

**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**

FACULTAD DE INGENIERÍA

**“MINERALUX
DECORACION CON MINERALES”**

Caso que presenta

ING. LUIS FERNANDO POSADA MIRELES

Para obtener el grado de

**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE
VALOR con Reconocimiento de Validez Oficial de estudios de la
S.E.P., según acuerdo N° 20081720 de fecha 8 de Octubre de 2020.**

Director del Caso:

Ing. Álvaro Salinas Figueroa

AGUASCALIENTES, AGS., OCTUBRE DEL 2020

Índice

[Introducción.](#)

[Antecedentes del Caso.](#)

[Descripción de la Industria.](#)

[Planteamiento del Problema.](#)

[Desarrollo.](#)

Biblioteca Aguascalientes

Introducción.

a) Antecedentes del Caso.

Mineralux es una empresa que incursiona en la decoración con minerales de diferentes gamas, fabricante desde artículos para decoración personal como pulseras, collares, joyeros hasta la fabricación de pisos muros y texturas para casas residenciales.

b) Descripción de la Industria.

La industria de la decoración mineral está incrementando debido a que cada vez hay más oportunidad de compra, actualmente hay clases con un poder adquisitivo mayor adicional la necesidad de contar en casa o personalmente de colores y texturas elegantes lleva a nuestros consumidores a un nivel de elegancia.

1) Planteamiento del Problema

a) Variables intervinientes.

Con una gran cantidad de variantes el desarrollo de nuestra empresa sigue siendo positivo, desde una planeación y objetivos acertados hasta contar con la maquinaria y el valor que le da nuestro recurso humano.

b) Sujetos, agentes involucrados.

- ✓ Economía.
- ✓ Geografía minera.
- ✓ Maquinaria y equipo.
- ✓ Producción.
- ✓ Logística
- ✓ Tipo de cambio.
- ✓ Proyecciones.

2) Desarrollo.

1.- <u>Inteligencia del mercado</u>	5
2.- <u>Operación</u>	13
3.- <u>Comercial / Marketing</u>	23
4.- <u>Financiera</u>	26

3) <u>Conclusiones</u>	29
a) <u>Reflexión del Caso</u>	29
b) <u>Reflexión de Aprendizaje</u>	30
4) <u>Referencias</u> .	
1) Bibliográficas, electrónicas, notas periodísticas, artículos.....	30

Biblioteca Aguascalientes

1.- Inteligencia de mercado.

1.1- El uso de los minerales en la decoración

El mundo el mineral es apreciado por sus propiedades energéticas, aunque recién las puertas se están abriendo en otros campos, ya hay empresas que se están dedicando hacer piezas de decoración incluyendo estos minerales en sus estructuras.

La idea de decorar con minerales el hogar es crear un espacio con piezas que la naturaleza tal cual han sido extraídas de la corteza terrestre y darles un valor agregado para que sean funcionales. No están dentro de algún estilo de decoración y no limita al público.

Los minerales tienen propiedades de curación y pueden lograr mejorar la energía de las personas, físicamente son piedras hermosas en su estructura que se pueden acoplar con facilidad a un espacio.

Mineralma, empresa dedicada a implementación de accesorios decorativos a base de minerales traídos de diferentes partes del mundo, trata de conectar los ritmos de la naturaleza a base de estos minerales ofreciendo una gama de productos deco, esculturas, joyería e iluminación.

Los minerales más usados son el cuarzo claro, piedra lapislázuli, amatista, cuarzo rosado, pirita, ágata. Extraídos con mayormente de Brasil, Madagascar, Perú, entre otras partes del mundo. Cada mineral tiene ciertas propiedades ya que son piezas creadas por cientos de años dentro de la corteza terrestre.

Hay minerales que traen bienestar de diferentes formas como la amatista que te ayuda a concebir de una mejor manera el sueño o a entrar en estado de meditación con facilidad, la pirita que nivela la energía y te apoya en lograr tus objetivos, son herramientas energéticas que las tenemos presentes en todo el mundo y que ahora se comienzan a incluir en la decoración de nuestros hogares con diversas finalidades.





Agatas, malachitas, ónix, cuarzo, amatistas... Las **gemas y minerales** decoran, están de moda y aunque ya el año pasado pudimos detectar su presencia en el mundo del interiorismo, para 2019 marcan una tendencia muy clara en la **decoración de espacios**, por lo que habrá que estar atentos a su desarrollo.

En realidad, el empleo de rocas, piedras y minerales en las casas nos retrotrae a tiempos milenarios (el uso de gemas es habitual en el arte milenario del **Feng Shui**), pero a diferencia de lo que ha venido siendo lo habitual, en este caso su **aplicación a la decoración** no viene del uso de la piedra en sí, sino en la **imitación de su estética colorida y sinuosa** a cuadros, papeles pintados, murales y toda clase de objetos decorativos.

Para ilustrarlo, vamos a mencionar algunas de sus aplicaciones más habituales y a ver a través de múltiples imágenes el efecto tan potente que producen en cualquier estancia.

Cuadros

Es el formato más habitual a la hora de decorar espacios con **gemas y minerales**. La opción más extendida: la de **un único y gran cuadro** decorando un cabecero o llenando la pared sobre el sofá, haciendo que se lleve el foco de todas las miradas, condicionando el resto de colores de la estancia.

El cuadro puede ser una simple lámina plana, un cuadro original en relieve o incluso utilizando técnicas especiales que provoquen efectos iridescentes...

Otra opción es utilizar cuadros más pequeños para decorar **pequeños rincones** o para colocar **sobre repisas, mesitas o aparadores**, aportando igualmente mucha personalidad al espacio



DECORACIÓN CON MINERALES.

Relegadas al jardín o a espacios abiertos y naturales durante mucho tiempo, las piedras y los minerales se han abierto en los últimos tiempos un interesante hueco en la decoración de espacios profesionales y del hogar.

No necesitas invertir en una gran escultura de piedra para adaptar la tendencia a tu casa. Si te gusta decorar con minerales, **te traemos cinco ideas para conseguirlo con una inversión razonable** (e, incluso, por muy poco dinero si te atreves con alguna de nuestras ideas para hacer tú mismo). Vamos allá.

