

Curso de Publicidad FES Aragón 2017.

Datos básicos para el ejercicio de *brief* y *pitch*

Empresa: Making Software

Marca: B-Smart Store

Misión, Visión, Valores

- Misión: Brindar soluciones de alto valor para nuestros clientes a través de la tecnología y de nuestros valores.
- Visión: Ser el aliado global que brinda las soluciones de TI, innovadoras y oportunas para nuestros clientes.
- Valores: Respaldamos nuestra misión y visión a través de:
 - Compromiso
 - Pasión
 - Creatividad
 - Innovación

Objetivos de la empresa

- A. Incrementar al 100% la base de clientes fijos.
- B. Lograr es la generación de un posicionamiento de la marca en el público objetivo, que es directores de sistemas, banca/comercio electrónico, operaciones de las instituciones del sistema financiero mexicano.
- C. Ingresar en el mercado de software para PyMes.

Objetivos de la marca

- Se pretende incursionar en el mercado de las PyMes con una solución asequible y de uso sencillo, posicionarse como una alternativa viable de software de gestión de los recursos de la empresa.

Políticas de servicio al cliente

- ❖ A las PyMES que hayan probado nuestra aplicación se les otorgará un periodo gratis de la membresía para que puedan bajar su información estadística y al término del periodo, se les hará encuestas para evaluar el desempeño de nuestro producto, lo cual nos permitirá identificar si cumple lo necesario para satisfacer las necesidades del cliente.
- ❖ Visita personalizada de los expertos en la aplicación a las PyMES seleccionadas (sector comercial primera etapa), para mostrar el funcionamiento del producto y sus beneficios en cuanto a información estadística para la toma de decisiones.
- ❖ En cada visita, se otorgará capacitación con relación al uso y manejo de dispositivos móviles, uso de la aplicación, demostración de los posibles informes estadísticos que se pueden obtener.
- ❖ Otorgar la funcionalidad completa del producto de manera gratuita para favorecer la descarga y adopción. Hasta que se rebase el límite de facturación.

Innovación del producto para el cliente

- La operación de la versión genérica será gratuita hasta cierto límite de facturación de la empresa y una vez rebasado el límite, la suscripción anual será por mucho más accesible en comparación de ERP comerciales como SAP Business One, Oracle E-Business Suite y OpenBravo.
- Permitirá ser personalizado de acuerdo a las necesidades de cada empresa y contará con versiones para sectores en específico, lo que al estar enfocada a los agremiados de cámaras y asociaciones, podrá competir con un costo bajo.
- El producto es una herramienta de software en la nube que brinda las capacidades de administrar inventarios para PyMes. Cuenta con una intuitiva interfaz de usuarios a través de dispositivos móviles.

Perfil del cliente

→ Se pretende cubrir el mercado de las PyMes mexicanas, específicamente se atacará en una primera etapa aquellas pertenecientes al sector de comercio. Para posteriormente abordar el sector industrial.

→ Una característica importante de las PyMes que se pretende cubrir es que son empresas que no cuentan con una infraestructura tecnológica para soportar un sistema de gestión de inventarios, sin embargo pueden tener acceso a internet y a dispositivos como smartphones y tablets por lo tanto una solución en la nube es adecuada para ellos.

Expectativas numéricas

Panorama básico

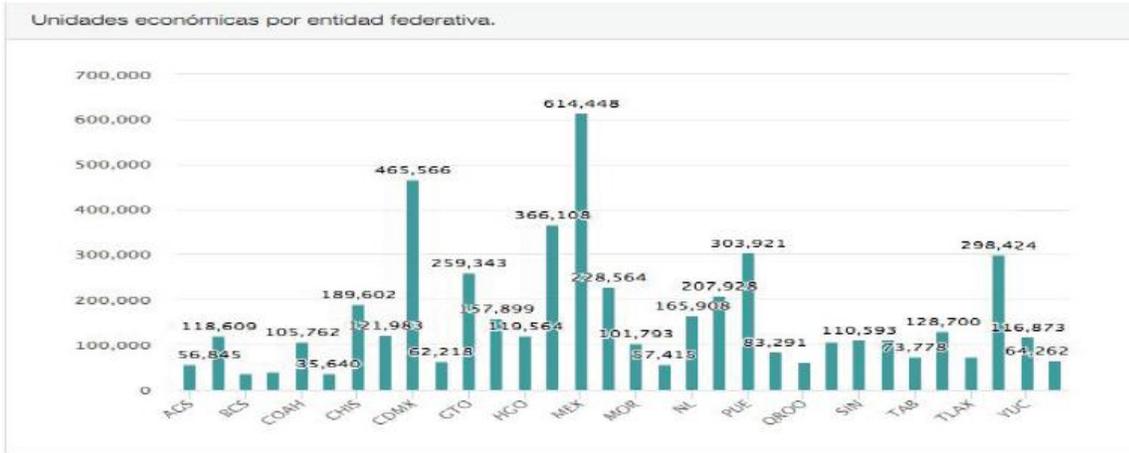
Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)

