



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

**UNA ALTERNATIVA PARA CAPTACIÓN DE
INGRESOS Y CONTROL DE EXALUMNOS EN
LA UNAM**

**DISEÑO DE UN PROYECTO PARA UNA
ORGANIZACIÓN QUE PARA OBTENER EL
TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN CONTADURÍA
PRESENTA:**

EMERSON RUBÉN ROMERO DAOWZ

**ASESOR:
C.P. BENJAMIN SÁNCHEZ RODRÍGUEZ**

MÉXICO, D.F.

207978

2001





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A nuestro ser, padre de la vida

*A mis padres y hermanos, fruto de su apoyo
incondicional*

*A mi universidad, por la formación y profesionalismo
que me ha dado*

*A mi asesor y profesores, base de mis conocimientos y
guía en mi profesión*

A mis amigos por su apoyo y trabajo conjunto

Gracias.

∴

CONTENIDO

I

● ● ● CAPÍTULO

PROBANZA EN LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	1
1.1 ENTORNO NACIONAL	3
1.2 EXPECTATIVAS DE DESARROLLO ECONÓMICO	5

II

● ● ● CAPÍTULO

2.1 PROPUESTA DE DESARROLLO	9
-----------------------------	---

III

● ● ● CAPÍTULO

PROYECTO DE INVERSIÓN	11
3.1 ALCANCE	13
3.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	14
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	16
3.4 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	18
3.5 BENEFICIOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	19
a) SOCIALES	19
b) ECONÓMICOS	20
c) ESTUDIANTILES	20
d) TECNOLÓGICOS	21
e) ECOLÓGICOS	21

IV

● ● ● CAPÍTULO

4.1 MECÁNICA EN LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	25
--	----

V

..... CAPÍTULO

DESARROLLO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	29
5.1 METODOLOGÍA DE DESARROLLO Y FORMULACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	31
5.2 METODOLOGÍA DE DESARROLLO DEL ESTUDIO TÉCNICO	54
5.3 ESTUDIO Y DISEÑO ADMINISTRATIVO	60
5.4 ESTUDIO JURÍDICO	99
5.5 ESTUDIO FINANCIERO	143

VI

..... CAPÍTULO

FORMULACIÓN DE PRESUPUESTOS	155
6.1 DESARROLLO DE PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	157
6.2 ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO	181
..... CONCLUSIONES	189

CAPÍTULO I

PROBANZA EN LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN



México es un país poseedor de una antigua y vasta cultura que lo distingue entre las naciones, es un país rico en recursos naturales y orgulloso de sus logros como nación, pero también se ha visto afectado por factores de disparidad que encara el reto de la competencia mundial, por esta razón lucha por alcanzar el compromiso de proveer de lo mínimo e indispensable a los que más lo requieren y a los que nada tienen.

En años atrás, México ha experimentado diversos y profundos cambios en los planos económicos, políticos y sociales, avanzando en los procesos democráticos y económicos, superando graves crisis con un costo social muy alto, esto a dado pie a la formación y crecimiento de la economía informal, decreciendo el promedio de ingresos de cada mexicano, un marcado deterioro del mercado laboral, una injusta distribución de la riqueza y crecientes manifestaciones de inseguridad social y la violación de los derechos humanos. En los últimos años se ha seguido una política económica que nos ha permitido superar las crisis en que nos hemos visto inmersos, pero gracias a esta política económica se llegan a vislumbrar indicadores económicos con tendencias positivas que permiten emprender un periodo de crecimiento, uno de ellos es la inflación de 1999 que fue menor a la proyectada, pero aún así persisten las desconfianzas por las famosas crisis de cada sexenio, pero pensemos en asegurar un desarrollo interno y sostenido, con justicia social, que está al alcance de cada uno de nosotros como mexicanos.

En materia pública se entiende un avance por las tendencias y formas de gobierno de la oposición, producto de una mayor participación ciudadana en la vida pública, pero esto no es todo, todavía son necesarios mecanismos para consolidar una democracia que impulse a la participación a los diversos grupos sociales y étnicos que conforman nuestro país.

En pocos años se ha visto la participación de México con los mercados internacionales y con otras sociedades, abriendo las brechas y penetrando exitosamente en los terrenos de las grandes potencias comerciales, lo anterior es parte de la solución planteada para el combate de los problemas económicos y sociales que enfrenta el país.

México puede llegar al alcance y abatimiento de todos los problemas económicos, sociales, políticos y demás en los que se encuentra inmerso, si tan sólo aplicara planes y programas específicos en cada una de las áreas y dependencias, trabajando por objetivos en cada uno de estos planes y programas, apoyándose en la elaboración de este tipo de proyectos de inversión que permitan el desarrollo y mejoramiento de una dependencia o sector. Es así como el país no se queda rezagado y no siendo testigo del progreso económico y de los avances del conocimiento en un mundo más globalizado que se torna cada vez más competitivo.

Los mexicanos tenemos la inteligencia, el ímpetu de construir en circunstancias adversas, un México en donde exista en futuro digno para todos, que es lo que cada uno de nosotros merecemos. ·¶

La difícil situación económica y financiera que enfrenta México nos permite anticipar que a lo largo del año 2000 se agudizarán los problemas que hemos venido padeciendo. Por una parte, la baja disponibilidad de ingresos públicos y la dificultad para obtener recursos financieros externos e internos, imponen serias limitaciones a las metas macroeconómicas propuestas por el gobierno en los criterios generales de Política Económica; por otra parte, la falta de previsión de las autoridades sobre la magnitud y persistente volatilidad de los mercados internacionales impone mayores restricciones al Presupuesto de Egresos aprobado en diciembre por el Congreso.

Es preocupante que, una vez más, la política económica no podrá crear las condiciones necesarias para elevar el nivel y calidad de vida de los mexicanos.

En este sentido, el gobierno impuso fuertes aumentos en los precios de los principales bienes y servicios públicos necesarios para el desarrollo y la subsistencia.

Por otra parte, la política tributaria propuesta para 1999 y que actualmente continúa aplicándose pretende exprimir aún más a todo contribuyente. En estas condiciones, la recuperación del nivel de vida de la población será más difícil, dado el impacto que tendrán tales medidas en la inflación y en el poder adquisitivo de los asalariados.

Respecto a los procesos políticos que enmarcan la realidad mexicana en el 2000, este puede definirse como un año de desarrollo político por la sucesión

presidencial con una variante respecto a las vividas en los sexenios anteriores: el movimiento de los candidatos en el interior de cada partido político, lo cual ha transformado los tiempos y los mecanismos tanto en el interior de cada partido como en su relación con el gobierno, la opinión pública y los medios de comunicación.

Esta transformación puede explicarse, en primer lugar, como resultado de los cambios motivados por la transición democrática y, en segundo lugar, por el proceso de desgaste del Poder Ejecutivo.

Aunado a todo lo anterior, el presupuesto asignado a la partida de educación se ve disminuido en cada uno de los niveles, y es por ello la exigencia de mayores recursos para cada una de las instituciones universitarias, la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, preocupada por la formación académica y el desarrollo de la institución, ha desarrollado diversos programas para la captación de recursos para ser utilizados en los diversos proyectos que permitan el desarrollo de los principios de la Universidad. Estos principios son para mantener su liderazgo, remover su carácter nacional, reafirmar su condición de entidad pública, afianzar su autonomía y redoblar su compromiso con la sociedad mexicana.

En apoyo al fortalecimiento de la entidad, ha lanzado el programa de la "Campaña Financiera UNAMos Esfuerzos", con la finalidad de captar fondos de diversas fuentes a través de donativos aplicables a una causa fundamental: hacer factible el desarrollo de los programas y proyectos esenciales que permitan la transformación de la universidad del tercer milenio.

Para efectuar la transformación de la Universidad, es necesario asegurar los recursos necesarios para la realización de programas y proyectos indispensables para efectuar los cambios que se proponen. Para esto se convoca a la sociedad, especialmente a los sectores que se benefician con sus servicios, para que contribuyan de manera decidida al desarrollo de la institución. La aportación servirá para mejorar la educación universitaria, la investigación y la difusión de la cultura, en beneficio del futuro de México.

Esta campaña se hace en coordinación con la Fundación UNAM y se dirige a la sociedad en general, provocando así el acercamiento de cada uno de sus egresados a la actividad comercial y profesional del país, buscando los medios para obtener un mejor vínculo entre universidad-empresa, buscando así nuevas fuentes de captación de ingresos que permitan el apoyo para su desarrollo y pueda alcanzar cada uno de sus objetivos planteados. "1

C APÍTULO II

PROPUESTA DE DESARROLLO



La UNAM ha desarrollado diversos proyectos que permiten el acercamiento y vínculo con sus egresados y también proyectos que permitan la generación de recursos, el presente proyecto de inversión “SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN DE RECURSOS UNIVERSITARIOS” (SIGRU) es una propuesta de inversión que se articula con la Fundación UNAM, esto permite el acoplamiento de los objetivos institucionales y los objetivos de la “Campaña Financiera UNAMos ESFUERZOS”, puesto que el proyecto desarrolla aspectos importantes tanto económicos como sociales que contribuyen a alcanzar los objetivos de la Universidad.

Siendo los objetivos de la campaña financiera los siguientes:

Fundación UNAM, a través de la Campaña Financiera UNAMos ESFUERZOS, persigue la captación de recursos para ser aplicados a los objetivos de la Institución Universitaria.

Fundación UNAM busca los medios para tener una base de datos de los egresados de la UNAM, para que exista el vínculo universidad-alumno, universidad-empresa, universidad-productividad y desarrollo.

La Campaña Financiera esta dirigida a la sociedad en general para que apoye el desarrollo de la UNAM, mediante una participación directa o indirecta en ella, para el cumplimiento de sus programas.

Fundación UNAM persigue todo aquel bien para la Universidad.

Es por ello que la propuesta consiste en buscar el desarrollo del proyecto de inversión "SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN DE RECURSOS UNIVERSITARIOS" (SIGRU), y Fundación UNAM, que mediante la Campaña Financiera UNAMos ESFUERZOS se establezca un estrecho vínculo de colaboración para que el proyecto ayude de forma colateral a alcanzar los planes y programas que la Fundación tiene en su desarrollo y ciclo, ya que de igual manera el proyecto persigue la captación de recursos económicos para ser proporcionados a nuestra Máxima Casas de Estudios, siendo los siguientes:

El proyecto de inversión también persigue la captación de recursos para ser proporcionados a Fundación UNAM, para que logre las metas y objetivos de cada uno de sus programas.

El proyecto SIGRU es un instrumento perfecto para obtener una base de datos actualizada de cada uno de los egresados de la UNAM y exalumnos, que puede ser proporcionada a la institución para los estrechos vínculos que la fundación requiere.

SIGRU, en la búsqueda de sus objetivos y cumplimiento de sus metas, esta en contacto directo con toda aquella persona que pueda participar en la campaña UNAMos Esfuerzos y así hacerlos copartícipes de ella.

SIGRU persigue toda actividad que conlleve a un beneficio de la UNAM. ·¶

C APÍTULO III

PROYECTO
DE INVERSIÓN



El presente proyecto de inversión está dirigido a las autoridades de la Universidad Nacional Autónoma de México con el fin de presentar una atractiva y rentable empresa cuyos beneficios sociales y económicos serán tangibles y expandibles a corto, mediano y largo plazo, incidiendo principalmente en:

a) La Universidad

Creando nuevas fuentes de captación de ingresos para impulsar la Campaña "UNAMos ESFUERZOS" y así coadyuvar al desarrollo de programas y proyectos esenciales que permitan la transformación de la Institución hacia el tercer milenio. Al igual que le permitirá contar con un directorio actualizado de sus Exalumnos.

b) Los Exalumnos

Como instrumento de acercamiento y vínculo con la institución al oficializar su estadía en la misma con una credencial que a su vez funcione como tarjeta de descuento lo que les permitirá obtener diversos servicios con beneficios adicionales dentro y fuera del campus universitario.

c) La sociedad

En las empresas, al encontrar un nuevo nicho de mercado y mayor oportunidad de incrementar sus ventas con los exalumnos de la UNAM. ■

El objetivo en la elaboración del proyecto de inversión es que al término de este se pueda tener la información necesaria, sustentada en investigación y desarrollo que permita una adecuada toma de decisiones en el proyecto, el objetivo del proyecto es el siguiente:

Elaborar un proyecto de inversión con la debida profundidad que este requiera en base a las necesidades para el adecuado estudio y desarrollo, para ello es necesario tomar un conjunto de información en áreas que componen el proyecto de inversión tales como: mercado, técnica, financiera, económica, legal, ecológica e institucional (social), interrelacionada y obtenida de manera lógica, tecnológica y cronológica, que proporciona las bases necesarias para tomar alguna decisión respecto a la conveniencia de llevar a cabo la inversión (para solucionar un problema, satisfacer una necesidad o aprovechar una oportunidad).

OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN COMO EMPRESA (Sistema Integral de Gestión de Recursos Universitarios)

Los objetivos que persigue la empresa SIGRU en el desarrollo de su actividad son:

- a) Coadyuvar al crecimiento del país a través de beneficios tangibles y reales, que permitan un desarrollo constante.
- b) Lograr el ahorro en la economía de los usuarios a través de los productos y servicios que contacte la empresa para su beneficio.
- c) Contar con una base de datos actualizada de egresados y exalumnos, que será el origen de otras herramientas que proporcionarán mayores beneficios económicos y sociales.
- d) Apoyar a la Campaña Financiera UNAMos ESFUERZOS y otorgar recursos a la universidad para que sean aplicados al desarrollo de la misma o proporcionados a sus estudiantes por medio de becas económicas que permitan la continuidad de sus estudios.

Los aspectos que desarrolla el proyecto de inversión SIGRU, se fundamentan, desarrollan y detallan en el estudio realizado en cada una de las fases, áreas y etapas de su investigación.

Gracias a los apoyos institucionales de la Universidad, se pueden desarrollar proyectos como este que permitan la generación de recursos para la UNAM, a continuación se presenta la descripción del proyecto, que ayudará al entendimiento de los objetivos que persigue. ❖

El proyecto de inversión está enfocado en la creación de una empresa que sea fuente de generación de recursos por los universitarios y para los universitarios, que permita un mecanismo de inversión propia a las circunstancias de la Universidad, con una viabilidad e inversión que promuevan el desarrollo de proyectos para el beneficio de nuestra institución.

La propuesta en el presente documento es la constitución de una empresa, persona moral, llamada "SISTEMA INTEGRAL DE GESTIÓN DE RECURSOS UNIVERSITARIOS" (SIGRU) que persigue fines sociales mediante el desarrollo de una actividad comercial, teniendo como socios principales a los asociados y socios de Fundación UNAM, A.C.

El alcance y los objetivos del proyecto se desarrollan, mediante la venta de una tarjeta de descuento y una credencial de exalumno, al reverso, al igual que un libro de cupones y descuentos a los exalumnos de la Universidad, la credencial de exalumno será validada por la institución universitaria mediante la bases de datos que año con año se van generando.

La credencial de exalumno le permite al tarjetahabiente el acceso a servicios universitarios a los que antes no tenía derecho de uso por su calidad de exalumno; permite también un acercamiento con los eventos culturales, deportivos, recreativos que desarrolla la Universidad, para así empezar a disfrutar los beneficios que ésta le otorgue.

La tarjeta de descuento le permite el ahorro en los productos y servicios que normalmente consume, presentándola en aquellos establecimientos que se indiquen en el libro dentro de la sección de descuentos a la vista, es decir, con sólo presentar la tarjeta de descuento y su credencial al reverso. La otra forma que le permite el ahorro de su economía es a través del uso de los cupones de descuento y la sección de descuentos especiales, incluido en el mismo libro; todo lo anterior es la forma de obtener ingresos para la Universidad mediante la venta de la tarjeta y el libro de cupones y descuentos, venta única que incluye los dos productos.

Otra forma para la captación de recursos es la venta de suscripciones anuales de cada uno de los proveedores de servicios que otorgarán los descuentos a los tarjetahabientes, y esto les da el derecho al intercambio de publicidad y venta de espacios publicitarios en el libro de cupones y descuentos, que será entregado junto con la credencial y tarjeta de descuento. -||

Características

Consiste en una tarjeta plástica tamaño estándar, de dos vistas a 4 x 4 tintas, en donde el reverso es la credencial, la cual consta de la fotografía del exalumno, el nombre, la vigencia, el número de cuenta en código de barras, los logotipos de la universidad y la campaña UNAMos ESFUERZOS, y un holograma de seguridad del logotipo del puma entre la fotografía y la tarjeta, al igual que la firma del tarjetahabiente, por último el número de credencial que le corresponda de acuerdo a la base de datos.

Por el lado anverso, la tarjeta de descuento, donde tendrá los logotipos de la universidad y la campaña financiera y el nombre de la tarjeta de descuento, en este caso tarjeta de descuento TUNAM

Un libro de cupones y descuentos tamaño media carta que está compuesto en diversas partes, siendo: área de cupones (desprendibles), área de descuentos a la vista, cupones especiales, y sección informativa y cultural de la Universidad. Todo ello con selección de color y pasta semiflexible. •¶



a) SOCIALES.

En la implementación del proyecto SIGRU, se ha previsto como beneficios sociales inmediatos la creación de 30 plazas para la contratación de personas, una fuente de empleos para la urgente necesidad de ofrecer oportunidades de desarrollo profesional a la comunidad.

Y la satisfacción de una necesidad no cubierta que es el motivo más altruista con el que debe iniciar todo sueño de una empresa. La tarjeta-credencial servirá de medio, a fin de lograr la adherencia en una comunidad de egresados de la UNAM, ya que contando con una base de datos considerable numéricamente (cuantitativa) y actualizada (cualitativa), consecuentemente, será un logro, cuando se alcance la unificación del grupo de ex-alumnos, en apoyo a su universidad, para entonces estar en posición de influir en el actuar del gremio universitario, los eventos universitarios de vinculación entre egresados ejercerá un gran papel en este aspecto.

El beneficio social directo de otorgarle a la sociedad oportunidades de empleo está también a la par el beneficio indirecto de contribuir por medio del cumplimiento de obligaciones fiscales, la contribución al gasto social del país.

Los servicios SIGRU tienen entre sus estatutos establecidos la presentación de servicios académicos, de los cuáles destacan el acceso de los tarjetahabientes a eventos culturales, como parte de las prácticas universitarias. Se ha previsto el

establecimiento de una línea telefónica de información de eventos universitarios, con lo cual se fomentará una mayor participación de la comunidad universitaria en la vida cultural de la Universidad y de otras instituciones, y en segundo lugar, de la población en general, ya que una mayor comunicación (difusión) de los eventos culturales, que cabe recordarlo, no son exclusivos sino más bien accesibles.

b) ECONÓMICOS

Representa para la Universidad una nueva fuente de captación de ingresos adicionales para impulsar la Campaña "UNAMos ESFUERZOS" y así contribuir a hacer realidad el desarrollo de programas y proyectos esenciales que tiene la campaña, que permitan la transformación de la universidad del tercer milenio. La actuación en la economía mexicana no pasará inadvertida, quizá su repercusión será mínima en el porcentaje del PIB, un poco más fuerte para el indicador del sector, a pesar de eso, no quiere decir que no será importante.

La circulación del dinero, el intercambio continuo moverá el motor de la economía nacional, en ayuda al desarrollo de la producción y consumo de los bienes y servicios que se ofrecen.

La economía desarrolla el estudio de la eficientización de los escasos recursos para aplicarlos a las innumerables necesidades, nuestra tarjeta podrá ser usada para ofrecer más y mejores servicios-productos de todo tipo a la sociedad, accediendo a ellos con una disminución del desembolso de recursos original, y a la vez, otorgando un beneficio a la empresa otorgante del satisfactor, mediante el aumento de sus ventas y la circulación del capita de trabajo de cada una de ellas.

c) ESTUDIANTILES

El proyecto apoyará a la campaña financiera y otorgará recursos generados por la propia Universidad, con lo cual estará en condiciones de aplicarlos a los fines propios de la institución, una posible aplicación sería la mejora de los servicios y recursos académicos, la posibilidad de incrementar fondos para becas estudiantiles, etc.

La oportunidad de contar con una tarjeta-credencial en el momento de graduarse para los estudiantes será una gran oportunidad para no desligarse de la vida

universitaria, seguir contando con acceso a los servicios universitarios, y tener una participación en la comunidad de egresados, entre otros.

d) TECNOLÓGICOS

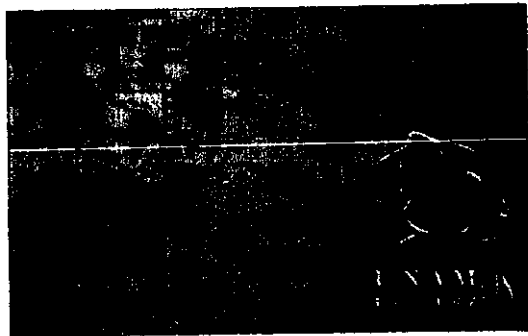
La tarjeta credencial utilizará en su manufactura procesos tecnológicos avanzados, podrá transportar y transferir automáticamente una gran cantidad de datos de utilidad para nuestros patrocinadores y contratantes.

e) ECOLÓGICOS

El equipo a utilizar no empleará materiales ni sustancias altamente contaminantes, por lo cual no contribuirá al deterioro del ambiente, encima de que la cantidad de desperdicios será mínima, teniendo el cuidado de aprovechar todo lo empleado. Claro está que cumplirá con las normas ecológicas impuestas. ■

CAPÍTULO IV

MECÁNICA EN LA
ELABORACIÓN DEL
PROYECTO DE INVERSIÓN



El ciclo de vida de proyectos de inversión se inicia con la identificación de la idea del proyecto y termina con la administración del mismo, abarca desde que se comienza a estudiar la idea identificada para el desarrollo de producto y servicio, y termina hasta que se tiene la inversión ejecutada. Es necesario destacar que el proyecto de inversión tiene incluidas cinco actividades que forman parte esencial de este y que están desarrolladas en el presente documento, a excepción del último, que requiere la inversión, siendo estos:

- a) Identificación,
- b) Formulación,
- c) Evaluación,
- d) Selección y
- e) Administración

El proyecto de inversión SIGRU, está en la fase de pre-inversión, en la cual se va a determinar la viabilidad y rentabilidad de este para la toma de decisión en la inversión, que es la actividad quinta, la de administración.

La identificación del proyecto surge al detectar la necesidad económica que requiere la Universidad, aunada a la necesidad de participación y estrecho vínculo con la comunidad de exalumnos, y al detectar que no existe un apoyo directo con su Universidad, es por ello que en apoyo a estas dos primordiales

necesidades se desarrolla el proyecto, en búsqueda de la detección y el análisis de la viabilidad para su administración.

La formulación del proyecto de inversión SIGRU, está compuesto por cinco estudios y desarrollos, que permiten el aseguramiento y la confiabilidad de la información generada, siendo estos:

PROYECTO DE INVERSIÓN (pre-inversión)

- 1) Estudio de mercado
- 2) Estudio técnico
- 3) Estudio administrativo
- 4) Estudio jurídico
- 5) Estudio financiero

Cada uno de los estudios anteriores son la base y fundamento para el desarrollo y administración del proyecto de inversión, éstos son planteados de forma general, en donde se expresan los objetivos, el alcance y los principales resultados obtenidos de acuerdo al estudio realizado, ya sea, investigación de campo, investigación documental, estudio técnico y demás.

El planteamiento de los objetivos del proyecto de inversión, son las necesidades de información que se requieren para la toma de decisiones, siendo los siguientes:

LOS OBJETIVOS DE CADA UNO DE LOS ESTUDIOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1) ESTUDIO DE MERCADO

Definición del mercado.

Conocer la amplitud del mercado y oportunidades específicas en este. (oferta y demanda).

Conocer los gustos, preferencias y lugares donde habitualmente adquieren sus productos y servicios.

Análisis de la competencia a detalle.

Origen del negocio u obtención de las utilidades.

Diseño del producto.

Fijación del precio

2) ESTUDIO TECNICO

Determinación de la opción más viable para la adquisición del equipo o la maquila de las tarjetas.

Estudio de las opciones en materiales para la elaboración de la tarjeta y libro de cupones y descuentos.

Estudio de la calidad de los materiales y del producto terminado

3) ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Diseño de las necesidades administrativas y de personal de la empresa

Diseño del proceso administrativo.

Diseño de las áreas de la empresa, departamentos y funciones de cada una de estas.

Diseño de la logística del proceso operativo de la empresa.

Diseño de la imagen corporativa, filosofía, misión, visión y metas como empresa.

Diseño de las políticas de la empresa.

Diseño de los formatos de registro e inscripción.

4) ESTUDIO JURÍDICO

Determinar la opción más viable de constitución de la empresa.

Demostrar el régimen fiscal de la empresa una vez determinada la mejor opción de su constitución.

Elaborar los machotes de los contratos legales en materia de contratos de compra-venta de los productos y servicios, al igual que el contrato de compra-venta con los proveedores.

Elaboración de los machotes en materia laboral de prestación de servicios, liquidación y finiquito.

5) ESTUDIO FINANCIERO

Determinar financieramente las oportunidades del negocio.

Presupuestos y proyecciones de inversión de la empresa para la determinación de la inversión inicial neta.

Proyección de las operaciones financieras de la empresa para la determinación de los flujos de efectivo y liquidez de la misma.

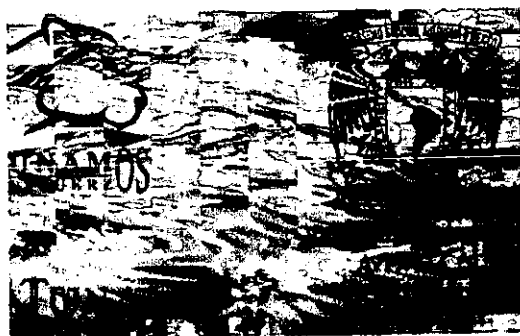
Análisis financiero del proyecto de inversión con indicadores financieros y de evaluación de proyectos de inversión.

Diseños de los instrumentos de control interno y papelería utilizada.

En el siguiente capítulo se presenta el desarrollo de estos estudios y los resultados obtenidos. ❏

CAPÍTULO V

DESARROLLO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN



ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el estudio de mercado, se analiza la relación del medio externo con el producto de la empresa, en este caso la tarjeta credencial y el libro de cupones, para examinar las características de los consumidores, de la competencia y los medios por los cuales el producto llegará a los egresados, lo anterior nos sirve para determinar las necesidades en materia de adquisición y transformación, al igual que la preparación de un plan de mercadeo.

Objetivos específicos del estudio del mercado:

- a) Análisis de la competencia
- b) Definición del mercado al que nos dirigiremos
- c) Realización de la Investigación de Mercado a exalumnos
- d) Descripción del producto propuesto
- e) Plan de mercadeo

Después del estudio de mercado y análisis de la competencia realizado a través de la aplicación de un cuestionario de forma directa y vía telefónica e investigación directa, respectivamente, se determinaron los siguientes resultados:

Los resultados obtenidos:

Los resultados obtenidos:

a) Análisis de la competencia (origen de las utilidades de las empresas en este ramo).

Las empresas detectadas como competidores indirectos en este ramo son:

1. Tarjeta de Descuentos Universitarios TDU con dos productos básicos:
2. TDU Universitarios y TDU Empresarial.
3. Mundo Joven cuyo producto es Tarjeta Students.
4. Entertainment Publication Inc. Con una tarjeta de descuento del mismo nombre.
5. Radio Activo con la tarjeta Active Card.

Las investigaciones realizadas a estas empresas fueron respecto a:

1. Origen de sus utilidades y producto estrella: se determinó que el origen de las utilidades proviene de la venta de la tarjeta como fuente principal de ingresos, así como por el cobro de intercambio de publicidad con empresas afiliadas.
2. Estructura organizacional: básicamente se componen de un área comercial y una administrativa.
3. Convenios y expectativas: realizar la mayor cantidad de afiliaciones y con ello ganar prestigio, cobertura y facilidades en el intercambio de publicidad.

b) Definición del mercado meta.

Se definió como segmento de mercado a los EXALUMNOS UNAM por la viabilidad respecto a servicios que se les pueden ofrecer de forma inmediata, por su poder adquisitivo pero sobre todo por la necesidad existente de una vinculación real con su universidad que asegura la aceptación del producto en el mercado.

Investigación de Mercados a Exalumnos para conocer los gustos, preferencias, ingresos, gastos, lugares de adquisición de productos y servicios, así como la aceptación de una tarjeta credencial y los servicios universitarios que actualmente utilizan, entre otros aspectos.

Para el cálculo de la muestra de esta investigación se partió de un universo de 54,000 exalumnos registrados en asociaciones dentro de la universidad, aplicando la fórmula de muestras finitas obtuvimos que la muestra debía ser 390

encuestas, tomando un grado de error de .5 y un nivel de confianza del 95%

c) Investigación de mercado a exalumnos.

Mediante esta investigación se obtuvieron datos fundamentales para sustentar la viabilidad el proyecto, respecto al mercado al que nos enfocaremos, para eso se aplicó un cuestionario con la siguiente información:

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

Buen día.

A. Sexo: M () Am F () Af

1. Estado Civil

Soltero () 1a Casado () 1b Viudo () 1c Unión libre () 1d Otro () 1e _____

2. Actualmente trabajas:

Sí () 2a

No () 2b

3. ¿A cuánto asciende la suma de tus ingresos mensuales?

Menos de \$ 2000 () 3a

De \$ 5001 a 6000 () 3e

De \$ 2001 a 3000 () 3b

De \$ 6001 a 7000 () 3f

De \$ 3001 a 4000 () 3c

De \$ 7001 a 8000 () 3g

De \$ 4001 a 5000 () 3d

Más de \$ 8000 () 3h

4. ¿A cuánto ascienden tus gastos mensuales?