- **Estilo zen:** la tendencia zen quizá sea la más conocida en cuanto a decoración con minerales y piedras. Si tienes espacio, puedes incluir un pequeño espacio zen en el jardín, con piedras y grava. Tienes infinidad de tutoriales e ideas en youtube y, además, te hemos dejado una colección inspiracional en nuestro Pinterest que puedes ver pinchando aquí. Si no tienes sitio en el jardín (o, directamente, no tienes jardín en casa), puedes crear tu propio jardín zen en miniatura, como centro de mesa o decoración para un mueble. Encontrarás ideas en nuestro Pinterest.
- **Piedras como utensilios:** un pisapapeles de piedra, un mineral grande como sujeta libros o una piedra bonita para que no se vuelen las servilletas en una comida en la terraza o el jardín, son formas de darle cabida a los minerales en tu día a día. Además de contar con nuevos utensilios de lo más originales, quizá incluso empieces a sentir curiosidad por conocer algo más sobre el apasionante universo de las piedras.
- **Una pizarra mineral:** los platos de pizarra (y de otros tipos de piedra) se han puesto muy de moda últimamente, sobre todo en forma de laja, con los bordes sin rematar. Si tu cocina es de estilo rústico o industrial, seguro que tienes alguno. Lo que nosotros te proponemos, sin embargo, es que crees una pizarra con cantos planos pegados en una base de corcho, que puedas colgar en la pared o apoyar en un mueble. Puedes crear una composición de colores sin más (el tamaño y la forma de las piedras los eliges tú) o escribir mensajes en las piedras (o una letra en cada piedra, si son pequeñas).
- **En las paredes:** ¿Alguna vez has pensado en crear móviles con piedras agujereadas y colgarlos a modo de adorno en las paredes de casa? ¿O pegar una piedra bonita en el centro de un marco, sobre un fondo de un color plano, para que te sirva como cuadro? También puedes decorar con minerales eligiendo alguno de los prints de minerales que tenemos en la categoría Mineral de la Shop Online. ¿Tienes fotos de piedras y quieres que las convirtamos en una de nuestras imágenes duales? Contacta con nosotros y cuéntanos tu idea. Te ayudamos a decorar con ella.
- **Mineral colours:** para decorar con piedras y minerales de una forma original y acorde al estilo de tu casa, puedes ir un paso más allá y pintar tus paredes con colores inspirados en los minerales. De este modo seguirás la tendencia cromática de 2017 que, más allá del greenery (del que ya hemos hablado más veces aquí) nos habla de blancos, gama de grises y tonos rojizos y terracotas que nos recuerdan a grandes extensiones de piedra. ¿Cómo lo ves?

Anímate a decorar con minerales y dale a tus espacios una vista diferente, incorporando las nuevas tendencias de forma que cuadren con la decoración que ya tienes. Una de las formas más sencillas de conseguirlo es mediante la decoración con cuadros de minerales. En nuestra sección Mineral encontrarás prints minerales tanto monocromáticos como de composiciones de color, diversos tamaños de piedra y ambientes que despiertan sensaciones diferentes. Toda nuestra obra es 100% original y está tratada mediante innovadoras técnicas que nos permiten convertir la fotografía en una imagen dual que reúne lo mejor del óleo digital y de la propia fotografía. Haz tu pedido desde la Shop Online. Proceso fácil e intuitivo.

1.2 Identificar los competidores del mercado.

1.- Mineralia

2.- Cristales y minerales de Zacatecas

3.- Casa obsidiana.

4.- Intiworld

5.- Cuarzos y piedras.

1.3 Identificar al líder.

Mineralia es una cadena comercial de las más importantes en México ya que fue la primera en exhibir al mercado el sector minero como un área de desarrollo para decoración personal, residencial y comercial pública en general.

1.4 Características del producto y servicio de Mineralia.

Características.

- Joyería: cuarzo, amatista, onix, boleita, bismuto, citrina, tanzanite, bornita y kyanita.

Servicio

- Piezas de ornato
- Decoración hogar
- Decoración comercial
- Decoración de artículos de belleza
- Esoteria en general.
- Industrial

1.5 Identificar producto o rango de productos atractivos para el mercado mexicano.

- Minerales en su estado natural y original para ornato (Geoda)
- Joyería de los minerales mencionados fusionados con la plata, oro y platino.
- Piezas de decoración (Espejos, chimeneas, artículos de uso personal, baños y espacios de áreas comunes en el interior y exterior)

1.6 Rango de precios de productos seleccionados.

Cuarzo – min 10.00 pesos hasta millones.

Amatista – mínimo de 100 pesos hasta millones.

Onix – mínimo de 100 pesos hasta millones.

Boleita – mínimo 20 pesos hasta miles de pesos.

Bismuto – mínimo 25 pesos hasta miles de pesos.

Citrina – mínimo 20 pesos hasta miles de pesos.

Tanzanita – mínimo de 1000 pesos hasta millones de pesos.

Bornita – mínimo 150 pesos hasta millones de pesos.

Kyanita – mínimo 30 pesos hasta miles de pesos.

1.7 Determinar segmento del mercado.

- Joyería.
- Decoración en cristalería y vajillas en área residencial.
- Decoración en muebles y accesorios para baños cuartos jardinería.
- Decoración en centros comerciales.
- Tiendas esotéricas.

1.8 determinar tamaño de mercado.

- ✚ Sector inmobiliario y de construcción.

1.9 Estrategia de penetración del mercado.

- ✚ Nacional - Directivos y representantes del sector inmobiliario (Desarrollos residenciales hoteleros, comerciales y financieros).

1.10 Características de los participantes de la cadena de valor.

- ✚ Plantilla laboral
 - Exploradores del mineral
 - Operadores

- Diseñadores.
- Artesanos
- Maquinaria y equipo
- Area administrativa
- Compras
- Ventas
- Relaciones publicas
- Distribucion y logistica.

1.11 Metodos de distribucion del producto.

- ✚ Bajo ordenes de compra.
- ✚ Transportacion terrestre (camionetas, camiones y tractocamiones).
- ✚ Paqueteria.
- ✚ Atencion personal.

1.12- Estrategia del producto.

- ✚ Presentacion ante inversionistas, directivos y gerentes al frente del sector inmobiliario y de construccion (Visitas personales, Comidas, cenas) eventos y reuniones.

1.13 Margenes de ganacia para cada participante de la cadena de valor.

- Exploradores del mineral – 20,000 mensual
- Operadores – 20,000 mensual
- Diseñadores – 8,000 mensual
- Artesanos – 10,000 mensual
- Maquinaria y equipo – 50,000 mensual
- Area administrativa – 10,000 mensual
- Compras – 10,000 mensual

- Ventas – Sueldo baso 8,000 más comision (hasta 50,000) mensual.
- Relaciones publicas – 20,000 mensual
- Distribucion y logistica – de 5,000 hasta 50,000 maneobras y gastos de operación.