[+Mas información](#)

Personal ocupado y capacitación												
Tamaño de empresa	Número de empresas	Personal ocupado total			Nivel de escolaridad del personal ocupado				Capacitación			
		Total	Hombres	Mujeres	Sin instrucción	Educación formal			Número de empresas que impartieron capacitación	Total	Hombres	Mujeres
						Básica	Media-Superior	Superior				
Total	4,048,543	11,508,100	6,530,227	4,977,873	379,869	5,876,439	3,419,119	1,832,673	510,175	2,094,649	1,193,836	900,8
Micro	3,952,422	8,675,103	4,658,411	4,016,092	314,381	4,497,267	2,585,254	1,278,202	453,527	963,139	450,078	513,0
Pequeñas	79,367	1,560,838	1,029,698	521,140	39,442	720,522	466,956	323,918	44,305	560,978	363,911	197,0
Medianas	16,754	1,282,159	842,118	440,041	26,046	658,649	366,910	230,554	12,343	570,532	379,848	190,6

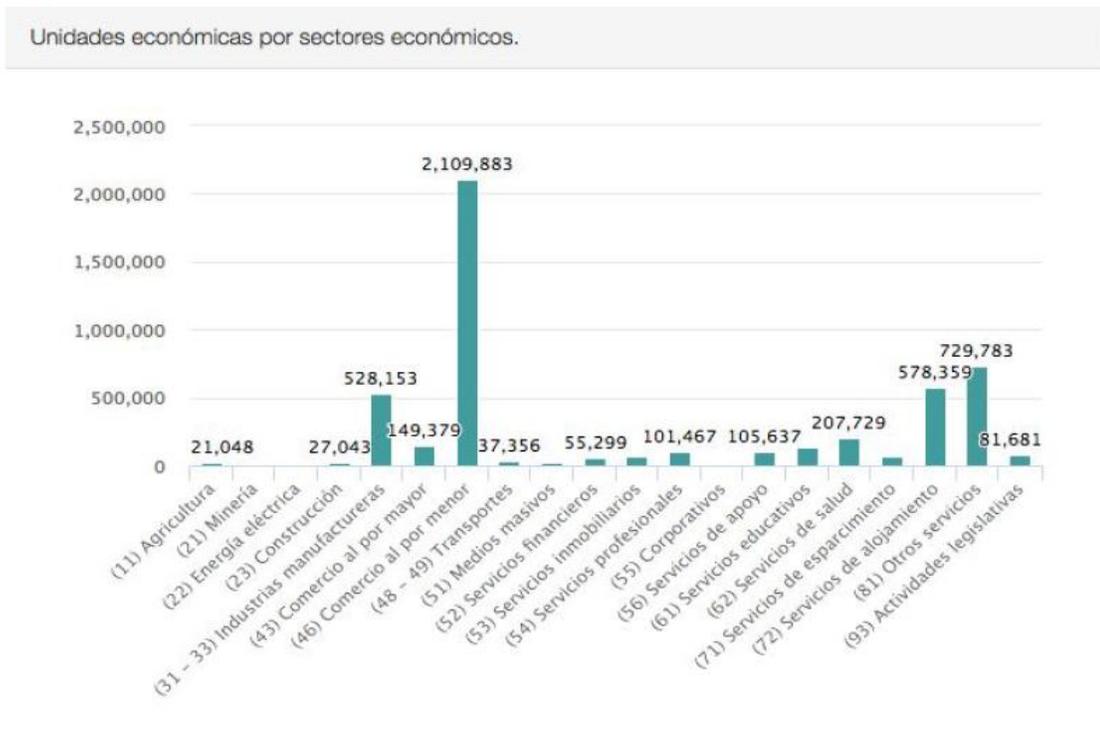
Cantidad de PYMES en México.

