

INGENIERÍA HUMANA COLOMBIA - Emprendimiento

Katherine Bautista Rivera

Universidad Santo Tomás
Facultad de Comunicación Social
Bogotá D.C.
Mayo 2019

INGENIERÍA HUMANA COLOMBIA - Emprendimiento

Katherine Bautista Rivera

Presentado a la docente:

Claudia Patricia Rincón

Universidad Santo Tomás

Facultad de Comunicación Social

Bogotá D.C.

Mayo 2019

Notas del autor

La correspondencia relacionada con este proyecto debe ser dirigida a Katherine Bautista Rivera, Facultad de Comunicación Social, Universidad Santo Tomás, Calle 51 #9 – 11

Contacto: katherinebautista@usantotomas.edu.co

Dedicatoria

A mi madre por creer en ella misma, por atreverse a enfrentar sus propios miedos y haber dado el primer paso al iniciar este proyecto tan valioso para todas.

Agradecimientos.

A mis hermanas por su constante motivación y contribución en la creación de Ingeniería Humana Colombia. Gracias, ustedes son mi motor.

Resumen

El presente trabajo fue desarrollado en la modalidad de grado de emprendimiento para la Universidad Santo Tomás. A continuación se podrá encontrar todo lo relacionado a las estrategias, procesos y conformación de Ingeniería Humana Colombia, una empresa que brinda la oportunidad de conocer al ser humano desde su magnetismo y energía, para así mismo, lograr desarrollar al máximo su potencial.

Palabras Clave: Emprendimiento, Energía, Magnetismo, Humana.

Abstract

The present work was developed in the entrepreneurship degree modality for Santo Tomás University. Below you can find everything related to the strategies, processes and conformation of Ingeniería Humana Colombia, a company that offers the opportunity to know the human being in its magnetism and energy, to achieve its maximum potential.

Keywords: Entrepreneurship, Energy, Magnetism, Human.

Tabla de Contenido

1 Introducción	9
1.1 Nombre de la empresa	9
1.2 Logo	10
2 El negocio.....	10
2.1 Fundamentación.....	10
2.2 Descripción de la empresa	11
2.3 Planteamiento estratégico	12
2.3.1 Misión.....	12
2.3.2 Visión.....	12
2.3.3 Objetivos.....	13
2.3.4 Postura ética.....	13
2.3.5 Descripción producto y servicio.....	14
2.3.6 Etapas del proyecto.....	14
2.3.7 La comunicación y su aporte en la idea de negocio.....	15
2.3.8 Valores Corporativos.....	16
2.3.9 Organigrama	17
2.4 Marco Legal	17
3 Definición del producto y servicio.....	18
3.1 Producto y servicio	18
3.1.1 Principales productos y servicios	18
3.1.2 Servicios complementarios.....	18
3.2 Plus y ventaja competitiva	19

3.3 Características del producto.....	19
3.4 Productos y servicios similares en el mercado	20
3.5 Registro de empresas que trabajen en el mismo sector.....	21
3.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.....	21
3.7 Producto y servicio y la representación como una solución única	22
4 Equipo de trabajo y sistema de negocio.....	22
4.1 Equipo de trabajo.....	32
4.2 Red de contactos.....	24
4.3 Aliados del negocio.....	25
4.4 Ventajas de las alianzas	25
4.5 Recursos adicionales.....	26
5 Plan de mercadeo	26
5.1 El cliente	26
5.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales.....	26
5.1.2 Razones por las que compra un cliente	27
5.1.3 Estrategias comunicativas.....	27
5.2 La competencia	27
5.2.1 Perfil de la competencia	27
5.2.2 Aliados de la competencia.....	28
5.2.3 Competidores directos e indirectos.....	28
5.2.4 Diferencial del producto y servicio frente a la competencia	28
5.2.5 Análisis del entorno.....	28
5.3 Precio del producto	29

5.3.1 Precio del producto y/o servicio de la competencia	29
5.3.2 Precio que el cliente está dispuesto a pagar (argumentar).....	30
5.3.3 Métodos de pago ofrecidos por el cliente.....	30
5.3.4 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.....	30
5.4 Canales de distribución del producto y/o servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca.....	30
5.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio.....	30
5.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes.....	31
5.4.3 Estrategia de posicionamiento.....	31
6 Análisis de Riesgos.....	31
7 Plan Financiero.....	34
7.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.....	34
7.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.....	34
7.3 Financiación externa de ser necesaria.....	35
7.4 Definición de: Costos fijos, Costos Variables y Punto de Equilibrio.....	35
8 Canvas.....	38
9 Bibliografía.....	41

1. Introducción

La razón que fundamenta el presente plan de negocio es promover una visión integral del ser humano, que además de ir mucho más allá de lo espiritual, se complementa con nuestra corporalidad. Por ello, optamos por tener como base la autoobservación y ayudar a generar responsabilidad sobre las decisiones que determinan nuestros actos.

El lector encontrará en este documento el enfoque, los principios y las bases que rigen a la empresa INGENIERÍA HUMANA COLOMBIA, como una alternativa seria y fundamentada para re-direccionar y mejorar la vida de muchas personas que se beneficiarán con nuestros servicios.

1.1 Nombre de la empresa.



1.2 Logo

Sus medidas están establecidas en un cuadrado de 800 px por 800px, con la fuente *DK LEMON YELLOW SUN* como tipografía principal. El color negro se relaciona con el universo y las tonalidades rosadas y azules son símbolo de la pureza, resplandor y eternidad.

Para llegar al concepto del logo se pensó en un símbolo que representara la energía, la humanidad y la chispa divina; la primera porque la empresa ofrece como plus la técnica aplicada al conocimiento de la cámara Kirlian, la segunda y la tercera porque el producto estrella es la interpretación del campo electromagnético. Con base en lo anterior, se optó por la mano, teniendo en cuenta que reúne las tres condiciones anteriores.

2. El Negocio

2.1 Fundamentación.

El emprendimiento, la creatividad, la asertividad, el desarrollo de las inteligencias y el control de las emociones, entre tantos otros factores, no siempre se aprenden en el colegio o en algunos casos tristemente tampoco en los hogares. Este tipo de “*pensum*”, que es básico para el desarrollo de habilidades internas, familiares, sociales, interpersonales y laborales, se aprenden sin mayor instrucción y con los “golpes de la vida”. Ignoramos los recursos con los que contamos y si logramos identificar habilidades no usamos el manual de instrucciones asertivamente. De tanto en tanto, vale la pena preguntarnos si estamos enfocados por buen camino, si vamos bien o necesitamos corregir algún aspecto personal que nos esté bloqueando.