1.14 Volúmenes de arranque.

- ✚ Gramos.
- ✚ Kilogramos.
- ✚ Piezas.
- ✚ Toneladas.

2 Operación.

2.1 Determinar costos de importación.

La operacion esta este punto solo es local, la materia prima se encuentra en el estado de Zacatecas.

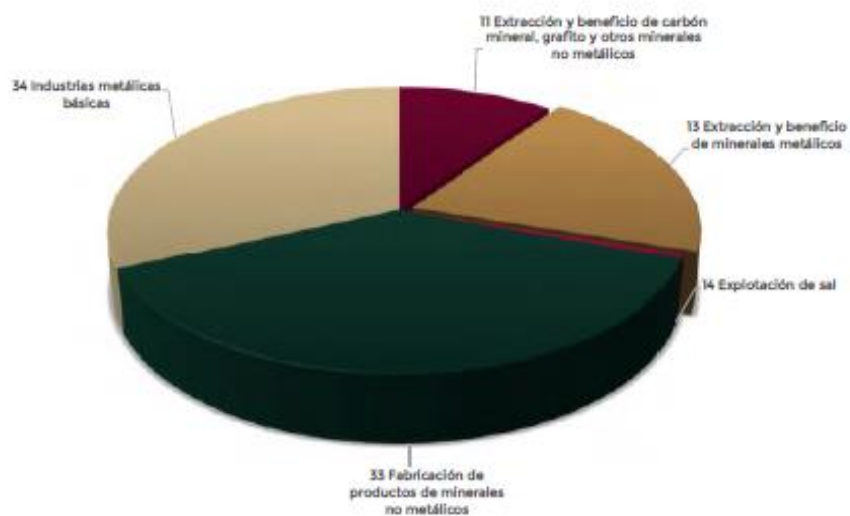
2.2 Identificar costo de producción o precio de planta de la marca. (EXW / FOB).

FOB es el término más recomendado de venta. ¿**Por** qué? **Porque** permite tener mayor control sobre el flete y los costos. Cuando el cliente selecciona su propio transportista de carga, tienen mayor control sobre el envío, pudiendo **elegir** las rutas y el tiempo de tránsito.

1. Empleo en la Industria Minero Metalúrgica 2014 - 2018

Grupo	(Número de Personas)					% *
	2014	2015	2016	2017	2018	
11 Extracción y beneficio de carbón mineral, grafito y otros minerales no metálicos	40,436.00	39,245.00	37,731.00	38,564.00	37,882.00	2.2
13 Extracción y beneficio de minerales metálicos	68,377.00	67,896.00	70,601.00	75,379.00	75,546.00	6.8
14 Explotación de sal	2,225.00	2,242.00	2,167.00	2,152.00	2,097.00	-0.7
33 Fabricación de productos de minerales no metálicos	131,494.00	134,334.00	139,485.00	142,710.00	143,655.00	2.3
34 Industrias metálicas básicas	98,285.00	101,195.00	104,718.00	112,751.00	119,840.00	7.7
Sector Minero 1)	340,817.00	344,912.00	354,702.00	371,556.00	379,020.00	4.8
Total Nacional	17,052,027.00	17,685,387.00	18,616,624.00	19,418,455.00	20,079,365.00	4.3

Empleo en la Industria Minero Metalúrgica, 2018



2. Empleo en la Industria Minero-Metalúrgica, 2018

Enero de 2018

Grupo Industrial / Estado	Carbón, Grafito y Otros Minerales no Metálicos	Minerales Metálicos	Sal	Productos de Minerales no Metálicos	Industrias Metálicas Básicas	Suma	Participación %
Aguascalientes	325.00	962.00	-	3,162.00	1,799.00	6,248.00	1.61
Baja California	400.00	466.00	7.00	7,977.00	2,653.00	11,503.00	3.24
Baja California Sur	2,671.00	181.00	1,021.00	436.00	23.00	4,332.00	1.27
Campeche	184.00	-	-	164.00	17.00	365.00	0.10
Chiapas	131.00	-	-	539.00	4.00	674.00	0.18
Chihuahua	585.00	10,999.00	-	4,314.00	4,537.00	20,435.00	5.49
Ciudad de México	558.00	739.00	-	5,815.00	4,574.00	11,686.00	3.14
Coahuila	9,316.00	5,562.00	27.00	6,279.00	18,266.00	39,450.00	10.61
Colima	94.00	1,578.00	146.00	501.00	113.00	2,432.00	0.64
Durango	2,670.00	8,926.00	-	1,478.00	1,681.00	14,755.00	4.02
Guanajuato	1,122.00	3,446.00	-	8,103.00	12,896.00	25,567.00	5.66
Guerrero	225.00	2,501.00	-	399.00	24.00	3,149.00	0.75
Hidalgo	1,763.00	2,277.00	-	4,702.00	1,524.00	10,266.00	2.47
Jalisco	1,388.00	1,296.00	-	7,839.00	4,510.00	15,033.00	4.04
México	1,519.00	1,330.00	-	17,934.00	10,481.00	31,264.00	8.64
Michoacán	414.00	1,157.00	-	972.00	4,197.00	6,740.00	1.75
Morelos	207.00	-	-	4,652.00	59.00	4,918.00	1.11
Nayarit	353.00	165.00	-	476.00	46.00	1,040.00	0.28
Nuevo León	2,887.00	544.00	-	28,261.00	24,073.00	55,765.00	14.83
Oaxaca	294.00	1,238.00	5.00	848.00	58.00	2,443.00	0.65
Puebla	1,275.00	235.00	3.00	3,746.00	1,993.00	7,252.00	1.94
Querétaro	886.00	1,013.00	-	4,792.00	3,986.00	10,677.00	3.04
Quintana Roo	595.00	-	-	1,520.00	7.00	2,122.00	0.53
San Luis Potosí	2,089.00	2,458.00	1.00	5,071.00	4,311.00	13,930.00	3.73
Sinaloa	640.00	1,188.00	24.00	1,582.00	86.00	3,520.00	1.03
Sonora	1,922.00	12,522.00	312.00	2,243.00	3,176.00	20,175.00	5.48
Tabasco	256.00	194.00	-	569.00	11.00	1,030.00	0.30
Tamaulipas	418.00	25.00	50.00	5,271.00	3,065.00	8,829.00	2.37
Tlaxcala	59.00	60.00	-	6,126.00	1,412.00	7,657.00	2.05
Veracruz	1,657.00	149.00	-	3,638.00	9,650.00	15,094.00	3.84
Yucatán	804.00	29.00	501.00	3,194.00	265.00	4,793.00	1.32
Zacatecas	175.00	14,306.00	-	1,052.00	343.00	15,876.00	3.87
Total:	37,882.00	75,546.00	2,097.00	143,655.00	119,840.00	379,020.00	100.00

