2,425.66
				IVA	\$388.11
				ACTUALIZACIÓN	\$0.00
				RECARGOS	\$0.00
				<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>\$2,813.77</b>

**DATOS DEL TITULAR O SOLICITANTE**

**BANCO: Bancomer**

CONVENIO: 976075  
 FECHA DE OPERACION: 18/08/2023 11:20:41  
 FOLIO: 754552520000000000000004010

ALISTAR EN ORDEN DE SERVICIOS DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

\* Este documento no es un comprobante fiscal.  
 \* Su factura estará generada dentro de los tres días hábiles posteriores a su pago.  
 \* El comprobante de pago FEPS sin factura es válido para presentar el trámite que ampara ante el IMPI.  
 \* Si su RFC no coincide con el registrado ante el SAT, la factura se emitirá con un RFC genérico.

Ilustración 42: Comprobante de pago ante el IMPI.

Es importante mencionar que por decisión del dueño de la empresa por el momento la patente de la máquina de invención, por el momento se manejará como secreto industrial.

V

## Conclusiones

## 5. Capítulo 5: Conclusiones y Perspectivas

En el presente capítulo se concluye que se logró el cumplimiento de los objetivos específicos y del objetivo general, una herramienta un importante fue la aplicación del modelo Canvas.

### **Objetivo específico 1:**

Diseñar un modelo de negocio para la empresa ARR.

El modelo CANVAS fue de gran ayuda, ya que incluye herramientas diseñadas para mejorar la gestión en empresas grandes, medianas o pequeñas sin importar el sector empresarial. Esta metodología permite a las empresas gestionarlo de manera ordenada y eficiente, creando y proporcionando valor mediante la gestión articulada de cada bloque con los que se visualiza el negocio. Además, permite a los empresarios analizar lo importante de su modelo de negocio por separado, priorizando las necesidades de sus empresas y actuando sobre las más urgentes; de igual manera, este modelo es muy importante, ya que ARR ha logrado expandir su mercado y cumplir con exigencias de empresas de clase mundial.

### **Objetivo específico 2:**

Desarrollar una estrategia legal y contable para analizar la factibilidad de constituir legalmente a la empresa.

Como se menciona en el documento **ARR** inicio en un régimen diferente al actual, ya que comenzó como pequeño contribuyente (REPECO), actualmente con el régimen que opera se abre las puertas para ser aceptado como proveedor en empresas que tienen filiales en el mundo y también logra tener una correcta operación legal y contable, reportando ante el SAT cierres mensuales y anuales de los estados financieros, esto brinda confianza a los clientes y por ende le permite a la empresa colaborar.

### **Objetivo específico 3:**

Crear una estrategia de protección de propiedad intelectual de la invención que representa la ventaja competitiva.

Al registrar una marca o logotipo la empresa tiene los siguientes atributos:

- Seguridad: La seguridad que brinda el registro de una marca o logotipo ante el IMPI en México hace imposible plagios y prácticas o usos desleales. Esto también le sirve a ARR para justificar que no está copiando a otra marca.
- Exclusividad: El registro de la marca en México permitirá a ARR que tenga la exclusividad del uso comercial del nombre y logotipo de la marca.
- Personalidad: Es importante registrar la marca para ir generando confianza en la misma, a través de comunicación corporativa que impacten y fidelicen al cliente.

Como se menciona en el documento por el momento la patente de la invención de la máquina se mantendrá como secreto industrial y se patentará lo más pronto posible.

### **Objetivo general**

Crear una propuesta de estrategia de operación de ARR, empresa de pinturas industriales y pisos epóxicos.

Con el logro de los 3 objetivos específicos damos cumplimiento al objetivo general ya que actualmente la empresa opera de manera estructurada, generando las condiciones necesarias para crear y ofrecer valor de la empresa a sus clientes, en la presente tesis se desarrolló la página web, las redes sociales, la investigación de mercado, la correcta operación contable y fiscal, el registro de la marca, son logros para la empresa ARR, que le permitirá la correcta operación de la empresa.

El trabajo a futuro será patentar la máquina que invento el dueño, la cual mejora y eficiente los procesos de suministro y aplicación de pisos epóxicos.