Según Ricardo González, docente de la Universidad Médica de La Habana de la Facultad de Ciencias Médicas: “Aún cuando muchos reconocemos que el hombre puede definirse simplemente como un ser social, o bio-social, la historia moderna ha registrado la necesidad del desglose de su

integralidad para visualizar componentes muchas veces subvalorados”. (González, R., p. 818) Por tal motivo, esta empresa pretende cumplir una labor formativa que beneficie esa integralidad del ser humano y su aporte a la sociedad, en la medida en que podamos contribuir a que quienes accedan y participen de los productos y servicios que ofrecemos. Así podrán asomarse a su propia realidad y reconocer el material con el cual están hechos o incluso de ser necesario, reinventarse nuevamente.

Por lo anterior, Ingeniería Humana Colombia nace como un esfuerzo de concretar los conocimientos, la experiencia y habilidades de personas que tienen más de 25 años de estudios y práctica en el tema del campo bioeléctrico y energético del cuerpo humano, teniendo en cuenta sus variaciones según el estado físico y psicoemocional de las personas, proponiendo un soporte técnico que objetivice el campo del crecimiento interior para darle una connotación más científica y menos especulativa.

“La valoración de la cuantía y calidad con que los diferentes componentes del medio natural, cultural y social logran satisfacer el abanico de necesidades del ser humano durante la interacción con el medio resulta de vital importancia para comprender su desarrollo integral. El hombre tiene necesidades biológicas, psicológicas, sociales, culturales y espirituales que debe satisfacer para su desarrollo pleno”. (González, R., p. 816)

Por tal motivo, si estas necesidades se generan en el contexto humano, es nuestro deber apoyarnos en herramientas como el análisis electromagnético, quirológico o el re-conocimiento facial para poder ayudar a transformar el potencial humano que todos tenemos en una grata experiencia.

2.2 Descripción de la Empresa.

RAZÓN SOCIAL

La razón social de esta empresa es una persona natural (funciona con el RUT) de Luz Amparo Rivera Salazar y se clasifica como microempresa familiar.

NOMBRE COMERCIAL

Ingeniería Humana Colombia

2.3. Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama.

El logo de Ingeniería Humana Colombia fue planteado de tal forma que combinara elementos simbólicos de luz, energía y dinamismo con ángulos que evoquen el movimiento, la ciencia y la tecnología. La asociación mental corporativa que esperamos lograr es de una empresa que investiga, que está actualizada y se ajusta a las proyecciones.

2.3.1 MISIÓN

Empresa colombiana con sede en Bogotá, líder en la identificación, reconocimiento y proyección del talento, la energía y el potencial humano. Cuya asesoría tecnológica especializada en el manejo personal y virtual beneficia personas independientes y colectividades a nivel de autoconocimiento, superación, liderazgo y productividad.

2.3.2 VISIÓN

Ser reconocidos en el año 2025 como una empresa latinoamericana, futurista y comprometida, que rompa el concepto tradicional de consulta sobre el potencial, proyección y crecimiento interno, a través de asesorías que promueven el talento personal y colectivo de grupos humanos. Líderes en tecnología especializada, con varios centros de servicio y entrenamiento global.

2.3.3 Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Ayudar a descubrir a través de análisis y equipos especiales, los talentos, falencias y posibilidades que tiene una persona para que pueda llegar a desarrollar altos niveles de eficiencia y eficacia a nivel personal, social, académico y laboral.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Enseñar a usar el equipo de herramientas internas (creatividad, inteligencia, raciocinio, carisma, magnetismo, temperamento, carácter y personalidad) para establecer redireccionamientos, planes de trabajo y un nuevo proyecto de vida ajustado a las metas particulares.

Establecer una red de apoyo entre participantes y amigos del proyecto, que propenda a un acompañamiento efectivo y permanente durante los procesos de crecimiento y expansión.

2.3.4 Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.

La postura ética de esta empresa se direcciona hacia el compromiso de respeto y confidencialidad de la información, el desarrollo de procedimientos ceñidos a la verdad, la objetividad y el deseo de que nuestros clientes encuentren herramientas prácticas de superación personal.

Por tal razón todos los participantes y colaboradores adquieren la obligación de prestar el mejor de los servicios esforzándose por ser dignos embajadores de nuestra filosofía. Ceñidos al enfoque humanístico de la Universidad Santo Tomás esta empresa hace un esfuerzo social de enseñanza, difusión y orientación en valores y principios fundamentales de convivencia e interacción positiva, contribuyendo así con la convivencia, el bienestar y la paz.

2.3.5 Descripción producto o servicio.

Cuando una persona asiste a nuestras instalaciones debe llenar un formulario de inscripción y dirigirse al área de estudio fotográfico donde se le toman varios registros de su cuerpo, cara en ángulo frontal, perfil derecho e izquierdo y de las manos. Seguido a esto, la persona pasa al área de grabación, donde se le hace una entrevista para evaluar su desempeño en cuanto a manejo de voz, desenvoltura y

léxico. Posteriormente pasa al área de revisión iridología y dental. Finalmente entra al cuarto oscuro para hacer un registro de su coloración y vibración cuántica.

Una vez recolectada la información una asesora le entrega los resultados por escrito y verbalmente complementa con las debidas recomendaciones.

Las personas interesadas en acceder a nuestros servicios nos podrán contactar de cuatro maneras:

- Mensaje en la página de Facebook/instagram
- Mensaje en el Correo electrónico
- WhatsApp

2.3.6 Etapas del proyecto (con qué se cuenta y qué se requiere para iniciar el negocio).

Estructurales

La empresa cuenta con unas Instalaciones propias, ubicadas al noroccidente de Bogotá, con espacio para charlas y conferencias, zona de fotografía, cuarto oscuro y una oficina para atender a los clientes y entregarles sus informes.

Equipos

Contamos con: 2 cámaras kirlian de tecnología rusa, 1 cámara digital DSLR, Reflectores, Lentes, 3 computadoras, Equipos de medición, Micrófonos y grabadoras.

1ra fase. Adquirir experiencia.

Durante una fase inicial estuvimos ofreciendo los servicios de fotoanálisis kirlian en forma independiente, en centros médicos de enfoque holístico, bioenergético, naturista y alternativo, como diagnóstico coadyuvante y complementario para establecer dolencias y malestares físicos y psicosomáticos, posteriormente se trabajó en forma independiente.

Asimismo se ha trabajado el concepto del Reconocimiento facial y el análisis de mano en escuelas de yoga, ferias en centros comerciales y artesanales pero sentíamos la necesidad de centralizar en una sede propia todos los servicios unificando las respectivas labores y asesorías, pero ya con una gran experiencia adquirida, que nos diera un soporte y proyección más clara.