Item	Concepto	Costo de producción
1	Exploradores de mineral	20,000.00
2	Operadores	20,000.00
3	Diseñadores	8,000.00
4	Artesanos	10,000.00
5	Maquinaria y equipo	50,000.00
6	Área administrativa	10,000.00
7	Compras	10,000.00
8	Ventas	8,000.00
9	Relaciones publicas	20,000.00
10	Distribución y logística	5,000.00
TOTAL		161,000.00

6.32. Zacatecas
Volumen de la Producción Minera, 2014-2018
(Toneladas)

Productos/Años	2014	2015	2016	2017	2018 p/
Metálicos					
Oro (Kg)	27,178.40	37,160.30	23,516.20	22,098.40	15,105.89
Plata (Kg)	2,364,199.00	2,494,855.00	2,157,277.15	2,449,308.00	2,314,754.70
Cobre	46,778.00	42,381.00	37,660.00	41,717.00	47,182.35
Hierro	9,772.00	-	16,006.00	-	-
Plomo	132,245.00	165,348.00	138,289.00	141,349.00	131,599.52
Zinc	280,849.00	338,689.00	288,156.00	326,915.00	279,657.69
No Metálicos					
Agregados Pétreos	15,123,703.90	7,487,992.32	5,559,436.52	17,261,767.33	13,354,436.11
Andesita	1,208,790.00	1,362,130.00	1,362,130.00	1,362,130.00	1,323,700.00
Arcillas	302,576.00	302,576.00	302,000.00	576.00	2,400.00
Arena 1/	2,346,000.00	2,510,000.00	2,510,023.80	2,512,380.00	7,490,380.00
Caliza	10,889,190.00	2,776,000.00	1,806,850.00	1,811,295.00	2,535,295.00
Cantera	356,929.90	123,196.42	123,196.42	209,951.80	8,070.00
Caolín	60,000.00	64,643.00	64,643.00	-	4,643.00
Grava 2/	2,510,000.00	2,523,500.00	2,523,500.00	2,523,500.00	7,500,000.00
Fluorita	-	-	183.80	-	-
Riolita	5,979,650.00	5,360,602.50	12,327,675.00	12,327,675.00	11,614,275.00
Rocas Dimensionables	20,300.00	58,883.17	34,850.00	-	86,280.00
Talco	-	-	160.00	162.00	227.00
Toba	-	-	-	112,000.00	112,000.00
Zeolita	-	-	1,250.00	1,858.00	4,172.00

2.3 Características de empaque.

Gramos



Kilogramos



✚ Toneladas



Tracto camiones



Tren

2.4 Determinar volúmenes logísticos en función de características de empaque.

La volumetría en logística, refiere al volumen de los objetos o de la carga, y se entiende como el volumen calculado a partir de las dimensiones máximas (largo x ancho x alto) de un objeto, ya sea regular (como un cubo o caja) o irregular (como una botella o una cubeta). El volumen calculado, tanto para una caja o para un cilindro, siempre será el de una forma cúbica conformada por las dimensiones máximas: largo máximo x ancho máximo x alto máximo, independientemente de la forma de la figura.

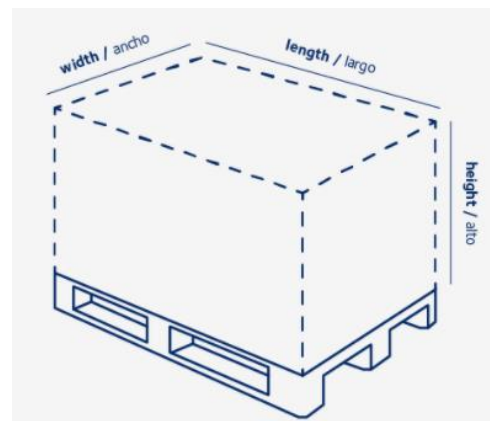
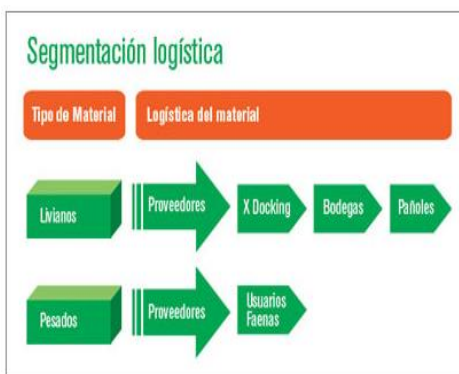


Tabla.

Item	Largo cm	Ancho cm	Alto cm	Kg	Peso volumetrico m3
1	5	0.5	0.5	0.5	0.00000125
2	10	1	10	10	0.0001
3	20	2	20	20	0.0008
4	30	3	30	30	0.0027
5	40	4	40	40	0.0064
6	50	5	50	50	0.0125
7	60	6	60	60	0.0216
8	70	7	70	70	0.0343
9	80	8	80	80	0.0512
10	90	9	90	90	0.0729
11	100	10	100	100	0.1000
12	110	11	110	110	0.1331
13	120	12	120	120	0.1728
14	130	13	130	130	0.2197
15	140	14	140	140	0.2744
16	150	15	150	150	0.3375
17	160	16	160	160	0.4096
18	170	17	170	170	0.4913
19	180	18	180	180	0.5832
20	190	19	190	190	0.6859
21	200	20	200	200	0.8000

2.5 Definir medios de transporte, tiempos y costos

Medio de transporte	Tiempos	Costos
Terrestre	Horas	50,000.00
Aérea*	Días	200.00

*Aérea en caso de partes pequeñas.

2.6 Definir estrategia de importación, almacenamiento y distribución.

- Importación: Actualmente se obtiene el material del estado de Zacatecas, la estrategia es transportar el material dependiendo de las dimensiones.
- Almacenamiento:

1. Elige la estrategia de logística adecuada a las necesidades de tu almacén, Identificar las necesidades de almacenamiento.

2. Mejorar el entorno de trabajo.

3. Estructurar y ordenar el espacio en el almacén

El buen uso del espacio es fundamental para no transformar tu almacén en un *campo de batalla*.