**Referencias  
Bibliográficas**

## 6. Referencias Bibliográficas

Alcázar , P. (2016). Cómo crear un negocio Low Cost. Obtenido de [https://www.camaradesevilla.com/sites/webcamara/files/recursos/Como\\_crear\\_comercio\\_low\\_cost.pdf](https://www.camaradesevilla.com/sites/webcamara/files/recursos/Como_crear_comercio_low_cost.pdf)

Al-Debei. (2008). Defining the business model in the new world of digital business. Proceedings of the Fourteenth Americas Conference on Information Systems. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/301364463.pdf>

Bueno Castro, G. A. (2018). Innovación en modelos de negocio. Una aproximación teórica a las nuevas tendencias. Retrieved from [https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion\\_de\\_empresas/1534](https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1534)

Campos, F. (2010). Las empresas de medios de comunicación revisan y amplían sus modelos de negocio. Obtenido de <http://www.redalyc.org:9081/articulo.oa?id=199516111023>

Campos (2016) en la investigación titulada: Aplicación del modelo canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico en BRILDOR, S.L. (Tesis de Postgrado) Universitat Politècnica de València Campus D'alcoi, Valencia, España.

Carneiro Caneda, M. (2010). Dirección Estratégica Innovadora. Ed. Martínez. La Coruña, España: Netbiblo.

Chandler, A. D. (2003). Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise. New York: Beard Books.

De la Cruz, C., & Román, M. E. (2015). La Teoría de Rensis Likert para desarrollar el clima organizacional en el proceso de gestión de la institución educativa privada Parmer de Chiclayo [Tesis Maestría]. Universidad Nacional Pedro.

ECD confidencial digital. (02 de 02 de 2017). Obtenido de <https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/negocio/exito-empresas-lowcost/20170202111950084282.html>

Emprendedor, conoce los regímenes fiscales de las personas físicas. (s. f.). SAT. Recuperado 17 de noviembre de 2022, de <https://www.sat.gob.mx/consulta/09788/emprendedor,-conoce-los-regimenes-fiscales-de-las-personas-fisicas>.

George, G., & Bock, A. (2011). The business model in practice and its implications for entrepreneurship research. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1490251](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1490251)

González, D. M. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito (2007.a ed.). McGraw-Hill.

IMPI. (s. f.). <https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi>.

Izquierdo, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español. *El Profesional de la Información*

Jaramillo, I., Morales, C., Betancur, A., Cruz, J. & Gañán, P. (2004). Estudio del curado de resinas epóxicas empleando espectroscopía infrarroja. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/496/49614307.pdf>

Jhonson, M. (2010). A new framework for business models. *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://hbr.org/2010/01/is-your-business-model-a-myste-1>

López, M. (2022). Desarrollo del plan de negocios de la aplicación móvil para la gestión, promoción y publicidad de mipyme [Tesis]. Instituto Tecnológico Superior de Martínez de la Torre.

Manene, L. (2013) *En Estrategias Empresariales: Topología, Características y Uso*.

Manual de usuario clasniza. (s. f.). Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. [https://clasniza.impi.gob.mx/SiteCollectionDocuments/Manual\\_Usuario\\_ClasnizaGobMx.pdf](https://clasniza.impi.gob.mx/SiteCollectionDocuments/Manual_Usuario_ClasnizaGobMx.pdf)

Martínez, E. (2013). El Modelo de Negocio como base del éxito. Obtenido de [http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537\\_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIALUNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIALUNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Martinez, E. (2014). El Modelo de Negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica. Universidad de Almería. Obtenido de [http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537\\_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIALUNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIALUNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mutis , J., & Ricart , J. (2008). Innovación en modelos de negocio la Base de la Pirámide como campo de experimentación. Dialnet Unirioja. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2656423>

Nigjeh, A., Mohammad, M., Alavi, N., Mohammadreza, K., Bagheri, A., Garmarudi, B. & Moslem, H. (2012). Nanosilica reinforced epoxy floor coating composites: Preparation and thermophysical characterization. [https://www.researchgate.net/publication/267946091\\_Nanosilica\\_reinforced\\_epoxy\\_floor\\_coating\\_composites\\_Preparation\\_and\\_thermophysical\\_characterization](https://www.researchgate.net/publication/267946091_Nanosilica_reinforced_epoxy_floor_coating_composites_Preparation_and_thermophysical_characterization).  
[https://www.researchgate.net/publication/267946091\\_Nanosilica\\_reinforced\\_epoxy\\_floor\\_coating\\_composites\\_Preparation\\_and\\_thermophysical\\_characterization](https://www.researchgate.net/publication/267946091_Nanosilica_reinforced_epoxy_floor_coating_composites_Preparation_and_thermophysical_characterization)