Menos de \$ 2000 () 4a

De \$ 5001 a 6000 () 4e

De \$ 2001 a 3000 () 4b

De \$ 6001 a 7000 () 4f

De \$ 3001 a 4000 () 4c

De \$ 7001 a 8000 () 4g

De \$ 4001 a 5000 () 4d

Más de \$ 8000 () 4h

5. ¿A qué destinás principalmente tus ingresos?

	Categorías	1. Primera mención	2. Segunda mención	3. Tercera mención	4. Otra
A	Alimentación	51A	52A	53A	54A
B	Transporte	51B	52B	53B	54B
C	Vestido	51C	52C	53C	54C
D	Salud	51D	52D	53D	54D
E	Diversión	51E	52E	53E	54E
F	Comunicaciones	51F	52F	53F	54F
G	Servicios	51G	52G	53G	54G
H	Educación	51H	52H	53H	54H
I	Vivienda	51I	52I	53I	54I

De las siguientes categorías menciona el lugar donde realizas tu consumo con mayor frecuencia:

6. ALIMENTACIÓN

- | | | | |
|------------------|--|--|--|
| 6.1 Restaurantes | | | |
| 6.2 Cafeterías | | | |
| 6.3 Pastelerías | | | |
| 6.4 Hamburguesas | | | |
| 6.5 Pizzas | | | |
| 6.6 Pollo | | | |
| 6.7 Otro | | | |

7. TRANSPORTE

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

7.1 ¿Cómo te transportas cotidianamente?

Automóvil () 7.1a Camión () 7.1b Peseros () 7.1c Taxi () 7.1d Metro () 7.1e

7.2 ¿Cuando compras un automóvil dónde lo haces? (mención de tres lugares)

Nuevo	_____	_____	_____
Seminuevo	_____	_____	_____

7.3 Aditamentos para tu auto: (mención de tres lugares)

Llantas	_____	_____	_____
Refacciones	_____	_____	_____
Otro	_____	_____	_____

7.4 ¿A dónde viajas con mayor frecuencia? (mención de tres lugares que más visitan)

Nacionales () 7.4a	_____	_____	_____
Extranjero () 7.4b	_____	_____	_____

7.5 ¿ Por qué medio viajas con mayor frecuencia?

Línea Aérea () 7.5a	_____	_____	_____
Marítimo Ruta/Línea () 7.5b	_____	_____	_____
Ferrocarriles () 7.5c	_____	_____	_____
Autobús Foráneo () 7.5d	_____	_____	_____
Otro () 7.5e	_____	_____	_____

8. VESTIDO

8.1 Tiendas Departamentales	_____	_____	_____
8.2 Boutiques	_____	_____	_____
8.3 Calzado	_____	_____	_____
8.4 Accesorios	_____	_____	_____
8.5 Otro	_____	_____	_____

9. SALUD

9.1 Hospitales Privados	_____	_____	_____
9.2 Hospitales Públicos	_____	_____	_____
9.3 Farmacias	_____	_____	_____
9.4 Ópticas	_____	_____	_____
9.5 Control de Peso	_____	_____	_____
9.6 Lab. Diagnostico	_____	_____	_____
9.7 Otro	_____	_____	_____

10. DIVERSIÓN

10.1 Cines	_____	_____	_____
10.2 Salas de Conciertos	_____	_____	_____
10.3 Teatros	_____	_____	_____

(Continúa pregunta 10 en la página siguiente)

10.4 Discotecas	_____	_____	_____
10.5 Centros Nocturnos	_____	_____	_____
10.6 Parques de Diversión	_____	_____	_____
10.7 Video Clubes	_____	_____	_____

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

10.8 Bar	_____	_____	_____
10.9 Otro	_____	_____	_____
<hr/>			
11. COMUNICACIONES			
11.1 Celular	_____	_____	_____
11.2 Localizador	_____	_____	_____
11.3 Internet	_____	_____	_____
11.4 Teléfono	_____	_____	_____
11.5 Otro	_____	_____	_____
<hr/>			
12. SERVICIOS			
12.1 Tiendas de Autoservicio	_____	_____	_____
12.2 Minisuper	_____	_____	_____
12.3 Agencia de Viajes	_____	_____	_____
12.4 Servicios Mecánicos	_____	_____	_____
12.5 Gimnasios	_____	_____	_____
12.6 Otro	_____	_____	_____
<hr/>			
13. EDUCACIÓN			
13.1 Escuela de Idiomas	_____	_____	_____
13.2 Computación	_____	_____	_____
13.3 Diplomados UNAM	_____	_____	_____
13.4 Diplomados Externos	_____	_____	_____
13.5 Posgrados UNAM	_____	_____	_____
13.6 Posgrados Externos	_____	_____	_____
13.7 Doctorados Internos	_____	_____	_____
13.8 Doctorados Externos	_____	_____	_____
13.9 Otro	_____	_____	_____
<hr/>			
14. HOTELES (tres menciones)			
14.1. ***	_____	_____	_____
14.2. ****	_____	_____	_____
14.3. *****	_____	_____	_____
14.4. Gran Turismo	_____	_____	_____
14.5. Albergues	_____	_____	_____
14.6 Otro	_____	_____	_____
<hr/>			
15. MATERIAL DE TRABAJO			
15.1 Papelerías	_____	_____	_____
15.2 Casa de materiales	_____	_____	_____
15.3 Librerías	_____	_____	_____
15.4 Otro	_____	_____	_____
<hr/>			

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

16. Tienes alguna (s) de las siguientes tarjetas: (si es no en cualquiera de las preguntas pasar a la siguiente opción)

16A. CRÉDITO		clav	16B. DÉBITO		clav	16C. DESCUENTO		clav
SÍ ()	NO ()	ve	SI ()	NO ()	e	SÍ ()	NO ()	ve
16a1			16b1			16c1		
16a2			16b2			16c2		
¿Cuál o cuáles?								
16a3. Bancomer ()			16b3 Bancomer ()			16c3 TDU ()		
16a4. Banamex ()			16b4 Banamex ()			16c4 Active Card ()		
16a5 Bital ()			16b5 Bital ()			16c5 Mundo Joven ()		
16a6 Serfin ()			16b6 Serfin ()			16c6 Otra ()		
						¿Cuál?		
16a7. American Express ()			16b7 American Express ()					
16a8 Otra ()			16b8 Otra ()					
¿Cuál?			¿Cuál?					
17. ¿Desde cuándo la(s) tienes?								
17a1. Menos de un año ()			17b1. Menos de un año ()			17c1. Menos de un año ()		
17a2. De 1 a 2 años ()			17b2. De 1 a 2 años ()			17c2. De 1 a 2 años ()		
17a3. De 3 a 5 años ()			17b3. De 3 a 5 años ()			17c3. De 3 a 5 años ()		
17a4. Más de 5 años ()			17b4. Más de 5 años ()			17c4. Más de 5 años ()		
18. ¿Cómo te enteraste de ella?								
18a1. Televisión ()			18b1. Televisión ()			18c1. Televisión ()		
18a2. Radio ()			18b2. Radio ()			18c2. Radio ()		
18a3. Vía Telefónica ()			18b3. Vía Telefónica ()			18c3. Vía Telefónica ()		
18a4. Promotores ()			18b4. Promotores ()			18c4. Promotores ()		
18a5. Periódicos ()			18b5. Periódicos ()			18c5. Periódicos ()		
18a6. Revistas ()			18b6. Revistas ()			18c6. Revistas ()		
18a7. Recomendación ()			18b7. Recomendación ()			18c7. Recomendación ()		
18a8. Otra ()			18b8. Otra ()			18c8. Otra ()		
¿Cuál?			¿Cuál?			¿Cuál?		

19. ¿Qué esperarías de una tarjeta de descuento?

20. ¿Qué características debería tener una tarjeta de descuento según tu opinión?

	1	2	3
A Colores	Serios 20.1A	juveniles 20.2A	Otros 20.3A
B Tamaño	Estándar 20.1B	más pequeña 20.2B	Más grande 20.3B

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

21. ¿A partir de qué medio te gustaría enterarte de una tarjeta de descuento que tenga más beneficios que las existentes?

Periódicos () 21a Revistas () 21b Radio () 21c Televisión () 21c Carteles () 21d
Internet () 21e E-mail () 21f Otro () 21g _____

22. ¿En que lugares te gustaría encontrarla?

Tiendas Departamentales () 22a Tiendas de autoservicio () 22b Entrega a domicilio () 22c
Centros comerciales () 22d Otro () 22e _____

23. ¿Estarías dispuesto a comprar una tarjeta de descuento con beneficios adicionales a las existentes?

Si () 23a No () 23b (si es no pasar a la pregunta 25)

¿Por qué? _____

24. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una tarjeta de descuento anualmente?

Menos de \$200 () 24a \$200 () 24b \$300 () 24c \$400 () 24d \$500 () 24e
mas de \$500 () 24f Otro () 24g _____

25. ¿Con qué frecuencia realizas aportaciones a la UNAM?

Mensual () 25a Bimestral () 25b Trimestral () 25c Semestral () 25d Anual () 25e
No realizo () 25f

¿Cuál es el monto promedio? _____

26. ¿Actualmente haces uso de algún servicio de la UNAM?

Sí () 26a Cuál? _____

No () 26b Por qué? _____

27. ¿Con qué otros servicios universitarios te gustaría contar en los que pudieras obtener descuentos?

Educación continua () 27a Seminarios de Titulación () 27b Centros de Idiomas () 27c
Servicios de computo () 27d Actividades deportivas () 27e Centros culturales () 27f
Otro () 27g _____

28. ¿Te gustaría contar con una credencial que te identifique como exalumno de la UNAM?

Sí () 28a No () 28b Por qué? _____

Datos del entrevistado:

Nombre: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

Facultad: _____

Generación: _____ No de cuenta: _____

Empresa: _____

Puesto u Ocupación: _____

Datos del encuestador:

Nombre: _____

Fecha: _____

Firma: _____

PRINCIPALES RESULTADOS OBTENIDOS

Como datos principales se obtuvieron los siguientes:

- ◆ Gran número de los exalumnos son empresarios con ingresos mensuales aproximados de más de \$ 8,000.00.
- ◆ La mitad de los exalumnos entrevistados si manejan una tarjeta de crédito.
- ◆ De los exalumnos entrevistados, el 90% no manejan una tarjeta de descuento.
- ◆ El 80% de los entrevistados están dispuestos a adquirir una tarjeta de descuento.
- ◆ El monto promedio para adquirir esta tarjeta oscila entre los \$200 y \$300.
- ◆ Al 90 % de los entrevistados, les gustaría contar con una credencial que los identificase como exalumnos de la UNAM, el principal motivo es el orgullo de sentirse parte aún de esta Máxima Casa de Estudios que los formó.
- ◆ Cartera de afiliados que el cliente propuso para las empresas prestadoras de servicios y productos.

RESULTADOS A DETALLE DE LA APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- ◆ Del total de encuestas realizadas (395), 6 de cada 10 encuestados, son hombres.
- ◆ De estos exalumnos cinco son casados, y cuatro solteros.
- ◆ Nueve de cada diez trabajan.
- ◆ El nivel de ingresos promedio entre los exalumnos oscila entre los \$5,000 y más 8,000. mil pesos.
- ◆ Los gastos oscilan aproximadamente de los \$2,001 a 5000 pesos. Como gastos principales tenemos: alimentación, transporte, vestido y servicios en orden de importancia para los entrevistados

ALIMENTACIÓN

- ◆ Los restaurantes a los que más asisten los exalumnos son Vips y Sanborns como segunda opción.
- ◆ Las cafetería más frecuentada por la mitad de los exalumnos es Bisquets Obregón así como Cofee Factory, en segunda opción.
- ◆ Las pastelerías mas frecuentadas son el Globo y como segunda preferencia Aranzazú.
- ◆ Tres cuartas partes de los exalumnos que compran hamburguesas lo hacen en

Mc Donald's, así como menos de una cuarta parte lo hacen en Burguer King.

- ◆ La opción preferente en pizzas es Domino's, en segunda mención tenemos a Pizza Hut.
- ◆ De cada diez que adquiere pollo preparado, ocho lo hacen en KFC, y uno lo hace en Pollos Rio.

TRANSPORTE

- ◆ El principal medio de transporte para los exalumnos es a través del automóvil, mas de la mitad lo hace por este medio.
- ◆ De los entrevistados cuando adquieren un automóvil lo hace en Nissan como opción preferente y en VW como segunda opción.
- ◆ Los entrevistados que adquieren refacciones lo hacen más de la mitad en la refaccionaría VW, así como uno de cada diez lo hace en Nissan.

VIAJES

- ◆ Los exalumnos entrevistados viajan con mayor frecuencia al interior de la República Mexicana.
- ◆ De los exalumnos entrevistados que viajan al interior de la República Mexicana como opción preferente lo hacen a Guerrero como punto central Acapulco, así como a Morelos (Cuernavaca), y a Jalisco principalmente a las playas turísticas de esta región.
- ◆ De los exalumnos que viajan al extranjero de cada diez, ocho lo hacen a Norteamérica, y uno de cada diez lo hacen a Europa.

MEDIO DE VIAJE

- ◆ Como principal medio de viaje es el Autobús foráneo, con un 40% así como segunda opción concluimos que el 30% cuando viajan lo hacen por alguna Línea Aérea
- ◆ La opción preferente para viajar por autobús foráneo es por la Línea Autobuses de Orienten (ADO) pues cuatro de cada diez lo hacen por esta línea, así tenemos que uno de cada diez lo hace por ETN como segunda opción.
- ◆ De las personas entrevistadas que hacen uso de alguna Línea aérea cuando viajan cinco de cada diez lo hacen por Mexicana de Aviación, en primera instancia y tres de cada diez lo hacen por Aeroméxico como segunda opción.

VESTIDO

- ◆ Las mujeres que adquieren su ropa en tiendas departamentales, cuatro de cada diez

lo hacen en Zara como primera opción, y en Julio como segunda opción.

- ◆ De los entrevistados hombres que adquieren su ropa en boutiques, lo hacen en Aldo Conti como primera opción, y en Roberts como segunda mención.

CALZADO



- ◆ Los exalumnos adquieren su calzado en Suburbia (20%) como opción preferente, y Domit como segunda opción.
- ◆ Los entrevistados adquieren sus accesorios (perfumes, joyas, cosméticos, etc.) en Palacio de Hierro como opción preferente y tres lo hacen en Liverpool.

HOSPITALES

- ◆ De los exalumnos entrevistados tres de cada diez personas que hacen uso de hospitales privados, acuden al Hospital ABC, y dos de cada diez acuden al Hospital Angeles.
- ◆ De las exalumnos que hacen uso de este servicio, seis de cada diez acuden al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) como primera opción, así tres de cada diez acuden al Instituto de Seguridad Social y Servicios para los Trabajadores del Estado (ISSSTE).

FARMACIAS

- ◆ La opción preferente en este rubro es Farmacias del Ahorro (40%), en segundo lugar tenemos a Farmacia San Isidro (30%).

OPTICAS

- ◆ La opción preferente para ópticas es Lux pues más de la mitad de los exalumnos que hacen uso de este servicio acuden a dicho lugar, y cuatro de cada diez lo hacen a Devlyn.

LABORATORIOS

- ◆ De los exalumnos entrevistados que hacen uso de este servicio, el 70% acude al Laboratorio el Chopo en primera mención, así como el 20% acuden al Laboratorio Frontera.

DIVERSIÓN

- ◆ De las personas entrevistadas que asisten al cine cinco de cada diez acuden a Cinemex como primera opción dos de cada diez asisten a Cinemark como segunda opción.
- ◆ De los entrevistados que acuden a conciertos, asisten como primera opción a la sala de conciertos Nezahualcoyotl, y al Auditorio como segunda opción, dependiendo del concierto que ha de realizarse.
- ◆ De las personas entrevistadas que asisten a teatros, como primera opción asisten al teatro Insurgentes, y como segunda opción a la Zona Cultural de la UNAM, claro que ello depende de la puesta en escena que deseen ver.
- ◆ Las discotecas más frecuentadas por los exalumnos son Medusas, y en segunda instancia a El Cine.
- ◆ Del total de entrevistados que acuden a algún centro nocturno tres cuartas partes lo hacen a La Plaga, y una cuarta parte a La Maraka
- ◆ El parque de diversiones más frecuentado por los exalumnos es SIX FLAGS, como primer opción y en segunda mención esta La Feria de Chapultepec.
- ◆ De las personas entrevistadas que hacen uso de Video Clubes seis de cada diez asisten a Video centro como primera opción, y tres de cada diez entrevistados acuden a Blockbuster, en segunda opción.
- ◆ De las personas entrevistadas que asisten a bares, tenemos asisten como primera opción al Sanborn's Bar, y como segunda opción al Freedom.
- ◆ Entre otras maneras de diversión para los exalumnos se encuentra la asistencia a museos en este caso preferentemente al Papalote, y a Balnearios.

COMUNICACIONES

- ◆ Los exalumnos que hacen uso de un celular contratan el servicio con Telcel como opción preferente, y con Iussacel, en segunda opción.
- ◆ De los exalumnos que cuentan con un localizador, contratan su servicio con Beeper, como opción preferente, y cuatro de cada diez contratan su servicio con Skytel, como segunda opción.
- ◆ Los exalumnos que hacen uso del servicio de internet la mitad lo hace con Telmex, y poco menos de una cuarta parte el servicio lo tienen con la UNAM.
- ◆ La opción preferente para contratar el servicio de telefonía es a través de Telmex, pues nueve de cada diez lo realizan en esta compañía

SERVICIOS

- ◆ Como opción preferente para tiendas de autoservicios es Aurrera pues cuatro

de cada diez asisten a dicha tienda, y dos lo hacen a Comercial Mexicana.

- ◆ De los exalumnos entrevistados que acuden a minisupers, seis de cada diez asisten a OXXO, y dos lo hacen a Superama
- ◆ De los exalumnos entrevistados cuando viajan realizan sus reservaciones en la Agencia de Viajes Costamex
- ◆ De los exalumnos entrevistados que hacen uso de servicios mecánicos la mitad acude a Nissan como opción preferente, así como a VW.

EDUCACIÓN

- ◆ De los entrevistados que acuden a escuelas de idiomas el 30% asisten a Interlingua al igual que a los centros de idioma de la Unam, principalmente en el CELE
- ◆ De los cursos de computación que toman los exalumnos, cinco de cada diez lo han hecho en la UNAM principalmente en DGSCA, como primera opción, así como dos de cada diez lo han hecho en CNCI, como segunda opción.
- ◆ De las personas entrevistadas que han realizado algún diplomado en la UNAM, cuatro de cada diez lo han hecho en la Facultad de Contaduría y Administración en su Dirección de Educación Continua, así como que tres de cada diez entrevistados han realizados diplomados en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- ◆ De lo anterior podemos concluir que de los entrevistados que hacen uso de este servicio dos de cada diez han tomado algún diplomado en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y uno de cada diez lo ha hecho en el Tecnológico de Monterrey al igual que en el Instituto Politécnico

De los exalumnos que han realizados estudios de Posgrados lo han hecho en la Facultad de Contaduría y Administración.

La opción preferente para realizar cursos de Posgrado fuera del campus universitario, es el Instituto Tecnológico Autónomo de México. (ITAM), y en segunda instancia en el Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM).

De los exalumnos entrevistados solo dos han realizado estudios de doctorado dentro de la UNAM, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

De los exalumnos entrevistados tres han realizado estudios de doctorado filera del campus universitario, realizándolo en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

HOTELES

- ◆ De los exalumnos entrevistados uno ha mencionado que se ha hospedado en

un hotel de cuatro estrellas llamado Sta. Real.

- ◆ De las personas entrevistadas que se hospedan en hoteles de cinco estrellas dos de cada diez se hospedan en el hotel Holliday Inn, como primera opción y uno de cada diez se hospedan como segunda opción en el Hyatt.
- ◆ Cuatro de cada diez personas entrevistadas se hospedan en el Sheraton, como primera mención y una de cada diez en el Presidente Intercontinental como segunda mención en hoteles de gran turismo.
- ◆ De los exalumnos entrevistados dos han mencionado que se ha hospedado en albergue del DIF.
- ◆ De los exalumnos entrevistados uno ha mencionado que se ha hospedado en casas de campamento.

MATERIAL DE TRABAJO

- ◆ Seis de cada diez entrevistados cuando acuden a alguna papelería lo hacen en primera opción a Lumen, y como segunda mención uno de cada diez acude a Office Depot.
- ◆ De las personas entrevistadas que para su trabajo profesional requieren la adquisición de material especial, siete de cada diez de los entrevistados lo hacen en Home Mark.
- ◆ De los exalumnos que hacen uso de librerías, cuatro de cada diez acuden a Gandhi como primera opción, y uno de cada diez adquiere sus libros en Porrúa como segunda opción.

TARJETA DE CRÉDITO

- ◆ La mitad de los exalumnos entrevistados SI manejan una tarjeta de crédito.
- ◆ De ellos, cuatro de cada diez cuentan con una tarjeta BANAMEX; tres manejan tarjeta de crédito BANCOMER, uno maneja AMERICAN EXPRESS.
- ◆ De estos, la mitad tienen más de cinco años con su tarjeta. otra cuarta parte tienen de tres a cinco años manejando una tarjeta de crédito.
- ◆ De los exalumnos entrevistados que manejan tarjeta de crédito, la mitad se enteraron de ella a través de Promotores.

TARJETA DE DÉBITO

- ◆ De los exalumnos entrevistados poco más de la mitad NO manejan una tarjeta de débito.
- ◆ De las personas entrevistadas que manejan tarjeta de débito, tres de cada diez utilizan tarjeta BANCOMER; tres manejan tarjeta de crédito BANAMEX ,

dos manejan BITAL y las restantes manejan de otros bancos.

- ◆ De estos el promedio de tiempo de poseerla oscila entre los dos y cinco años.
- ◆ De los exalumnos entrevistados que manejan tarjeta de débito, el 40% se entero a través del Banco que se las emitió o bien por promotores.

TARJETA DE DESCUENTOS

- ◆ De los exalumnos entrevistados, el 90% NO manejan una tarjeta de descuento.
- ◆ De las personas entrevistadas que manejan una tarjeta de descuento, el 30% manejan la tarjeta emitida por Multivisión MVS, así como el 20% Tarjeta de Descuentos Universitarios TDU, y la tarjeta emitida por VIPS, y por Radioactivo Active Card.
- ◆ Así el tiempo de poseerla oscila menos de un año hasta dos.
- ◆ El medio por el cual se enteraron de su tarjeta de descuento fue a través de promotores, así como por folletos, carteles o recomendaciones.

CARACTERÍSTICAS

- ◆ Los entrevistados sugieren que los descuentos deben ser reales y efectivos al presentar su tarjeta de descuento. Así mismo esperan que la tarjeta tenga una cobertura nacional, para poder ejercer sus descuentos en cualquier establecimiento al que acudan.
- ◆ Los colores que más prefieren los exalumnos para la tarjeta son los juveniles, en segunda instancia prefiere colores serios.
- ◆ El tamaño que prefieren es estándar, por cuestiones prácticas.

MEDIOS DE CONOCER LA TARJETA

- ◆ De los entrevistados que están dispuestos a adquirir una tarjeta de descuento, desean conocerla por medio de la Radio, Televisión, y Prensa.

PUNTO DE VENTA

- ◆ De los entrevistados que están dispuestos a adquirir una tarjeta de descuento, les gustaría hacerlo a través de la entrega a domicilio.

DISPOSICIÓN A ADQUIRIR UNA TARJETA DE DESCUENTO

- ◆ El ochenta por ciento de la gente entrevistada esta dispuesta a adquirir una tarjeta de descuento.

¿Por qué?

La razón principal por la que adquirirían una tarjeta de descuento es por la necesidad de cuidar su poder adquisitivo a través de descuentos amplios en los rubros en los que principalmente adquieren sus productos y servicios.

PRECIO DE LA TARJETA

- ◆ De las personas que están dispuestas a adquirir una tarjeta de descuento (370), el monto promedio anual oscila entre los \$200 y \$300.

APORTACIONES A LA UNIVERSIDAD

- ◆ Poco menos de tres cuartas partes de los exalumnos NO realizan aportaciones a la Universidad.
- ◆ De los exalumnos que SI realizan aportaciones estas son semestrales o anuales.

SERVICIOS UTILIZADOS POR EXALUMNOS

- ◆ De los entrevistados, mas de la mitad NO hacen uso de ningún servicio que ofrece la universidad para sus exalumnos.

SI ¿Cuál?

De los exalumnos encuestados que hacen uso de algún servicio dentro de la universidad tenemos que un 40% hace uso de bibliotecas, otra parte importante hace uso de Centros Culturales y Centros de Idiomas (CELE).

▲
47
▼

NO ¿Por qué?

De los exalumnos que no utilizan ningún servicio de la universidad el principal factor consiste en la falta de tiempo, al igual que la falta de información respecto a los servicios de los que pueden hacer uso.

CON QUE SERVICIOS LES GUSTARÍA CONTAR?

- ◆ Los servicios con los que les gustaría contar son: Servicios de Educación Continua, acceso a Centros de Idiomas o bien Centros Culturales, con un porcentaje de descuento.

DISPOSICIÓN PARA CONTAR CON UNA CREDENCIAL

- ♦ Al 90% de los entrevistados les gustaría contar con una credencial que los identificase como exalumnos de la UNAM, el principal motivo es el orgullo de sentirse aún parte de esta Máxima Casa de Estudios que los formó.

NO ¿ Por qué?

Lo exalumnos que en este caso contestaron que no, es debido a que son maestros que cuentan con una identificación que lo hace pertenecientes a la UNAM.

d) Descripción del producto

Una vez realizado el análisis de los productos de la competencia aunado a la investigación de mercado se ha determinado el prototipo del producto que se ofrecerá con diferentes servicios que saldrán al mercado paulatinamente De acuerdo a las investigaciones realizadas y oportunidades de mercado contempladas, se ofrecerá un PRODUCTO NUEVO EN MERCADOS EXISTENTES con las siguientes cualidades:

- a) CREDENCIAL EX ALUMNO UNAM
- b) TARJETA DE DESCUENTO TUNAM
- c) LIBRO DE DESCUENTOS Y CUPONES TUNAM

A continuación se hace la descripción de cada uno de los productos con la serie de servicios que presentan:

- a) CREDENCIAL EX ALUMNO UNAM

Características físicas

El tamaño tarjeta de presentación contiene la fotografía del exalumno, su nombre, numero de cuenta en cifra y código de barras, vigencia de la tarjeta, su firma y el diseño de la tarjeta como es el logotipo de la campaña UNAMos Esfuerzos, Fundación UNAM y la UNAM. Al igual que el puma universitario. La propuesta se presenta en páginas posteriores.

Servicios

Esta diseñado para que cuente con los siguientes servicios dentro del campus universitario.

- 1) Preferencias en la inscripción de estudios como posgrados, especialidades, maestrías, doctorados, cursos de capacitación técnica así como de computo.
 - 2) Descuentos especiales en cada uno de estos.
 - 3) Acceso a cada una de las instalaciones de la Universidad en los clubes deportivos y académicos, con su respectiva inscripción en los mismos.
 - 4) Acceso a los centro de consulta e información de la Universidad tales como las bibliotecas, centro de idiomas y demás.
 - 5) Acceso preferencial de la información de los eventos culturales y sociales que elabore y participe la Universidad, como seminarios, cursos de actualización, pláticas de información, simposiums, conciertos, muestras, exposiciones, etc.
 - 6) Demás negociaciones que se puedan establecer por medio de convenios con la Universidad.
- b) TARJETA DE DESCUENTO TUNAM.

Características físicas

La tarjeta de descuento se encontrará en el lado anverso de la credencial en ella se encuentra el diseño de la tarjeta de descuento, con el nombre de la tarjeta (TUNAM) y el logotipo de la UNAM y la campaña financiera, como se muestra en la propuesta.

Servicios con los que cuenta

La Tarjeta de descuentos será utilizada en aquellos establecimientos que contraten la forma de "Descuentos a la Vista", esto quiere decir que los proveedores que al momento de hacer el contrato decidieron hacer descuentos en sus establecimientos estan comprometidos a dar descuentos sin requerir de cupones de descuento, que es basto con la presentación de la tarjeta y por el anverso la credencial de exalumno. Estos descuentos serán en la siguientes categorías:

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

SERVICIOS	VIAJES	VESTIDO	SALUD	DIVERSION
Financieros Papelería Fotocopiado Manto. Automotriz Refacciones Tiendas de computo Ser. Funerarios Florerías Tintorerías Lavandería	TRANSPORTE Aéreo Marítimo Terrestre Renta de autos HOSPEDAJE Gran turismo 5 * 4 * 3 * albergues AGENCIA DE VIAJES	Butiques Tiendas departamentales Calzado Accesorios Joyería	Gimnasio Hospitales Consultorios dentales Oculistas Homeópatas Ortopedistas Clínicas Tiendas naturistas Farmacias	Balnearios Discoteques Salones de fiesta Cines Teatros Tiendas de jugetes Tiendas de disco Bares
EDUCACIÓN	VIVIENDA	CULTURA	RESTAURANTES	COMUNICACION
Escuelas Idiomas Computación Diplomados Maestrías Doctorados Manejo	Bienes raíces Reparación y mantenimientos Electrodomésticos Mueblerías	Museos Galerías Librerías Tiendas musicales	Caleterías Comida rápida	Teléfonos Radios

c) **LIBRO DE CUPONES Y DESCUENTOS.**

Características físicas.