Para estructurar el espacio, debes:

4. Especializar las tareas de cada uno de los empleados

Cuanto más profesionalizado esté un almacén, más precisas serán las tareas a realizar por los equipos. Y si los empleados tienen un buen conocimiento de sus tareas, la actividad del almacén será mucho más eficiente.

Distribuye las tareas de cada uno a partir de las diferentes zonas del almacén: picking, preparación de pedidos, recepción, envío, embalaje, franqueo, etc.

5. Establecer una zona de stocks de alta rotación

En cada almacén hay productos con una alta rotación, son los más solicitados por los clientes y, por lo tanto, los más solicitados por los miembros del equipo.

Se recomienda crear una zona especial para el almacenaje de estos productos, una zona cerca del área de llegada y el área de embalaje/envío.

6. Organizar productos dependiendo de su clase logística

Para mejorar la administración de tu almacén, considera clasificar tus productos de acuerdo con sus especificidades:

7. Usar la técnica de cross-docking

El objetivo del cross-docking es que el producto esté lo mínimo posible en tus instalaciones. El cross-docking es una técnica de logística donde los productos se descargan en su llegada a tu almacén y se mueven directamente hasta el transporte de carga sin pasar por el stock, de esta forma se consigue que no se almacenen.

El cross-docking tiene muchas ventajas ya que cuanto más tiempo está un artículo almacenado, más disminuye su valor y más aumenta las posibilidades de roturas, pérdida o robo.

8. Centrarse en la preparación de productos similares.

Muy importante debido a que puede ahorrarse tiempo de picking: si se observan que hay órdenes de entrega de un mismo producto, se conseguirá la ventaja de prepararlas al mismo tiempo y evitar el ir y venir del picking más de una vez.

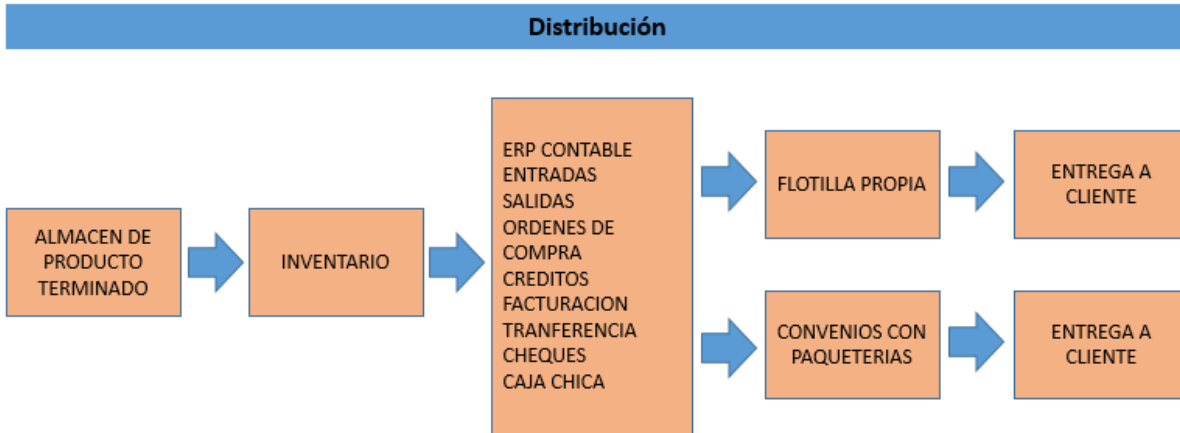
9. Automatizar la gestión de las roturas de stock

Gestionar las roturas de stock es un rompecabezas logístico permanente: además de provocar interrupciones en la cadena de suministro, los desabastecimientos generan insatisfacción entre los clientes.

Cuando esto sucede, puede activar un procedimiento automatizado con los equipos de servicio y ventas. El método más común es el envío automático de una advertencia por correo electrónico de la próxima devolución al stock del producto afectado.

Estantería.





2.7 Establecer tipo de cambio MXP / USD con proyección a 1 año.

Prevision Dolar Peso mexicano 2020, 2021

Mes	Inicio	Min-Máx	Final	Mes, %	Total, %
2020					
sep	0.046	0.044-0.048	0.045	-2.2%	-1.4%
oct	0.045	0.041-0.045	0.044	-2.2%	-3.6%
nov	0.044	0.043-0.046	0.045	2.3%	-1.4%
dic	0.045	0.045-0.047	0.046	2.2%	0.8%
2021					
ene	0.046	0.044-0.046	0.045	-2.2%	-1.4%
feb	0.045	0.045-0.047	0.046	2.2%	0.8%
mar	0.046	0.045-0.046	0.045	-2.2%	-1.4%
abr	0.045	0.043-0.045	0.044	-2.2%	-3.6%
may	0.044	0.042-0.044	0.043	-2.3%	-5.7%
jun	0.043	0.042-0.044	0.043	0.0%	-5.7%
jul	0.043	0.043-0.045	0.044	2.3%	-3.6%
ago	0.044	0.043-0.044	0.044	0.0%	-3.6%
sep	0.044	0.044-0.045	0.045	2.3%	-1.4%
oct	0.045	0.045-0.046	0.045	0.0%	-1.4%
nov	0.045	0.043-0.045	0.044	-2.2%	-3.6%
dic	0.044	0.043-0.045	0.044	0.0%	-3.6%

2.8 Modelo de cálculo de márgenes / ganancias.

	Gasto	Margen	Ganancia	Observación
*Decoración residencial	161,000	60%	96600	Menor mercado
*Decoración comercial		75%	120750	Mayor mercado
(Joyería, tiendas holísticas)			217350	

Mineralux, corrida financiera.