Emprendedor, conoce los regímenes fiscales de las personas físicas. (s. f.). <https://www.sat.gob.mx/consulta/09788/emprendedor,-conoce-los-regimenes-fiscales-de-las-personas-fisicas>.  
<https://www.sat.gob.mx/consulta/09788/emprendedor,-conoce-los-regimenes-fiscales-de-las-personas-fisicas>

Obligaciones fiscales para las personas físicas. (s. f.). <https://www.infoautonomos.mx/obligaciones-fiscales/obligaciones-fiscales-persona-fisica/>

OBS Bussiness School. (2018). Obtenido de <https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/mba/5-tipos-de-modelo-de-negocio-ejemplo-de-exito>

OECD. (2018). Manual de Oslo guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. Obtenido de <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>

Osman, A., Rodríguez, S. & Alvarado, C. (2017). Mejoramiento del proceso de fabricación de aductos de aminas alifáticas o cicloalifáticas con resinas epóxicas utilizados en el área de la construcción y mantenimiento industrial. Redalyc, 24(2), 3. <https://www.redalyc.org/pdf/707/70753474012.pdf>

Palacios, M. & Duque, E. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. Dialnet, 24.

Rajala, R., & Westerlund, R. (2005). Business models: a new perspective on knowledge-intensive services in the software industry

Rangel, C. (2016). La nueva era de la polarización de los hábitos de consumo: Lujo vs. Lowcost. Questiones Publicitarias. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5407306>

Riquelme Leiva, M. (2016). FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa. Recuperado de <https://www.analisisfoda.com/>

Roldan , J., Méndez , J., Olvera, A., & Ledezma, A. (2017). Estudio descriptivo de la evolución de los modelos de gestión operativa y estratégica de las empresas manufactureras locales y de capital extranjero localizadas en Puebla - México. Obtenido de <https://www.aulavirtualusmp.pe/ojs/index.php/rc/article/view/1157>

Salazar, D. M. G. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito: metodología para ell desarrollo de nuevos negocios.

Schendell & Hatten, D. K. (1972). Business policy or strategic management. A broader view for an emerging discipline. USA: Citado por Castellanos Castillo José Ramón en: El enfoque estratégico.

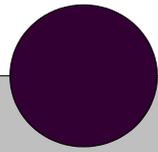
Spieth, P., & Schneider,S. (2016). Business model innovativeness: designing a formative measure for business model innovation. Springer Link. Obtenido de <https://link-springercom.hemeroteca.lasalle.edu.co/article/10.1007/s11573-015-0794-0>

Tomas, U. S. (2021). Estudio Legal. Obtenido de [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20Tercer%20Momento/estudio\\_legal.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20Tercer%20Momento/estudio_legal.html)

Vasconcellos, J. (2001). Los señores de la guerra. Madrid: España.

Weber, K. (2017). MGPDI: modelo de gestión de la I+D+i en las organizaciones. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7185819>

Yat, D. (2008). Recubrimiento superficial por medio de resinas epóxicas para la aplicación de la industria en general [tesis]. universidad de san Carlos de Guatemala.



## Anexos

# 7. Anexos

## Anexo 1: Evidencia de compra de dominio para página web.

### Confirmación de compra

¡Muchas Gracias! Tu compra está lista

Este es el resumen de tu compra. También se ha enviado una copia a tu correo [jegarcliam@gmail.com](mailto:jegarcliam@gmail.com)

<b>NÚMERO DE ORDEN - 2023032774.3364</b>	
MAKCI.COM	
REGISTRO DE DOMINIO .COM - 1 AÑO	<b>\$319.00 MXN</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$319.00 MXN</b>

<b>INFORMACIÓN DEL COMPROBANTE</b>	
<b>FORMA DE PAGO:</b> Tarjeta de Crédito/Débito	
<b>TIPO DE COMPROBANTE:</b> Factura electrónica	
<b>DATOS DEL COMPROBANTE:</b> TEFN731007T77 Noe Tellez Flores	

## Anexo 2: Evidencia de compra de hosting para página web.



Akky Online Soluciones S.A. de C.V.  
Av. Revolución 2703 1, Piso 3  
Col. Ladrillera, CP 64830, Monterrey, Nuevo León, México.  
[www.akky.mx](http://www.akky.mx) RFC AOS210205LPS3  
601 Régimen General de Ley de Personas Morales  
Tipo de comprobante: 1 - Ingresos

¡Sigue a la brevedad! 