2da fase Financiación

A través de un préstamo y contando con el espacio de una casa familiar se procedió a adaptar un lugar independiente que tuviera tres requisitos mínimos, una sala para charlas, una oficina, un cuarto oscuro para fotografía y un baño.

3ra fase ejecución

Aproximadamente hace 1 año y medio, se empezó a trabajar en la nueva sede, ha sido un proceso de adaptación, consecución de recursos implementación de papelería, equipos y tecnificación de procesos que antes se hacían artesanalmente.

4ta fase seguimiento

Aunque la idea es conseguir más equipos se considera que existe el material básico para comenzar en forma a trabajar. Se tienen clientes que traen nuevos clientes pero con publicidad voz a voz.

5ta fase Ampliación

En este momento se requiere la propaganda y apertura de canales masivos de comunicación y difusión de servicios. Hacer uso de redes sociales y actualizar los canales de publicidad.

2.3.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

Libro: Véndele a la mente y no a la gente

Autor Jürgen Klaric

Inspirados en el capítulo 2 de este libro, podemos decir que la forma de entender, mejorar, rentabilizar e innovar cómo operamos y mejoramos nuestro trabajo es a través de la aplicación de técnicas específicas y estrategias claras.

Tenemos que auto evaluarnos y mejorarnos o nos quedaremos atrás en un mundo marcado notoriamente por la competencia. Hay que desarrollar el intelecto, y hay que entrenar el pensamiento, por eso la propuesta de esta empresa es ejercitarnos en todo aquello que nos falta tonificar como seres humanos proactivos.

2.3.8 Valores Corporativos

- **HONESTIDAD**

La mayoría de asesorías con respecto a las dudas sobre las tendencias, inquietudes y comportamientos humanos se realizan con personas aisladas, camufladas en la clandestinidad y poco serias. Esta empresa se caracteriza por la transparencia de sus procesos.

- **CUMPLIMIENTO**

Estamos comprometidos con el manejo de los tiempos acordados y por supuesto con la ejecución del trabajo acordado por las partes en las condiciones previamente pactadas.

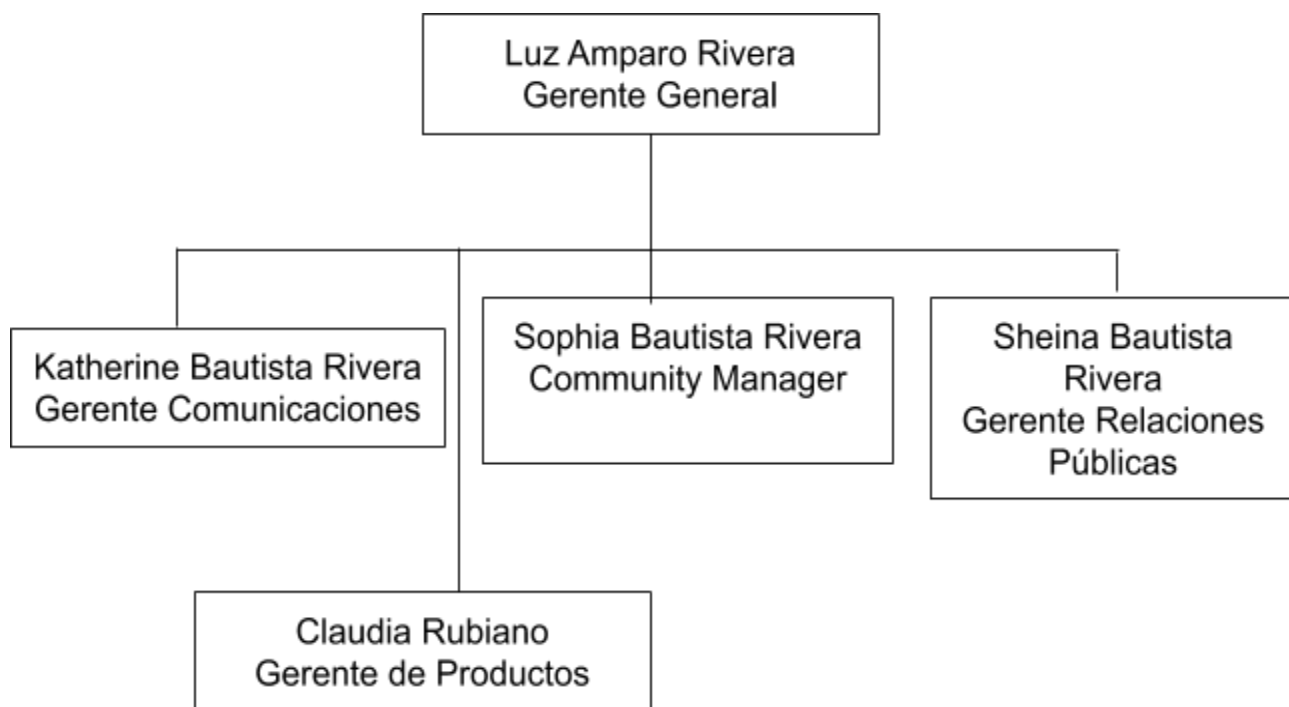
- **CONFIDENCIALIDAD**

Respetuosos del manejo de información y cautelosos con los datos personales nos comprometemos a tener total reserva con los contenidos manejados.

- **RESPETO**

Teniendo en cuenta que acuden a consultar en Reingeniería humana todo tipo de personas, las evaluaciones se hacen con el mayor respeto por su condición y situación particular sin prejuicio alguno por su sexo, condición física, creencias, etc.

2.3.9 Organigrama



2.4 Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá **la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)** es un tipo societario creado por la Ley 1258 de 2008, caracterizado por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas.

Existen diferentes tipos de empresa, pero la que elegimos para formar a Ingeniería Humana Colombia fue:

“Sociedades comerciales

Son personas jurídicas que se constituyen por un contrato de sociedad en virtud, en el que dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.

Las sociedades se clasifican en sociedades personales, capitalistas y de naturaleza mixta. Las sociedades personales son aquellas en las que todos los socios se conocen entre sí, y tanto la sociedad como los socios responden con la totalidad de su patrimonio de forma solidaria e ilimitadamente por las obligaciones sociales, lo que le da derecho a todos los socios a administrar la sociedad ejemplo: las sociedades colectivas y las en comandita simple”. (Cámara de Comercio Bogotá, 2018)

3 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

3.1 Producto y servicio

3.1.1 Principales servicios que ofrecemos son:

- 1.Foto Análisis Kirlian
- 2.Reconocimiento facial
- 3.Análisis quirológico
4. Análisis oral y Fónico.