USD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Anual
Ventas	\$ 80,000	\$ 84,000	\$ 85,680	\$ 87,394	\$ 89,141	\$ 90,924	\$ 92,743	\$ 94,598	\$ 96,490	\$ 98,419	\$ 100,388	\$ 102,396	\$ 1,102,172
Costo	\$ 40,000	\$ 42,000	\$ 42,840	\$ 43,697	\$ 44,571	\$ 45,462	\$ 46,371	\$ 47,299	\$ 48,245	\$ 49,210	\$ 50,194	\$ 51,198	\$ 551,086
Contr Marginal	\$ 40,000	\$ 42,000	\$ 42,840	\$ 43,697	\$ 44,571	\$ 45,462	\$ 46,371	\$ 47,299	\$ 48,245	\$ 49,210	\$ 50,194	\$ 51,198	\$ 551,086
Tipo de Cambio													
\$	23.00												
Margen MXP	\$ 920,000	\$ 966,000	\$ 985,320	\$ 1,005,026	\$ 1,025,127	\$ 1,045,629	\$ 1,066,542	\$ 1,087,873	\$ 1,109,630	\$ 1,131,823	\$ 1,154,459	\$ 1,177,549	\$ 12,674,979
Costos MXP													
Importación	\$ 13,800	\$ 14,490	\$ 14,780	\$ 15,075	\$ 15,377	\$ 15,684	\$ 15,998	\$ 16,318	\$ 16,644	\$ 16,977	\$ 17,317	\$ 17,663	\$ 190,125
Almacenamiento	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 72,000
Distribución	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 60,000
Seguros	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 36,000
Marketing	\$ 20,000	\$ 28,980	\$ 29,560	\$ 30,151	\$ 30,754	\$ 31,369	\$ 31,996	\$ 32,636	\$ 33,289	\$ 33,955	\$ 34,634	\$ 35,326	\$ 372,649
Sueldos	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 1,332,000
Viajes	\$ 10,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 65,000
Total Costos	\$ 168,800	\$ 173,470	\$ 174,339	\$ 175,226	\$ 176,131	\$ 177,053	\$ 177,994	\$ 178,954	\$ 179,933	\$ 180,932	\$ 181,951	\$ 182,990	\$ 2,127,774
Utilidad Bruta	\$ 751,200	\$ 792,530	\$ 810,981	\$ 829,800	\$ 848,996	\$ 868,576	\$ 888,548	\$ 908,919	\$ 929,697	\$ 950,891	\$ 972,509	\$ 994,559	\$ 10,547,205
													956.95%
Unidades vendidas pieza estandar	200.00	210.00	214.20	218.48	222.85	227.31	231.86	236.49	241.22	246.05	250.97	255.99	2,755.43
Precio de venta	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Costo mat vendidos	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Mercado Total	\$ 10,000,000												
% Mercado	11.02%												

3 Comercial / Marketing

3.1 Seleccionar canales de distribución (empresas específicas)



Los canales de distribución son los escalones por los cuales pasa el producto antes de llegar al consumidor final, Mineralux cuenta con los siguientes canales de distribución:

Fabricante o Productor

Mineralux

Mayoristas o Wholesale

- 1.-Mineralia
- 2.- Cristales y minerales de Zacatecas
- 3.- México de obsidiana

Minoristas

Locales comerciales de decoraciones minerales ubicadas en pequeñas plazas al alcance del público de un sector pequeños consumidores.

Agente o intermediario

Mineralux distribuciones, nuestra área de distribución interna realizara esta función desarrollado la entrada de nuevos departamentos en la empresa,

3.2 Identificar condiciones de “Vendor” (Proveedor o intermediario) en función de los canales de distribución seleccionados.

El vendor proporcionara todo el stock del producto, Mineralux se encargara de colocar el precio en el mercado.

3.3 Identificar condiciones de Pago / Crédito

Las condiciones de pago serán en distintos canales, efectivo, transacción bancaria, depósitos, pagos en línea y por App on line.

3.4 Determinar estrategia de inventarios de reposición y colocación de órdenes a la marca.

Se seleccionan los productos que van a conformar las órdenes de pedido por día y se colocan en las estanterías de picking. Este es el método de reposición de stock que suele utilizarse cuando la preparación de pedidos se ejecuta con *wave picking* o picking por olas. De esta forma, cuando se entra en la fase de reposición de stock, se eligen aquellas referencias que posteriormente se empaquetarán y prepararán para su envío en la siguiente oleada.

La reposición de stock bajo demanda es dinámica y se ajusta de forma continua en cada ola. Este tipo de reposición de existencias se usa sobre todo:

- Si la zona de picking no tiene capacidad suficiente para albergar productos de todas las referencias.
- Si la demanda es muy variable y, por tanto, difícil de predecir.

Orden de mercado

- El operador colocara una orden en función del precio de la divisa.

3.5 Establecer estrategia de posicionamiento de la marca.

Según el uso del producto:

Esta estrategia busca el posicionamiento de una marca insistiendo en cómo se usa el producto, cuándo, dónde y para qué. Es decir, hay una relación directa con las necesidades del consumidor, que son las que determinan los resultados.

3.6 Determinar medios publicitarios para dar a conocer la marca al mercado objetivo.

Medios publicitarios tradicionales:

- Televisión.
- Radio.
- Prensa
- Internet.
- Teléfono.
- @ e-mail.

Medios publicitarios alternativos:

- Ferias.
- Campañas publicitarias en actividades, eventos o en cualquier otro lugar a donde concurra nuestro público objetivo.
- Anuncios impresos.
- Letreros, paneles, carteles, afiches, folletos, catálogos, volantes, tarjetas de presentación, calendarios y otros instrumentos publicitarios.
- Lapiceros, llaveros, cartucheras, destapadores, gorros, camisetas y otros artículos de merchandising que lleven nuestro logo, y que obsequiemos a nuestros clientes.
- el medio más eficiente: el producto en sí mismo, al ofrecer un producto de muy buena calidad que satisfaga de tal manera al consumidor, que éste lo recomiende a otros consumidores. Publicidad conocida como «publicidad boca a boca».

3.7 Determinar “mensaje” hacia el mercado.

‘Las ocasiones no pasan, las creas tú mismo’ Chris Grosser

“Has tus ocasiones especiales, crea tu propio entorno con Mineralux, decoraciones minerales”.

3.8 Determinar elementos de apoyo como exhibidores, promociones, descuentos, etc.

1.- Exhibidores - Variedad de piezas muestra colocarlas en estantería y exhibidores al alcance del público.