No. de Serie CSD del emisor:	0000100000508883701	Folio Fiscal:	FFE06B54-5F27-7148-B910-3ADE12FAFE19
Lugar y Fecha de expedición:	C.P. 64830   2023-03-27T12:55:40	Serie-Folio:	AKKY-230424
R.F.C.:	TEFN731007T77	Régimen:	512 - Personas Físicas con Actividades
Código Postal:	74108	Uso de CFDI:	033 - Gastos en general
Nombre:	NCE TELLEZ FLORES		

Clave ProServ	Cantidad	Unidad	Descripción	Precio Unitario	Descuento	Impuesto	Importe
8112106	1	UNIDAD DE SERVICIO	Hosting - Baseo 1 año	\$430.17	\$0.00	02   002 IVA   588.83	\$430.17

Forma de pago:	28 - Tarjeta de Débito	Sub-Total:	\$430.17
Método de pago:	PLIE - Pago en una sola exhibición	I.V.A.:	\$58.83
Moneda:	MXN	Descuento:	\$0.00
Importe con letra:	Cuatrocientos noventa y nueve pesos 00/100 M.N.	Total:	\$499.00

Sello Digital del Contribuyente que lo expide



Sello Digital del SAT

@@PmDip1pukXVwAcYTIC7FmFPwYR2j2ccpkuJ#REB68uSG5CSKGAAGduVYDzobLFFh11vvOyUy5YpA28wBDMdMS7Qh0i52V  
T0QYETCn6eCdNAOndY7aptDv0KuoC8RF1Z2DnH+1amXAbG8azP9BQzod5mzNee1N+H8wJ9C3xdEITAJU03ozez5oc8BnMk  
7H+JHUB8tG8Amet7ypYAU44pT88wV18NC(Delq5+HWNGKB+MgHCm8S8cc)mp8H1tcc75uKHS01vUyJ98wUms888uPp  
p7nctAGLqW7HBM+\*

cadena original del complemento de certificación del SAT

```

[[1.]]FFE06B54-5F27-7148-B910-3ADE12FAFE19:2023-03-27T12:55:40
[1.1.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[2.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[3.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[4.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[5.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[6.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[7.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[8.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[9.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[10.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[11.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[12.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[13.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[14.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[15.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[16.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[17.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[18.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[19.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[20.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[21.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[22.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[23.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[24.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[25.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[26.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[27.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[28.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[29.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[30.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[31.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[32.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[33.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[34.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[35.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[36.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[37.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[38.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[39.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[40.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[41.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[42.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[43.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[44.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[45.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[46.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[47.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[48.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[49.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[50.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[51.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[52.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[53.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[54.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[55.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[56.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[57.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[58.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[59.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[60.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[61.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[62.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[63.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[64.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[65.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[66.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[67.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[68.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[69.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[70.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[71.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[72.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[73.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[74.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[75.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[76.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[77.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[78.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[79.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[80.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[81.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[82.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[83.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[84.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[85.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[86.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[87.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[88.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[89.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[90.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[91.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[92.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[93.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[94.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[95.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A8+529U
[96.0.]]CSD11619864144RFLRCP9m9q2wV02z2uLmC7M1Mok4AHhudaApkXW8L8hm+5yWwnt113kX7HBZu08b3c5aQpR0RppzJj0wL3dMfP8Awq2A
```

### Anexo 3: Evidencia de página web.



Con más de 15 años en proveer servicios, en Mak-Cip nos especializamos en ofrecer proyectos integrales en pintura industrial y pisos epoxicos.

Generalmente trabajamos en trabajos de pintura y en el ámbito de ofrecer todo lo que se requiere, desde la pintura y el mantenimiento de la planta.

#### Misión

Ofrecer una información técnica, humana y confiable para poder ayudar con las empresas locales en el momento necesario en el sector industrial y ofrecer un servicio integral a través de nuestros proyectos y en el mantenimiento de los proyectos.



#### Visión

Ser una empresa líder en el sector de la pintura industrial en el sector industrial y ofrecer servicios integrales de pintura y mantenimiento.