La cantidad registrada a julio de 2017 es de 4,048,543 Micro, medianas y pequeñas empresas.



Según estadísticas del INEGI en la Ciudad de México existen 465,566 unidades.

Sector de Comercio



El INEGI caracteriza los comercios en Ciudad de México con mayor consumo al por mayor y al por menor.

Al por Mayor	Al por Menor
1. Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco.	1. Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco.
2. Productos textiles y calzado.	2. Tiendas de autoservicio y departamentales.
3. Productos farmacéuticos, de perfumería, artículos para el esparcimiento y electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca.	3. Productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado.
4. Materias primas agropecuarias y forestales, para la industria, y materiales de desecho.	4. Artículos para el cuidado de la salud.
5. Maquinaria, equipo y mobiliario para actividades agropecuarias, industriales, de servicios y comerciales, y de otra maquinaria y equipo de uso general.	5. Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal.
6. Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones.	6. Enseres domésticos, computadoras, artículos para la decoración de interiores y artículos usados.
7. Intermediación de comercio al por mayor.	7. Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios.
	8. Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes.
	9. Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares.

Sectores

Sector/ Subsector	Porcentaje de crecimiento
Camiones, partes y refacciones nuevas para automoviles.	2.4%
Maquinaria, equipo y mobiliario para actividades agropecuarias, industriales, de servicio y comercio y de otra maquinaria y equipo de uso general.	2.1%
Materias primas agropecuarias y forestales para la industria y materiales de desecho.	2.0%
Productos farmaceuticos, de perfumeria, articulos para el esparcimiento, electrodomésticos y aparatos de linea blanca	2.0%
Muebleria, productos elaborados con madera o aglomerado para el hogar y oficinas	1.9%
Abarrotes, alimentos, bebida, hielo y tabaco	1.87%
Productos textiles y de calzado	-1.3%

Posicionamiento

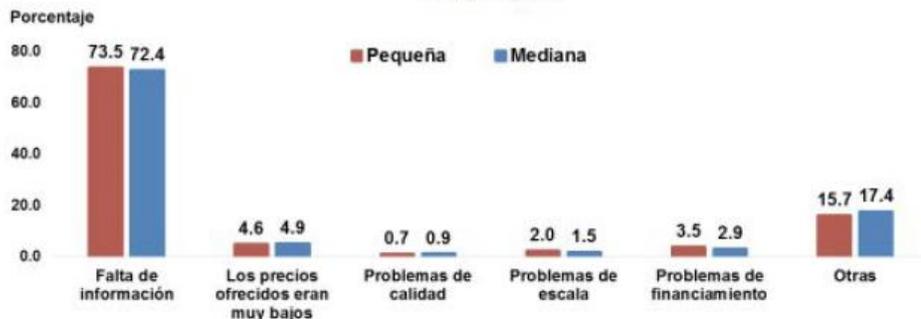
El tipo de posicionamiento que se pretende establecer es "Tomar una parte vulnerable del

líder”, es decir se estaría destacando los costos accesibles del producto en comparación de otros productos así como la facilidad de implementación.

La siguiente información puede servirnos para tener el panorama más claro respecto a las PYMES que pensamos abordar para ofrecer el producto.



Gráfica 23
DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN LAS RAZONES POR LAS QUE NO PARTICIPAN EN CADENAS PRODUCTIVAS DE VALOR, POR TAMAÑO DE EMPRESA, 2013-2014



Nota: La opción Otras incluye No le interesa y No lo necesita.
Fuente: INEGI.

Resultados esperados

Pronóstico de ventas y rentabilidad

Total de comercios en la CDMX **465,565**.

Actividad Económica	Cantidad en la CDMX
Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	17
Minería	46
Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y gas por ductos al consumidor final	449
industrias manufactureras	33,392
Comercio al por mayor	17,315
Comercio al por menor	207,160
Transportes, correos y almacenamiento	3,300
Información en medios masivos	2,005
Servicios financieros y de seguros	4,295
Servicios inmobiliarios y de alquiler de muebles e intangibles	5,715
Servicios profesionales, científicos y técnicos	14,831
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	10,844
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.	54,310
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	5,727

La mayor cantidad de comercios en la Ciudad de México, es *Comercio al por menor*, en el cual se

contabilizan los comercios como, tiendas de abarrotes, centros comerciales, perfumerías, comercio de ropa y calzado, ferreterías, refaccionarias, etc.