El libro de cupones y descuentos, tiene una medida de media hoja tamaño oficio, de pasta dura, dividido en secciones de acuerdo a su uso y servicios con los que cuenta y estos son:

Servicios con los que cuenta:

El libro indicará las secciones en las cuales el usuario puede recibir los descuentos de la tarjeta a la vista, es decir con solo presentarla, a demás los descuentos que tiene a través del uso de cupones de descuentos y promociones especiales. Indicará también los servicios que tiene acceso dentro y fuera del campus Universitario. La sección cultural es parte también del libro, los eventos culturales y sociales, los anuncios publicitarios y promociones especiales publicitarias.

La estructura es la siguiente:

Estructura de libro TUNAM

1. portada
2. contraportada

3. primer plano
4. directorio
5. indice
6. presentacion
7. introducción
8. categorías / secciones de descuento con tarjeta de descuento
9. publicidad
10. categoría / cupones de descuento (desprendibles)
11. categoría cultural

secciones: UNAM; CONLA; CNA; CONACULTA; PRIVADAS; MÉXICO (mi país).

SECCIONES / SECCIONES DE DESCUENTO CON TARJETA DE DESCUENTO

SERVICIOS	VIAJES	VESTIDO	SALUD	DIVERSION
Financieros Papelería Fotocopiado Manto. Automotriz Refacciones Tiendas de computo Serv. Funerarios Florerías Tintorerías Lavandería	TRANSPORTE Aéreo Marítimo Terrestre Renta de autos HOSPEDAJE Gran turismo 5 * 4 * 3 * Albergues AGENCIA DE VIAJES	Boutiques Tiendas departamentales Calzado Accesorios Joyería	Gimnasio Hospitales Consultorios dentales Oculistas Homeópatas Ortopedistas Clínicas Tiendas naturistas Farmacias	Balnearios Discoteques Salones de fiesta Cines Teatros Tiendas de jugetes Tiendas de disco Bares
EDUCACIÓN	VIVIENDA	CULTURA	RESTAU- RANTES	COMUNICA- CION
Escuelas Idiomas Computación Diplomados Maestrías Doctorados Manejo	Bienes raíces Reparación y mantenimientos Electrodomésticos Mueblerías	Museos Galerías Librerías Tiendas musicales	Cafeterías Comida rápida	Teléfonos Radios

▲
51
▼

SECCIÓN / CUPONES DE DESCUENTO

ALIMENTOS	VIAJES	VESTIDO	SALUD	DIVERSION
COMUNICACIÓN	EDUCACIÓN	VIVIENDA	CULTURA	SERVICIOS

En esta sección también están descritos por categorías como se muestra en la tabla anterior.

c) Plan de Mercadeo

1) Fase de Sensibilización del Mercado

En los posters, spots (de nuestros afiliados), carteles y anuncios impresos se utilizará únicamente el logotipo “TUNAM” y la leyenda “Esto, es algo tuyo, algo para ti, espéralo”, todo esto, con el objetivo de despertar curiosidad y posicionar el logotipo.

2) Fase de Lanzamiento del Producto

En la segunda fase se anunciará la tarjeta y los beneficios que ésta ofrece, precisando el costo y los puntos de venta de la tarjeta.

3 Fase de Permanencia

Esta tercera parte se enfoca a consolidar la presencia del producto apoyando las dos etapas anteriores para incrementar ventas y difundir nuestra imagen, utilizando los medios de difusión de la UNAM, de las Asociaciones y Agrupaciones, de igual forma con los medios impresos del sector gobierno y los medios masivos privados.

1) Estrategia de arranque

A. Financiamiento proporcionado por Fundación UNAM para iniciar actividades preoperativas y operativas de la empresa.

2) Actividades preoperativas

PERIODO: 4 meses

a) Constitución jurídica de la empresa Tarjetas Universitarias como una Sociedad Civil.

b) Compra del equipo y mobiliario necesario, contratación formal de los colaboradores del proyecto, así como del personal.

c) Celebración de convenios con las diversas instituciones y dependencias de la UNAM, como afiliados a “SIGRU”.

- d) Celebración de convenios con las diversas empresas privadas (principalmente franquicias) sugeridas por el cliente potencial, como resultado de la investigación realizada al segmento de exalumnos.
- e) Celebración de convenio con Fundación UNAM, para que sus aproximadamente 4,000 becarios colaboren en este proyecto con la venta de 4 tarjetas por cada uno, como mínimo, lo que se procurará en un plazo de 3 meses a partir del día en que se les invite a colaborar.
- f) Elaboración y diseño del catálogo de afiliados a Tarjetas Universitarias que se entrega con su credencial al exalumno para informarle de los establecimientos participantes.

3) Actividades operativas

- a) Llevar a cabo la estrategia "Becarios UNAM", apoyada por Fundación UNAM.
- b) Al mismo tiempo, desarrollar la campaña de publicidad, para penetración en el mercado de exalumnos utilizando las siguientes técnicas:
 - 1) De ventaja competitiva por diferenciación del producto;
 - 2) De mercadotecnia directa, dirigida;
 - 3) De servicio al cliente (seguimiento);
- c) Campaña publicitaria para posicionar la imagen de la empresa, así como su producto en el mercado.

Lo anterior se difundirá por los siguientes medios:

- 1) Publicaciones UNAM
- 2) Publicaciones Gubernamentales
- 3) Periódicos
- 4) Radio
- 5) Correo Directo

Algunas reuniones informativas con las asociaciones de exalumnos registradas con el Programa de Vinculación.

En la formulación de proyectos de inversión se debe cumplir de manera consecutiva, la estructuración, el estudio de mercado y el estudio técnico, la información que nos brinde cada uno de estos estudios son fundamentales para la determinación del proyecto.

A continuación se muestran los objetivos y resultados del estudio técnico.

El estudio técnico debe ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto, en este se determina la información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberán tener las unidades de producción empleadas. Por lo tanto, el objetivo básico de los estudios técnicos es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando el haber seleccionado la mejor alternativa para abastecer el mercado, y de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnología. He aquí la expresión del estudio técnico:

I. ESTUDIO TÉCNICO

Para la realización de este proyecto en su definición de costos y alternativas viables de producción del producto nos encontramos con tres opciones:

- a) La producción total de éste mediante la compra de todo el equipo necesario;
- b) La maquila total mediante una empresa proveedora;
- c) Parte producción y parte maquila del producto.

Al tener estas alternativas se contactó con diferentes empresas, tanto proveedoras del equipo para la producción total del producto así como para la maquila donde se obtuvieron diversas cotizaciones y planes de trabajo, y en función a la investigación y a los resultados de ofertas y de logísticas de operación se plantearon y definieron objetivos para la toma de decisiones con respecto al área productiva.

se plantearon y definieron objetivos para la toma de decisiones con respecto al área productiva.

II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO TÉCNICO:

- a) Determinar la opción más viable para la fabricación o maquila de la TARJETA DE DESCUENTO TUNAM y EL LIBRO DE DESCUENTOS Y CUPONES TUNAM
- b) Determinar los procesos productivos ya sea de manufactura o maquila.
- c) Determinar los proveedores más viables respecto al costo, calidad y eficiencia en la entrega.
- d) Determinar la capacidad productiva respecto a la posible demanda.

III. RESULTADOS OBTENIDOS:

- a) Al realizarse una serie de cotizaciones, tanto de adquisición del equipo como la opción de la maquila, se ha llegado a la conclusión de que la opción viable en este momento es la maquila con un costo de \$6.33 por tarjeta, esta incluye el plástico, código de barras, panel de firma entre otros, ya que el monto de la inversión en la compra de la maquinaria es mayor, además que la capacidad de producción es mucho mayor a las necesidades de la empresa ya que en un periodo de un mes de producción continua es suficiente para cubrir las expectativas de venta del primer año de operación, teniendo una capacidad instalada ociosa muy alta. En el cuadro que se presenta en la siguiente página se muestra el costo de cada uno de los equipos requeridos y el listado de estos, en él se confirma la decisión de la maquila, con los precios y servicios que nos ofrece el proveedor número seis, RG EQUIPOS S.A. de C.V. en la opción de maquila.
- b) El proceso de requisición para asegurar la demanda debe hacerse por lo menos tres semanas antes, tiempo suficiente y rápido para cubrir las necesidades de un año de operación.
- c) Con respecto a la elaboración del libro de cupones y de descuentos, la mejor alternativa también es la maquila de los libros, ya que el proceso productivo en la elaboración de un libro, requiere mucha maquinaria en cada uno de sus procesos, además de que el tiempo de elaboración del libro es rápido y se tendría una instalación ociosa y de alto costo, por ello, con el costo de \$ 150.00 pesos por libro se tiene un excelente trabajo en tiempo y forma.

- d) Los proveedores de la elaboración de cada uno de los productos a fabricar, cuentan con las maquinarias para cubrir las necesidades del producto con calidad, tiempo de entrega dentro del margen de seguridad, con el servicio de entrega, buena impresión y un costo justo en función a tiempo, precio, calidad y seguridad.

Los principales resultados del estudio han sido expresados y planteados y son fuente para el análisis de información central, de ahí la necesidad de continuar con el estudio administrativo. -4-

NOMBRE DE LA COMPAÑIA CONDICION DEL MATERIAL		LUGAR DE PROCEDENCIA TIPO DE EQUIPO	CARACTERISTICAS DEL EQUIPO ELABORA	GARANTIA
TRASLADO Y TIEMPO ENT.		RESULTADO	CTO.-FORMA DE PAGO	RESULTADO
1.- EQUIPOS S.A. DE C.V.		MÉXICO D.F.	EQUIPO GRABADOR DE CARACTERES: MARCA NBS, MODELO: AD VANTEGE 2000 M2	UN AÑO DE GARANTÍA
CARACTERES ALFANÚMERICOS, INTERFASE SERIAL DE COMUNICACIÓN RS232, 16 FORMATOS, SOFTWARE PARA COMUNICACIÓN EN LÍNEA, CONTADOR DE TARJETA, DISPLAY DE CRISTAL LÍQUIDO DE 2 LÍNEAS, 40 CARACTERES, CARACTERÍSTICAS DE EMBOSADO EN TARJETA CR 80 11 LÍNEAS MAX.		ALTO 40 CM, ANCHO 73 CM, PROFUNDIDAD 42 CM, PESO 45 KILOS.	291 TARJETAS POR HORA.	LA MAQUINARIA TIENE: 3 MESES (CONTRA DEFECTOS DE FABRICA Y CONTRATO DE MANTENIMIENTO). POR UNIDAD.
TRASLADO Y TIEMPO DE ENTREGA. 4 SEMANAS A PARTIR DE INGRESADO EL ANTICIPO.			CTO.-FORMA DE PAGO. 50% ANTICIPO, 50% ENTREGA. POR UNIDAD 19,931.00 USD. MAS IVA A TIPO DE CAMBIO	
2.- ARMIDA Y CIA.		MÉXICO SUCURSAL: D.F., GUADALAJARA,	EQUIPO PARA GRABAR TARJETAS, MARCA "CIM", MODELO K400.	
TECNOLOGÍA TRANSFERENCIA TÉCNICA A COLOR, RESOLUCIÓN DE IMPRESIÓN: 300 DPI, GROSOR DE TARJETA: .4 A .8 MM, INTERFASE: PUERTO SERIAL Y PARALELO, CODIFICACIÓN MAGNÉTICA OPCIONAL: LOCO Ó HICO, INSTALACIÓN DE CHIP OPCIONAL.		TEMPERATURA DE OPERACIÓN 5 A 35 GRADOS, DIMENSIONES: 220 X 198 X 315 MM, EXTENCIÓN DE MEMORIA OPCIONAL, MANEJADOR WINDOWS STANDARD, PESO 8.2 KGS, NOTA: SE REQUIERE UNA PC 486 Ó SUPERIOR, CINTA DE IMPRESIÓN (Ó PAPELES A COLOR) AL PRECIO DE 240 DÓLARES APROXIMADAMENTE, SOFTWARE AL PRECIO DE 455 DÓLARES.	60 A 80 POR HORA	UN AÑO CONTRA DEFECTOS DE FABRICACIÓN.
CONTRA ENTREGA INMEDIATA.			9,368.00 DÓLARES. MAS IVA A TIPO DE CAMBIO	

3.- INTELIGENSA MÉXICO S.A. DE C.V.	NORTEAMÉRICA, VENEZUELA (SEGÚN SEA EL CASO)	NORMAS DE SEGURIDAD, 500 TARJETAS CADA PAQUETE, 6 PAQUETES POR CADA CAJA DE 3,000	
ANVERSO LITOGRAFICAS: 2, REVERSO LITOGRAFICA: 2 (CANTIDAD MÁS Ó MENOS DE 10%), PRECIO US \$X MILLAR CIA MÉXICO.	SE EMPLEARÁN LOS PROCEDIMIENTOS Y NORMAS MÁS RIGUROSAS PARA PRODUCIR LAS TARJETAS, EMPLEANDO VARIAS ETAPAS DE CONTROL DE CALIDAD. CADA TARJETA SERÁ INSPECCIONADA INDIVIDUALMENTE. ASIMISMO, SE APLICARÁ UN ESTRICTO SISTEMA DE AUDITORÍA INTERNA DE TARJETAS EN PRODUCCIÓN DE MANERA DE EVITAR QUE SE EXTRAVÍE ALGUNA DURANTE TODO EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y ALMACENAJE EN FÁBRICA.	LAS CANTIDADES FINALES RESULTANTES, MÁS 10% SEGÚN LOS RESULTADOS DE LA PRODUCCIÓN	EL BOCETO SERÁ APROBADO Y FIRMADO POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS DEL CLIENTE, LOS COLORES PNS (PANTONE MATCHING SYSTEM) QUE DESEA EL CLIENTE. LA MANUFACTURA DE LAS TARJETAS SE HARÁ ESTRICTAMENTE SEGÚN LAS ESPECIFICACIONES ESTABLECIDAS EN EL BOCETO RESPECTIVO APROBADO.
5 A 6 SEMANAS DESPUÉS DE LA RECEPCIÓN EN FÁBRICA DEL ÚLTIMO BOCETO REVISADO Y APROBADO.		10,952.00 DÓLARES MAS IVA AL TIPO DE CAMBIO	
4.- GIESECKE Y DEVRIENT DE MÉXICO S.A. Y C.V.	MÉXICO D.F.	TRASLADO 6 SEMANAS DESPUÉS DE AUTORIZADA LA OFERTA	
IMPRESO A 2 TINTAS; IMPRESO A 2 TINTAS (MISMA AL ANVERSO) PISTA MAGNÉTICA		30,000 PRECIO POR MILLAR	
6 SEMANAS DESPUÉS DE AUTORIZADA LA OFERTA.		ANVERSO: IMPRESO A 2 TINTAS; \$ 1,426.13. ALTERNATIVA: CON PISTA MAGNÉTICA Y PAPEL DE FIRMA EN BLANCO: \$1,548.29 MÁS IMPUESTO AL VALOR AGREGADO. 50% AL PEDIDO Y EL RESTO AL ENTREGA	
5. RG. EQUIPOS S.A. DE C.V.	MÉXICO D.F.	SISTEMA DIGITALIZADOR MODULAR MARCA PLUS.	

<p>IMPRIME DIRECTAMENTE SOBRE TARJETAS PLÁSTICAS CON CALIDAD DE TINTAS BASADA EN SEPARACIÓN DE TINTAS; PRODUCCIÓN DE IMÁGENES REALISTAS EN TONOS CONTINUOS DE FOTOGRAFÍA; RESOLUCIÓN DE IMAGEN DE 300 X 300 PUNTOS POR PULGADA CUADRADA PRODUCCIÓN 1 TARJETA CADA 90 SEGUNDOS PUEDE MANEJAR ESPESORES; IMPRIMIR EN TARJETA P.V.C.</p>	<p>IMPRESORA PLUS DE SUBLIMACIÓN DE TINTAS ; TABLA DIGITALIZADORA PARA FIRMAS; SCANNER; TARJETA DE DIGITALIZACIÓN DE IMAGEN; SOFTWARE; CODIFICACIÓN DE BANDE MAGNÉTICA; CONSUMIBLES: ROLLOS, RODILLOS LIMPIADOR PARA IMPRESORA.</p>	<p>ALIMENTACIÓN AUTOMÁTICA DE 100 TARJETAS; PRODUCCIÓN 1 TARJETA CADA 90 SEGUNDOS; PERMITE HASTA 16.7 MILLONES DE COMBINACIONES DE COLORES; IMPRIME EN TARJETA P.V.C.</p>	<p>LAS MAQUINAS CUENTAN CON 3 MESES DE GARANTIA CONTRA DEFECTOS DE FABRICACIÓN; OFRECIENDO UN CONTRATO MANTENIMIENTO POSTERIORMENTE.</p>
<p>2 SEMANAS LA CAPACITACIÓN, SE COMPROMETEN A MANTENER UN STOK DE REFACCIONES, CONSUMIBLES E INSUMOS SUFICIENTES.</p>		<p>IMPRESORA PLUS DE SUBLIMACIÓN DE TINTAS \$12,453.00 DLS. TABLA DIGITALIZADORA PARA FIRMAS \$ 1,120.00 DLS SCANNER \$ 1,650.00 DLS AL FACTURAR SE CARGARÁ EL 15% DE I.V.A.; TARJETA DE DIGITALIZACIÓN DE IMAGEN \$ 975.00 DLS. SOFTWARE \$ 1,560.00 DLS. CODIFICADOR DE BANDA MAGNÉTICA \$2,987.00 DLS. PRECIO DEL SISTEMA DIGITALIZADOR \$ 20,750.00 DLS.</p>	
<p>6.- RG. EQUIPOS S.A. DE C.V.</p> <p>IMPRESA A 3 TINTAS (2 FRENTE POR UNA REVERSO); CARTERA TRANSPARENTE TIPO MARIPOSA; BANDA MAGNÉTICA.</p>	<p>MÉXICO D.F.</p>	<p>TARJETA DE PLÁSTICO POLIESTER MODELO "A"</p> <p>30,000 TARJETAS</p>	
<p>DE 4 A 6 SEMANAS A PARTIR DE AUTORIZADO EL DIBUJO MECÁNICO E INGRESADO EL ANTICIPO.</p>		<p>PRECIO POR MILLAR \$5,360.80 ; AL FACTURAR EL 15% I.V.A. SERÁ CARGADO</p>	

I. ÁREA ADMINISTRATIVA

El resultado del diseño administrativo es el análisis de cada una de las actividades de las áreas que conforman la empresa, de las funciones que realizarán cada una de estas, de ahí se parte para la distribución y asignación del personal, en función al perfil del puesto, de ahí parte la siguiente información:

A). Objetivos específicos del área:

Los objetivos planteados de este diseño es poder determinar cuales son aquellos objetivos, filosofía, misión y visión de la empresa a perseguir, con qué fuerza humana va ser impulsado y bajo que actividades de desarrollarse.

- a) Plantear cual va a ser la misión, visión, filosofía, objetivos corporativos y específicos.
- b) Determinar la estructura organizacional más adecuada para la empresa.
- c) Establecer funciones y actividades generales de la organización, determinar puestos y áreas específicas para el eficiente desarrollo de la empresa y determinar las jerarquías, líneas de autoridad y responsabilidad, dentro de la estructura óptima.

B). Resultados obtenidos:

En el planteamiento de la Misión, Visión, Filosofía y objetivos de la empresa tenemos los siguientes:

a) MISIÓN

OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE CONTRIBUYAN
CON EL DESARROLLO DEL NIVEL DE VIDA DE LOS
USUARIOS.

b) VISIÓN

SER LA MEJOR EMPRESA CONSOLIDADORA DE FUENTE DE
PROCURACIÓN DE FONDOS QUE CONTRIBUYA AL
BIENESTAR SOCIAL

c) FILOSOFÍA

SUMAR ES NUESTRA META

d) OBJETIVO GENERAL

SER LIDER EN LA PROCURACIÓN DE FONDOS

e) OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INSTITUCIÓN

1. ABRIR NUEVAS FUENTES DE CAPTACIÓN DE FONDOS.
2. COADYUVAR AL BIENESTAR SOCIAL DE LOS USUARIOS.
3. CREAR ALTERNATIVAS DE PROCURACIÓN DE FONDOS.
4. INTEGRAR A LOS CLIENTES CON SU ENTORNO.
5. OFRECER NUEVAS ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN A NUESTRO MERCADO.
6. CONSOLIDAR NUESTRA PRESENCIA EN EL MERCADO.

f) METAS

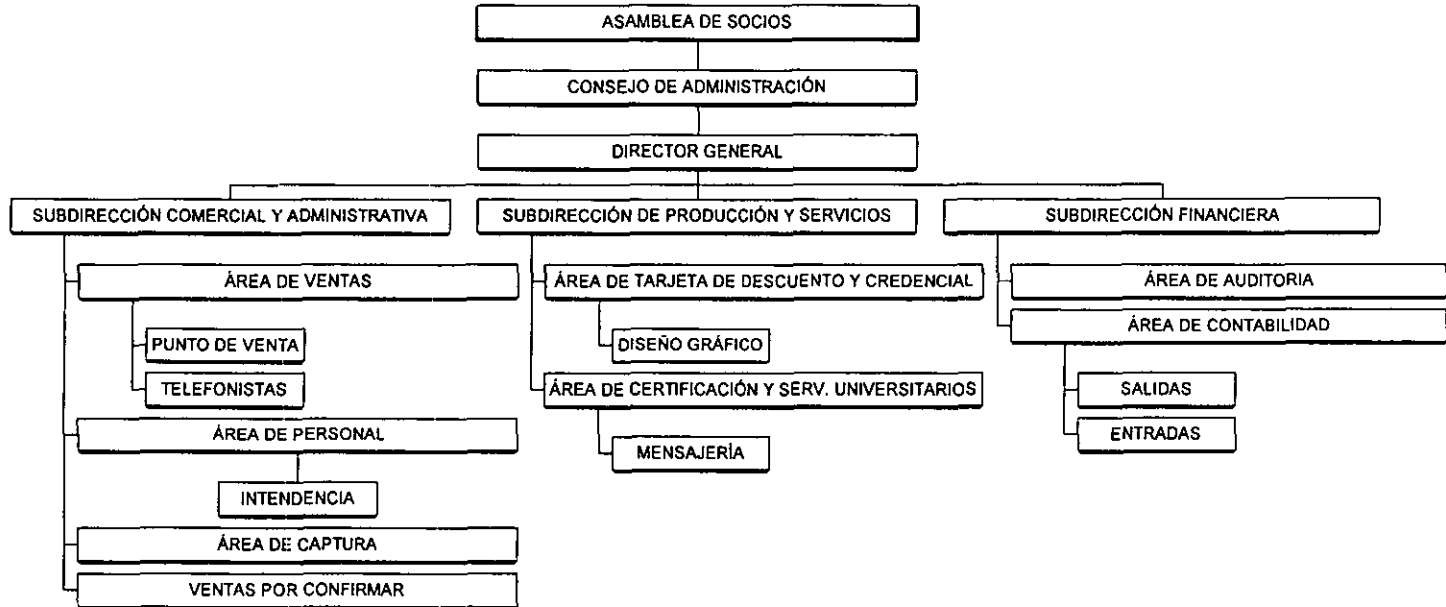
1. CELEBRAR 100 CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON FRANQUICIAS.
2. INCREMENTAR EN UN 20 % LOS CONVENIOS DE COLABORACIÓN CON LOS AFILIADOS CADA AÑO Y MANTENER EL MISMO NÚMERO DE AFILIADOS QUE EN EL AÑO ANTERIOR.

3. INTRODUCIR DOS NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS CADA AÑO.
4. SATISFACER EN SU TOTALIDAD LAS NECESIDADES DE VINCULACIÓN DE NUESTROS CLIENTES SEÑALADOS EN EL CONVENIO.
5. TENER UN MÍNIMO DE 16 MIL SUSCRIPTORES EL PRIMER AÑO E INCREMENTAR EN UN MÍNIMO DEL 20 % ANUAL, CONSERVANDO LOS YA INSCRITOS EN SU RENOVACIÓN.
6. TENER UN MÁXIMO DE CINCO POR CIENTO DE RECLAMACIONES.

a) Estructura Administrativa

La estructura organizacional de la empresa mas adecuada en función al perfil del puesto y las actividades a desarrollar, es la siguiente:

SIGRU
ORGANIGRAMA EMPRESARIAL



La determinación de las funciones y actividades de los departamentos y áreas de la empresa están estructuradas de tal forma que permite el perfecto funcionamiento de la misma, al igual que una adecuada comunicación, delegación de funciones y responsabilidades de cada puesto y área

C 1) SUBDIRECCIÓN DE ÁREA COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA

- a) Planeación de las actividades en coordinación la dirección general y subdirecciones de la empresa.
- b) Realización de las negociaciones y convenios con los afiliados para establecer las estrategias de mercadeo fijadas con los requerimientos del área de servicio.
- d) Definición de los lineamientos de acción y administración del área de cada departamento.
- b) Delegación de funciones y actividades de los departamentos que forman el área.
- c) Supervisión de actividades de los subordinados de acuerdo a la línea de acción.
- d) Evaluación de los subordinados de acuerdo a las líneas de acción.
- e) Retroalimentación de los integrantes del área para lograr el mejor funcionamiento de la misma.
- f) Control estadístico de ventas, afiliaciones y demás actividades que requieran evaluación frecuente.
- g) Informe general de actividades mensuales a la dirección general.

C 1.1) ÁREA DE PERSONAL

- a) Se encarga del reclutamiento, selección y contratación del personal de la empresa, manteniendo una estrecha comunicación con las demás áreas, con el fin de conocer sus necesidades y procurar su completa satisfacción.
- b) Diseñar los programas de motivación e incentivos para el personal de la empresa de acuerdo a la productividad demostrada por los trabajadores.
- c) Planear y calendarizar los cursos de capacitación a los trabajadores por áreas de acuerdo a las necesidades de la empresa, en función a sus objetivos globales.
- d) Proponer el monto de sueldo, los cuales serán aprobados o no por la subdirección de finanzas.

C 1.2) VENTAS

- a) Capitalizar a la empresa mediante las ventas del producto con base en los objetivos corporativos fijados para su constante y firme desarrollo.
- b) Se encarga de hacer llegar el producto final al consumidor, por las diferentes estrategias de mercado.
- c) Se encarga de realizar las investigaciones de mercado para conocer los cambiantes gustos y preferencias del cliente, así como para obtener una retroalimentación de la actuación del producto y sus diferentes servicios.
- d) Captación de quejas y sugerencias del cliente al igual que su registro, seguimiento y mejora.
- e) Promover el programa de captación de ingresos a cada una de las personas, siendo estas clientes potenciales.
- f) Convencer a los posibles clientes la suscripción y hacerlos conscientes de los beneficios tangibles que tendrán.
- g) Llenar las solicitudes de los posibles clientes, al igual que la ficha de depósito
- h) Entregar la documentación necesaria al solicitante de la tarjeta.
- i) Registrar el consecutivo de solicitudes con cada una de las solicitudes llenas.
- j) Entregar las solicitudes y el consecutivo de estas al día siguiente en la empresa en el área de captura.
- k) Cotejar la información que se captura con el consecutivo de solicitudes.
- l) Checar la información y firmar de conformidad.
- m) Archivar la información en la carpeta concentradora de consecutivos de solicitudes.
- n) Tratar al cliente de forma amable y cortés, en cualquier situación.

C 1.3) CAPTURA

- a) Recibir a los vendedores ya sea de vía personal o telefonistas de forma amigable y respetuosa.
- b) Capturar la información que se haya generado por medio de ventas en las diversas vías.
- c) Checar el correcto y adecuado registro de la información en la base de datos con los documentos fuentes.
- d) Capturar la información de cada uno de los vendedores de forma separada, cotejando con la información original antes de su impresión.
- e) Firmar y sellar la documentación fuente una vez capturado y cotejado.
- f) Imprimir la información generada por el área de ventas y remitirla al área de ventas por confirmar.

- g) Archivar la documentación de forma ordenada y ascendente en el consecutivo del área.
- h) Recibir el correo de la empresa capturarlo en la base de datos de correo recibido y distribuirlo a cada una de los departamentos y área de la empresa.
- i) Registrar el correo que corresponda al área.
- j) Abrir la información que corresponda a la documentación necesaria para la obtención de la credencial de exalumno.
- k) Checar el contenido de los sobres y registrar este en la base de datos.
- l) Separar cada sobre e introducirlo en la división correspondiente para ser entregada con la información mandada al área de certificación.
- m) Generar la información que fue capturada, imprimiéndola para ser anexada con la información recibida vía correo
- n) Cotejar al entregar la información al área de certificación, el contenido de cada uno de ellos para ser sellada y foliada de recibido por el departamento que recibe
- o) Archivar el documento en la carpeta correspondiente al consecutivo de correo.
- p) Contactar con el cliente vía telefónica en caso de faltar alguna información o dato, para que el cliente lo mande la brevedad posible.

C 1.4) VENTAS POR CONFIRMAR

- a) Tratar de la forma mas amable y amigable al personal de la empresa
- b) Recibir el consecutivo de solicitudes del área de captura para su conciliación con las solicitudes y los depósitos bancarios hechos a la empresa.
- c) Recibir del área de ingresos la relación de los depósitos hechos a la empresa del día hábil anterior
- d) Hacer la conciliación entre las solicitudes y los depósitos hechos a la empresa, tomando como base los depósitos, buscando en la base de datos las solicitudes de cada uno de los depósitos.
- e) Conciliar y llenar los campos en la base de datos, siendo el número de solicitud a la ficha de pago.
- f) Imprimir la relación de los depósitos hechos con las solicitudes para ser entregada al área de tarjetas y libro.
- g) Entregar la relación de la información revisando y checando con el área cada uno de los depósitos para su firma de recibido y folio.
- h) Si no detecta la solicitud y ya esta el pago, acceder a la base de datos del área de ventas, previa autorización y buscar la solicitud, para proceder de forma normal.

- i) En caso de no encontrar la llamará al cliente para solicitarle datos de número de solicitud y en su caso llenar una nueva.