#### Objetivo

Competir con las empresas locales en el momento necesario en el sector industrial.

#### Valores



En MAK-CIP la experiencia industrial profesional en todo el país es nuestra ventaja para realizar servicios integrales de pintura industrial y mantenimiento de plantas y edificios.



¡Elegir la mejor solución para su proyecto es importante, es una tarea que requiere de nuestra experiencia y los materiales de alta calidad que ofrecemos, que hacen el trabajo correcto y más rápido con los mejores precios disponibles.

- Cobertura de todo el país
- Atención al cliente
- Mayor duración de los trabajos

Todos estos factores influyen en la duración de sus trabajos de mantenimiento.

Anexo 4: Evidencia de programación semanal para contenido en redes sociales.

## CALENDARIO DE REDES SOCIALES

DÍA/ RED SOCIAL	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
FACEBOOK				Post en Grupos		Contenido en pagina principal
INSTAGRAM	Publicación Normal		Historias		Reels	
TWITTER			Tweet		Tweet	
TIKTOK					Tiktok	
PAGINA WEB	Dependera de la temporada y promociones nuevas					

Anexo 5: Evidencia de grupo para compartir contenido en redes sociales (segmentados de acuerdo al giro de ARR).

CONTENIDO MAK-CIP SEMANAL								
Grupo de facebook makcip	Fecha / día	¿Quien compartio?	Fecha / día	¿Quien compartio?	Fecha / día	¿Quien compartio?	Fecha / día	¿Quien compartio?
Sistema Camas Real a Chichila y Zacoala	X 12/06/2023	Kimberly						
Sistema Camas CDMX y Eda de México	X 17/05/23	enny galindo						
Alberca y proveedores materiales de San Martín Chicocuilco y Itepec	X 09/06/2023	Kimberly	X 06/07/2023	Kimberly				
Construccion, Comisarias y Servicios para la construcción en Puebla								
Sistema Puebla	X lunes 15/05/23	enny galindo						
sema como a estado de Mexico	X 12/06/2023	Kimberly						
sema a zona CDMX	X miercoles 17/6	enny galindo	X 06/07/2023	Kimberly				
"NAIMMILU CO-OFFICIAL"								
Mercado libro Zacoala	X 12/06/2023	Kimberly	X 06/07/2023	Kimberly				
VENTAS - COMPRAS - SAN JERONIMO - CLIMIRAS - MITRAS - MONTERREY - DONALITO	X 09/06/2023	Kimberly						
Instaladores de estas operacion	X 06/07/2023	Kimberly	X 14/07/2023	Kimberly				
construcción en general PUEBLA	X 22/05/23	enny galindo						
CONTRATISTAS CONSTRUCTORES Y PROYECTORES DE LA CONSTRUCCION	X 22/05/23	enny galindo	X 14/07/2023	Kimberly				
Los equipos Arquitectos, Constructores y Proyectores de Ma de Puebla	X 22/05/23	enny galindo						
Pisos de Resin Epoxica	X 12/06/2023	Kimberly						
Pisos Epoxicos y Recubrimientos Industriales de Edificios	X lunes 15/05/23	enny galindo	X 22/05/23	enny galindo	X 21/07/2023	Kimberly	X 02/08/2023	Kimberly
trabaja de piso epoxico	X 12/06/2023	Kimberly						
San Pedro de los Baños balneario EDMX publica lo que quiere.	X viernes 26/05/23	enny galindo	X 12/06/2023	Kimberly	X 02/08/2023	Kimberly		
pisos epoxicos metalicos y pulido brillantado	X 09/06/2023	Kimberly						
ARQUITECTOS EN PUEBLA	X lunes 15/05/23	enny galindo	X viernes 19/06					
Asociación Puebla	X lunes 22/05/23	enny galindo						
VENTAS Zacoala, Morelos y La Jiraca Cruz del Sur, Reforma, Tlaxcala de A.	X miercoles 17/6	enny galindo	X 06/07/2023	Kimberly				
Resin epoxica lituana!! Trabajo venta de materiales y MAS!!	X miercoles 17/6	enny galindo						
Trabajo en San y Loma de Anguipoln la zona más turística de Puebla	X 06/07/2023	Kimberly						
VENTAS DE HERRAMIENTAS	X miercoles 17/6	enny galindo						
VENTAS TEOLOCHICO, ZACATELCO Y STA. ANA	X miercoles 17/6	enny galindo						
venta de materiales LA y sus alrededores (zonas, zonas y hoteles)	X viernes 19 de	enny galindo	X 12/06/2023	Kimberly	x 27/07/2023	Kimberly		
la curafa, materiales, obra San Diego, cur del sur y shiba hola								
Diseño, Presupuesto y Fachadas, Casas habitacion, Decoraciones y Novenas.								