- Refaccionarias en la CDMX 1, 823 , de las cuales de comercio al por menor 1, 662 , al por mayor 25.



De las cuales necesitamos alrededor de 300 ferreterías con un costo mensual de renta de software \$1,250.00, para alcanzar únicamente la inversión de un mes, o tener la ganancia de \$ 300,000.00 por un año con 20 comercios al mes.

- La mensualidad que requerimos es por:

Mensualidad	\$ 1,250.00
-------------	-------------

- Nuestro estimado de descargas por comercio al mes:

Mes	20 comercios
-----	--------------

- Mantener constancia de 20 comercios por mes en el lapso de tiempo de un año, para lograr recuperar la ganancia invertida.

Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

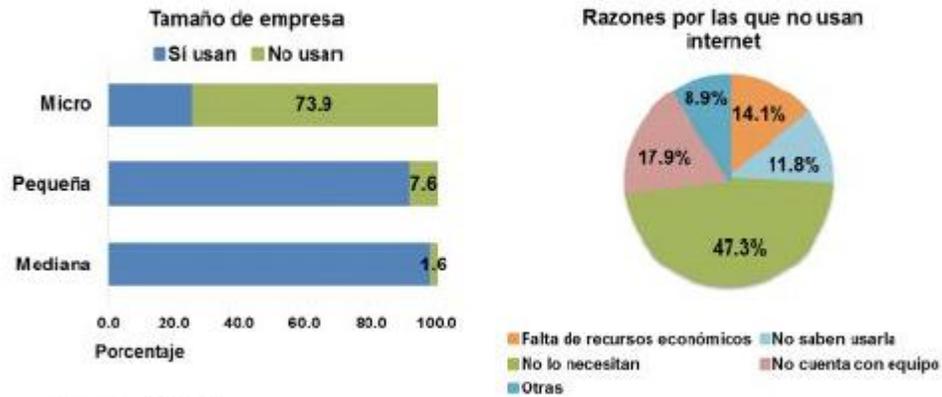
De acuerdo con la gráfica siguiente, en 2014 el 74.5% de las microempresas no usaron equipo de cómputo. Dicho porcentaje disminuye en las pequeñas y medianas empresas para las cuales se tiene el 6.6% y 0.9%, respectivamente.

El 46.7% del conjunto de las micro, pequeñas y medianas empresas que no usan equipo de cómputo argumentan que no lo necesitan, lo que representa la razón principal. Siguen en importancia el 15.6% de empresas que declaran no disponer de equipo de cómputo y el 15.2% que argumenta la falta de recursos económicos para la adquisición de dichos activos.

En concordancia con el uso del equipo de cómputo, se tiene el 73.9% de las microempresas que señalan no utilizar internet. Esta situación representa el 7.6% y 1.6% respectivamente de las pequeñas y medianas empresas. En este sentido, el 47.3% de total de las empresas que no usan internet declaran no necesitarlo.

Gráfica 25

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS SEGÚN SU CONDICIÓN DE USO DE INTERNET POR TAMAÑO DE EMPRESA, 2014



Fuente: INEGI

Estas 5 industrias son las de mayor ingreso económico en el 2017 en la Ciudad de México, según INEGI.

[Ciudad de México - Sectores](#)

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, en su mayoría no cuentan o no desean ingresar a la tecnología para la sistematización de la producción de su comercio, por eso es que *BrainyStore* tiene oportunidad de venta.

Información actualizada de Industrias en la Ciudad de México;

- Industria Manufacturera
- Industria Alimentaria
- Industria Química
- Industria de Bebidas y de Tabaco
- Fabricación de Prendas de Vestir

Fuentes de Información

INEGI

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx - Visitada el día 12 de Septiembre del 2017

<http://www.beta.inegi.org.mx/temas/directorio/default.html> - Visitada el día 12 de Septiembre del 2017

<http://www.beta.inegi.org.mx/temas/construccion/> - Visitada el día 12 de Septiembre del 2017

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrostadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=485&c=23953>
- Visitada el día 12 de Septiembre del 2017

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/Default.aspx?s=est&c=25852&ent=09&e=09> - Visitada el día 12 de Septiembre del 2017

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/CuadrosEstadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=2474&e=09&c=31502> - Visitada el día 12 de Septiembre del 2017

<http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx> - Visitada el día 14 de Septiembre

Sección amarilla

<https://blog.seccionamarilla.com.mx/cuantas-pymes-hay-en-mexico/> (2016)