C 2) SUBDIRECCIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

- a) Participación en el diseño de las estrategias corporativas.
- b) Formular y evaluar nuevas propuestas para proporcionar productos y servicios acordes a las necesidades de nuestros clientes.
- c) Realizar una planeación adecuada de los servicios en cuanto a logística, procedimientos, métodos, estrategias y recursos necesarios para el eficiente desarrollo de los servicios proporcionados.
- d) Realizar una asignación correcta de los recursos necesarios para el funcionamiento de cada área.
- e) Dirigir los recursos tanto materiales y financieros, así como al personal para el eficiente funcionamiento de los servicios que proporcionaremos.
- f) Establecer controles adecuados para obtener resultados específicos y palpables respecto a los servicios.
- g) Diseñar estrategias de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes para brindar servicios de calidad.
- h) Mantener servicios eficientes y con calidad.
- i) Selección y reclutamiento del personal que proporcionará los servicios.
- j) Obtención de las necesidades de capacitación de esta área.
- k) Solicitud de los recursos financieros del área correspondiente.
- l) Proporcionar la información adecuada al resto de las áreas para la toma de decisiones.
- m) Realizar análisis y evaluaciones respecto al comportamiento de la efectividad de los servicios y proporcionar medidas correctivas que aseguren el buen funcionamiento.
- n) Motivar, supervisar e incentivar al personal de esta área.
- o) Reportar las acciones tomadas a niveles jerárquicos superiores.
- p) Alcance de los objetivos determinados.

C 2.1) AREA DE CERTIFICACIÓN Y SERVICIOS UNIVERSITARIOS

- a) Certificar los datos proporcionados por los clientes con el programa designado para ello (Vinculación de Exalumnos)
- b) Recibir la relación del área de captura con la información necesaria para realizar la búsqueda de la certificación.

- c) Recabar el documento necesario para validar que nuestros suscriptores son exalumnos de la universidad.
- d) Sellar y firmar la información recibida al área que la proporciona
- e) Accesar a la base de datos para iniciar la certificación con previa clave de autorización.
- f) Identificar el nombre del solicitante en la base de datos.
- g) Actualizar los datos en la base de la UNAM, por los proporcionados por el cliente
- h) Guardar la información y respalda en los medios de respaldos asignados.
- i) Generar la información necesaria en la base datos para la certificación de la tarjeta, indicando los datos de número de cuenta y folio de certificación, igual al número credencial.
- j) Imprimir la relación de certificación para ser proporcionada al departamento de tarjetas y libros para su elaboración y envío.
- k) En caso de no estar la información en la base de datos de la UNAM, se envía por email la información necesaria para que el programa de vinculación certifique.
- l) Esperar la certificación e integrarla al procedimiento normal.
- m) Renovación de dicha credencial.
- n) Actualización de nuestra base de datos de acuerdo con el proceso de renovación de credencial.
- o) Realizar la planeación adecuada para el funcionamiento operacional y administrativo.
- p) Realizar la planeación adecuada para el funcionamiento operacional y administrativo de este departamento.
- q) Administración de los recursos para la optimización de estos .

C 2.2) ÁREA DE TARJETAS Y LIBRO

- a) Recibir la información del área de certificación y/o ventas confirmadas para la elaboración de la tarjeta de descuento y la tarjeta con credencial de exalumno, respectivamente.
- b) Identificar en el sistema la relación de tarjetas y credenciales a realizar, cotejándolo con el consecutivo entregado por certificación y ventas por confirmar.
- c) Elaborar las tarjetas de descuentos y las credenciales de cada una de las personas ya confirmadas para ello, por las dos áreas ya mencionadas.
- d) Imprimir cada una de las tarjetas y credenciales.
- e) Cotejar la relación con la impresión de estas.

- f) Recibir del área de ingresos los recibos de donativos de cada uno de los clientes para ser enviados junto con la credencial y demás información anexa.
- g) Preparar el sobre con la tarjeta de descuento y/o credencial con el recibo de donativo y demás.
- h) Imprimir etiqueta de envío de cada uno de los clientes para ser pegado al sobre cerrando este.
- i) Imprime la relación de tarjetas elaboradas y listas para ser enviadas
- j) Entregar a la agencia los sobres con la información anexa.
- k) Archiva la información del entrega en la carpeta correspondiente a esta.
- l) Verificación del stock de credenciales y libros.
- m) Adquisición de las tarjetas con el proveedor.
- n) Realizar las operaciones adecuadas para el funcionamiento operacional y administrativo del departamento.
- o) Administración de recursos para la óptima utilización.
- p) Definición de los lineamientos de operación de administración del departamento.
- q) Evaluación de las actividades de los subordinados de acuerdo a la línea de acción.
- r) Retroalimentación constante con los integrantes del área para lograr el mejor funcionamiento de la misma.

C 3) SUBDIRECCIÓN DE FINANZAS

- a) Participación en el diseño de las estrategias corporativas.
- b) Evaluar las oportunidades de crecimiento de proyectos.
- c) Formular nuevos proyectos de inversión.
- d) Realizar la planeación de los medios de obtención de recursos.
- e) Diseñar e implantar programas de origen y aplicación de recursos.
- f) Diseñar los flujos de efectivo que se aplicarán.
- g) Planeación de las actividades a desarrollar.
- h) Realizar vinculaciones con fuentes de financiamiento.
- i) Obtención de información financiera necesaria para realizar su función.
- j) Lograr la transmisión de información financiera interdepartamental.
- k) Realizar análisis de hechos económicos históricos.
- l) Obtención de los Estados Financieros.
- m) Llevar el control presupuestal de cada departamento.
- n) Realizar e implementar un programa de revisión de operaciones.
- o) Establecer un programa de capacitación del personal.

- p) Delegar autoridad y responsabilidades para la realización de los proyectos aprobados.
- q) Supervisar el desempeño de sus subordinados.
- r) Transmitir reportes a niveles superiores, sobre el desempeño de su área.
- s) Presentación para su análisis, de los Estados Financieros, ante la Dirección.

Por ser materia de nuestro estudio y desarrollo en el área financiera, a continuación se indican actividades que desarrollará la subdirección de finanzas:

En actividades de planeación financiera:

- a) Diseñar con áreas relacionadas, los proyectos de inversión, evaluarlos e implantarlos.
- b) Formular la planeación financiera encargada por el Responsable de área, a corto y largo plazo.
- c) Implantación de un sistema de transmisión de información financiera.
- d) Realizar propuestas de inversión para la entidad.
- e) Establecer contacto con fuentes de información financiera.
- f) Analizar la viabilidad de proyectos de inversión.
- g) Calcular rendimientos y costos esperados por los planes de inversión.
- h) Emitir opinión acerca de la implementación de proyectos de inversión.
- i) Presentar planes de implantación de propuestas de inversión.
- j) Formular los flujos de efectivo a implementar.
- k) Estudiar las variables micro y macroeconómicas ocurridas.
- l) Calcular el riesgo de la entidad a corto y largo plazo.
- m) Evaluar el desempeño financiero de la entidad.
- n) Encargarse de la implantación de los proyectos de inversión aprobados.
- o) Supervisar y dar seguimiento a las etapas de implantación de proyectos.
- p) Hacer del conocimiento a los demás departamentos de los proyectos a implantar, así como de establecer líneas de comunicación con aquellos, para encargar actividades a desarrollar.

En actividades de gestión de recursos, las siguientes:

- a) Reportar al área de finanzas acerca de actividades desarrolladas en el departamento.
- b) Establecer contacto con fuentes de financiamiento ajenas a las ya conocidas para disponer de ellas.

- c) Obtener financiamiento para implementar los proyectos de inversión a corto y largo plazo.
- d) Encargarse de la cobranza de créditos concedidos.
- e) Encargarse de la custodia y manejo de los valores propiedad de la empresa.
- f) Diseñar programas de crédito.
- g) Asegurarse del cumplimiento de obligaciones crediticias.
- h) Establecer un seguro a todas las inversiones.
- i) Garantizar apego a las medidas de Control Interno establecidas para el departamento.
- j) Mantener una línea de comunicación con los demás departamentos.
- k) Destinar el monto de los costos de operación y gastos, en tiempo, forma y cantidad acordada.

C 3.1) ÁREA DE CONTABILIDAD

- a) Realizar un programa de coordinación entre las secciones a su cargo.
- b) Diseñar el sistema de información contable apropiado a los requerimientos de la entidad.
- c) Obtener la información para su registro.
- d) Formular los Estados Financieros y presentarlos.
- e) Revisar procedimientos, obtención, registro, interpretación y presentación de resultados.
- f) Cumplir con las obligaciones Fiscales.
- g) Analizar e interpretar los resultados de operación de la entidad.
- h) Evaluar constantemente el desempeño del sistema contable de la entidad.
- i) Definir las funciones y actividades a realizar por cada uno de las secciones que integran al departamento, planear los objetivos y metas a alcanzar por cada una de las secciones, coordinar las funciones de las secciones, definir el perfil de los puestos a ocupar, definir la estructura de las secciones, delegar autoridades y responsabilidades por puesto, establecer líneas de comunicación interactivas, establecer metas de Control Interno administrativo, definir métodos de motivación de niveles inferiores, estructurar líneas de autoridad, recibir reportes de actuación por departamento, revisar el desempeño de cada departamento, estipular políticas operacionales y contables del área, revisar el alcance de objetivos y metas, reportar a niveles jerárquicos superiores del desempeño de su área, formar parte del equipo de toma de decisiones para la organización, ofrecer información para la toma de decisiones, capacitar al personal a su cargo, definir funcionamiento de los departamentos (encargar la elaboración de un manual de organización al área administrativa), coordinarse con los departamentos de la organización acerca de las

responsabilidades que les han sido asignadas, conocer los objetivos generales y de área a alcanzar, verificar el cumplimiento de objetivos y metas, así como, apego a las políticas, comunicar los requerimientos técnicos y económicos para el logro de sus objetivos, establecer estrategias y tácticas de su departamento, transmitir visión de su función a subordinados, establecer estándares de productividad, realizar programas de actividades, tomar decisiones de contratación de personal y de terminación de relación laboral, diseño de programa de incentivos para su personal, lograr la coordinación, empatía, unidad e integración entre personal del área.

- j) Diseñar el manual de contabilidad (guía contabilizadora) de cada departamento.

C 3.2) ÁREA DE AUDITORÍA

- a) Diseñar e implantar el Control Interno de la Empresa.
- b) Estudiar y evaluar el control Interno de la empresa.
- c) Participar con las demás áreas en el diseño de Control Interno para el buen funcionamiento operacional.
- d) Obtención de información para la evaluación del sistema de C.I.
- e) Diseño de controles de operación.
- f) Elaboración periódica del Informe sobre auditoría operacional de la empresa.
- g) Elaboración de auditorías operacional, administrativa, financiera y contable.
- h) Diseñar programa de revisión de operaciones del área, mantener informado al responsable de área acerca del desempeño de los distintos departamentos, proponer medidas de mejoramiento de desempeño organizacional, realizar programas de revisión, definir operaciones a evaluar, estudiar manuales de procedimientos, conformar un grupo de revisión, asesorar la toma de decisiones, establecer medidas correctivas y preventivas de operación, recabar información base para análisis.

LOGÍSTICA DEL PROCEDIMIENTO DE VENTA VÍA BECARIOS.

Como parte de la estrategia de mercado, es la venta de las tarjetas por medio de los becario de Fundación UNAM, para ello se ha diseñado un procedimiento para mostrar la forma en que se va a operar, ya que son una base importante de trabajo para alcanzar los objetivos y metas planteadas en el proyecto.

A) LOGÍSTICA:

1. Contactar a Fundación UNAM y Programa de Vinculación.

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

2. Negociación con Directivos de Fundación UNAM y Programa de Vinculación.
3. Definir las políticas de uso de becarios. (fechas de inicio, duración y término, mecanismo de pago, entrega de documentos, validación y entrega de tarjetas y libro).
4. Organización por centro de atención SIGRU, (división de número de becarios por orden alfabético, entre los tres centros SIGRU cuyo objetivo consiste en coordinar y controlar la venta de las tarjetas).
5. Determinación los centros de atención SIGRU (Fundación UNAM, Vinculación de Exalumnos, o centro de atención de la empresa SIGRU).
6. Determinar el centro telefónico de atención SIGRU a dudas y sugerencias de becarios.
7. Determinar el número de cuenta bancaria para depósitos de pagos, para cada centro SIGRU.
8. Firma de convenio con Fundación UNAM y Programa de Vinculación con Exalumnos.
9. Realización de folletos por centro de atención, así como cualquier tipo de formato SIGRU.
10. En el lapso de 2 meses se entregará a cada centro SIGRU su número de libros SIGRU, según número de becarios por centro.
11. Realizar la convocatoria para reunión con becarios. Junta informativa (día de entrega de tarjetas, recordar que es por orden alfabético).
12. Dar un panorama del producto y una pequeña capacitación.
13. Información general del proyecto.
14. Determinar centro al que corresponde cada becario (Por orden alfabético).
15. Entrega el formato compromiso (consta de dos cupones).
16. Entregar propaganda para suscriptores. (formato de inscripción, boletines informativos, folletos, cupón de suscripción).
17. Información sobre medios operativos (duración y término, mecanismo de pago, entrega de documentos, validación y entrega de tarjetas y libro).
18. Información de centros de atención (Fundación UNAM, Vinculación de Exalumnos, o SIGRU).
19. Informar los centro telefónico de atención a dudas y sugerencias de becarios.
20. Monitorear los avances de becarios. Mediante un mecanismo de seguimiento.
21. Llamadas becarios. (Fundación UNAM, Vinculación de Exalumnos, o centro empresa SIGRU, a mitad del proceso y poco antes de que se cierre el plazo).

22. Registro de becarios que han cumplido con el trámite de venta de las tarjetas.
23. Posible boletín informativo de aviso.
24. Recepción de ficha de depósito, datos, fotografía en los centros SIGRU, según corresponda a cada becario.
25. Recibir la ficha de depósito
26. Entregar a cada becario su libro de cupones SIGRU, carta de agradecimiento. (por la venta de las cuatro tarjetas programadas)

B) FORMATOS

1. Formato compromiso. (Donde se le entrega la muestra del producto).
2. Hojas de suscripción para exalumnos.

C) FOLLETOS

1. Folleto informativo para exalumnos. (Beneficios de la tarjeta, servicios, precio, lugares dónde adquirirla, centro telefónico SIGRU).
2. Folleto informativo para becarios. (Labor de convencimiento, información general del producto que venderán, centros de atención SIGRU)

D) POLÍTICAS OPERATIVAS DE BECARIOS.

El uso de becarios se dividirá en dos fases una la de los becarios que obtengan su renovación, y otra que corresponda a los becarios de nuevo ingreso al programa de becas.

Es necesario determinar el número potencial de becarios que cooperarán en este fase.

Se ha determinado que el número de tarjetas que venderá cada becario es de cuatro en un tiempo máximo de cuatro meses.

La fecha de inicio se contará a partir del día de la capacitación donde se hará entrega de folleteria y formatos de suscripción y compromiso.

Su duración será de tres meses a partir de la impresión del libro.

Se dará a cada becario el número de cuenta al que despositarán.

Como muestra de la información que se utilizará en el proceso de venta de los productos y servicios de SIGRU, propone diseño del formato de inscripción y registro, "solicitud de inscripción a tarjetas TUNAM" para la obtención de la credencial de exalumno y la tarjeta de descuento, incluido también el libro de cupones.

Enseguida de la hoja de inscripción se encuentra el diagrama de flujo de las operaciones mínimas necesarias para la obtención de los productos de la empresa, en ella se describen los elementos que intervienen, como es el departamento de ventas en primera instancia, labor de ventas, clientes, banco, departamento de captura de la empresa, ingresos, captura vía correo, ventas por confirmar, tarjetas y libros, certificación, tarjeta credencial y libro. Todos los departamentos y entidades que colaboran en la logística de operación desarrollan operaciones específicas y estas están descritas en el diagrama de flujo de operaciones, enseguida de el descrito anteriormente.

TONAM	FOLIO
SOLICITUD DE TARJETA DE DESCUENTO TONAM	

DATOS DEL SOLICITANTE

TIPO DE TARJETA QUE SOLICITA	<input type="checkbox"/> TARJETA DE DESCUENTO CON CREDENCIAL <input type="checkbox"/> EXALUMNO UNAM	<input type="checkbox"/> TARJETA DE DESCUENTO <input type="checkbox"/>
FECHA SOLICITUD	DÍA _____ MES _____ AÑO _____	
APELLIDO PATERNO	_____	
APELLIDO MATERNO	_____	
NOMBRE(S)	_____	
FECHA DE NACIMIENTO	DÍA _____ MES _____ AÑO _____	

DOMICILIO

CALLE Y NÚMERO	_____
COLONIA	_____
DELEG. O MUNICIPIO	_____
ESTADO	_____ C.P. _____

DATOS GENERALES

TELÉFONO DE CASA	_____		TELÉFONO DE OFICINA	_____	
TELÉFONO DE REFERENCIA	_____		NOMBRE DE LA PERSONA DE REFERENCIA	_____	
SEXO	<input type="checkbox"/> MASCULINO <input type="checkbox"/> LICENCIATURA	<input type="checkbox"/> FEMENINO <input type="checkbox"/> MAESTRÍA	<input type="checkbox"/> MEDIO SUPERIOR <input type="checkbox"/> DOCTORADO		
NIVEL DE ESTUDIOS	<input type="checkbox"/> BAJO <input type="checkbox"/> LICENCIATURA	<input type="checkbox"/> MEDIO <input type="checkbox"/> MAESTRÍA	<input type="checkbox"/> MEDIO SUPERIOR <input type="checkbox"/> DOCTORADO		
NIVEL ÚLTIMO DE ESTUDIOS EN UNAM	<input type="checkbox"/> SECUNDARIA <input type="checkbox"/> POSGRADO	<input type="checkbox"/> PREPARATORIA <input type="checkbox"/> MAESTRÍA	<input type="checkbox"/> LICENCIATURA <input type="checkbox"/> DOCTORADO		
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN UNAM	_____				
GENERACIÓN	DE _____				
NUM. DE CTA. UNAM	_____				
NUM. DE DOCUMENTO	_____				

DATOS DE SU EMPLEO

PROFESIÓN	_____		EMPRESA	_____	
CALLE Y NÚMERO	_____		COLONIA	_____	
DELEG. O MUNICIPIO	_____		EST.	_____	
ESTADO	_____		AÑOS DE ANTIGÜEDAD	_____	
TELÉFONO - FAX	_____		INGRESOS MENSUALES	\$ _____	
			HIJOS	_____	

PROMOTOR NOMBRE _____
 RFC _____ FECHA _____

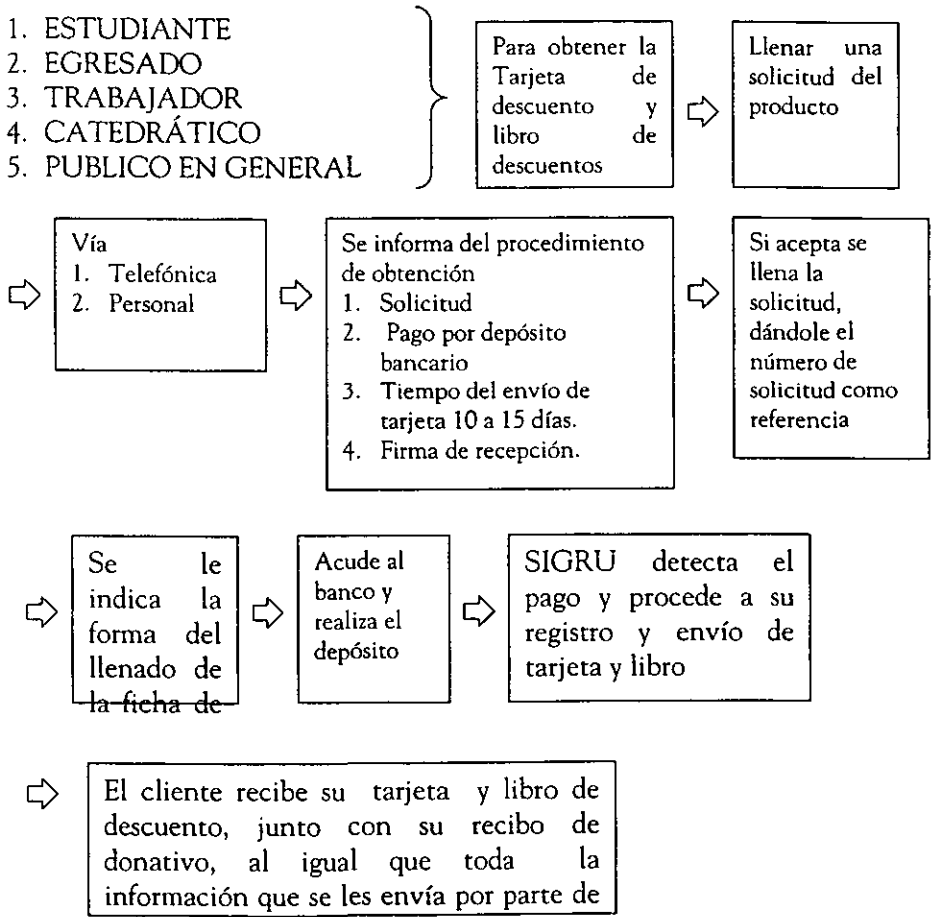
FIRMA

FIRMA

LOGISTICA PARA LA OBTENCIÓN DE LA TARJETA DE DESCUENTO

TARJETAS DE DESCUENTO CON LIBRO DE DESCUENTOS

En este no es necesario la identificación del cliente para la obtención de la credencial.

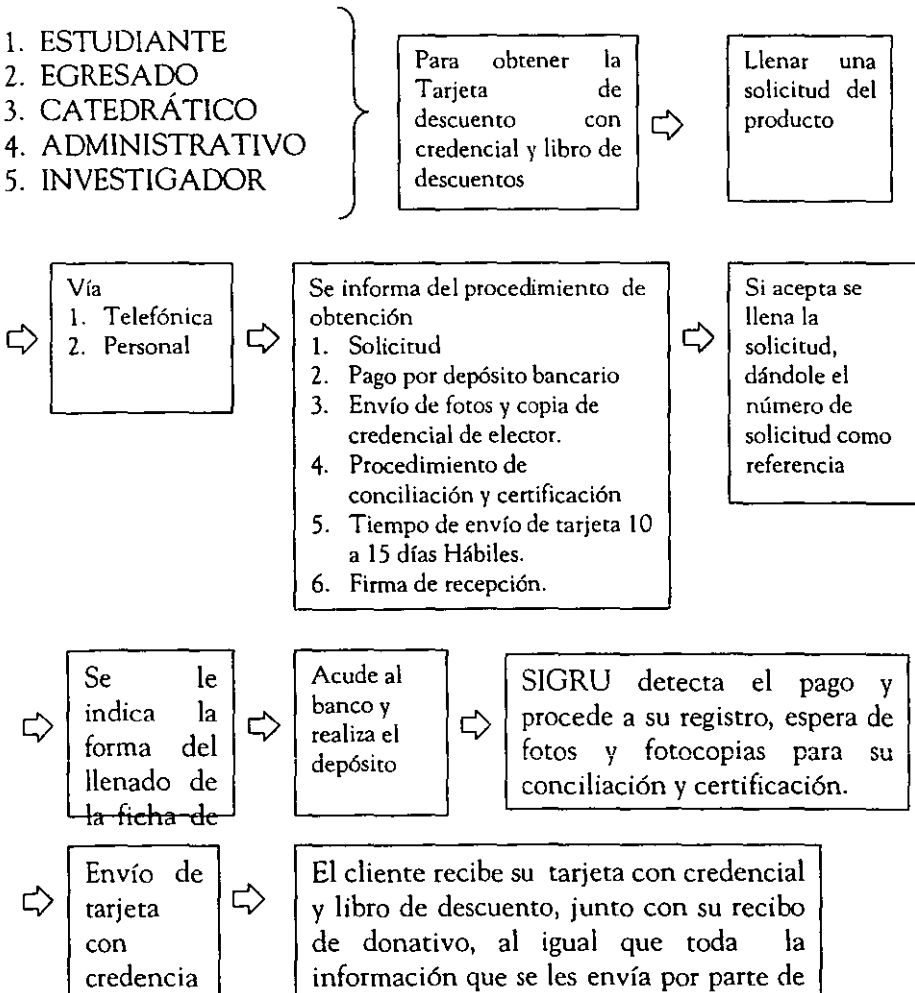


LOGISTICA PARA LA OBTENCIÓN DE LA TARJETA DE DESCUENTO CREDENCIAL DE EXALUMNO.

TARJETAS DE DESCUENTO CON CREDENCIAL DE EXALUMNO Y LIBRO DE DESCUENTOS













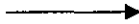




















En este caso si es necesario que el solicitante se identifique como exalumno, con su número de cuenta, en caso que no lo recuerde, con una copia del la identificación del elector del IFE, para la búsqueda en la base de datos de la UNAM,

- 1. ESTUDIANTE
- 2. EGRESADO
- 3. CATEDRÁTICO
- 4. ADMINISTRATIVO
- 5. INVESTIGADOR



Procedimiento para la obtención de productos y servicios de la empresa
Logística de operación interna.
























1/3

CONCEPTO/ENTIDAD	VENTAS	CLIENTE	BANCO	D. CAPTURA
Explica finalidad del programa	1  			
Acepta compra		2 		
Llenar solicitud y entrega información necesaria	3  			
Llenar el consecutivo de ventas, hace el registro de venta.	4  			
Acude a oficina a entregar la información en área de captura	5  			
Espera la captura y recibe el consecutivo sellado de recibido	6  			
Recibe la información necesaria		7  		
Paga la ficha bancaria		8  		
Envía copia de depósito, credencial IFE y número de cuenta UNAM		9  		
Espera a recibir credencial		10  		
Recibe depósito bancario del cliente			11 	
Registra en la cuenta bancaria los datos del depósito del cliente			12  	
Actualiza información bancaria			13 	
Genera información del corte del mes y envía de forma personal.			14  	
Recibe información del área de ventas para su captura en sistema.				15  
Imprime la captura				16 
Entrega al área ventas por confirmar la relación (respectiva logística)				17 

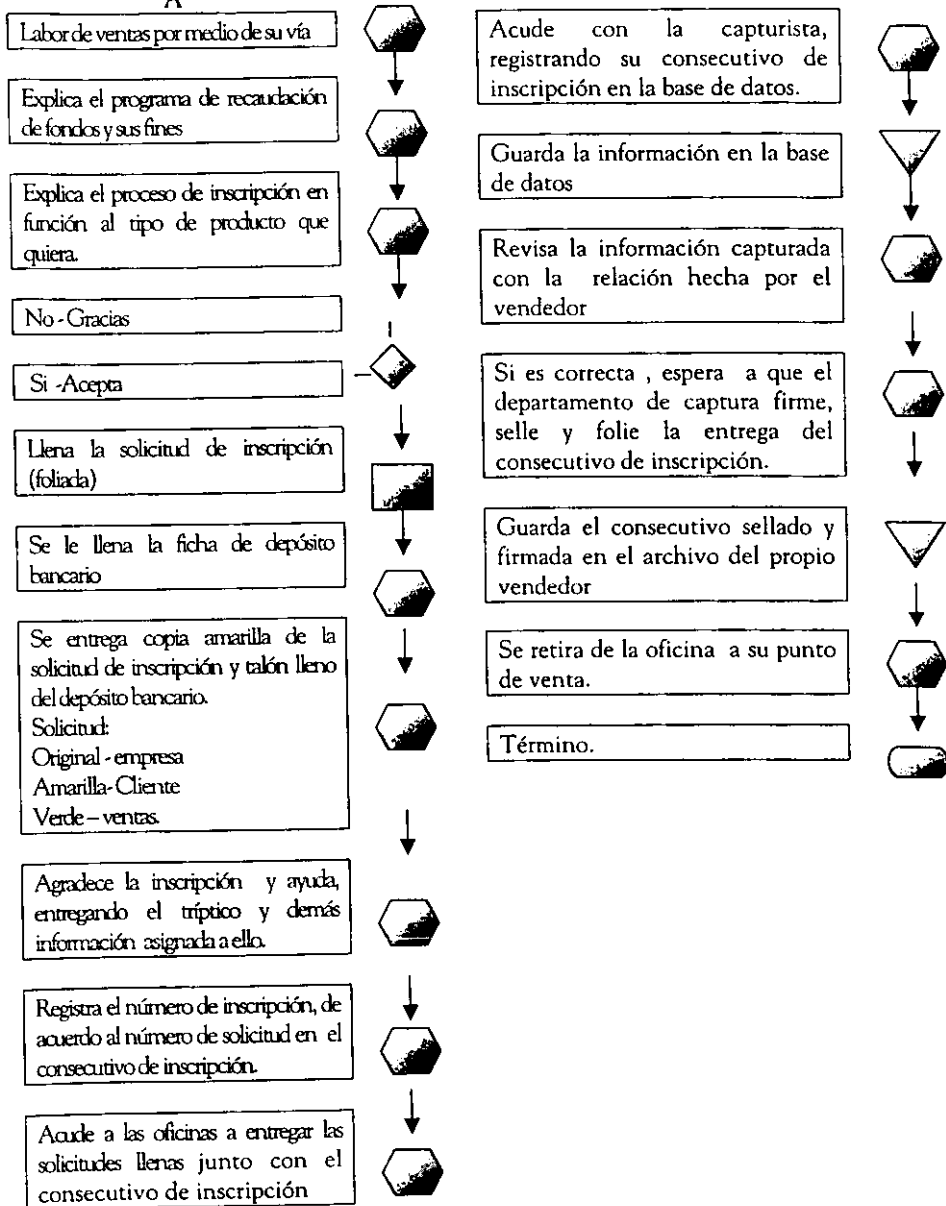
CONCEPTO/ENTIDAD	INGRESOS	CAPTURA VÍA CORREO	VTAS. CONFIRMAR	TARJETA Y LIBRO
Accesa a base de datos del banco vía internet previa logística	18 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
Imprime la relación de depósitos bancarios con corte del día anterior.	19 <input type="checkbox"/>			
Envía la relación de depósitos al área de ventas por confirmar para su contejo, depuración y registro.	20 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>			
Archiva impresión una vez que haya cumplido con el procedimiento y logística.	21 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>			
Recibe correo, revisa y distribuye a cada área la correspondencia.	→	22 <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Captura la información enviada para el trámite de credencial de exalumno		23 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
Guarda la información en base de datos para la secuencia del trámite		24 <input checked="" type="checkbox"/>		
Imprime la relación para su envío al área de certificación, para que esta proceda.		25 <input type="checkbox"/>		
Entrega documentación con el respectivo procedimiento.		26 <input type="checkbox"/>		
Archiva la relación de recepción de información.		27 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
Solicita y/o recibe la información de depósitos del área de ingresos		→	28 <input type="checkbox"/>	
Recibe información del área de captura, ya sea producto con o sin credencial de exalumno, para su cotejo y conciliación.			29 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Identifica los depósitos hechos con las solicitudes de productos			30 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
Concilia en la base de datos indicando en los campos la fecha de pago y el monto.			31 <input type="checkbox"/>	
Imprime la relación para ser entregada al área de tarjeta y libro y/o certificación.			32 <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	
Entrega relación cumpliendo con el proceso establecido y archiva.			33 <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	→

Procedimiento para la obtención productos y servicios de la empresa
Logística de operación interna.