Próximamente implementaremos:

Análisis neurofocal e iridología

3.1.2 Los servicios complementarios son:

A.Venta de Productos como:

Pirámides

Dijes Cuánticos

Cartillas temáticas

Parches desintoxicantes

Tes y bebidas energéticos

Gemas y piedras semipreciosas

B. Talleres sobre:

Energía piramidal

Inteligencia emocional

Programacion neurolinguistica

Psicología transpersonal

Meditación

Visualización creativa

Manejo de energía cuántica

Regresiones estratégicas

Lenguaje corporal

Reflexología de manos y pies

Análisis facial

3.2 Plus o ventaja competitiva.

En Colombia aunque hay muchas escuelas que imparten cursos de liderazgo y autoconocimiento, casi siempre están ligadas a una filosofía existencial, religiosa, naturista o mística, la idea de esta empresa es partir desde un enfoque técnico, (apoyado en tecnología como la Cámara Kirlian y equipos de medición y reconocimiento facial) de esa forma además de orientación puramente teórica, ofrecemos el plus de la implementación de programas matemáticos y registros fotográficos especializados poco convencionales dentro de la competencia.

3.3 Características del producto y/o servicios.

Después de practicados los exámenes iniciales se entrega al cliente un informe por escrito apoyado en datos y fotografías en donde se describen rasgos de personalidad, habilidades, falencias y un proyecto estratégico a seguir... la persona que lo entrega hace las ampliaciones, contesta las

preguntas y aclara las dudas del cliente y finalmente toma su opinión sobre el servicio para llevar un control interno y así mejorar la experiencia. En el caso de cursos y talleres se imparten dentro del tiempo (día y hora) estipulado y una vez concluido se le hace entrega al participante de un certificado de asistencia.

3.4 Productos o servicios similares en el mercado

En la actualidad no existe mayor competencia en cuanto a fotografía kirlian en Colombia, más allá de dos o tres personas entrenadas por la misma gerente general de esta empresa. Existen algunos programas sistematizados de un software llamado Aura Imagen que emite unos datos en serie, no un estudio específico, sus resultados salen Impresos en papel y dependen de la calidad de equipos y capacidad del sistema operativo usado.

Finalmente hay algunos “videntes” que aseguran tener cualidades psíquicas y leen el aura. Ellos No entregan informes por escrito ni fotografías y complementan sus servicios con limpiezas a base de hierbas que ellos mismos venden.

En Cuanto al servicio de reconocimiento facial no hay una empresa con enfoque similar, las que existen, venden equipos de seguridad para reconocer personas que requieren para el acceso a lugares con necesidades específicas, pero ninguna hace estudios de personalidad.

Algunas personas hacen Análisis caseros y aisladamente por lo cual no hay una competencia estructurada. Igual sucede en cuanto al Quiro-análisis. lo más parecido es llamado “lectura de manos” ofrecido por personas independientes que publicitan sus servicios adivinatorios a través de volantes entregados en esquinas de avenidas principales y barrios populares.

Algunos lugares relacionados con temas como: meditación, yoga, comida natural, neurolingüística, entre otros ofrecen cursos o talleres enfocados en el Lenguaje y expresión corporal, en donde se habla de la correlación entre el cuerpo y las emociones e inteligencias emocionales.

3.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

Bajo el nombre de Ingeniería Humana Colombia se agrupan una serie de empresas que enfocan sus servicios al área empresarial y comercial. Los servicios que ofrecen buscan el mejoramiento de procesos y procedimientos para maximizar la eficiencia y la excelencia con resultados económicos.

En Colombia hay una empresa quizá lo más parecido a competencia, llamada Ingeniería Humana Altamente, dirigida por un grupo de coach que imparte entrenamientos y talleres de crecimiento personal, así como actividades de grupo, desarrollan campamentos en donde se focalizan en el desarrollo de 5 de las 8 inteligencias (relacional, emocional biológica, financiera y espiritual) impartiendo un curso de 13 módulos (120 horas de aprendizaje dos días por semana 4 horas de 6 a 10 pm). Viajes iniciáticos y caminatas sobre carbones ardientes.

Los servicios que INGENIERÍA HUMANA COLOMBIA ofrece no implica desplazamientos ni riesgos físicos como quemaduras, los únicos puntos en común son el parecido con el nombre y la instrucción sobre algunos temas relativos a las emociones.

3.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

El autoconocimiento y revisión de las cualidades, posibilidades y falencias personales se ha relegado en tres tipos de personajes, las tarotistas de barrio (estilo el hermano llanero que hace volver al ser amado en tres días o menos) los psicólogos y últimamente los coach transpersonales ontológicos y empresariales que trabajan de forma aislada. Cada uno de ellos ejerce su aporte desde su conocimiento siendo unos más empíricos que otros.

Es innato en el ser humano encontrar respuestas a sus cuestionamientos internos. La opción de barrio nos parece que tiene un toque inmoral, y se torna demasiado “brujístico”, manipulador y peligroso. En cuanto al psicólogo se relaciona (equivocadamente) en nuestra cultura latina con problemas de gente “loca”, y como todos nos creemos “normales”, no existe la costumbre de asistir a resolver con ellos nuestras dudas existenciales. Por otra parte, detrás de la figura de los Los coach hay mucho desconocimiento.

Por ello, pretendemos ofrecernos como una alternativa refrescante, donde puedan asistir diferentes clases de personas desde una ama de casa hasta un gerente de una multinacional sin estigmas socioculturales o tabúes religiosos.

El aporte innovador de esta empresa es precisamente darle un giro a las concepciones prejuiciosas y negativas y brindar elementos tecnológicos, programas matemáticos y estadísticos que combinados con la pericia y el conocimiento profesional de expertos apoyen las conclusiones fundamentadas.

3.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

Somos la única empresa conformada como tal para la evaluación y análisis de la energía bioeléctrica humana y sus variables con experiencia de las de 25 años, contamos además con equipos foto y fonográficos para evaluar proyección de voz, simetría facial y medición para Quiro-análisis.

4. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

4.1 Equipo de trabajo (nombre de las integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro).

Integrantes:

Nombre	Cargo	Rol	Competencias	Experiencia aportada al modelo de negocio
Luz Amparo	Gerente General y Tallerista	Análisis del Re-conocimiento facial.	Sofróloga: Realiza terapias con base en técnicas de relajación y	Cuenta con más de 25 años de experiencia en el manejo de grupos que son afines a

Rivera Salazar	oficial de la empresa.	Análisis de la fotografía Kirlian.	de imaginación como medio para el desarrollo del bienestar psicofísico del ser. Por ende enseña talleres de: - Aromaterapia. - Musicoterapia - Yoga - Reflexología - Luz con Fosfenos - Cromoterapia...	temas de interés como: Resiliencia, Resolución de conflictos, magnetismo humano y análisis facial. Tiene un portafolio que posee más de 200 fotografías propias realizadas como proyecto de investigación a alimentos, animales y seres humanos.
Sophia Bautista Rivera	Community Manager	Establecer un movimiento constante en las redes sociales a nivel semanal. Administración de las redes sociales. Fotografía	Realiza toda la Producción multimedia para su empresa Photographie. Asesora en la creación de contenidos audiovisuales y digitales a empresas de Wedding Planners.	Cuenta con 5 años de experiencia en el campo de la fotografía profesional a personas, paisajes y productos. Tiene un portafolio que posee más de diez mil fotografías propias.
Sheina Bautista Rivera	Gerente de Relaciones públicas.	Facilitar la comunicación entre la empresa y el cliente. Asesora de ventas	Practica y enseña teatro a niños menores de 14 años en la Academia Charlot.	Lleva más de 3 años practicando teatro en el Grupo Catarsis y tiene experiencia como asistente de dirección en el campo.

		de los productos y servicios que ofrecemos.		Tiene experiencia en la asesoría de ventas y el manejo de público individual y colectivo.
Katherine Bautista	Comunicación Interna y Externa	Realizar diagnósticos organizacionales respecto al estado en el que se encuentra la empresa, con el fin de mejorar y establecer programas que faciliten la productividad y crecimiento de Ingeniería Humana Colombia	Producción multimedia. Creación de Planes estratégicos de comunicación. Realización de diagnóstico organizacional. PHVA, DOFA... Manejar la publicidad principalmente en Instagram y Facebook de empresas que están iniciando su visualización en las plataformas digitales.	Ha tomado cursos de técnica vocal y participado en cuñas radiales, producción multimedia y edición de videos, en empresas como Diebold Nixdorf, Photographie y la Universidad Santo Tomás. Ha diseñado e implementado planes de comunicación en empresas como Permoda Ltda y Photographie que han favorecido el clima organizacional de los colaboradores.

4.2 Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales).

Ingeniería Humana Colombia cuenta con la siguiente red de contactos:

CLIENTES	PROVEEDORES Y ALIADOS
• Cualquier persona mayor de 18 años, que quiera consultar sobre su esquema energético o corporal. • Cualquier empresa pública o privada o grupo que requiera asesoría sobre temas manejados.	• Escuelas de yoga • Centros de meditación, relajación • Grupos filosóficos • Tiendas naturistas • Estudiantes de cromoterapia, esencias florales, oligoelementos. • Neurolingüística • Amas de casa • Negociantes • Interesados.

4.3 Aliados del negocio (proveedores, compradores, socios e identificar las diferencias de cada uno, en cuanto a su perfil).

PROVEEDORES	COMPRADORES	SOCIOS
• Foto japon • konica	• Personas Naturales • Centros de Yoga • Tiendas naturistas	• Comercial papelera • Casa 3

4.4 Ventajas de las alianzas.

Las alianzas nos permiten crear nexos estratégicos para recibir y enviar posibles clientes para complementar con terapias, asesorías, talleres, charlas, conferencias, seminarios, así como la compraventa, intercambio, canje de productos naturista y la Promoción de servicios.

4.5 Recursos adicionales.

Por ahora necesitamos invertir en nuevos equipos ya que las cámaras van evolucionando cada año y necesitamos estar a la vanguardia de los equipos que van saliendo y se relacionan con nuestra actividad.

Esperamos poder comprar a comienzos del próximo año un equipo nuevo que se importa desde Europa especializado en el registro áurico corporal de la persona.

5. PLAN DE MERCADEO

5.1 El cliente

Ingeniería Humana Colombia brinda la oportunidad a sus clientes de lograr desarrollar su potencial humano a partir del análisis de su energía corporal y su esquema corporal. Todo esto con el fin de eliminar sus malos hábitos y mejorar su calidad de vida a partir del fortalecimiento de su autoestima y de una serie de ejercicios ofrecidos en talleres especializados en ello.

5.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales.

Esta empresa va dirigida hacia un segmento de mercado entre los 15 y 90 años, hombres y mujeres, que se preocupan no sólo por su imagen personal y su salud mental sino también por su bienestar energético. Por esta razón los grupos potenciales con más afinidad a comprar o adquirir los productos y/o servicios que ofrece Ingeniería Humana Colombia son tiendas naturistas, practicantes de Yoga o medicina alternativa y Reiki. Incluso personas quienes estén relacionadas con temas de meditación y metafísica.

5.1.2 Razones por las que compra un cliente.

El cliente de nuestra empresa busca:

- Orientación sobre cómo desarrollar su potencial humano.
- Le interesan los temas sobre energía y magnetismo humano.
- Desea encontrar respuestas sobre quién es y cómo puede mejorar su calidad de vida.
- Busca reconocerse a sí mismo como un ser energético capaz de controlar su vida, su cuerpo y sus emociones a través de la visualización física de su campo magnético.
- Siente curiosidad al identificar la manera en la que “vibra” su organismo y cómo puede mejorar su proyección energética consigo mismo y con los demás.

5.1.3 Estrategia comunicativa para la persuasión del cliente.

La estrategia de la empresa es mostrarle a su público que la energía de los seres vivos no es algo del “más allá” sino del “más acá”, que es comprobable, útil y transformable, pues depende de nosotros mismos su proyección y transformación a partir de nuestras decisiones, pensamientos y acciones.

Es por ello que con equipos como la Cámara Kirlian podremos demostrar que el magnetismo humano es inherente a nosotros independientemente de nuestras creencias religiosas. Con lo cual se pretende dar a conocer un portafolio fotográfico que consta de más de cuatrocientas fotografías acerca de la energía que tienen los seres vivos como humanos y animales hasta objetos inanimados como piedras, alimentos y objetos.

5.2 La competencia

5.2.1 Perfil de la competencia.

En Colombia el perfil de la competencia que se parece más a lo que se trabaja en Ingeniería Humana Colombia son las tiendas naturistas, talleres de Reiki y de musicoterapia, pero hasta el momento no existen otras personas o empresas que sepan aplicar el manejo de la cámara Kirlian en el análisis del campo electromagnético y sobre cromatología.