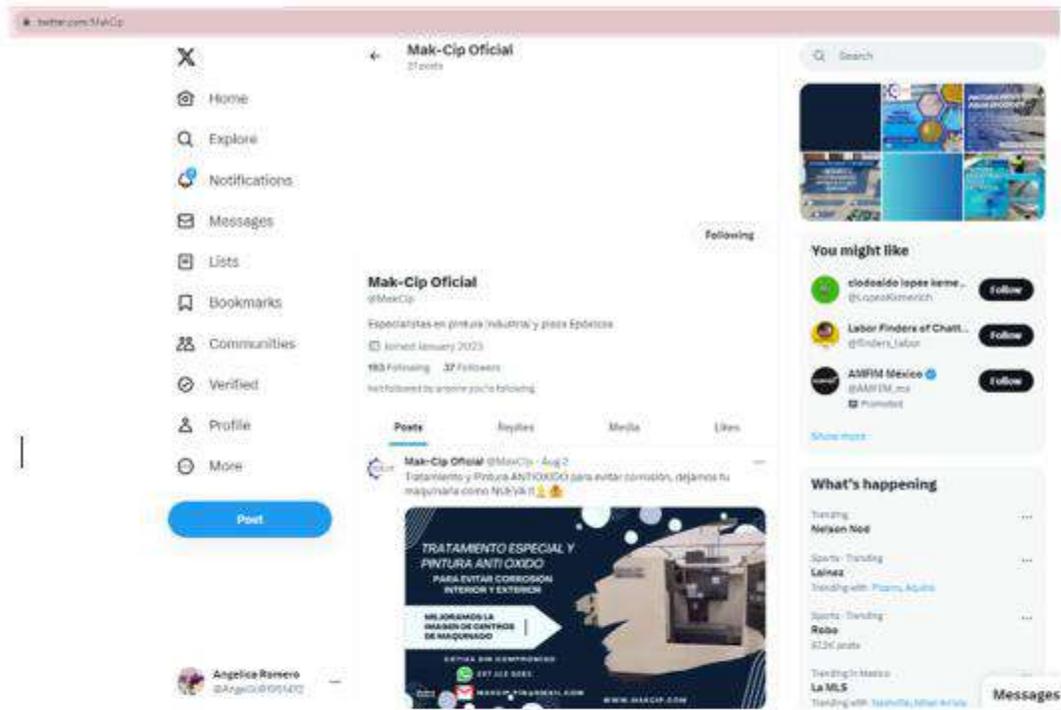
Anexo 6: Evidencia de publicaciones en Facebook.



Anexo 7: Evidencia de publicaciones en Instagram.



## Anexo 8: Evidencia de publicaciones en "X".



### Anexo 9: Evidencia de publicaciones en Tik Tok



## Anexo 10: Evidencia de Manual Corporativo



Anexo 11: Evidencia de Catálogo de servicios.



**MANTENIMIENTO INDUSTRIAL PINTURA Y PISOS EPÓXICOS**

www.facebook.com/MAKCIFFuente



Queremos ser parte de sus soluciones.

**Contactanos**

Tel. 337 105 4380  
Tel. 337 105 4261  
Tel. 337 105 3760

✉ makcip@makcip.com  
makcip@makcip.com

Calle Río Kichim 9, Qz. 11603  
Santa Ana Kankab'uluc, Pucallpa

**PERFIL**

Estamos comprometidos en la calidad, en el servicio al cliente y poder ser parte de sus necesidades, otorgando siempre un valor agregado, con valores de responsabilidad en el servicio, calidad, productividad, creatividad, innovación, sencillez y austeridad.



**CONTENIDO**

Acerca de MAKCIP	04
Misión & Visión	05
Nuestros Servicios	06
Piso Epóxico	08
Ventajas	09
Utilidad Piso Epóxico	10
Pintura Industrial	11
Galería	12
Maquinaria	14
Somos MAKCIP	18