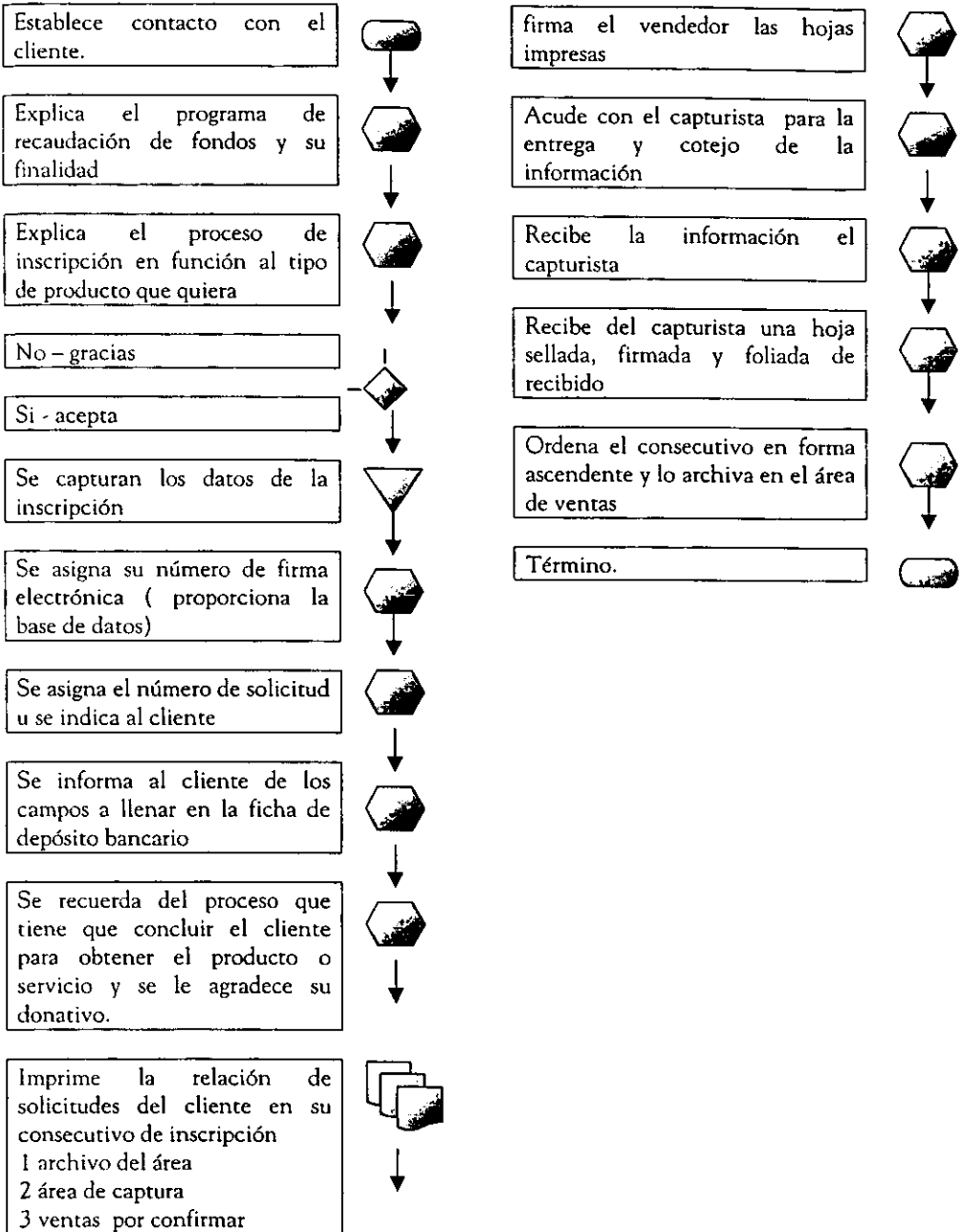
3/3

CONCEPTO/ENTIDAD	TARJETA Y LIBRO	CERTIFICACIÓN	T.CREDENCIAL Y LIBRO
Recibe la relación de las tarjetas que se elaborarán.	34 		
Identifica en el sistema el cliente, su número de tarjeta de descuento y elabora la tarjeta de descuento en el sistema	35  		
Recibe la relación de recibos de donativos del área de ingresos para ser anexado en el envío	37 		
Toma la tarjeta, y anexa recibo de donativo e información anexa para el sobre que será mandado al cliente.	38  		
Elabora la relación de tarjetas que serán enviadas en el sistema.	39 		
Entrega los sobres a la empresa de mensajería cumpliendo con el procedimiento establecido por la empresa.	41 		
Recibe la relación de solicitudes de credencial del área de captura para ser certificados		42  	
Accesa a base de datos para certificar a los solicitantes.		43  	
Identifica el nombre del solicitante y el número de cuenta en su caso.		44  	
Al aparecer los datos, los actualiza , de acuerdo a los registrados en el sistema de la empresa.		45  	
Certifica, e imprime la relación de solicitudes certificadas.		46 	
Termina de actualizar la base del sistema e imprime la relación para el área de tarjetas y libros.		47 	
Recibe relación del área de certificación, coteja en la base del sistema y elabora las credenciales.			48  
Idém al proceso de tarjeta y libro pero con impresión en la credencial de exalumno.			

VENTAS VÍA PERSONAL
"A"



VENTAS VÍA TELEFÓNICA.
"B"



Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

CLIENTE DE
TARJETA DE
DESCUENTO Y LIBRO
"C"

Firma la solicitud de inscripción

Recibe el talón de depósito bancario

Recibe copia de la solicitud de inscripción

Acude a la sucursal bancaria a pagar la ficha

Paga la ficha de depósito

Toma la copia de ficha de depósito sellada por el banco

Espera a recibir su tarjeta de descuento y libro.

Término

CLIENTE DE TARJETA
CREDENCIAL Y LIBRO DE
DESCUENTO. "Ca"

Firma la solicitud de inscripción

Recibe el talón de depósito bancario

Recibe copia de la solicitud de inscripción

Acude a la sucursal bancaria a pagar la ficha

Paga la ficha de depósito

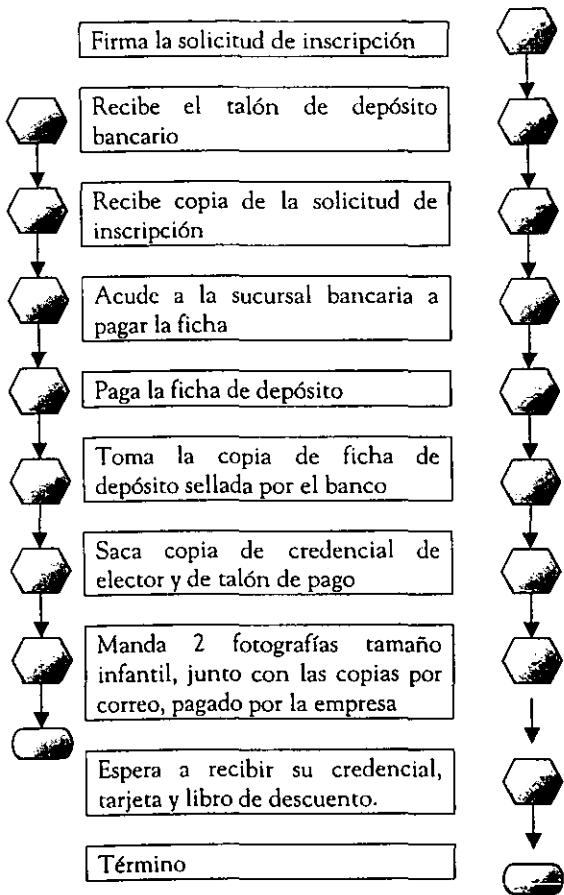
Toma la copia de ficha de depósito sellada por el banco

Saca copia de credencial de elector y de talón de pago

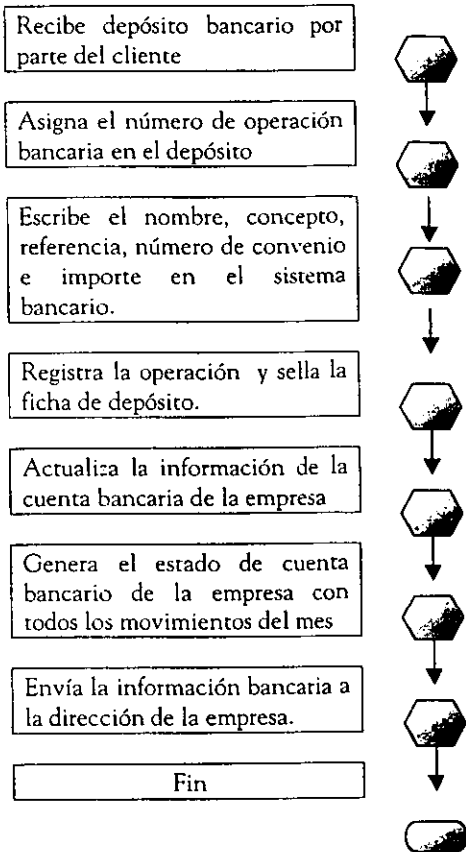
Manda 2 fotografías tamaño infantil, junto con las copias por correo, pagado por la empresa

Espera a recibir su credencial, tarjeta y libro de descuento.

Término



BANCO "D"



Cabe mencionar que el número de convenio está relacionado con el número de cuenta, al identificarse este, entra a la cuenta de depósitos por venta de productos o por inscripción de proveedores.

CAPTURA DE VENTAS
VÍA PERSONAL "E"

Recibe el consecutivo de inscripción de los vendedores

Checa que no falte algún dato en el mismo

Captura la información del consecutivo

Imprime la captura
1- área
2- ventas confirmadas

Firma y sella de recibido lo capturado

Entrega documento a vendedor

Ordena las solicitudes en el consecutivo en original y copia verde

Archiva el consecutivo de registro por vendedor que fue capturado en forma ascendente

Entrega el consecutivo de registro capturado al área de ventas confirmadas y las formas llenas en original y la copia.

Proporciona el documento fuente "consecutivo de registro de vendedores" para que sea corejado con el capturista.

Se firma el documento fuente por la persona que recibe la documentación en el área de ventas confirmadas.



Se archiva documento fuente sellado.

Termina



CAPTURA DE VENTAS VÍA TELEFONISTAS "F"

Recibe las hojas de consecutivo de solicitudes impresa por el vendedor

Coteja al información en el sistema

No - regresa la documentación

Si acepta, firma, sella y folia los documentos

Entrega una copia al capturista

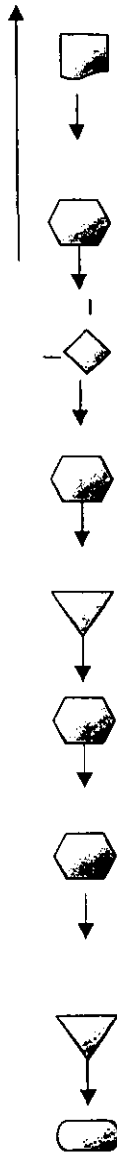
Archiva otra copia al consecutivo del área

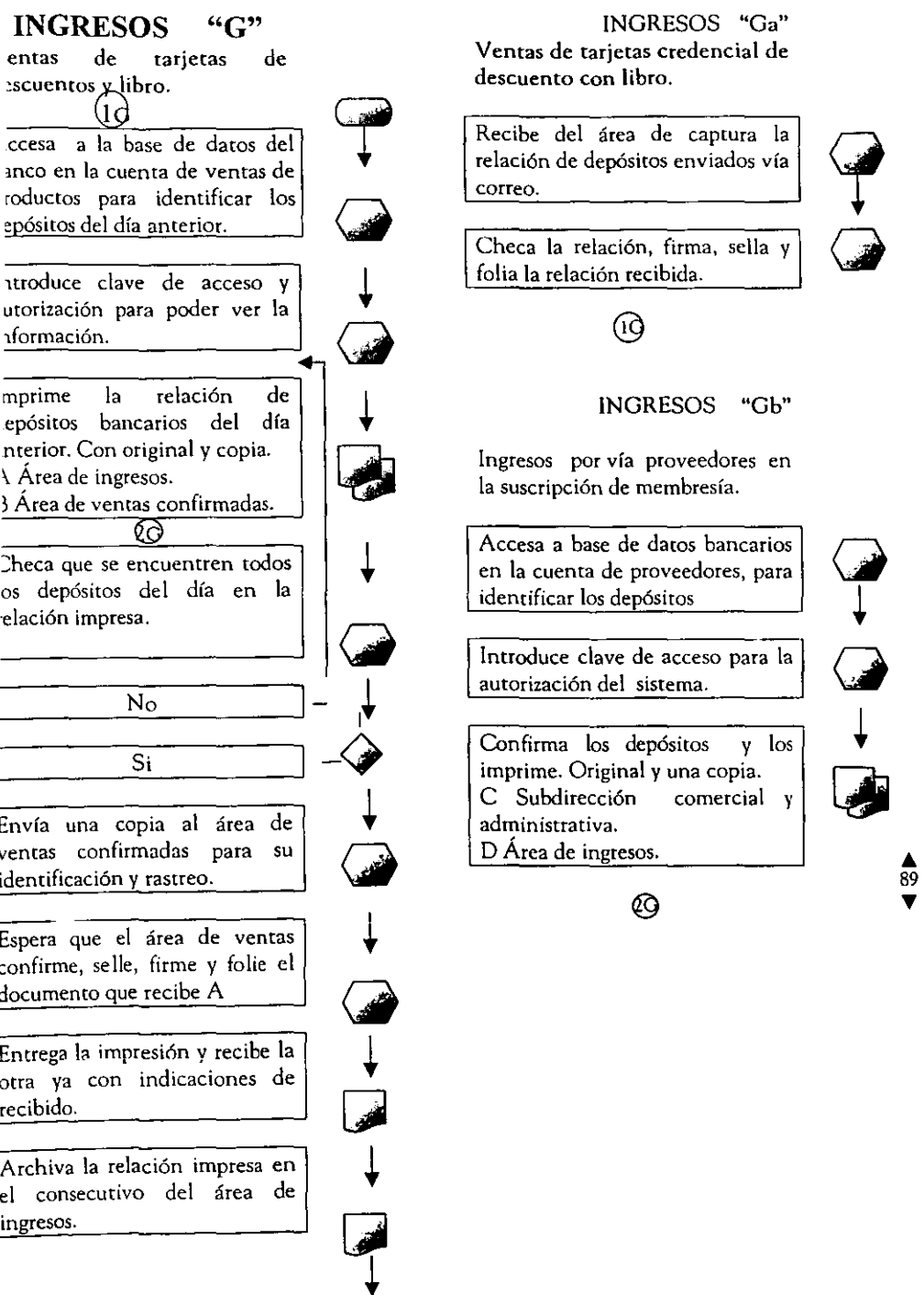
Entrega los consecutivos de registro capturados al área de ventas por confirmar

Proporciona la copia para que sea firmada y sellada por el departamento de ventas por confirmar

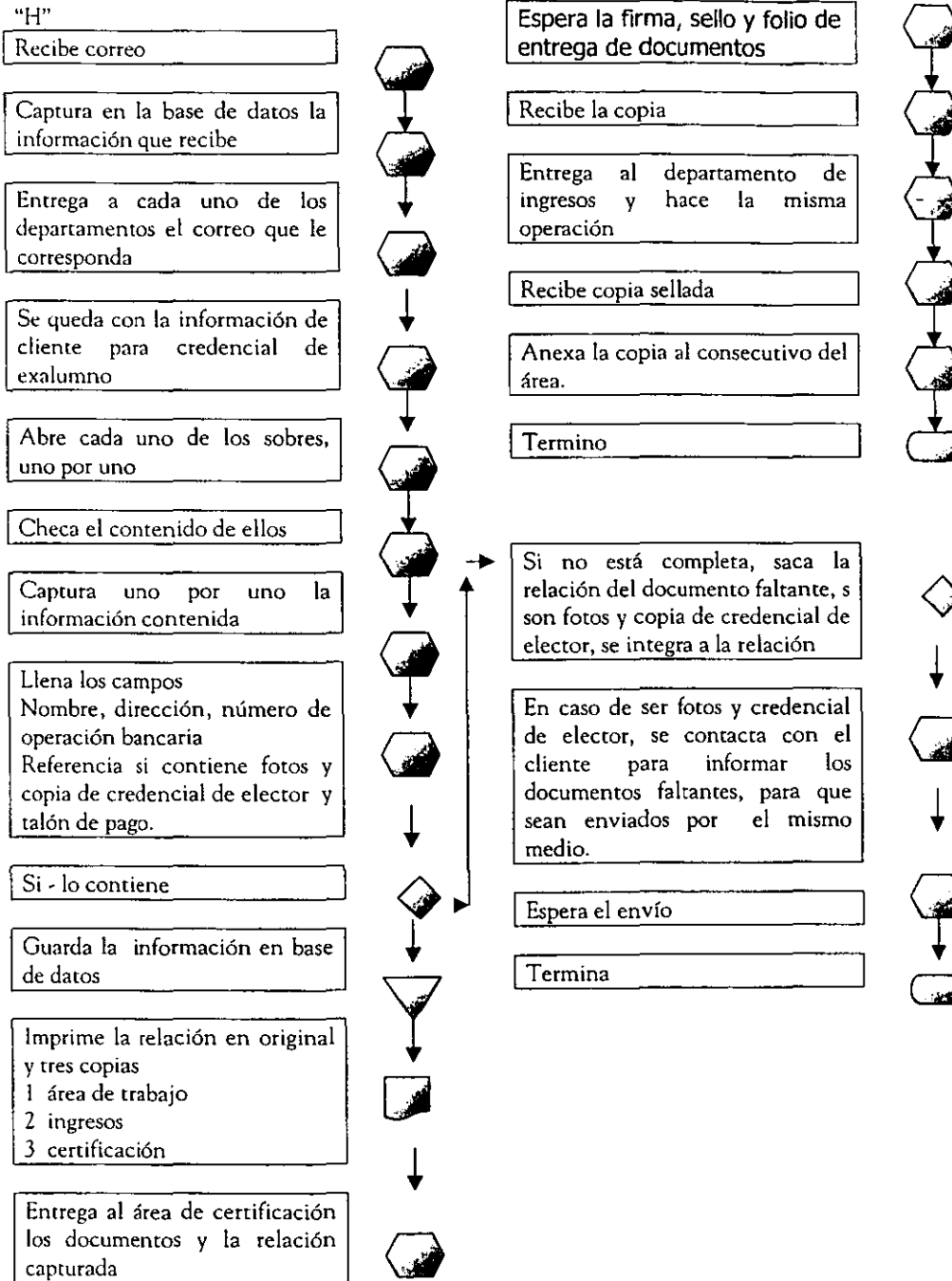
Archiva la copia con sello de recibido.

Termina





CAPTURISTA Y RECEPCIÓN DE CORREO "H"



Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

VENTAS POR CONFIRMAR "I"

Recibe el consecutivo de registro capturado con 2 copias del área de captura

Recibe del capturista B solicitudes y consecutivos de solicitudes

Firma de recibido al área de captura, sella y pone el folio correspondiente

Solicita al área de ingresos, en caso de no tener, la relación de depósitos bancarios del día anterior

Recibe la relación de depósitos, sella y firma la relación recibida para área de ingresos

Inicia conciliación de depósitos hechos con los pedidos confirmados

Identifica los depósitos hechos en la relación

Busca el concepto y la referencia en la relación de depósitos

Identifica y relaciona con el condensado de solicitudes

Todos los depósitos deben estar identificados en las solicitudes

Si - identificados

Entra a la base de datos, previa clave de acceso

Indica en el renglón de cada solicitud el número de operación bancaria, fecha de pago y monto.

Al indicar el número de pago, el sistema toma como operación pagada y lo correlaciona en las solicitudes pagadas para su impresión.

Imprime la relación de solicitudes pagadas en original y una copia. 1 para el área 2 para tarjetas y libro.

Entrega al área tarjetas y libro la relación

Espera el sello, firma y folio de la hoja,

Archiva la relación firmada en archivo del área

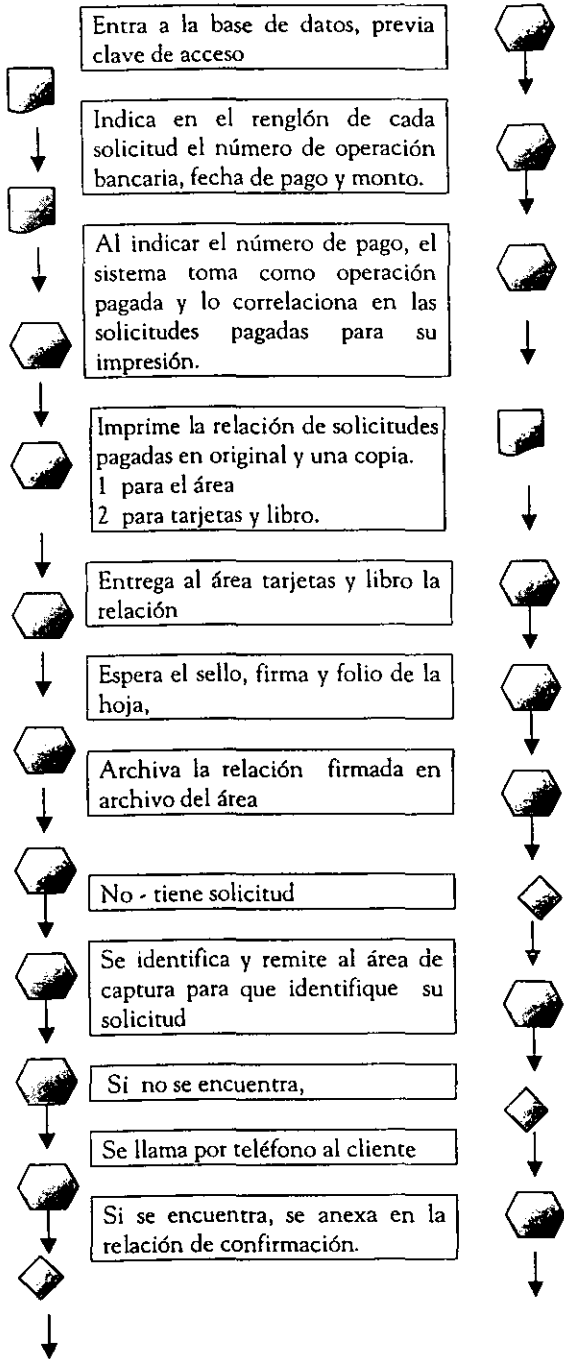
No - tiene solicitud

Se identifica y remite al área de captura para que identifique su solicitud

Si no se encuentra,

Se llama por teléfono al cliente

Si se encuentra, se anexa en la relación de confirmación.



Si hay solicitudes sin pago, espera en el sistema hasta que sea identificado con el pago



En caso de almacenamiento mayor a 15 días se cambia automáticamente en el sistema, pasando al archivo de solicitudes fuera de plazo.



Al no ser identificado un pago en archivo dentro de plazo de solicitud se busca en el archivo fuera de plazo.



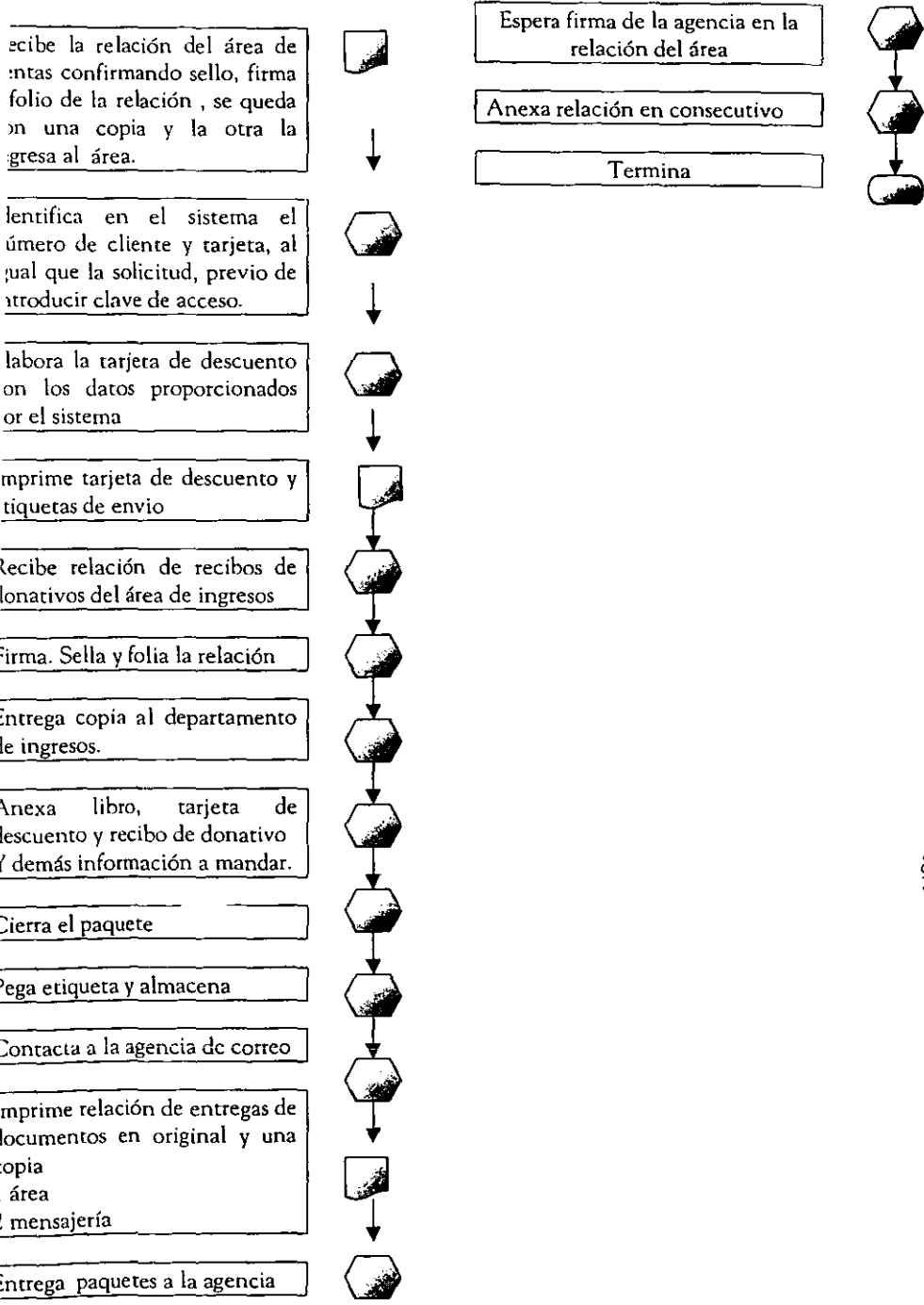
El plazo máximo para la eliminación definitiva de solicitudes es de 3 meses a partir de la llamada del cliente.



Termina



TARJETA Y LIBRO "J"



CERTIFICACIÓN
"K"

Recibe relación del área de captura

Revisa información

Sella, firma y folia el documento recibido

Accesa a la información en base de datos previa captura en el área correspondiente

Introduce número de clave de usuario

Identifica el nombre del solicitante

Accesa a base de datos de la UNAM

Introduce el nombre y coteja la información en el sistema, apareciendo, se da por certificado

Indica la base de datos el nombre, número de cuenta, licenciatura o grado escolar, generación

Se da por certificado con el número de cuenta y el número de credencial de exalumno.

Se imprime relación para su envío el documento al área 2 área de tarjetas credencial y libro
Se remite al área de tarjetas, credencial de descuento



Espera la firma y sello al igual que el folio del documento

Archiva la relación en el consecutivo del área de certificación.

Termina

No aparece en el sistema

Se archiva y se manda por email al departamento de archivo historico de la UNAM, para que ellos certifiquen en su base de datos.

Se espera respuesta del programa

Si certifica, será por número asignado por la UNAM y sigue el proceso normal

No certifica, contacta al cliente, se indica la situación y se pide el número de cuenta del cliente para su pronta respuesta.