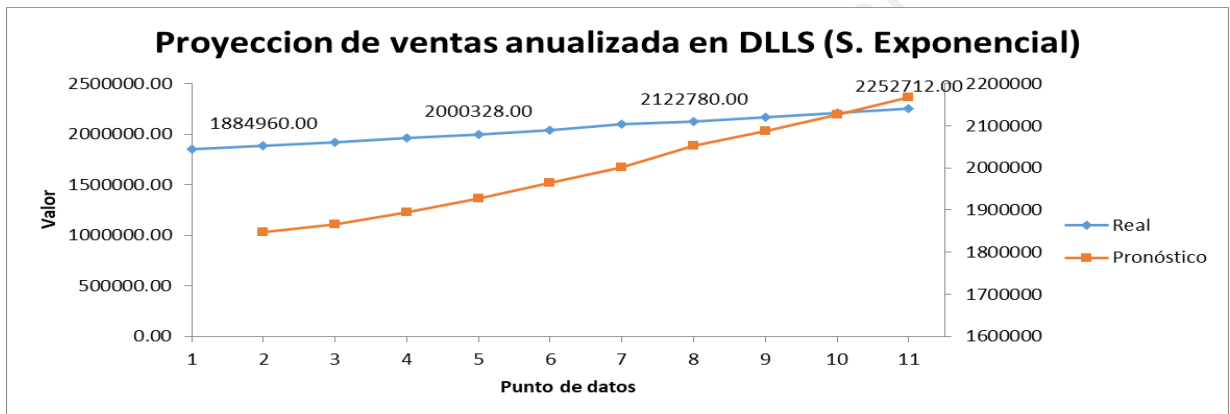
2.- Promociones - Por apertura Mineralux te regala una muestra del material envuelta de un ambiente decorativo.

3.- Descuentos – En la compra de 3 productos Mineralux te regala una cuarta adicional.

4 Financiera

4.1 Proyección de ventas anualizada en dólares.

Mes	Año	Ventas MN	Ventas DLLS		
Enero	2021	80000.00	1760000.00	#N/A	#N/A
Febrefo	2021	84000.00	1848000.00	1848000.00	#N/A
Marzo	2021	85680.00	1884960.00	1866480	#N/A
Abril	2021	87394.00	1922668.00	1894574	#N/A
Mayo	2021	89141.00	1961102.00	1927838	54617.176
Junio	2021	90924.00	2000328.00	1964083	65416.2728
Julio	2021	92743.00	2040346.00	2002214.5	71872.1551
Agosto	2021	95598.00	2103156.00	2052685.25	84182.4045
Septiembre	2021	96490.00	2122780.00	2087732.63	83503.5041
Octubre	2021	98419.00	2165218.00	2126475.31	83877.7756
Noviembre	2021	100388.00	2208536.00	2167505.66	76705.5273
Diciembre	2021	102396.00	2252712.00		



4.2 Proyección de costo de lo vendido y determinación de contribución marginal.

Producto	Precio de venta	Materia Prima	Comisiones	Impuestos	Otros gastos	Total costo por producto	Costos directos
Mineria decorativa	400	150	0.00%	10.00%	0	40	190

Margen de contribución	
Descripción	Valor
Precio de venta	400
Margen de contibución	210
Costo directo del producto	190
Costo fijo	
Descripción	Valor
Salarios	111000
Tasa de propiedades	2500
Telefono / Internet	500
	114000
Punto de equilibrio	
Total costos fijos	114000
Facturación	168800
Proyeccion de productos vendidos	200

4.3 Proyección de gastos de operación.

Item	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Costos MXP												
Importación	\$ 13,800	\$ 14,490	\$ 14,780	\$ 15,075	\$ 15,377	\$ 15,684	\$ 15,998	\$ 16,318	\$ 16,644	\$ 16,977	\$ 17,317	\$ 17,663
Almacenamiento	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000
Distribución	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
Seguros	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000
Marketing	\$ 20,000	\$ 28,980	\$ 29,560	\$ 30,151	\$ 30,754	\$ 31,369	\$ 31,996	\$ 32,636	\$ 33,289	\$ 33,955	\$ 34,634	\$ 35,326
Sueldos	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000
Viajes	\$ 10,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
Total Costos	\$ 168,800	\$ 173,470	\$ 174,339	\$ 175,226	\$ 176,131	\$ 177,053	\$ 177,994	\$ 178,954	\$ 179,933	\$ 180,932	\$ 181,951	\$ 182,990

4.4 Proyección de gastos logísticos.

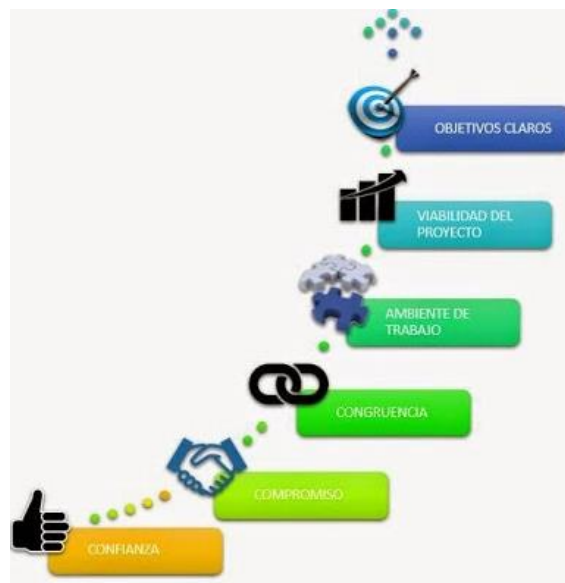
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Importación	\$ 13,800	\$ 14,490	\$ 14,780	\$ 15,075	\$ 15,377	\$ 15,684	\$ 15,998	\$ 16,318	\$ 16,644	\$ 16,977	\$ 17,317	\$ 17,663
Distribución	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
Seguros	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000
Sueldos	\$ 30,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000
Viajes	\$ 10,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000
Total Costos	\$ 61,800	\$ 138,490	\$ 138,780	\$ 139,075	\$ 139,377	\$ 139,684	\$ 139,998	\$ 140,318	\$ 140,644	\$ 140,977	\$ 141,317	\$ 141,663

4.5 Establecer estructura / organización humana y determinar costos anualizados en dólares, al T.C. proyectado.

PROCESO ADMINISTRATIVO



Concepto	Sueldo	T.C.	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Anual
Exploradores de mineral	\$20,000.00	\$22.00	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09
Operadores	\$20,000.00	\$22.00	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09
Diseñadores	\$ 8,000.00	\$22.00	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64
Artesanos	\$10,000.00	\$22.00	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55
Área administrativa	\$10,000.00	\$22.00	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55
Compras	\$10,000.00	\$22.00	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55	\$ 454.55
Ventas	\$ 8,000.00	\$22.00	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64	\$ 363.64
Relaciones publicas	\$20,000.00	\$22.00	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09	\$ 909.09
Distribución y logística	\$ 5,000.00	\$22.00	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27	\$ 227.27
Total Costos	\$ 111,000	\$ 154	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09	\$3,909.09