5.2.2 Aliados estratégicos de la competencia.

Nuestros aliados estratégicos son las tiendas naturistas quienes venden productos de consumo natural, dejando a un lado los químicos que muchas veces contaminan nuestro organismo y energía.

También los centros donde se practica Yoga y otra clase de terapias o actividades como el reiki, puesto que son referencia principal sobre cómo se maneja la energía y así mismo cómo se puede mejorar la calidad de vida en cuanto a bienestar físico, emocional y energético.

5.2.3 Competidores directos e indirectos.

Los competidores directos serían las pocas personas que fabrican la cámara Kirlian a nivel nacional y los competidores indirectos las personas que enseñan sobre medicina alternativa.

5.2.4 Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

A diferencia de nuestra competencia, somos la única empresa en Colombia que trabaja directamente con el análisis de la fotografía de la cámara Kirlian, puesto que nuestra experta lleva más de veinticinco años en investigaciones constantes sobre el desarrollo de la energía de los seres vivos.

5.2.5 Análisis del entorno: ubicación geográfica de la competencia y análisis de ese entorno.

A nivel mundial existen personas que tienen sus centros de análisis de fotografía Kirlian, Yoga o de Reiki. Quienes principalmente están ubicados en Argentina, Chile y Uruguay.

5.3 Precio producto y/o servicio

En cuanto al portafolio que maneja la empresa existen diferentes paquetes que se enseñarán a continuación:

1- Análisis Completo de Fotografía Kirlian por un valor de \$600.000 pesos

-Consta de un seguimiento a la persona por un tiempo aproximado de seis meses

-Fotografía Kirlian y análisis mensual en los cinco dedos de cada mano más ejercicios.

2- Análisis Parcial de Fotografía Kirlian por un valor de \$300.000 pesos

-Consta de un seguimiento a la persona por un tiempo aproximado de tres meses

-Fotografía Kirlian y análisis mensual en los cinco dedos de cada mano más ejercicios.

3- Análisis Parcial de Fotografía Kirlian por un valor de \$100.000 pesos

-Consta de un seguimiento a la persona por un tiempo aproximado de una semana

-Fotografía Kirlian, análisis mensual en los cinco dedos de cada mano más ejercicios.

4- Análisis Parcial de Fotografía Kirlian por un valor de \$70.000 pesos

-Consta de la toma de la fotografía Kirlian y análisis momentáneo en los cinco dedos de cada mano.

-revelación de la fotografía, análisis más ejercicios.

5- Análisis Parcial de Fotografía Kirlian por un valor de \$50.000 pesos

-Consta de la muestra de la fotografía Kirlian y análisis momentáneo en los cinco dedos de cada mano.

2- Re-conocimiento Facial tiene un valor de \$100.000 pesos por la identificación y análisis de rasgos y comportamientos físicos por un mes, más ejercicios a desarrollar.

5.3.1 Precio del producto y/o servicio de la competencia.

En la actualidad, teniendo en cuenta nuestra competencia más similar están cobrando USD \$400 dólares por una sesión de dos horas de trabajo de “sanación energética”.

5.3.2 Precio que el cliente está dispuesto a pagar.

El cliente está dispuesto a pagar un promedio de \$50.000 pesos a \$800.000 pesos teniendo en cuenta su afinidad con temas energéticos, medicina alternativa, reiki y temas relacionados, puesto que son personas que valoran el trabajo “cuerpo-mente” y consideran que su espíritu debe desintoxicarse del vampirismo energético, además de nutrir el alma y la energía corporal de tal manera que desarrolle el potencial humano personal.

5.3.3 Métodos de pago preferidos por el cliente.

El cliente puede realizar el pago en efectivo de contado o por cuotas dependiendo del plan al cual se acoja. Pero teniendo en cuenta que si desea parar el proceso puede hacerlo en cualquier momento.

5.3.4 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

Otro método es consignar en la cuenta bancaria destinada para tal fin teniendo en cuenta que si desea parar el proceso puede hacerlo en cualquier momento.

5.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca.

Los principales canales de distribución que se ofrecen en Ingeniería Humana Colombia son las plataformas digitales como lo son Instagram y Facebook Marketplace.

5.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio: al por menor, mediante terceros, agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio.

Contamos con una oficina propia ubicada en la carrera 70b # 100 06, en la cual la persona puede dirigirse (debe ser presencial) y acceder a nuestros servicios de cámara kirlian y re-conocimineto facial.

Las redes sociales serán la herramienta necesaria de captación de público o clientes, en especial instagram puesto que en los últimos cuatro meses ha tenido un excelente posicionamiento en el mercado. Inicialmente se empezó con 10 seguidores y en la actualidad cuenta con 2.210 seguidores

5.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes: publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, tele mercadeo, relaciones públicas, exposiciones y ferias.

El mercadeo que realiza Ingeniería Humana Colombia se basa principalmente en la red social de Instagram en la cual se ha creado una mayor interacción con el público potencial. En el mes de febrero ha tenido 1.217 acciones realizadas según la plataforma, lo que indica que este número es la suma de likes, comentarios y reacciones como compartir, guardar y chatear por mensaje interno que se ha tenido en la plataforma.

5.4.3 Estrategia de posicionamiento.

Nuestra principal estrategia es analizar las estadísticas que nos arroja la plataforma de instagram en primera instancia. Información con la cual plantearemos nuevas publicaciones dependiendo del nivel de interacción sobre las temáticas publicadas y sus reacciones.

Existe la posibilidad de promocionar la página de Ingeniería Humana Colombia en Instagram y Facebook en paquetes que oscilan entre los \$16.000 pesos diarios hasta \$80.000 pesos al mes.

También continuar con el canal en Youtube y realizando “En Vivo” no sólo en instagram sino también en facebook.

6. Análisis de Riesgos

Relacionar tabla o matriz (riesgo – impacto – líneas de acción) teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Financieros: viabilidad en la captación de recursos.

Legislativos: requisitos legales.

Mercado: incremento de la competencia, daños técnicos, baja productividad, menor y mayor aceptación del producto o servicio.