Si se obtiene se integra al proceso

Si no se espera hasta tener resultados definitivos por la UNAM



TARJETA CREDENCIAL Y LIBRO "L"

Recibe de certificación la relación de la certificación de las tarjetas, con el número de certificación y credencial

Coteja en la base de datos, previo acceso con clave a ella.

Sella, firma y folia el documento de recibido

Elabora la tarjeta de descuento y credencial con los datos proporcionados por el sistema

Imprime tarjeta de descuento y etiquetas de envío

Recibe relación de recibos de donativos del área de ingresos

Firma. Sella y folia la relación

Entrega copia al departamento de ingresos.

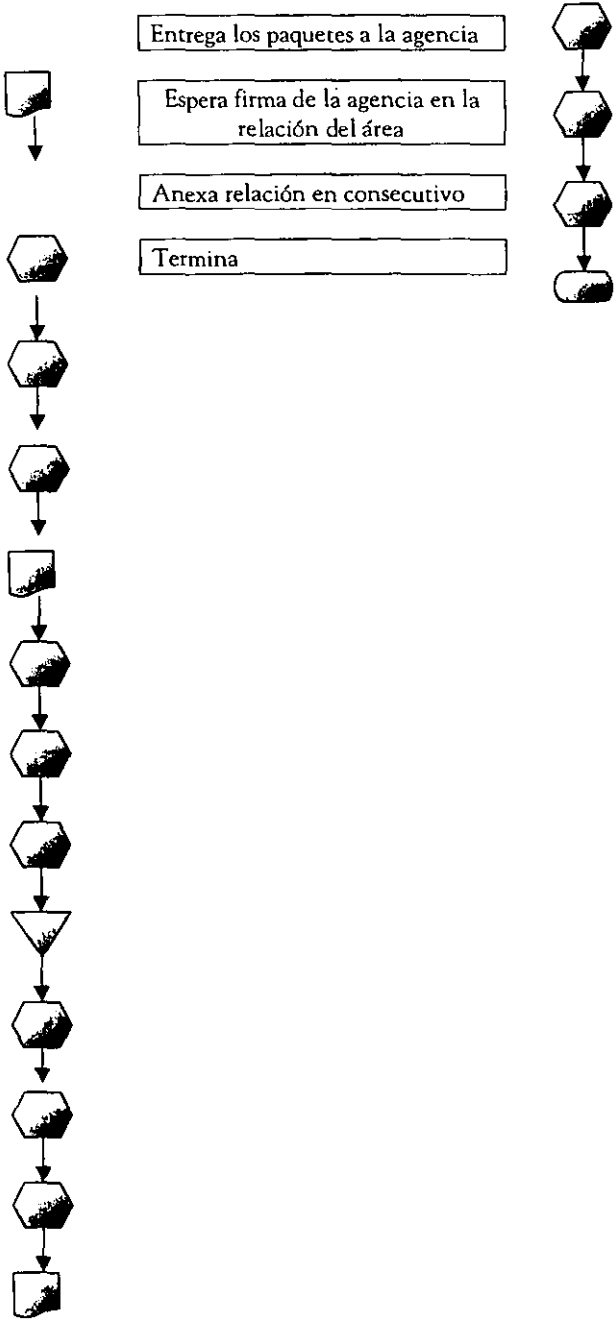
Anexa libro, tarjeta de descuento y recibo de donativo Y demás información a mandar.

Cierra el paquete

Pega etiqueta y almacena

Contacta a la agencia de correo

Imprime relación de entregas de documentos en original y una copia
1 área
2 mensajería



Entrega los paquetes a la agencia

Espera firma de la agencia en la relación del área

Anexa relación en consecutivo

Termina

6 MUESTRA DE LA PANTALLA DE LA BASE DE DATOS CON SEGUIMIENTO A CADA DEPARTAMENTO Y ÁREA QUE ACCESA A ELLA

DATOS DE LA EMPRESA
BASE DE DATOS Y SEGUIMIENTO A CLIENTES

FECHA	CONCEPTO	GUIA CIE	IMPORTE	SOLICITUD NO.	NÚMERO DE TARJETA	CERTIFICA_CIÓN	FECHA DE ENVÍO
15-05-00	ROMERO DAOWZ EMERSON RUBÉN	0952970	350	A 00365	00125	92323870	19-05-00

INGRESOS

VENTAS POR CONFIRMAR

TARJETA Y LIBRO

CERTIFICACIÓN

MENSAJERÍA

NOTA:

LAS FLECHAS REPRESENTAN EL NIVEL DE LA BASE DE DATOS DE CADA UNA DE LAS ÁREAS, Y LOS CAMPOS QUE ESTOS UTILIZAN Y GENERAN.

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

7. MUESTRA DE SELLOS DE CONTROL DE DOCUMENTACIÓN EN CADA UNA DE LAS ÁREAS

RECIBI DOCUMENTACIÓN ÁREA INGRESOS FECHA ____/____/____ NOMBRE _____	RECIBI DOCUMENTACIÓN ÁREA CAPTURA FECHA ____/____/____ NOMBRE _____
FOLIO _____	FOLIO _____
FIRMA _____	FIRMA _____

RECIBI DOCUMENTACIÓN ÁREA VENTAS POR CONFIRMAR FECHA ____/____/____ NOMBRE _____	RECIBI DOCUMENTACIÓN ÁREA TARJETAS Y LIBRO FECHA ____/____/____ NOMBRE _____
FOLIO _____	FOLIO _____
FIRMA _____	FIRMA _____

RECIBI DOCUMENTACIÓN ÁREA CERTIFICACIÓN FECHA ____/____/____ NOMBRE _____	RECIBI DOCUMENTACIÓN ÁREA TARJETAS Y LIBRO FECHA ____/____/____ NOMBRE _____
FOLIO _____	FOLIO _____
FIRMA _____	FIRMA _____

ANÁLISIS LEGAL

En México tenemos diversas formas para la constitución de una empresa, con diferentes obligaciones fiscales y legales, es por ello que el estudio jurídico representa una pieza importante en el proyecto de inversión, afectando directamente en los resultados financieros y por ende en los resultados fiscales. A continuación se presentan los objetivos y los resultados de dicha información.

Objetivos específicos.

- a) Determinar la opción más viables de constitución de la empresa.
- b) Conocer cuales son las obligaciones fiscales y legales que aplicaran en la empresa.

Resultados obtenidos:

Después de un estudio en las que se analizó las diversas formas de constitución, y bajo el principio de este, mencionado con anterioridad, la empresa SIGRU, de acuerdo a la finalidad preponderante que tiene, nos remite al Código Civil, en el cual se encuentran las Asociaciones y Sociedades Civiles.

a) ASPECTOS LEGALES DE LAS ASOCIACIONES CIVILES

Las asociaciones civiles se encuentran reguladas básicamente en el Código Civil, en nuestro caso para el Distrito Federal, en los artículos 2670 al 2687, a través de los cuáles se plasma la naturaleza, la forma de constituir y administrar las sociedades, así como las derechos y obligaciones de los asociados, los procedimientos para la disolución y liquidación. El actual Código Civil que data de 1928, se les asigna a las Asociaciones Civiles el carácter de contrato, y se les dota de personalidad jurídica propia.

El primer artículo (art. 2670) nos habla de los elementos que intervienen para la formación de una asociación, que si bien no es una definición, nos ayudan a entender la naturaleza de las asociaciones; en los siguientes artículos nos hablan de la necesidad de que exista un contrato social por escrito para dar origen a la asociación, misma que se regirá por los estatutos plasmados en el contrato mencionado; el órgano supremo es la asamblea de asociados, compuesta por todos los asociados (signo de democracia), quienes delegan la administración en director(es). A pesar de contarse con lineamientos de actuación (estatutos), es la Asamblea de Asociados quien puede resolver asuntos de todo tipo, siempre con "unanimidad".

Es la Asociación Civil una sociedad de personas, por lo cual, su regulación observa cuidadosamente la protección de los asociados como individuos, y no como simples proveedores de capitales, como en el caso palpable de las sociedades mercantiles.

Dada la naturaleza de las Asociaciones Civiles, que son entidades que no tienen un carácter preponderantemente económico, como gran distinción con las sociedades civiles, como su más próxima figura legal, sino que busca la consecución de fines sociales, entendemos que todas las disposiciones aplicables en el Código Civil, buscan elementos de equidad, que garanticen el impulso al logro de las finalidades de estas asociaciones plasmadas en su contrato social (equivalente de la Acta Constitutiva en las sociedades mercantiles), y cuando aquéllos no son posibles deben ser disueltas.

El artículo 2688 nos dice: "por el contrato de sociedad, los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos o sus esfuerzos para la realización de un fin común, de carácter preponderantemente económico, pero que no constituyen una especulación comercial"

El artículo 2670 dice:” cuando varios individuos convinieren en reunirse, de manera que no sea enteramente transitoria, para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico, constituyen una asociación.

Lo anterior aplica a la actividad de la empresa, ya que realiza actividades comerciales como es la venta de la tarjeta y del libro, al igual que la venta de los espacios publicitarios en el libro y los demás medios impresos que utilice, y las inscripciones de los proveedores (empresas otorgantes del descuento y prestadoras de servicios) harán una inscripción de membresía como donativo, fuente de captación de ingresos. claro esta, sin que tenga un carácter preponderantemente económico, ya que los ingresos obtenidos serán destinados a cubrir los gastos de operación que se requieren para obtenerlo y el remanente será proporcionado a la UNAM o mediante Fundación UNAM, de acuerdo al mecanismo que establezca la Universidad.

La justificación del por qué una asociación civil y no una mercantil es por el principio de constitución de SIGRU, ser una empresa procuradora de fondos para ser donados a la Universidad, además que bajo la forma de constitución mercantil, se estaría obligado al pago de ISR y en la asociación es el dar y recibir donativos.

El concepto anterior deriva de los que dispone el artículo 25 y 2670 del Código Civil, de acuerdo con estos, se forma una persona moral, es decir, un ente jurídico distinto de todos y cada uno de sus integrantes, con sus propios derechos y obligaciones. La duración de los integrantes no debe ser transitoria; es decir, debe tener permanencia o duración, ya que de otro modo no puede ser considerada como una asociación.

Una vez definido el tipo de sociedad a formar, se anexa las obligaciones en materia del código civil para mostrar al detalle los deberes y obligaciones que se tienen:

TÍTULO DÉCIMO PRIMERO
De las asociaciones y de las asociaciones civiles
I
De las asociaciones

ART. 2670. Cuando varios individuos convienen en reunirse, de manera que no sea enteramente transitoria, para realizar un fin común que no esté prohibido por la Ley y que no tenga carácter preponderantemente económico, constituyen una asociación.

ART. 2671. El contrato por el que se constituya una asociación debe constar por escrito.

ART. 2672. La asociación puede admitir y excluir asociados.

ART. 2673. Las asociaciones se registrarán por sus estatutos, los que deberán ser inscritos en el Registro Público para que produzcan efectos contra tercero.

ART. 2674. El poder supremo de las asociaciones reside en la asamblea general. El director o directores de ellas tendrán las facultades que les conceden los estatutos y la asamblea general, con sujeción a estos documentos.

ART. 2675. La asamblea general se reunirá en la época fijada en los estatutos o cuando sea convocada por la dirección. Ésta deberá citar a asamblea cuando para ello fuere requerida por lo menos por el cinco por ciento de los asociados, o si no lo hiciere, en su lugar lo hará el juez de lo civil, a petición de dichos asociados.

ART. 2676. La asamblea general resolverá:

- I. Sobre la admisión y exclusión de los asociados;
- II. Sobre la disolución anticipada de la asociación o sobre su prórroga por más tiempo del fijado en los estatutos;
- III. Sobre el nombramiento de director o directores cuando no hayan sido nombrados en la escritura constitutiva;
- IV. Sobre la revocación de los nombramientos hechos;
- V. Sobre los demás asuntos que le encomienden los estatutos.

ART. 2677. Las asambleas generales sólo se ocuparán de los asuntos contenidos en la respectiva orden del día.

Sus decisiones, serán tomadas a mayoría de votos de los miembros presentes.

ART. 2678. Cada asociado gozará de un voto en las asambleas generales .

ART. 2679. El asociado no votará las decisiones en que se encuentren directamente interesados él, su cónyuge, sus ascendientes, descendientes o parientes colaterales dentro del segundo grado.

ART. 2680. Los miembros de la asociación tendrán derecho a separarse de ella , previo aviso dado con dos meses de anticipación.

ART. 2681. Los asociados sólo podrán ser excluidos de la sociedad por las causas que señalen los estatutos.

ART. 2682. Los asociados que voluntariamente se separen o que fueren excluidos, perderán todo derecho al haber social.

ART. 2683. Los socios tienen derecho de vigilar que las cuotas se dediquen al fin que se propone la asociación y con ese objetivo pueden examinar los libros de contabilidad y demás papeles de ésta.

ART. 2684. La calidad de socio es intransferible.

ART. 2685. Las asociaciones, además de las causas previstas en los estatutos, se extinguen:

- I. Por consentimiento de la asamblea general;
- II. Por haber concluido el término fijado para su duración o por haber conseguido totalmente el objeto de su fundación;
- III. Por haberse vuelto incapaces de realizar el fin para que fueron fundadas;
- IV. Por resolución dictada por autoridad competente.

ART. 2686. En caso de disolución, los bienes de la asociación se aplicarán conforme a lo que determinen los estatutos, y a falta de disposición de éstos, según lo que determine la asamblea general. En este caso la asamblea sólo podrá atribuir a los asociados la parte del activo social que equivalga a sus aportaciones. Los demás bienes se aplicarán a otra asociación o fundación de objeto similar a la extinguida.

ART. 2687. Las asociaciones de beneficencia se regirán por las leyes especiales correspondientes.

b) OBLIGACIONES EN MATERIA LEGAL Y FISCAL

Es el artículo 70 del Título III (De las Personas Morales No Contribuyentes), contenido en la Ley del Impuesto Sobre la Renta, que reconoce a las Asociaciones Civiles en su fracción V, X, XI, XV, XVI, XVII y XVIII como persona moral no contribuyente, en dichas fracciones están expresamente contenidos los distintos fines de las A.C. con los cuales la legislación las reconoce para estar dentro de esta categoría. Así mismo, es este artículo el que nos habla del remanente distribuible, de la forma de determinar el impuesto a pagar (art. 141 LISR) sobre el remanente distribuible, y su fecha de entero (febrero del año siguiente, del ejercicio de que se trate).

Aspecto relevante es la autorización de una A.C. para recibir donativos deducibles de impuestos, es el art. 70-A,B el que no da luz acerca de los requisitos a cubrir para estar en condiciones de poder contar con la autorización.

El artículo 72, hace referencia a las obligaciones a las que se hacen responsables las personas morales no contribuyentes (llevar sistema contable conforme al CFF, expedir comprobantes, presentar declaraciones, aún las informativas, proporcionar constancias, etc.).

He aquí las obligaciones fiscales de la empresa:

TITULO III DE LAS PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES

NO SON CONTRIBUYENTES DEL ISR LAS PERSONAS MORALES CON FINES NO LUCRATIVOS A QUE SE REFIERE ESTE TITULO

Artículo 68. Las personas morales a que se refieren los artículos 70 y 73 de esta Ley, las sociedades de inversión especializadas de fondos para el retiro, así como las sociedades de inversión de renta fija y comunes, no son contribuyentes del impuesto sobre la renta, salvo lo dispuesto en el artículo 69 de esta Ley. Sus integrantes considerarán como remanente distribuible únicamente los ingresos que éstas les entreguen en efectivo o en bienes, siempre que en este último caso, tratándose de personas físicas excedan de la cantidad a que se refiere la fracción XXIV del artículo 77 de ésta Ley.

(A) Las personas morales a las que se refiere este artículo determinarán el remanente distribuible de un año de calendario correspondiente a sus integrantes, disminuyendo de los ingresos obtenidos en ese período a excepción a los señalados en el artículo 77 de esta Ley y de aquellos por los que se haya pagado el impuesto definitivo, las deducciones autorizadas, de conformidad en el Título IV de la presente Ley.

(A) Cuando los integrantes de dichas personas morales sean contribuyentes del Título II o del Título IV, Capítulo VI, Sección I de esta Ley, el remanente distribuible se calculará sumando los ingresos y disminuyendo las deducciones que correspondan en los términos de las disposiciones de dicho Título II.

No serán ingresos los reembolsos de aportaciones.

Los integrantes de las personas morales a las que se refiere este Título no considerarán como ingresos los reembolsos que estas les hagan de las aportaciones que hayan efectuado. Para dichos efectos, se estará a lo dispuesto en la fracción II del artículo 120 por el artículo 121 de esta Ley.

Ingresos por enajenación de bienes o prestación de servicios.

En el caso de que las personas morales a las que se refiere este Título enajenen bienes distintos de su activo fijo o presten servicios a personas distintas de sus miembros, deberán determinar el impuesto que corresponda a la utilidad por los ingresos derivados de las actividades mencionadas en los términos del Título II de esta Ley, a la tasa prevista en el primer párrafo del artículo 10 de la misma, siempre que dichos ingresos excedan del 5% de los ingresos totales de la persona moral en el ejercicio de que se trate. En caso de que la utilidad respectiva se distribuya a personas físicas o residentes en el extranjero cuando no tengan un establecimiento permanente o base fija en el país o cuando teniéndolo la utilidad no sea atribuible a éstos, se deberá efectuar la retención a los que se refieren el artículo 123, fracción IV y 152, fracción I de esta Ley. Lo dispuesto en este párrafo no será aplicable tratándose de personas morales autorizadas para percibir donativos deducibles en los términos de los artículos 24, fracción I y 140 fracción IV de esta Ley.

Las personas morales de este título (excepto las que se indican) serán contribuyentes del ISR cuando perciban los ingresos que se indican.

ARTICULO 69. Las personas morales a que se refiere este Título, a excepción de las señaladas en el artículo 73 de esta Ley y las personas morales autorizadas para recibir donativos deducibles en los términos de la misma, serán

contribuyentes del impuesto sobre la renta cuando perciban ingresos de los mencionados de los mencionados en los Capítulos IV, VIII y IX del Título IV. Para estos efectos serán aplicables las disposiciones contenidas en dicho Título y la retención que en su caso se efectúe tendrá el carácter de pago definitivo.

Quienes se consideran personas morales no contribuyentes.

ARTICULO 70. Para los efectos de esta Ley se consideran personas morales no contribuyentes, además de las señaladas en el artículo 73, las siguientes:

- I. Sindicatos obreros y los organismos que los agrupen.
- II. Asociaciones patronales
- III. Cámaras de comercio e industria, agrupaciones agrícolas, ganaderas, pesqueras o silvícolas, así como los organismos que las reúnan.
- IV. Colegios de profesionales y los organismos que los agrupen.
- V. Asociaciones civiles y sociedades de responsabilidad limitada de interés público que administren en forma descentralizada los distritos o unidades de riego, previa la concesión y permiso respectivo.

VI. Instituciones de asistencia o beneficencia o autorizadas por las leyes de la materia, así como las sociedades y asociaciones civiles autorizadas para recibir donativos en los términos de esta ley, que sin designar individualmente a los beneficiarios tengan como actividades las que a continuación se señalan:

a) La atención a personas que, por sus carencias socioeconómicas o por problemas de invalidez, se vean impedidas para satisfacer sus requerimientos básicos de subsistencia y desarrollo.

b) La atención en establecimientos a menores y ancianos en estado de abandono o desamparo e inválidos de escasos recursos.

c) La prestación de asistencia médica o jurídica, de orientación social, de servicios funerarios a personas de escasos recursos, especialmente a menores, ancianos e inválidos.

d) La readaptación social de personas que hayan llevado a cabo conductas ilícitas.

e) La rehabilitación de forma codependientes de escasos recursos.

VII) Sociedades cooperativas de consumo

VIII) Organismos que conforme a la Ley agrupen a las sociedades cooperativas, ya sea de productores o de consumo.

IX) Sociedades mutualistas que no operen con terceros, siempre que no realicen gastos para la adquisición de negocios, tales como premios, comisiones y otros semejantes.

X) Sociedades o asociaciones de carácter civil que se dediquen a la enseñanza, con autorización o con reconocimiento de validez oficial de los estudios en los términos de la Ley General de Educación.

XI) Asociaciones o sociedades civiles organizadas con fines culturales, las dedicadas a la investigación científica o tecnológica que se encuentren inscritas en el Registro Nacional de Instituciones Científicas y Tecnológicas, así como bibliotecas y museos abiertos al público.

*XII. Las instituciones o sociedades constituidas únicamente con el objeto de administrar fondos o cajas de ahorro, siempre y cuando el número de socios no exceda de quinientos o sus activos totales no excedan de \$1,627,650.00 y aquellas a las que se refiera la legislación laboral.

XIII. Asociaciones de padres de familia constituidas y registradas en el termino del Reglamento de Asociaciones de Padres de Familia de la Ley Federal de Educación.

XIV. Sociedades de gestión colectiva constituidas de acuerdo con la Ley Federal de Derecho de Autor.

XV. Asociaciones o sociedades civiles organizadas con fines políticos, deportivos o religiosos.

XVI. Asociaciones o sociedades civiles que otorguen becas, a que se refiere el artículo 70-C de esta Ley.

XVII. Asociaciones civiles de colonos y las asociaciones civiles que se dediquen exclusivamente a la administración de un inmueble de propiedad en condominio.

XVIII. Las sociedades o asociaciones civiles que se constituyen y funcionan en forma exclusiva para la realización de actividades de preservación de la flora y fauna silvestre y acuática dentro de la áreas geográficas definidas que señale la Secretaría de Hacienda y Crédito Público mediante reglas de carácter general, así como aquellas actividades de investigación de la flora y fauna silvestre y acuática que lleven a cabo físicamente las citadas sociedades o asociaciones, dentro de las áreas señaladas anteriormente, siempre que se cumpla con las reglas de carácter general que al efecto establezca la dependencia citada. Dichas sociedades o asociaciones, deberán cumplir con los requisitos señalados en las fracciones II, III, IV y VI del artículo 70-B de esta Ley, para ser consideradas como instituciones autorizadas para recibir donativos en términos de la misma.

Qué se considerará remanente distribuible

Las personas morales a las que se refieren las fracciones V, VI, VII, IX, X, XI, XV, XVI, XVII y XVIII de este artículo, así como las sociedades de inversión a que se refiere este Título, se considerarán remanente distribuible, aun cuando no lo hayan entregado en efectivo o en bienes a sus integrantes y socios, el importe de las omisiones de ingresos o las compras no realizadas e indebidamente registradas; las erogaciones que efectúen y no sean deducibles en los términos del Título IV de esta Ley, salvo cuando dicha circunstancia se deba a que éstas no reúnen los requisitos de la fracción IV del artículo 136 de la misma; los prestamos que hagan a sus socios o integrantes o a los cónyuges, ascendientes o descendientes en línea recta de dichos socios o integrantes, con excepción de aquellos que reúnan los requisitos señalados en la fracción IV del artículo 120 de esta Ley. Tratándose de prestamos que en los términos de este párrafo se consideren remanente distribuible, su importe se disminuirá de los remanentes distribuibles que la persona moral distribuya a sus socios o integrantes.

Determinación del ISR

En el caso de que se determine remanente distribuible en los términos del párrafo anterior, la persona moral de que se trate enterará como impuesto a su cargo el impuesto que resulte de aplicar sobre dicho remanente distribuible, la tasa o por ciento máximo para aplicarse sobre el excedente del límite inferior que establece la tarifa contenida en el artículo 141 de esta Ley, en cuyo caso se considerará como impuesto definitivo debiendo efectuar el entero correspondiente a más tardar en el mes de febrero del año siguiente a aquél en el que ocurra cualquiera de los supuestos a que se refiere dicho párrafo.

REQUISITOS PARA RECIBIR DONATIVOS PARA LAS FUNDACIONES, PATRONATOS Y DEMÁS ENTIDADES QUE SE INDICAN

ARTICULO 70-A. Las fundaciones, patronatos y demás entidades cuyo propósito sea apoyar económicamente las actividades de personas morales autorizadas para recibir donativos deducibles en los términos de esta Ley, podrán obtener donativos deducibles, siempre que se cumpla con los siguientes requisitos:

- I. Destinen la totalidad de sus ingresos a los fines para los que fueron creadas.
- II. Al momento de su liquidación destinen su totalidad de su patrimonio a entidades autorizadas para recibir donativos deducibles.

Los requisitos a los que se refiere este artículo, deberán constar en la escritura constitutiva de la persona moral de que se trate.

REQUISITOS DE LAS PERSONAS NO CONTRIBUYENTES PARA SER CONSIDERADAS COMO INSTITUCIONES AUTORIZADAS PARA RECIBIR DONATIVOS DEDUCIBLES.

ARTICULO 70-B. Las personas morales no contribuyentes a que se refieren las fracciones VI, X y XI del artículo 70 de esta Ley, deberán cumplir con lo siguiente para ser consideradas como instituciones autorizadas para recibir donativos deducibles en los términos de este Ley:

I. Que se constituyan exclusivamente y que funcionen en forma preponderante como:

c) Entidades que se dediquen a cualquiera de los fines a que se refieren las fracciones VI, X, y XI del artículo 70 de esta Ley y que de conformidad con la reglas de carácter general que al efecto expida la Secretaría de Hacienda y Crédito Público una parte sustancial de sus ingresos la reciban de fondos proporcionados por la Federación, Estados y Municipios, de donativos o aquellos ingresos derivados de la realización de su objeto social y no reciban ingresos en cantidades excesivas por concepto de arrendamiento, intereses, dividendos o regalías o por actividades no relacionadas con su objeto social.

II. Que las actividades que desarrollen tengan como finalidad primordial el cumplimiento de su objeto social, sin que puedan intervenir en campañas políticas o se involucren en actividades de propaganda o destinadas a influir en la legislación.

No se considera que influye en la legislación la publicación de un análisis o investigación que no tenga carácter proselitista o a la asistencia técnica o a un órgano gubernamental que lo hubiere solicitado por escrito.

III. Que destinen sus actividades exclusivamente a los fines propios de su objeto social, no obteniendo beneficios sobre el remanente distribuible a persona física alguna o a sus integrantes persona físicas o morales, salvo que se trate, en este último caso de alguna de las personas morales a que se refiere este artículo, o se trate de remuneración de servicios efectivamente recibidos.

IV. Que al momento de su liquidación y con motivo de la misma, destinen la totalidad de su patrimonio a entidades autorizadas para recibir

donativos en los términos de los incisos a) y b) de la fracción I del artículo 24 de esta Ley.

VI. Mantener a disposición del público en general la información relativa a la autorización para recibir donativos, así como al cumplimiento de sus obligaciones fiscales por el plazo y en los términos que mediante reglas de carácter general fije la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Los requisitos a los que se refieren las fracciones III, IV y V de este artículo, deberán constar en la escritura constitutiva de la persona moral de que se trate.

REQUISITOS PARA OBTENER AUTORIZACIÓN DE RECIBIR DONATIVOS DEDUCIBLES PARA LAS ASOCIACIONES O SOCIEDADES CIVILES QUE SE INDICAN.

ARTICULO 70-C. Las asociaciones o sociedades civiles que se constituyan con el propósito de otorgar becas podrán obtener autorización para recibir donativos deducibles, siempre que se cumplan con los siguientes requisitos:

I. Que las becas se otorguen para realizar estudios en instituciones de enseñanza que tengan autorización o reconocimiento de validez oficial de estudios en los términos de la Ley General de Educación o, cuando se trate de instituciones del extranjero, estén reconocidas por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

II. Que las becas se otorguen mediante concurso abierto al público en general y su asignación se base en los datos objetivos relacionados con la capacidad académica del candidato.

III. Que cumplan con los requisitos a los que se refieren las fracciones II, III, IV y VI, así como el último párrafo del artículo 70-B de esta Ley.

OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES.

ARTICULO 72. Las personas morales a las que se refiere este Título, además de las obligaciones establecidas en otros artículos de esta Ley, tendrán las siguientes:

Llevar sistemas contables conforme al CFF

I. Llevar sistemas contables de conformidad con el Código Fiscal de la Federación, su Reglamento y el Reglamento de esta Ley y efectuar registros en los mismos.

Expedir comprobantes.

II. Expedir comprobantes que acrediten las enajenaciones que efectúen los servicios que presten o el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes y conservar una copia de los mismos a disposición de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los que deberán reunir los requisitos que fijen las disposiciones fiscales respectivas.

Presentar declaración y pagar el ISR.

III. Presentar en las oficinas autorizadas en el mes de marzo de cada año, declaración en la que se determine el remanente distribuible y la proporción que de este concepto corresponda a cada integrante.

Presentar declaraciones informativas.

Asimismo, deberán presentar en el mes de febrero de cada año ante las oficinas autorizadas, declaración en la que proporcionen información de las personas a las que les hubiera efectuado retenciones sobre impuesto sobre la renta en el mismo año de calendario anterior, así como los residentes en el extranjero a los que les hayan efectuado pagos de acuerdo con lo previsto del Título V de esta Ley. También deberán proporcionar la información de las personas a las que en el año de calendario inmediato anterior les hayan efectuado pagos en los términos de los artículos 77, fracción XXX y 141-C de esta Ley. Deberán proporcionar además, información de las personas a las que hubieran otorgado donativos, en el semestre de que se trate, durante los meses de julio del año al que correspondan y a enero del siguiente.

Presentar la información en dispositivos magnéticos.

Cuando la persona moral de que se trate lleve su contabilidad mediante el sistema de registro electrónico, la información a la que se refiere el párrafo anterior deberá proporcionarse en dispositivos magnéticos procesados en los términos que señale la Secretaría de Hacienda y Crédito Público mediante disposiciones de carácter general. Dichos dispositivos serán devueltos al contribuyente por las autoridades fiscales dentro de los seis meses siguientes a su presentación. Tratándose de las personas morales a las que se refiere este Título,

que lleven su contabilidad mediante sistema manual o mecanizado o cuando su equipo de computo no pueda procesar los dispositivos en los términos señalados por la mencionada Secretaría, la información deberá proporcionarse en las formas que al efecto apruebe dicha dependencia.