4.6 Determinar utilidad antes de impuestos proyectada al cierre del plan estratégico 2020.

Concepto	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Anual
Ventas	\$ 98,419	\$ 100,388	\$ 102,396	\$ 1,102,172
Costo	\$ 49,210	\$ 50,194	\$ 51,198	\$ 551,086
Contr Marginal	\$ 49,210	\$ 50,194	\$ 51,198	\$ 551,086
Tipo de Cambio				
\$ 23.00				
Margen MXP	\$ 1,131,823	\$ 1,154,459	\$ 1,177,549	\$ 12,674,979
Costos MXP				
Importación	\$ 16,977	\$ 17,317	\$ 17,663	\$ 190,125
Almacenamiento	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 72,000
Distribución	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 60,000
Seguros	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 36,000
Marketing	\$ 33,955	\$ 34,634	\$ 35,326	\$ 372,649
Sueldos	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 111,000	\$ 1,332,000
Viajes	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 5,000	\$ 65,000
Total Costos	\$ 180,932	\$ 181,951	\$ 182,990	\$ 2,127,774
Utilidad Bruta	\$ 950,891	\$ 972,509	\$ 994,559	\$ 10,547,205

5) Conclusiones.

Antes de este caso desconocía acerca de la decoración con la minería, es un proceso que se lleva mucha investigación y desarrollo por parte de personal capacitado y dirigidos por áreas de planeación estratégicas, en lo que concierne al costo como todo proyecto se le tiene que invertir, la diferencia que yo noto es que en este ramo se puede obtener una enorme ganancia posiblemente hasta de un 100 %.

c) Reflexión del Caso.

En este caso se pudo plasmar y aplicar la información aprendida en los 9 módulos pasados de la Maestría

1. Desarrollo de competencias directivas – Análisis y comprensión de la información y el recurso humano.
2. Planeación de la demanda – Uso de herramientas para realizar proyecciones.
3. Administración de la cadena de valor – Desarrollo profesional, parte aguas de la visión y misión de una empresa.
4. Planeación y control de la producción – Uso de estadística y sistemas productivos.
5. Administración de la logística – Análisis de mercado, costes y servicios.

6. Administración de las relaciones con los clientes – Técnicas y estrategias de mercado.
7. Administración de las relaciones con los proveedores – Atención e involucramiento al sistema de suministro.
8. Simulación de producción – Conocimiento de software especializado en la simulación de procesos.
9. Ética empresarial – Conocimientos de una relación transparente con uno mismo y con lo que nos rodea.
10. Seminario de la titulación – Couching para desarrollar proyectos y negocios con estadísticas.

d) Reflexión de Aprendizaje.

Sin duda el tomar una Maestría en la UP personalmente me ha llevado a un nivel en donde puedo visualizar las técnicas y los alcances en la mejora de mis procesos personales y laborales.

Actualmente en mi campo laboral hay una significativa diferencia del antes y el después de esta maestría, es más fácil identificar las áreas de oportunidad en mi departamento y ahora para mi es más fácil aplicar y realizar las contramedidas para las mejoras.

Agradezco a todos los Profesionales que compartieron sus conocimientos en clase, especialmente a ti Profesor Álvaro Salinas, veo en ti un ejemplo profesional a seguir de por tu crecimiento empresarial.

6) Referencias.

Bibliográficas, electrónicas, notas periodísticas.

<https://dossierdearquitectura.com/post/el-uso-de-los-minerales-en-la-decoracion-5d7fa691c7c65>

<https://decofilia.com/decoracion-gemas-minerales/>

<https://www.etsy.com/shop/CosmicAuraCrystals>

<https://erjobarcelona.com/minerales-la-nueva-tendencia-en-decoracion/>

http://www.sgm.gob.mx/productos/pdf/Anuario_2018_Edicion_2019.pdf

<http://www.dof.gob.mx/normasOficiales/4485/semarnat1/semarnat1.htm>

https://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/informacion_Sectorial/minero/guia_de_procedimientos_mineros_0513.pdf

https://esedsa.com.mx/?gclid=EAIaIQobChMIIsND24eaO7AIVTvDACH0XHg1rEAAAYASAAEgJrX_D_BwE

http://info.igme.es/SidPDF%5C066000%5C874%5C66874_0001.pdf

https://www.academia.edu/4242215/TESIS_E_INFORMES_TRANSPORTE_DE_MINERAL

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/150328/Seleccion-del-metodo-de-transporte-para-la-explotacion-del-Yacimiento-Kunza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[https://todologicisticanews.com/site/nuevas-tendencias-de-volumetria-en-logistica/#:~:text=La%20volumetr%C3%ADa%20en%20log%C3%ADstica%2C%20refiere,una%20botella%20o%20una%20cubeta\).](https://todologicisticanews.com/site/nuevas-tendencias-de-volumetria-en-logistica/#:~:text=La%20volumetr%C3%ADa%20en%20log%C3%ADstica%2C%20refiere,una%20botella%20o%20una%20cubeta).)

<http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=2207&ni=estructura-y-tendencias-de-la-logistica-en-la-mineria>

<https://www.es.dsv.com/About-DSV/informacion-transporte-logistica/calculadora-peso-volumetrico/calculadora>

<https://internacionalmente.com/como-calcular-volumen/>

<https://www.rajapack.es/blog-es/productos/10-consejos-mejorar-logistica-almacen/>

<https://www.inegi.org.mx/temas/mineria/>

<https://preciohoy.com/prevision-dolar-peso-mexicano>

<https://es.chinabrands.com/dropshipping/article-que-canales-de-distribucion-usar-en-2019-segun-tu-tipo-de-negocio-16297.html#section-1>

<https://jordioib.com/amazon-vendor/>

<https://www.mecalux.es/blog/reposicion-stock-almacen#:~:text=La%20reposici%C3%B3n%20de%20stock%20hace,aquellas%20que%20surten%20al%20picking.>

<https://es.financikatrade.com/academy/placing-orders/>

<https://obsbusiness.school/es/blog-investigacion/marketing-y-comunicacion/cinco-estrategias-para-el-posicionamiento-de-una-marca>

<https://www.crecenegocios.com/medios-o-canales-publicitarios/>

<https://escueladelvendedor.info/40-frases-que-venden-solas/>

<https://www.forcemanager.com/es/blog/como-hacer-un-pronostico-de-ventas/>

<https://blog.luz.vc/es/como-hacer/c%C3%B3mo-a-proyecci%C3%B3n-de-venta-a-de-su-punto-de-equilibrio/>

<https://adrianacolcha.wordpress.com/estructura-de-departamento-de-una-empresa/>

Biblioteca Aguascalientes