Debilidades	Fortalezas	Oportunidades	Amenazas
Financiero - La empresa cuenta con poco presupuesto para generar publicidad a través de redes. Legislativo -La empresa en el momento solo se encuentra avalada por la Cámara de Comercio y no posee certificaciones. Mercado -Falta mayor reconocimiento por medio de las redes sociales. Puesto que aunque ha incrementado positivamente en poco tiempo el	Financiero -En la plataforma de instagram se ha logrado alcanzar un alto posicionamiento de marca e interacción con el público. Lo que permite atraer a nuevos clientes a que adquieran nuestros productos y servicios. Legislativo -Ingeniería Humana Colombia se encuentra registrada en la Cámara de Comercio de Bogotá y genera mayor confianza a los nuevos clientes. Mercado -El equipo de trabajo se encuentra altamente	Financiero - Estrechar alianzas con empresas distinguidas en el sector energético. -Maneja costos accesibles para personas que deseen realizarse cualquier servicio. Legislativo -Generar alianzas y licitaciones con empresas afines para dictar talleres energéticos. Mercado - Ser pioneros a nivel Colombia en el manejo de la Cámara Kirlian puesto que es nueva en el mercado. -La compañía cuenta con clientes potenciales interesados en temas sobre el	Financiero -El alza del dólar, puesto que algunos de nuestros equipos son comprados en el exterior. Legislativo -Que algunas de las fotografías o la cámara Kirlian de la empresa sean robadas o usadas inapropiadamente. Puede causar daños físicos. Mercado -Que llegara a existir otra empresa en Colombia que maneje la cámara Kirlian a nivel profesional como Ingeniería Humana Colombia.

número de seguidores, muchas veces influye en la percepción de “confiabilidad” de una marca.	calificado y capacitado para realizar sus funciones lo que crea un impacto positivo en nuestra publicidad y redes de mercado. -Cuenta con un amplio portafolio de servicios únicos a nivel nacional.	manejo de energía. -Generar concursos, rifas y obsequios a quienes nos sigan en las redes y contesten preguntas o realicen actividades o etiquetas virtuales en las plataformas de Ingeniería Humana Colombia.	
--	---	---	--

Estrategias FO	Estrategias DO
Lograr un impacto positivo en la sociedad colombiana sobre el manejo de la energía y su importancia, generando un posicionamiento de marca a nivel nacional mediante la oferta de los productos y servicios en la plataforma de instagram, facebook y youtube.	Realizar <i>Lives</i> en instagram y facebook determinado día de la semana para dar a conocer a la compañía y fidelizar a su público objetivo y/o grupos de interés, así se genera publicidad desde las plataformas sin tener que pagar por ella.
Generar un reconocimiento a nivel nacional y latinoamérica que permita dar a conocer el electromagnetismo humano como algo natural y positivo, a partir de licitaciones o alianzas con empresas similares a la nuestra.	Formalizar alianzas con empresas aliadas y consolidadas con el fin de posicionar y certificar a Ingeniería Humana Colombia con nuevas empresas a partir de las plataformas digitales.
Teniendo en cuenta el alto grado de capacitación del personal para manejar y difundir nuestros servicios, es posible realizar un posicionamiento y crecimiento de marca rápido y favorable.	Por medio de la creación de concursos y/o rifas en las redes atraer y fidelizar a nuevos clientes con nuestros productos y servicios.
Estrategias FA	Estrategias DA
Mostrar a través de las redes sociales y un lenguaje sencillo	Generar una alianza estratégica con alguna célula o

y directo que los temas de energías son reales, comprobables y que no van en contra de las creencias religiosas de ninguna institución. Manejar nuevas formas de interacción a partir de las redes como concursos, rifas, obsequios y demás de los productos y servicios que ofrece la empresa, para atraer a nuevos usuarios que le interesen estos temas y difundan voz a voz nuestros portafolio. Empezar a añadir marcas de agua con el logo de la empresa a todo el material de fotografía Kirlian que produzca, entregue en físico o publique Ingeniería Humana Colombia, para evitar la falsificación o suplantación de la información de nuestros servicios.	grupo de conexión que esté de acuerdo con el manejo del electromagnetismo humano para posibilitar un espacio de diálogo en el cual ambas partes puedan crear un sano debate sobre temas que respectan a la energía humana. Identificar los costos fijos que no se pueden modificar en la empresa para que el alza del dólar no afecte la inversión e importación de algunos de los aparatos que se requieren para realizar nuestros servicios como por ejemplo la Cámara Kirlian. Estar preparados para continuar creciendo y posicionándonos en el mercado con el mejor impacto positivo posible, para que si llega competencia no afecte de ninguna forma nuestra base de datos de clientes.
---	---

7. Plan Financiero

7.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.

La inversión mínima requerida para iniciar operaciones es de \$2'000.000 pesos. Para hallar esta cifra se tuvieron en cuenta los costos fijos como lo son el arrendamiento, los servicios públicos y el marketing en las redes sociales en instagram y facebook.

7.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

Ingeniería Humana recuperará su inversión al segundo mes después del inicio de las ventas de los productos y servicios que se ofrecen, se proyecta a vender como mínimo 20 análisis de cámara kirlian

semanales que corresponden a \$2'000.000 pesos. Cabe resaltar que esta cifra es un monto mínimo y que discrimina los costos fijos y los costos variables que se detallarán en los siguientes puntos.

Necesito vender 20 servicios de fotografía Kirlian mínimo para igualar los ingresos a los costos totales.

Proyección	Ingresos	Costos Fijos	Costos Variables	Punto de equilibrio
Enero	150.000	1.330.000	476.000	20
Febrero	200.000	1.330.000	476.000	12
Marzo	300.000	1.330.000	476.000	8
Abril	420.000	1.330.000	476.000	6
Mayo	500.000	1.330.000	476.000	5
Junio	635.000	1.330.000	476.000	4

7.3 Financiación externa de ser necesaria.

En caso de ser necesario, Ingeniería Humana espera formar alianzas para financiarse a partir de empresas como Innpulsa (entidad del Gobierno Nacional, adscrita al MINCIT que promueve la innovación, el emprendimiento y el desarrollo empresarial) para así generar un mayor impacto en el mercado.

7.4 Definición de:

Costos fijos.

Para Marisela Morillo, Licenciada en Contaduría Pública los costos fijos son: “los que permanecen constantes, durante cierto periodo, independiente de los cambios presentados en el volumen de

producción, como costos de arrendamiento y primas de seguros”. (Morillo, M., pág. 3) Por lo cual, son costos que deben mantenerse fijos independientemente del nivel de productividad de la empresa como los que aparecen a continuación:

Arrendamiento	\$ 600.000 pesos
Servicios Públicos	\$ 300.000 pesos
Papelería y Aseo	\$ 50.000 pesos
Transporte	\$ 120.000 pesos
Gastos Diversos – Seguro de los equipos	\$ 60.000 pesos
Community manager – instagram y facebook	\$ 100.000 pesos
Manejo de Youtube y edición de video	\$ 100.000 pesos
TOTAL	\$ 1.330.000 pesos

Costos Variables.