Información de retenciones en dispositivos magnéticos.

Tratándose de las declaraciones a que se refieren el artículo 83 fracción V, 86 penúltimo párrafo, y 92 quinto párrafo de esta Ley, la información sobre las retenciones efectuadas y las personas a las cuales las hicieron, deberá proporcionarse también en dispositivos magnéticos procesados en los términos del párrafo anterior.

Proporcionar constancia de remanente distribuible.

IV. Proporcionar a sus integrantes constancia en la que señale el monto del remanente distribuible, en su caso. La constancia deberá proporcionarse a más tardar en el mes de febrero del siguiente año.

Proporcionar constancias y retener el ISR correspondiente.

V. Expedir las constancias y proporcionar la información a que se refieren las fracciones III y IX del artículo 58 de esta Ley; retener y enterar el impuesto a cargo de terceros y exigir la documentación que reúna los requisitos fiscales, cuando hagan pagos a terceros y estén obligados a ellos en los términos de esta Ley. Asimismo deberá cumplir con la obligaciones a que se refiere el artículo 83 cuando hagan pagos que a la vez sean ingresos en los términos del Capítulo I del Título IV de esta Ley.

Con respecto al impuesto al Activo, la empresa SIGRU no esta obligada al pago de este, ya que no es un sujeto contribuyente del ISR, y así nos lo marca el artículo 6 del Impuesto al Activo.

En materia de IVA, la empresa esta obligada al pago del impuesto en la compra de cualquier bien o servicio y con respecto a los ingresos, como estos son por medio de donativos, los mismos no gravan: También esta obligada a la retención y entero por los pagos hechos a personas prestadoras de servicio, el entero deberá ser de forma mensual antes de los días 17 de cada mes siguiente, en esta declaración deberán incluirse el entero de las retenciones de ISR que se hayan hecho.

Es así como se da de forma general el aspecto legal, fiscal de la empresa, con este último estudio podemos partir para la elaboración de los presupuestos de operación y así determinar los flujos de efectivo para su análisis financiero y la tomo de decisiones.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO
INDETERMINADO

1. Este Contrato debe de aplicarse a los trabajadores que realizan un trabajo permanente para la empresa. Es para los trabajadores llamados de planta, como son los altos directivos, los directivos y los operativos.
2. Debe ser firmado al margen de todas las hojas y al calce de la última, tanto por el trabajador como por el patrón.
3. Es necesario transcribirlo debidamente requisitado.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO
INDETERMINADO

Contrato Individual de Trabajo por tiempo indeterminado que celebran por una parte _____, a quien en lo sucesivo se le denominará EL PATRON representada en este acto por él _____, y por la otra, _____, por su propio derecho, a quien en lo sucesivo se denominará EL TRABAJADOR, al tenor de las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES

1. DECLARA EL PATRON:

1.1 Ser una Asociación Civil constituida de conformidad con la Legislación Mexicana, lo que acredita con el instrumento notarial número _____ otorgada ante la fe del Notario Público Número _____ de la Ciudad de _____, Licenciado _____

1.2 Tener su domicilio en _____

1.3 Que para la consecución de su objeto social se encuentra dedicado fundamentalmente a _____.

2. DECLARA EL TRABAJADOR:

2.1 Llamarse como ha quedado escrito, ser de nacionalidad _____, de _____ años de edad, del sexo _____, estado civil _____, tener su domicilio para los efectos que se deriven del presente instrumento en _____ Número _____ Colonia _____ Ser originario de _____ y haber nacido el día _____ de _____ de 20____.

2.2 Tener los conocimientos, aptitudes, facultades, experiencia y la capacidad técnica para desempeñar el puesto de _____, así como todas aquellas actividades relacionadas con su ocupación principal y que con este instrumento se le encomienda.

LOS CONTRATANTES SE RECONOCEN EXPRESAMENTE LA PERSONALIDAD JURIDICA CON QUE SE OSTENTAN PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES A QUE HAYA LUGAR Y, EXPUESTO LO ANTERIOR, CONVIENEN EN CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

CLAUSULAS

PRIMERA: Objeto del Contrato. El objeto del presente contrato es la prestación de un trabajo personal subordinado por TIEMPO INDETERMINADO de EL TRABAJADOR a EL PATRON para que lleve a cabo los servicios de (señalar puesto) _____ teniendo en forma enunciativa más no limitativa las siguientes funciones:

SEGUNDA: Prestación De Los Servicios Contratados. Los servicios objeto del presente contrato se prestarán en la ciudad de _____

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

_____ en el domicilio de EL PATRON ubicado
en _____ y/o donde
determine EL PATRON.

EL PATRON podrá de acuerdo a la naturaleza de la prestación de los servicios y con objeto de obtener una mayor productividad, eficiencia y competitividad - cambiar al TRABAJADOR de área o centro de trabajo, sin afectar sus derechos y obligaciones, para lo cual este último otorga su consentimiento en este acto.

Para el caso de que por las necesidades del servicio, EL TRABAJADOR tenga que ser trasladado a cualquier otra ciudad ubicada dentro de la república mexicana, EL TRABAJADOR manifiesta expresamente su conformidad con tal circunstancia, para lo cual EL PATRON tendrá la obligación de reembolsar a EL TRABAJADOR los gastos de transportación que efectúe, incluyéndose el transporte del menaje familiar y los viáticos a que haya lugar.

TERCERA: Salario. EL TRABAJADOR percibirá como contraprestación por los servicios personales subordinados que se señalan en la cláusula PRIMERA salario mensual de \$ _____
(_____/100 M.N.), suma en la que se incluye el pago de los séptimos días, correspondiente al día de descanso obligatorio, que le será cubierto en el domicilio de EL PATRON y si la prestación de servicios se realiza fuera del domicilio de éste, el pago se hará en el lugar donde esté llevando a cabo dicha prestación.

EL TRABAJADOR se obliga a extender en favor de EL PATRON los recibos que amparen el pago de los salarios devengados y/o de cualquier otra prestación que le corresponda conforme a la ley o al presente contrato, conviniéndose en que la firma implicará un finiquito total por estos conceptos hasta la fecha correspondiente.

CUARTA: Jornada de Trabajo. EL TRABAJADOR y EL PATRON acuerdan que la duración de la jornada de trabajo será de _____ horas y se presentará en el siguiente horario de _____: _____ a, _____: _____ horas, de _____ a _____ de cada semana. No obstante lo anterior, en términos del segundo párrafo del Artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo, EL PATRON y EL TRABAJADOR están de acuerdo en que la jornada de trabajo podrá ser repartida, a fin de permitir a EL TRABAJADOR el reposo del _____ o

cualquier modalidad equivalente, siempre y cuando con lo anterior no se excedan las 48 horas laborables a la semana.

En estos términos, EL TRABAJADOR otorga expresamente su consentimiento para que EL PATRON señale y varíe los horarios de trabajo dentro de los cuales deberá laborar EL TRABAJADOR, de acuerdo con las necesidades del servicio.

QUINTA: Tiempo Extraordinario. La jornada extraordinaria de trabajo en la prestación de los servicios objeto de este contrato se cubrirá en los términos de Ley, considerándose como tal el tiempo previa y expresamente autorizado por escrito por EL PATRON.

SEXTA: Descanso Semanal. Por cada seis días de prestación de servicios EL TRABAJADOR disfrutará de un día de descanso con goce de salario, mismo que será el _____. Si es el caso de que EL TRABAJADOR labore los domingos y tenga otro día como descanso semanal, EL PATRON pagará a EL TRABAJADOR la prima dominical correspondiente de conformidad con lo estipulado por la Ley Federal del Trabajo.

SÉPTIMA: Vacaciones. EL TRABAJADOR disfrutará, dentro de los seis meses siguientes al cumplimiento de un año en la prestación de sus servicios para EL PATRON, de las respectivas vacaciones en términos de ley. Se faculta expresamente a EL PATRON para que determine el período de vacaciones que deberá disfrutar EL TRABAJADOR de acuerdo con las necesidades de la empresa.

EL TRABAJADOR recibirá un 25% por concepto de prima vacacional sobre su salario diario en base a los días a que por concepto de vacaciones tenga derecho.

OCTAVA: Capacitación y Adiestramiento. Ambas partes se obligan a cumplir con los planes y programas de capacitación y adiestramiento autorizados por las autoridades competentes para el centro de trabajo.

EL TRABAJADOR deberá integrarse a las comisiones mixtas que él establezca.

NOVENA: Aguinaldo. EL TRABAJADOR percibirá por concepto de aguinaldo el equivalente a 15 días de salario, pagaderos en la forma y términos previstos por la Ley Federal del Trabajo.

DÉCIMA: Incapacidades e Inasistencias. Sólo se considera como causa justificada de inasistencia al trabajo por enfermedad, la incapacidad que otorga un médico del IMSS quedando obligado EL TRABAJADOR a reportarse telefónicamente dentro de los primeros treinta minutos de la hora de entrada en caso de enfermedad y de enviar o traer a EL PATRON la incapacidad respectiva en el transcurso del día.

DÉCIMA PRIMERA: Terminación. El presente contrato sólo podrá ser modificado, suspendido, rescindido o terminado por cualquiera de las partes, en los casos a que se refieren los artículos 42, 44, 47 y 51 de la Ley Federal del Trabajo.

Las partes convienen en que EL PATRON podrá rescindir sin su responsabilidad el presente contrato dentro de los primeros treinta días de prestar sus servicios EL TRABAJADOR, si éste le engañara con certificados o referencias falsas en los que atribuyen a EL TRABAJADOR, capacidades, aptitudes y facultades requeridas para desempeñar el trabajo contratado y de las cuales carezca.

DÉCIMA SEGUNDA: Jurisdicción. Para la ejecución, interpretación y cumplimiento del presente Contrato, así como para todo aquello que no esté previsto en el mismo, las partes se someten a las disposiciones del reglamento Interior de Trabajo, a la Nueva Ley Federal del Trabajo, y a la jurisdicción y competencia de las Juntas Federales de Conciliación y Arbitraje.

DÉCIMA TERCERA: Confidencialidad. Dada la naturaleza de las actividades desempeñadas por EL PATRON, EL TRABAJADOR se obliga a laborar en un régimen de exclusividad, es decir, a no laborar para ninguna otra persona física o moral durante la vigencia del presente contrato, obligándose asimismo a guardar dentro de la más absoluta confidencialidad toda la información que se conserve en _____

_____ o que le sea revelada por el personal de éste o por cualquier otra persona en el desarrollo de las actividades objeto de este Contrato, obligándose a no revelar ni a divulgar los resultados de las operaciones que se desarrollen en la propia Empresa, a menos de que cuente con la autorización previa y por escrito de EL PATRON.

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

LAS PARTES, ENTERADAS DEL CONTENIDO Y ALCANCE LEGAL DE TODAS Y CADA UNA DE LAS CLAUSULAS DEL PRESENTE CONTRATO, LO FIRMAN POR DUPLICADO EN LA CIUDAD DE _____, A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DEL DOSMIL_____.

EL PATRON

EL TRABAJADOR

Sr. _____

Sr. _____

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO DETERMINADO

1. Este Contrato debe de ser aplicado únicamente cuando lo exija la naturaleza del trabajo, como es los contratistas de todos los proveedores de bienes y servicios que se contraten y también cuando se sustituya a un trabajador.
2. Debe conocerse la fecha en que terminará la relación de trabajo.
3. En caso de que la materia de trabajo continúe, el contrato se entenderá prorrogado automáticamente.
4. Debe ser firmado al margen de todas las hojas y al calce de la última hoja, tanto por el PATRON como por el trabajador.
5. Se aconseja seguir el instructivo para llenarlo correctamente.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO DETERMINADO

Contrato Individual de Trabajo por tiempo determinado que celebran por una parte _____, a quien en lo sucesivo se denominara EL PATRON, representada en este acto por _____ y por la otra _____, a quien en lo sucesivo se denominará EL TRABAJADOR y que se rige por las siguientes declaraciones y cláusulas.

DECLARACIONES

PRIMERA: EL PATRON, por su parte, declara ser una ASOCIACIÓN CIVIL constituida de conformidad con las leyes mexicanas, tal como consta en la escritura pública número _____ pasada ante la fe del Notario Público Número _____ de la Ciudad _____ de _____, Licenciado _____ y estar inscrita ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio con el folio mercantil número _____.

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

EL PATRON señala como domicilio el ubicado en _____

_____ y manifiesta estar
dedicado _____ fundamentalmente
a _____

SEGUNDA: EL TRABAJADOR declara, bajo protesta de decir verdad que tiene la capacidad y conocimientos necesarios para desempeñar el trabajo estipulado en las cláusulas PRIMERA y SEGUNDA, y para tal efecto declara ser de nacionalidad _____, edad _____ sexo _____, estado civil _____ y tener su domicilio en _____

TERCERA: EL PATRON declara que en virtud de _____ requiere de los servicios de EL TRABAJADOR, durante el tiempo comprendido entre el ____ de _____ de 20__ y el _____ de _____ de 20__ inclusive, para que se desempeñe con el puesto de _____

EXPUESTO LO ANTERIOR, LAS PARTES CONVIENEN EN SUJETARSE AL PRESENTE CONTRATO AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

CLAUSULAS

PRIMERA: Este contrato individual de trabajo se celebra por TIEMPO DETERMINADO, siendo éste el comprendido entre el ____ de _____ del 20__ y el ____ de _____ de 20__, ya que por los motivos que se expresan en la declaración TERCERA, es el tiempo durante el cual EL PATRON requiere de la prestación de un trabajo personal subordinado mismo que, según la declaración PRIMERA, EL TRABAJADOR se encuentra en aptitud de realizar.

SEGUNDA: EL TRABAJADOR está de acuerdo y se obliga a prestar a EL PATRON sus servicios personales como _____ durante el período comprendido entre el ____ de _____ de 20__ y el ____ de _____ de 20__.

TERCERA: EL TRABAJADOR se obliga a prestar los servicios a que se refiere el presente Contrato en el domicilio de EL PATRON, mismo que se establece en la declaración SEGUNDA del presente Contrato o en los lugares en que, por la naturaleza del trabajo objeto del presente Contrato, se requieran sus servicios.

CUARTA: EL TRABAJADOR prestará a EL PATRON sus servicios dentro de un horario de labores comprendido entre las _____ y las _____ horas de _____ a _____ de cada semana, dando un total de ____ horas a la semana.

QUINTA: Por cada seis días de prestación de servicios EL TRABAJADOR, disfrutará de un día de descanso con goce de salario, mismo que será el _____.

SEXTA: La jornada extraordinaria de trabajo en la prestación de los servicios objeto de este Contrato, se cubrirá en los términos de Ley, considerándose como tal el tiempo, previa y expresamente autorizado por escrito por EL PATRON.

SÉPTIMA: EL TRABAJADOR percibirá como contraprestación por los servicios personales subordinados que se señalan en la cláusula PRIMERA, un salario mensual de \$ _____
(_____ pesos __ /100 M.N.) que serán cubiertos en el domicilio de EL PATRON y si la prestación de servicios se realiza fuera de su centro de trabajo, el pago se hará en el lugar en donde se esté llevando a cabo dicha prestación.

OCTAVA: EL PATRON queda facultado para descontar de el salario de EL TRABAJADOR el importe del Impuesto Sobre Productos del Trabajo, cuotas del Seguro Social, y en general todas aquellas que establece la Ley Federal del Trabajo y demás leyes aplicables.

NOVENA: EL TRABAJADOR disfrutará de las vacaciones en proporción al número de días trabajados en el año, de acuerdo a lo dispuesto por los Artículos 76 y 79 de la Ley Federal del Trabajo.

DÉCIMA: Se faculta expresamente a EL PATRON para que determine el período de vacaciones que deberá disfrutar EL TRABAJADOR de acuerdo con las necesidades de la empresa.

EL TRABAJADOR, por concepto de prima vacacional, recibirá un 25 % sobre los salarios que le corresponden durante el período de vacaciones.

DÉCIMA PRIMERA: EL TRABAJADOR percibirá por concepto de Aguinaldo el equivalente a 15 días de salario, pagaderos en la forma y términos previstos por la Ley Federal del Trabajo. Si el TRABAJADOR no hubiera cumplido el año de servicios, tendrá derecho a que se le pague la parte proporcional del mismo, conforme al tiempo que hubiera trabajado.

DÉCIMA SEGUNDA: EL TRABAJADOR se compromete a sujetarse a los cursos de capacitación y adiestramiento a que se refiere la fracción XV del Artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo.

DÉCIMA TERCERA: Dada la temporalidad del trabajo que por las circunstancias que se expresan en la declaración TERCERA, originan la contratación de EL TRABAJADOR, el presente Contrato terminará, sin responsabilidad para las partes, el día ____ de _____ de 199__, motivo por el cual la relación laboral nacida como consecuencia del mismo, no genera obligación alguna a cargo de las partes con posterioridad a dicha fecha.

DÉCIMA CUARTA: El presente Contrato podrá suspenderse o rescindirse por cualquiera de las partes, aún cuando no se haya vencido el término para el que fueron contratados los servicios de EL TRABAJADOR en los casos a que se refieren los Artículos 42, 44, 47 y 51 de la Ley Federal del Trabajo.

Leído que fue por ambas partes este contrato ante los testigos que también lo firman, e impuestos todos de su contenido y sabedores de las obligaciones que contraen, lo suscriben por duplicado en la Ciudad de _____ a los _____ días del mes de _____ del 20__.

EL PATRON
Sr. _____

EL TRABAJADOR
Sr. _____

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR OBRA DETERMINADA

1. Este Contrato debe de ser aplicado únicamente cuando exista una obra que justifique la relación temporal del trabajo; no se sabe con exactitud la fecha de su terminación. No obstante ello, se sugiere poner una fecha tentativa de la terminación de la obra.
2. Es aconsejable seguir los pasos indicados en el instructivo por lo que se refiere al Contrato por Tiempo Determinado.
3. Es necesario transcribirlo debidamente requisitado y firmarlo al margen de todas las hojas y al calce de la última, tanto por el patrón como por el trabajador.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR OBRA DETERMINADA

Contrato de Trabajo por Obra Determinada que celebran por una parte _____ a quien en lo sucesivo se le denominará EL PATRON representado en este acto por _____ y por la otra _____ a quien en lo sucesivo se denominará EL TRABAJADOR, al tenor de las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES

PRIMERA: EL PATRON, por su parte, declara ser una Sociedad Mercantil constituida de conformidad con las leyes mexicanas, lo que acredita con el instrumento notarial número _____, pasado ante la fe del Notario Público Número _____ de la Ciudad de _____, Licenciado _____ tener su domicilio en _____ y estar dedicado fundamentalmente a _____.

SEGUNDA: EL TRABAJADOR declara bajo protesta de decir verdad, que tiene la capacidad y conocimientos necesarios para desempeñar el trabajo estipulado en las cláusulas PRIMERA y SEGUNDA, y para tales efectos declara

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

ser de nacionalidad _____, de _____ años de edad, y tener su domicilio en _____

TERCERA: EL PATRON declara que en virtud de la obra que está llevando a cabo en el domicilio ubicado en _____

_____ consiste en _____

_____ requiere temporalmente (señalar un fecha tentativa) los servicios de EL TRABAJADOR para que, de acuerdo a la naturaleza de la obra, se desempeñe con el puesto de _____ durante el tiempo que dure la obra.

EXPUESTO LO ANTERIOR, LAS PARTES CONVIENEN EN SUJETARSE A LAS SIGUIENTES:

CLAUSULAS

PRIMERA: Este contrato de trabajo se celebra por OBRA DETERMINADA, ya que por la naturaleza de la obra que se está llevando a cabo y que se describe en la declaración TERCERA, EL PATRON requiere temporalmente de la prestación del trabajo personal subordinado, que según la declaración PRIMERA EL TRABAJADOR se encuentra en aptitud de realizar.

SEGUNDA: EL TRABAJADOR está de acuerdo y se obliga a prestar a EL PATRON temporalmente sus servicios hasta la conclusión de la obra o la parte de la obra correspondiente, motivo del presente Contrato, en el domicilio indicado en la declaración TERCERA del presente Contrato.

TERCERA: EL TRABAJADOR percibirá como contraprestación por los servicios personales subordinados que se señalan en la cláusula PRIMERA, un salario _____ mensual de \$ _____ (_____/100 M.N.) incluido el séptimo día, que le será cubierto en el domicilio de la obra.

CUARTA: EL TRABAJADOR prestará a EL PATRON sus servicios en un horario entre las ____:____ a ____:____ horas y de ____:____ a ____:____ horas, de _____ a _____ de cada semana.

QUINTA: Se prohíbe expresamente a EL TRABAJADOR que labore tiempo extraordinario, domingos, días festivos y descansos obligatorios, salvo permiso previo y por escrito de EL PATRON.

SEXTA: Por cada seis días de prestación de servicios EL TRABAJADOR disfrutará de un día de descanso con goce de salario, mismo que será el _____.

SÉPTIMA: EL TRABAJADOR disfrutará de las vacaciones en proporción al número de días trabajados en el año, de conformidad a lo establecido por los Artículos 77, 78 y 79 y demás relativos y aplicables de la Ley Federal del Trabajo.

EL TRABAJADOR recibirá un 25% por concepto de prima vacacional sobre su salario diario con base en los días a que por concepto de vacaciones tenga derecho.

OCTAVA: EL PATRON proporcionará a EL TRABAJADOR capacitación y adiestramiento en los términos de Ley.

NOVENA: EL TRABAJADOR percibirá por concepto de aguinaldo el equivalente a 15 días de salario, pagaderos en la forma y términos previstos por la Ley Federal del Trabajo.

DÉCIMA: Dada la naturaleza transitoria de la obra que origina la contratación de EL TRABAJADOR, el presente Contrato terminará sin responsabilidad para las partes, al concluirse la obra o la parte de la obra estipulada y que se estima será el día ____ de _____ del 20____, motivo por el cual, la relación de trabajo en términos del Artículo 53 Fracción III de la Ley Federal del Trabajo, no generará con posterioridad a la conclusión de la obra, obligación alguna a cargo de las partes.

DÉCIMA PRIMERA: Para la ejecución, interpretación y cumplimiento del presente contrato, así como para todo aquello que no esté previsto en el mismo, las partes se someten a las disposiciones del Reglamento Interior de Trabajo, la Ley Federal del Trabajo, y a la jurisdicción y competencia de las Juntas Federales

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

de Conciliación y Arbitraje de la Ciudad de

LAS PARTES, ENTERADAS DEL CONTENIDO Y ALCANCE LEGAL DE TODAS Y CADA UNA DE LAS CLAUSULAS DEL PRESENTE CONTRATO, LO FIRMAN POR DUPLICADO EN LA CIUDAD DE _____, A LOS _____ DIAS DEL MES DE _____ DEL DOS MIL _____.

EL PATRON

Sr. _____

EL TRABAJADOR

Sr. _____

TERMINACION DE LA RELACION DE TRABAJO

La relación de trabajo puede finalizar de tres maneras:

a) La rescisión del trabajador al patrón por causa justificada sin incurrir en responsabilidad :

Se da cuando el PATRON comete alguna de las faltas que se mencionan en el Artículo 51 de la Nueva Ley Federal del Trabajo. Para acreditar la rescisión del trabajador al patrón, se tiene que promover en juicio laboral.

b) La rescisión del patrón al trabajador por causa justificada sin incurrir en responsabilidad :

Se da cuando el trabajador comete un acto contemplado dentro de las causales del Artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo. De estas causales, las más conocidas son: Que el trabajador acuda a las labores en estado de ebriedad; abandono del trabajo, falta de probidad y honradez en el trabajo y sumar cuatro faltas injustificadas en un período de treinta días a las labores.

Cuando el trabajador comete alguna de las causales contempladas en el Artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo, el patrón tiene la facultad de rescindir la relación de trabajo sin responsabilidad dentro de un período de treinta días. Lo anterior quiere decir que el patrón puede finalizar la relación de trabajo por causas justificadas.

Para que dicha rescisión sea conforme a derecho, se necesita que el patrón entregue al trabajador personalmente un aviso que describa las causas por las que se rescinde la relación de trabajo. Es importante que en dicho aviso se especifique claramente la conducta que actualiza el supuesto de rescisión de que se trate.

Si el trabajador se niega a recibirlo, el patrón deberá, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha de rescisión, presentar el aviso ante la Junta de Conciliación y Arbitraje correspondiente, para que ésta notifique al trabajador el aviso de rescisión y surta efecto dicho aviso.

Este aviso es de máxima importancia, ya que si el patrón rescinde la relación de trabajo pero omite entregarle el aviso mencionado al trabajador, la Ley Federal del Trabajo considera que será un despido injustificado, teniendo el patrón la

obligación de pagar la indemnización a que hace referencia el Artículo 50 de la Nueva Ley Federal del Trabajo.

Es una práctica laboral indispensable contar con asesoría profesional si se desea rescindir una relación de trabajo, ya que la elaboración y presentación del aviso de rescisión conlleva un procedimiento técnico legal de no fácil manejo. Los errores cometidos por los patrones en los avisos de rescisión ponen en riesgo el patrimonio de las empresas.

c) La terminación de la relación de trabajo de acuerdo a lo que señala el Artículo 53 de la ley Federal del Trabajo :

- El mutuo consentimiento de las partes; en este rubro se comprende la llamada renuncia.
- La muerte del trabajador.
- La terminación de la obra o vencimiento del término o inversión del capital.
- La incapacidad física o mental o inhabilidad manifiesta del trabajador, que haga imposible la prestación del trabajo, etc.

Las causas de terminación, son causas de finalización normales o naturales de la relación de trabajo, por lo que no se imputa la responsabilidad a ninguna de las partes.

En los casos de renuncia voluntaria, es aconsejable que el patrón le pida al trabajador que firme el escrito de renuncia así como también, el finiquito respectivo.

En los casos de renuncia, el patrón sólo tiene obligación de pagar al trabajador la parte proporcional de aguinaldo por el año en curso, la parte proporcional de vacaciones y la parte proporcional de prima vacacional y, si el trabajador tiene más de quince años de laborar para la empresa, deberá pagarle la prima de antigüedad.

Prima de antigüedad, es el pago a los trabajadores de planta de 12 días por año, es decir, un día por cada mes, en los siguientes casos :

- a) A los trabajadores que se separen voluntariamente de su empleo, siempre y cuando tengan 15 años de servicio en ese empleo.
- b) A los trabajadores que sean despedidos de su empleo justificada o injustificadamente, sin importar su antigüedad.
- c) Por muerte del trabajador.

El monto mínimo de la prima de antigüedad es el salario mínimo vigente según el área geográfica en que se encuentre el establecimiento de la Estación de Servicio Franquiciada.

Entre uno y dos salarios mínimos se paga la prima por el equivalente al salario mensual: Cuando el salario mensual excede los dos salarios mínimos se sigue pagando un prima por dos salarios mínimos, es decir el monto máximo de prima de antigüedad es el doble del salario mínimo.

FORMATO DE RENUNCIA

Para el correcto llenado de la renuncia debe de tomarse en cuenta lo siguiente :

1. Esta siempre deberá ser elaborada en una hoja en blanco o bien con papel membreteado de quien renuncia. Nunca se debe utilizar papelería con el membrete de la Asociación u otra razón social.
2. Omitir las indicaciones marcadas con letra oscura y entre paréntesis.
3. Solicitar al trabajador que estampe su firma no sólo en la línea indicada, sino también sobre las letras, atravesando el texto.

Se recomienda que el trabajador que renuncia transcriba de puño y letra el texto de la misma o cuando menos haga una ratificación con su puño y letra en la misma hoja de la renuncia

4. Elaborar la renuncia y ratificación en una sola página.

En _____ , a ____ de _____ del 20___. (lugar de la renuncia) (fecha de la renuncia) _____ , (Nombre del patrón respectivo)

Presente.

At'n.: Sr. _____
(Representante Legal)

Por la presente comunico que con esta fecha, y por así convenir a mis intereses, renuncio en forma irrevocable a las labores que venía desempeñando para esa empresa en mi carácter de _____ (puesto), desde el pasado _____ de _____ de 20___. (Fecha de ingreso al trabajo).

En efecto, con esta fecha y en forma voluntaria, doy por terminada la relación laboral que me unió con la empresa en términos de la Fracción I del Artículo 53 de la Ley Federal del Trabajo, extendiéndoles el finiquito más amplio que en derecho proceda, pues no se me adeuda cantidad alguna por ningún concepto, por lo que no me reservo acción, ni derecho alguno que ejercitar con posterioridad por vía alguna. Asimismo, manifiesto que durante el tiempo que presté mis servicios para la empresa no sufrí accidente, ni riesgo de trabajo alguno, por lo que la libero de toda responsabilidad por tal concepto.

Agradezco las atenciones que tuvieron para conmigo durante el tiempo en que presté mis servicios para la empresa.

A T E N T A M E N T E

(Firma del trabajador)

RATIFICACION DE RENUNCIA

Para el uso adecuado de este instrumento se sugiere seguir las siguientes instrucciones:

1. La ratificación de la renuncia deberá invariablemente que hacerse con el puño y letra del trabajador renunciante.
2. Es conveniente que la ratificación se haga en la misma hoja y preferentemente en la misma página donde se presenta la renuncia.
3. Es muy importante que la ratificación se transcriba en tinta y nunca se haga con lápiz.

Texto de la ratificación:

Por medio de este acto, ratifico, por así convenir a mis intereses, mi renuncia formal con carácter voluntario al puesto de _____ que venía desempeñando y a los puestos que anteriormente tuve al servicio de _____

Firma del renunciante

Nombre del renunciante

Lugar y fecha

Es importante destacar que para que esta ratificación tenga validez, deberá estar escrita de forma manuscrita por el trabajador que está renunciando.