Los costos variables son: “los que oscilan proporcionalmente durante cierto período frente a los cambios presentados en el nivel de actividad, como los costos de materia prima, de combustible, y otros”. (Morillo, M., pág 8) Estos se modifican dependiendo de las variaciones del volumen de producción de los bienes y servicios, como su nombre lo indica varían.

Sistemas (daños o mantenimiento de equipos)	\$ 200.000 pesos
Facebook (8 mil visitas)	\$ 14.000 pesos
Instagram (10 mil visitas)	\$ 12.000 pesos
Imprevistos (taxis, almuerzos, eventos)	\$ 250.000 pesos

TOTAL	\$ 476.000 pesos
--------------	-------------------------

Punto de equilibrio.

Se refiere al “punto de actividad que existe cuando los costos y los ingresos se equiparan; en este punto la empresa no experimenta pérdidas ni tampoco utilidades. Punto de equilibrio en ventas (PE) $= \frac{\text{costos fijos}}{1 - \text{costos variables/ventas totales}}$ ”. (Martínez, M., pág 197) Por ende, tienen un beneficio que es igual a cero, lo que significa que no gana dinero, pero tampoco pierde dinero.

Costos Fijos	\$ 1.330.000 pesos
Costos Variables	\$ 476.000 pesos
TOTAL	\$ 1.806.000 pesos

8. Lienzo Modelo de Negocio - CANVAS

Alianzas Clave O Socios Clave	Actividades Clave Que Debo Desarrollar	Propuesta Valor (Plus O Ventaja Competitiva)	Bloque De Relación Con El Cliente	Segmento Del Cliente
* Tiendas naturistas (Bi-Vir B-V-Supernat) * Páginas en redes que permitan pautar a partir de menciones o publicaciones en sus perfiles para aumentar el número de seguidores o clientes potenciales. *Coach personal acerca de temas afines que permitan la evolución y desarrollo del potencial humano. *Community Manager.	* Creación de contenido creativo que promueva la interacción de los productos y servicios por medio de sus redes. * Venta de productos naturistas al por mayor y retail. * 10 Planes de reconocimiento facial y cámara kirlian mínimo a la semana.	* Servicio de cámara kirlian único a nivel nacional con revelación de fotografías de la energía de personas y objetos. * Cursos, talleres y conferencias virtuales a partir de las plataformas digitales.	* Realización de historias en Ig y Fb. * Seguimiento de las estadísticas que arrojan las plataformas. * Comunidad en Facebook, Instagram y Youtube, mediante “En Vivo”.	* Personas naturales o jurídicas (hombres y mujeres) de Bogotá, Colombia. * Personas que deseen desarrollar al máximo su potencial humano. * Personas entre 18 a 90 años que asistan a centros de yoga regularmente.
	Recursos Clave		Canal (Contacto Con El Cliente).	
	* Dinero (caja mayor y menor) * Marca única en el país. * Base de datos de clientes y proveedores. * Computadoras con programas de		* Redes sociales: Facebook e Instagram. * Ferias y eventos de medicina alternativa, productos naturistas y centros esotéricos en Colombia. * Canal en Youtube	

	edición y smartphones.			
Estructura De Costos		Modelo De Ingresos		
* Gastos: Publicidad – Internet – Cámara profesional - Licencias de programas de edición. * Recursos: Productos naturistas y servicio de cámara Kirlian, análisis y fotografía.		* Venta online de productos naturistas y análisis fisionómicos (Planes de Reconocimiento facial) * Venta directa de productos naturistas y servicio de fotografía Kirlian.		

Ingeniería Humana Colombia

Socios Clave

- Tiendas naturistas (Bi-Vir B-V- Supernat)
- Páginas naturistas e influencers en redes.
- Coach personal acerca de temas afines al desarrollo del potencial humano.
- Community Manager.

Modelo de Ingresos

- Venta online de productos naturistas y análisis fisionómicos. (Planes de Reconocimiento facial)
- * Venta directa de productos naturistas y servicio de fotografía Kirlian.

Estructura de Costos

- Gastos: Publicidad, Internet, Cámara profesional, Licencias de programas de edición de Adobe.
- Recursos: Productos naturistas y servicio de cámara Kirlian, análisis y fotografía.

Canal

- Redes sociales: Facebook e Instagram.
- Ferias y eventos de medicina alternativa, productos naturistas y centros esotéricos en Colombia.
- Canal en Youtube

Actividades Clave

- Generar mayor interacción en redes.
- Venta de productos naturistas al por mayor y retail.
- 10 Planes de reconocimiento facial y cámara kirlian mínimo a la semana.

Propuesta de Valor

- Cámara Kirlian y análisis únicos en el país.
- Cursos, talleres y charlas virtuales en plataformas como Instagram, Facebook y Youtube.

Relación con el Cliente

- Interacción con historias de Ig y Fb.
- Seguimiento de las estadísticas que arrojan las plataformas.
- Crear comunidad en Facebook, Instagram y Youtube, mediante "En Vivo".

Segmento del Cliente

- Hombres y mujeres de Bogotá, Colombia.
- Personas que deseen desarrollar al máximo su potencial humano.
- Personas entre 18 a 90 años que asistan a centros de yoga.

Recursos Clave

- Dinero (caja mayor y menor)
- Marca única en el país.
- Base de datos de clientes y proveedores.
- Computadoras con programas de edición y smartphones.

“Cada vez que defines en lo que quieres creer, eres el primero en escucharlo. Es un mensaje a ti y a los demás sobre lo que piensas que es posible. No pongas un techo sobre ti mismo” - Bill Gates, Presidente de Microsoft.

9 Bibliografía

González Menéndez, Ricardo Ángel, ¿Es la visión integral actual del ser humano, suficiente?. MediSur [en línea] 2016, 14 [Fecha de consulta: 1 de septiembre de 2018] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180049659022>> ISSN <http://www.redalyc.org/pdf/1800/180049659022.pdf>

Martínez Medina, Isidro, Val Arreola, Daniel, Tzintzun Rascón, Rafael, Conejo Nava, José de Jesús, Tena Martínez, Manuel Jaime, Competitividad privada, costos de producción y análisis del punto de equilibrio de unidades representativas de producción porcina. Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias [en línea] 2015, 6 (Abril-Junio) : [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265638151006>> ISSN 2007-1124

Morillo Moreno, Marisela, Diseño de Sistemas de Costeo: Fundamentos Teóricos. Actualidad Contable Faces [en línea] 2002, 5 (Enero-junio) : [Fecha de consulta: 6 de mayo de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700507>> ISSN 1316-8533

BENDICIONES