FORMATO DE FINIQUITO

1. Transcribir en papel membretado de la empresa de preferencia y omitir las indicaciones marcadas con letra oscura y entre paréntesis.
2. Solicitar al trabajador estampe su firma no sólo en la línea punteada sino también sobre las letras, atravesando el texto.
3. Si el finiquito se hace por renuncia debe coincidir el lugar y la fecha con la del escrito de renuncia respectivo.
4. Las prestaciones por renuncia son las que se indican a continuación. El inciso e) corresponde a una gratificación extraordinaria que el patrón, a su libre deseo quisiera dar, pero no es necesaria según la ley laboral.

FINIQUITO

BUENO POR \$ _____.

RECIBI de conformidad de _____ la cantidad de \$ _____ (_____ /100 M.N.) y que ampara los siguientes conceptos :

- a) Vacaciones proporcionales al año del 20 _____ \$ _____
 - b) Prima vacacional proporcional al año de 20 _____ \$ _____
 - c) Aguinaldo proporcional al año de 20 _____ \$ _____
 - d) Días pendientes (___ días). \$ _____
 - e) Gratificación extraordinaria. \$ _____
 - f) _____ \$ _____
- Menos :
- a) Impuesto sobre salarios \$ _____
 - b) Otros adeudos \$ _____
- TOTAL \$ _____

Por los conceptos que arriba se describen y como consecuencia de haber renunciado voluntariamente a mi trabajo el día de hoy, y por lo que al haberseme cubierto todas las remuneraciones ordinarias y extraordinarias, así como las prestaciones que concede la Ley, derivadas de la relación laboral que con esta fecha doy por terminada voluntariamente, otorgo a _____ el finiquito más amplio de obligaciones que en derecho procede y en tal virtud no me reservo acción o derecho alguno que reclamar posteriormente en contra de _____, ni de quien sus derechos represente.

Asimismo, manifiesto que durante el tiempo que presté mis servicios para la empresa, no sufrí accidente ni riesgo de trabajo alguno, por lo que la libero de toda responsabilidad por tal concepto. En la Ciudad de _____, a _____ de _____ del 20__ (lugar y fecha)

RECIBI DE CONFORMIDAD

(firma del trabajador)
Sr. _____
(nombre del trabajador).

México D.F. a _____ de _____ del _____.

SISTEMA INTEGRAL DE GENERACIÓN DE RECURSOS
UNIVERSITARIOS, A.C.

DIRECCIÓN:

R.F.C.

CONTRATO COMERCIAL DE COMPRA - VENTA
SUSCRIPCIÓN EN LIBRO DE DESCUENTOS Y CUPONES TUNAM

Que celebra por una parte SISTEMA INTEGRAL DE GENERACIÓN DE RECURSOS UNIVERSITARIOS, A.C., manifiesta ser una Asociación Civil, constituida según escritura pública No. _____ pasada ante la fe del notario público No. _____, Lic. _____, según testimonio No. _____ a la que en lo sucesivo se designará como PROVEEDOR, con registro federal de contribuyentes: _____ y que en lo sucesivo se designará como CLIENTE, cuyos datos son los siguientes:

Nombre: _____

Domicilio _____

Tel _____ Población _____

Manifestado en _____ No. _____

Con notario No. _____ Lic. _____

Según testimonio _____ con R.F.C. _____

con representante legal _____

puesto _____

Ambos manifiestan el contrato de compra venta en las siguientes:

DECLARACIONES

PRIMERA

El cliente manifiesta decir verdad de los datos anteriormente indicados y que se nombre como cliente en la celebración de este contrato.

SEGUNDA

El cliente manifiesta su decisión de celebrar el presente contrato de compra venta con el proveedor, el cual ha sido explicada y leído a satisfacción del cliente el cual contiene las bases de el funcionamiento y operación, al igual que

haber comprendido todo y cada uno de las cláusulas del presente contrato, cofirmandolo expresamente con su firma del representante legal o persona indicada en el contrato.

TERCERA

El cliente manifiesta su interés en participar en el presente contrato de compra venta y recibir la serie de beneficios que este conlleva, al igual que los derechos y obligaciones que este conlleva.

CUARTO

El proveedor manifiesta tener a su vez las responsabilidades de que los servicios y productos que brinde el cliente serán a favor de los suscriptores, alumnos, egresados, catedráticos, trabajadores y demás poseedores de la tarjeta de descuento, libro de cupones y credencial de egresado UNAM, que es proporcionado por el proveedor, que en lo sucesivo se les denominará tarjetahabiente.

DEFINICIONES

I Tarjeta de descuento, es el instrumento de operación del presente contrato, el cual el cliente recibirá uno de los beneficios

II Libro de cupones, es otro de los instrumentos de operación y medio de difusión de publicidad del cliente de sus productos o servicios.

III Credencial, es el lado anverso de la tarjeta de descuento en el cual se identifica el estatus de la persona, ya sea exalumno, catedrático, alumno, trabajador.

IV Cuota de inscripción, es la cantidad que el cliente paga al proveedor por ser aceptado en el contrato como membresía y derecho a participar en el contrato de compra venta.

V Publicidad, es el bien que el cliente recibe a cambio de la cuota de suscripción en los medios que se especifiquen en las cláusulas.

VI Libro de descuento, es el instrumento publicitario del proveedor, en el se encuentran la publicidad de el cliente con derecho a promover su marca y logotipo del cliente

CLAUSULAS

- 1 El proveedor cobrará una cuota de inscripción al cliente y este se compromete a pagar en tiempo y forma como se establezca en el presente contrato.
- 2 A cambio de la suscripción, el proveedor se compromete a proporcionar una hoja de publicidad en la sección de _____ de el libro de descuentos de la empresa.
- 3 El proveedor se compromete a editar, imprimir y difundir el libro de descuentos y cupones a cada uno de sus tarjetahabientes, con el logotipo, nombre, promoción o información que el cliente desee y que celebre en el presente contrato.
- 4 El proveedor se compromete a proporcionar una muestra de la hoja de publicidad, propiedad del cliente, con la información del mismo, previo a su publicación, hasta que este quede de su entera satisfacción.
- 5 El proveedor es responsable de la información y publicación del libro de descuentos, al igual que la negociación de cada uno de los espacios del libro, debido a la selección y clasificación de la información que el libro requiere.
- 6 El proveedor se compromete a difundir y promocionar el libro de descuentos para su venta con los tarjetahabientes para que estos hagan uso de la publicidad del cliente, sin comprometerse a su aceptación y consumo que el mismo cliente promueva en el libro.
- 7 El proveedor se compromete a publicar _____ con letra _____ libros de descuentos mínimo con la información del cliente, durante el periodo de _____ de _____ del _____ al _____ de _____ del _____ el cual es el periodo de membresía o cuota de suscripción.
- 8 El presente contrato tiene vigencia a partir de su firma siendo el _____ de _____ del _____ por un periodo de _____ el cual termina el _____ de _____ del _____
- 9 El presente contrato puede ser renovado el en el periodo de _____ de _____ del _____ a _____ días de su vencimiento, en caso de que el

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

cliente así lo desee, sin condición alguna, mas que el deseo de hacerlo, siempre y cuando el cliente pague la cuota de renovación de membresia que será informada con _____ de anticipación a la fecha de cancelación del presente contrato.

10 El precio de la membresia es de \$ _____ letra
_____ 00/100.
M.N. de carácter anual, siendo la forma de pago en
_____ con referencia _____

11 El cliente se compromete a pagar la cantidad establecida en el punto diez del presente contrato por concepto de membresia y publicación de logotipo, marca e información que lo requiera en el libro de descuentos del proveedor.

12 El cliente se compromete a proporcionar la información, el permiso para usar e imprimir su marca y logotipo para ser utilizado en la edición, publicación y distribución del libro de descuentos, propiedad del proveedor.

13 El cliente se compromete a proporcionar un descuento en la sección en el producto o servicios que promueva, siendo:

con un % _____ de descuento o en promoción de:

con las restricciones de _____

aplicado en: _____

con observaciones de: _____

14 La terminación de este contrato esta indicado en la cláusula ocho, para efectos de cancelación, en ambas partes, es de cinco días hábiles , contados a partir de la fecha de su firma, siendo este el plazo para dar por terminado con el presente contrato sin responsabilidad hacia ambas partes.

15 Fuera del plazo que indica la cláusula anterior, en caso que el cliente quisiera cancelar el presente contrato, el proveedor podrá cobrar a el cliente por concepto de indemnización hacia la empresa, de un 30 % del valor del presente contrato, en caso que la empresa ya haya empezado a realizar el trabajo contratado.

16 Para todo lo relativo con la interpretación del cumplimiento del presente contrato, las partes convienen en someterse a la competencia y jurisdicción de los tribunales de la ciudad de México, Distrito Federal, reuniendo a cualquier fuero que pudiera corresponderles por razón del domicilio presente o futuro del proveedor

Se da por leído, comprendido y aceptado la firma del presente contrato

Proveedor

Cliente

México D.F. a _____ de _____ del _____.

SISTEMA INTEGRAL DE GENERACIÓN DE RECURSOS
UNIVERSITARIOS, A.C.

DIRECCIÓN:

R.F.C.

CONTRATO COMERCIAL DE COMPRA-VENTA CONTRATO DE VENTA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

Que celebra por una parte SISTEMA INTEGRAL DE GENERACIÓN DE RECURSOS UNIVERSITARIOS, A.C., manifiesta ser una Asociación Civil, constituida según escritura pública No. _____ pasada ante la fe del notario público No. _____, Lic.

_____, según testimonio No. _____ a la que en lo sucesivo se designará como PROVEEDOR, con registro federal de contribuyentes: _____ y que en lo sucesivo se designará como CLIENTE, cuyos datos son los siguientes:

Nombre: _____

Domicilio _____

Tel _____ Población _____

Manifestado en _____ No. _____

Con notario No. _____ Lic. _____

Según testimonio _____ y con R.F.C. _____

_____ con representante legal _____

puesto _____

▲
139
▼

Ambos manifiestan el contrato de compra venta en las siguientes:

DECLARACIONES

PRIMERA

El cliente manifiesta decir verdad de los datos anteriormente indicados y que se nombre como cliente en la celebración de este contrato.

SEGUNDA

El cliente manifiesta su decisión de celebrar el presente contrato de compra venta con el proveedor, el cual ha sido explicada y leído a satisfacción del cliente el cual contiene las bases de el funcionamiento y operación, al igual que

haber comprendido todo y cada uno de las cláusulas del presente contrato, confirmandolo expresamente con su firma del representante legal o persona indicada en el contrato.

TERCERA

El cliente manifiesta su interés en participar en el presente contrato de compra venta y recibir la serie de beneficios que este conlleva, al igual que los derechos y obligaciones

CUARTO

El proveedor manifiesta tener a su vez las responsabilidades de que los servicios y productos que brinde el cliente serán a favor de los suscriptores, alumnos, egresados, catedráticos, trabajadores y demás poseedores de la tarjeta de descuento, libro de cupones y credencial de egresado UNAM, que es proporcionado por el proveedor, que en lo sucesivo se les denominará tarjetahabiente.

DEFINICIONES

- I Tarjeta de descuento, es el instrumento de operación del presente contrato, el cual el cliente recibirá uno de los beneficios
- II Libro de cupones, es otro de los instrumentos de operación y medio de difusión de publicidad de el cliente de sus productos o servicios.
- III Credencial, es el lado anverso de la tarjeta de descuento en el cual se identifica el estatus de la persona, ya sea exalumno, catedrático, alumno, trabajador.
- IV Cuota de inscripción, es la cantidad que el cliente paga al proveedor por ser aceptado en el contrato como membresía y derecho a participar en el contrato de compra venta.
- V Publicidad, es el bien que el cliente recibe a cambio de la cuota de suscripción en los medios que se especifiquen en las cláusulas.
- VI Libro de descuento, es el instrumento publicitario del proveedor, en el se encuentran la publicidad de el cliente con derecho a promover su marca y logotipo del cliente
- VII Secciones de publicidad, es cada parte que integra el libro de publicidad, la conformación de este en cada una de sus partes.

CLAUSULAS

1 El proveedor cobrará una cuota Por el derecho de publicación en el libro de publicidad al cliente y este se compromete a pagar en tiempo y forma como se establezca en el presente contrato.

2 A cambio de la cuota, el proveedor se compromete a proporcionar _____ de publicidad en la sección de _____ de el libro de descuentos de la empresa.

3 El proveedor se compromete a editar, imprimir y difundir el libro de cupones a cada uno de sus tarjetahabientes, con el logotipo, nombre, promoción o información que el cliente desee y que celebre en el presente contrato.

4 El proveedor se compromete a proporcionar una muestra de la impresión de la publicidad, propiedad del cliente, con la información del mismo, previo a su publicación, hasta que este quede de su entera satisfacción.

5 El proveedor es responsable de la información y publicación del libro de descuentos, al igual que la negociación de cada uno de los espacios del libro, debido a la selección y clasificación de la información que el libro requiere.

6 El proveedor se compromete a difundir y promocionar el libro de descuentos para su venta con los tarjetahabientes para que estos hagan uso de la publicidad del cliente, sin comprometerse a su aceptación y consumo que el mismo cliente promueva en el libro.

7 El proveedor se compromete a publicar _____ con letra _____ libros de descuentos mínimo con la información del cliente, durante el periodo de _____ de _____ del _____ al _____ de _____ del _____ el cual es el periodo de membresía o cuota de suscripción.

8 El presente contrato tiene vigencia a partir de su firma siendo el _____ de _____ del _____ por un periodo de _____ el cual termina el _____ de _____ del _____

Desarrollo y formulación del proyecto de inversión

9 El presente contrato puede ser renovado el en el periodo de _____ de _____ del _____ a _____ días de su vencimiento, en caso de que el cliente así lo desee, sin condición alguna, mas que el deseo de hacerlo, siempre y cuando el cliente pague la cuota de renovación de membresía que será informada con _____ de anticipación a la fecha de cancelación del presente contrato.

10 El precio de la cuota de publicidad es de \$ _____ letra _____ 00/100.
M.N. de carácter anual, siendo la forma de pago en _____
con referencia _____

17 El cliente se compromete a pagar la cantidad establecida en el punto diez del presente contrato por concepto de membresía y publicación de logotipo, marca e información que lo requiera en el libro de descuentos del proveedor.

18 El cliente se compromete a pagar de forma puntual el monto y tiempo como se indica en la cláusula diez.

19 El cliente se compromete a proporcionar la información, el permiso para usar e imprimir su marca y logotipo para ser utilizado en la edición, publicación y distribución del libro de descuentos, propiedad del proveedor.

20 La terminación de este contrato esta indicado en la cláusula ocho, para efectos de cancelación, en ambas partes, es de cinco días hábiles , contados a partir de la fecha de su firma, siendo este el plazo para dar por terminado con el presente contrato sin responsabilidad hacia ambas partes.

21 Fuera del plazo que indica la cláusula anterior, en caso que el cliente quisiera cancelar el presente contrato, el proveedor podrá cobrar a el cliente por concepto de indemnización hacia la empresa, de un 30 % del valor del presente contrato

22 Para todo lo relativo con la interpretación del cumplimiento del presente contrato, las partes convienen en someterse a la competencia y jurisdicción de los tribunales de la ciudad de México, Distrito Federal, reuniendo a cualquier fuero que pudiera corresponderles por razón del domicilio presente o futuro del proveedor

Se da por leído, comprendido y aceptado la firma del presente contrato

Proveedor

Cliente

ESTUDIO FINANCIERO

I OBJETIVOS GENERAL DEL ASPECTO FINANCIERO

Determinar y analizar los costos de inversión, los ingresos, los costos de operación, los financieros, y los gastos. Con base en los flujos de efectivo, incluyendo el análisis de los Estados Financieros proforma, obtener la rentabilidad del proyecto y precisar las alternativas de financiamiento.

II OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Determinar y analizar el monto de la inversión fija, por efectuar, para implementar el proyecto propuesto. De manera que exista una cuantificación de las erogaciones dirigidas a adquirir bienes y derechos, para poder operar la idea de inversión propuesta.

III META DEL PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Contar con un elemento de juicio que indique cantidades de inversión requeridos ante la necesidad de conocer las limitantes y posibilidades de efectuar la inversión, así como alternativas de inversión propuestas para tomar decisiones alternas.

IV META DEL PRESUPUESTO DE GASTOS

Mostrar una bien definida lista de los pagos necesarios a realizarse por razón de la implementación del proyecto, así como los pagos que se cubrirán de forma consecutudinaria para el constante mantenimiento de las operaciones. Otorgando la posibilidad de contar con opciones de reemplazo.

V META DEL PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

Identificar el monto, dependiendo del alcance deseado, que causa la implementación de una bien diseñada y apropiada estrategia de impacto publicitario directo a nuestro mercado potencial (a quienes adoptarán nuestra idea).

VI FIN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

Lograr la vinculación de los egresados universitarios con la Institución Universitaria y su apoyo directo a los altos fines sociales y culturales, a través de la contribución económica para el financiamiento de los servicios de la UNAM preste a dicho egresados, con el deseo de satisfacer sus necesidades académicas, culturales y sociales

VII PROPÓSITO DEL PROYECTO

Enlazar a la Universidad Nacional Autónoma de México con sus egresados, a través de la prestación de un servicio a la comunidad ex-universitaria, para contribuir a la participación de dichos personajes en la vida activa de la UNAM.

VII DETERMINACIÓN DEL TIPO DE PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El presupuesto de inversión está elaborado siguiendo el esquema de presupuesto tradicional, con la variante de que la información es a través de una investigación de campo de cada uno de los elementos básicos para la generación de la información del proyecto, lo anterior nos brinda una mayor confianza, ya que por cada uno de los rubros de inversión, lleva todo un estudio de precio, calidad, cantidad, servicios y demás que puedan tener los bienes.

Los resultados financieros de la empresa están proyectados a un año de operación y cinco meses de actividades preoperativas para la constitución y trámite de los requisitos necesarios. Cada uno de los movimientos de la empresa se encuentran

perfectamente detallados en sus cifras tanto de entradas como de salidas de dinero para los flujos de efectivo.

Para el manejo de los flujos de efectivo es necesario determinar cuál será la dinámica en los movimientos de dinero, cuáles son los principios básicos en los que operará, bajo este planteamiento se desarrollan a continuación los ciclos operativos.

IX CICLOS OPERATIVOS

Primeramente, nuestras operaciones en "SIGRU" comenzarán con una aportación inicial por parte de los socios, mediante el acuerdo general al momento del inicio de las operaciones de la sociedad. La sociedad, con las aportaciones de los socios contratará una cuenta de cheques, en la cual se depositará el patrimonio de la sociedad para luego servir de fuente de recursos para la adquisición de los activos necesarios para el funcionamiento de la entidad, así como los gastos constantes a que está obligada la entidad por consecuencia normal de sus operaciones a realizar, en la búsqueda de los fines sociales a perseguir.

Mediante las aportaciones iniciales, cuotas ordinarias y extraordinarias, es como la asociación se autofinanciará.

En el caso de fuentes externas, "SIGRU", contará con los donativos constantes y establecidos por la misma, consecuencia de la otorgación de las tarjetas credenciales que la entidad expida, los libros y el intercambio de publicidad.

La adquisición de equipo de activo fijo consistirá en todos aquellos bienes necesarios para la eficiente funcionalidad de sus operaciones, las cuales tendrán la necesidad de contar con todos sus requerimientos cubiertos, desde equipo de oficina, hasta papelería que durante el año ocupará por otro lado, también se requerirá poder cubrir constantemente con una serie de pagos constantes para hacer frente a sus compromisos de pago por compra de consumibles y el conjunto de los gastos generales, específicos, así como otros gastos (gastos esporádicos, extraordinarios).

El financiamiento para la inversión de publicidad se logrará mediante el acuerdo con empresas que acepten una campaña de publicidad combinada (compartida) de manera que a "SIGRU" no le cause erogaciones de efectivo que sean importantes o mayores a las presupuestadas.

El control de los ingresos se realizará por medio de la utilización de una cuenta de cheques en la que depositará el total de las aportaciones iniciales hechas por los asociados, la cuenta estará a disposición por medio de un contrato de cuentas

mancomunadas de las personas que se hayan elegido para ser los directores (administradores, representantes legales) de la sociedad.

Durante las operaciones en "TU S.C.", se utilizará otra cuenta de cheques para el depósito diario de los productos por ventas consecuentes de la expedición de las tarjeta-credenciales y el cobro por intercambio de publicidad.

Asimismo en esta cuenta es donde se hará el depósito de los pagos recibidos por razón del intercambio de publicidad que se llevará a cabo con las empresas contactadas y que estén de acuerdo en la conveniencia de recibir este servicio por parte de nosotros. La organización de los eventos para exalumnos se realizará tres o cuatro veces durante el primer año de operaciones de la empresa, se hará del conocimiento a los participantes con un mes de anticipación de las fechas de realización de los eventos, así como un número de cuenta para el depósito del dinero cobrados por este fin.

El intercambio de publicidad acordado con instituciones externas estará condicionado a la cobertura del importe pactado con anticipación a la implementación del envío de la correspondencia con la inserción de los folletos de publicidad de la empresa contratante. Se establecerá que el cumplimiento del importe señalado para otorgar el servicio de publicidad requerirá ser depositado a nuestra cuenta por lo menos el 50% del importe por adelantado al momento de la contratación y el resto a cubrirse en el momento del envío por correo de la información.

A futuros ejercicios se prevé la implementación de un número de mayores servicios para otorgarlos a quienes cuenten con la tarjeta, para que las fuentes de productos (ingresos) se incrementen; aumentando los servicios otorgados, podemos esperar mayor aceptación de la tarjeta.

1 FINANZAS

A) CICLO

La función de Finanzas consistirá en las actividades secuenciadas que la entidad desarrolla para sincronizar las operaciones necesarias en el logro de los fines económicos de SIGRU, los cuales implican la obtención y utilización de recursos económicos escasos, así como la aplicación de éstos mismos para su optimización, de modo que su gestión sea un medio para el éxito de la misión.

B) OBJETIVO DEL CICLO

Consiste en el diseño de un plan de acción que incluya una secuencia de operaciones que son necesarias para lograr el mantenimiento de las finanzas empresariales sanas, o en su caso dramático, del saneamiento de éstas, siempre con el compromiso de lograr un rendimiento económico satisfactorio para los entes financiadores del proyecto emprendido.

C) DESCRIPCIÓN

Finanzas desempeñará un papel de administrador de los recursos económicos, incluyendo la planeación, organización, aplicación y control de los dineros, y valores a su cargo, así como la presentación cuantificada de las operaciones económicas de la entidad en los Estados Financieros . Todo esto por medio del apoyo de las funciones de Planeación Financiera, Gestión de Recursos y Contable.

D) PROCEDIMIENTO

La planeación de la gestión de los recursos será el inicio de este ciclo, ya que sin la obtención de los recursos, así como la contactación con las fuentes de recursos que financien las operaciones de SIGRU, no podrá darse inicio a las operaciones.

Finanzas contactará con los proveedores de productos y servicios que garanticen el menor costo sin sacrificar eficiencia, a manera de proteger nuestro recursos, tanto en la adquisición de los bienes muebles e inmuebles para su utilización en nuestras instalaciones, como de los gastos generales, específicos y financieros en que incurrimos.

La autorización para la salida de recursos será una función más de esta área, de la misma manera que la custodia de los valores. También cuidará de establecer controles en el manejo de los recursos, implementando una serie de medidas con las cuales garanticen la inexistencia de salidas ilícitas de dinero.

Todas las actividades de la entidad, deberán ser respaldadas y registradas en la contabilidad de TU S.C., de manera que sirvan de constancia de las operaciones que se están realizando, además de cumplir con un requisito establecido por una dependencia gubernamental.

E) FORMAS A UTILIZAR

Póliza de ingresos
Póliza de egresos
Póliza de diario
Control de chequera
Ficha de depósito
Recibo de caja
Recibo de devoluciones
Vales de caja
Vales de gastos
Solicitud de requerimientos
Control de gastos
Control de ingresos

F) CONTROL INTERNO

- a) Establecimiento de un fondo fijo, para los gastos mínimos.
- b) Autorización siempre por escrito de una autoridad responsable para toda erogación de efectivo.
- c) Contratación de una cuenta de cheques con firmas mancomunadas.
- d) Contratación de una empresa de protección y transporte de valores.
- e) Instalación de una caja de seguridad en las instalaciones de SIGRU
- f) Aseguramiento de los bienes propiedad de la empresa.
- g) Afianzamiento de las personas que manejen recursos.
- h) Vigilancia constante y efectiva sobre los vencimientos y cobranza, principalmente con base en información sobre antigüedad de saldos.
- i) Conciliación periódica de la suma de los auxiliares contra el saldo de la cuenta de mayor correspondiente.

- j) Confirmación periódica por escrito de los saldos por cobrar, por personas distintas de las que manejan los registros contables que participan en labores de cobranza.
- k) Arqueos periódicos y sorpresivos de los documentos que ampare las cuentas por cobrar, practicados por personas que no estén relacionadas con el manejo de efectivo, cuentas por cobrar, inventarios y ventas.
- l) Existencia de fianzas para proteger a la entidad sobre el personal que tiene a su cargo el manejo y custodia de las cuentas por cobrar.
- m) Procedimientos para el registro de las estimaciones.
- n) Existencia de autorización para otorgar en garantía o prenda, o ceder los derechos que amparan las cuentas por cobrar.

G) INTERACCIÓN CON OTROS CICLOS

Finanzas intervendrá en las operaciones de las demás áreas, ya que en la utilización de recursos, siempre requerirán de la autorización del responsable de área, el cual será quien ostente la firma autorizada para expedir cheques.

H) TIEMPOS O SECUENCIAS

Las actividades que se llevarán a cabo para el financiamiento del proyecto hasta el inicio de la operación de la entidad requerirá de un plazo de cuatro meses. Esto significa que la etapa preoperativa abarcará este plazo mencionado.

2 INGRESOS O VENTAS

A) CICLO.

Incremento bruto de activos o disminución de pasivos experimentado por "SIGRU", con efecto en su utilidad neta, durante un periodo contable, como resultado de las operaciones que constituyen las actividades primarias..

B) OBJETIVO DEL CICLO

Establecer los procedimientos para el desarrollo del rubro de ingresos y cuentas por cobrar, los cuales serán diseñados por el departamento de administración en forma específica en cuanto a su naturaleza, oportunidad y alcance, tomando en cuenta las condiciones y características de SIGRU.g

C) DESCRIPCIÓN

El ciclo de ingresos incluye todas aquellas actividades que se llevan a cabo para que SIGRU obtenga todos los recursos necesarios para el correcto funcionamiento de las operaciones de los objetivos planteados originalmente. El ciclo de ingresos comprende una serie de funciones, procedimientos, actividades que en forma cíclica, consecuyente, y constante realiza el ente. Este ciclo comprende la función de ventas, fuente primordial de los recursos de la entidad, tanto de tarjetas-credencial, como del servicio de organización de eventos sociales, así como de la publicidad que se hará de manera compartida.

Otro aspecto de este ciclo a considerarse es el otorgamiento de créditos en la venta de nuestros productos o servicios, que en cualquiera de los casos no será por espacios mayores de un mes, lo que conllevará a una función más, dentro de nuestra organización, pues estos créditos se deberán hacer exigibles para lograr nuestros flujos de efectivo requeridos en el desempeño de nuestras actividades, de modo que los ingresos obtenidos después del otorgamiento de créditos, se hacen palpables al momento de la cobranza.

D) PROCEDIMIENTO

Comprobar la autenticidad de los ingresos de auditoría relativos a ingresos y cuentas por cobrar.

Comprobar la valuación de las cuentas por cobrar incluyendo el registro de las estimaciones necesarias para cuentas de dudosa recuperación, descuentos y devoluciones, reclamaciones por productos defectuosos, etc.

Determinar los gravámenes y contingencias que pudieran existir.

Verificar que todos los ingresos y cuentas por cobrar estén registrados en la contabilidad.

Comprobar la adecuada presentación y revelación en los estados financieros.

D) CONTROL INTERNO

Existencia de autorización y documentación de las ventas a crédito, de los precios de venta y de los descuentos y devoluciones, considerando aspectos tales como:

- a) Los precios de venta, las condiciones de crédito así como los descuentos concedidos y devoluciones, deberán basarse en listas de precios, plazos de crédito establecidos, listas de descuentos por cliente, etc., las cuales deberán de estar autorizadas previamente por el funcionario responsable.
- b) Cualquier operación de venta o devolución deberá ser registrada con base en documentos comprobatorios con la autorización correspondiente.
- c) Segregación adecuada de las funciones de recepción de pedidos de clientes, crédito, embarques, facturación, cobranza, devoluciones y contabilización.
- d) Registro, en el periodo correspondiente, de las facturas que amparan los embarques a clientes y las notas de crédito que respaldan las devoluciones recibidas.
- e) Control de las devoluciones.
- f) Vigilancia constante y efectiva sobre los vencimientos y cobranza, principalmente con base en información sobre antigüedad de saldos.
- g) Conciliación periódica de la suma de los auxiliares contra el saldo de la cuenta de mayor correspondiente.
- h) Confirmación periódica por escrito de los saldos por cobrar, por personas distintas de las que manejan los registros contables y participan en labores de cobranza.
- i) Arqueos periódicos y sorpresivos de los documentos que ampare las cuentas por cobrar, practicados por personas que no estén relacionadas con el manejo de efectivo, cuentas por cobrar, inventarios y ventas.
- j) Existencia de fianzas para proteger a la entidad sobre el personal que tiene a su cargo el manejo y custodia de las cuentas por cobrar.
- k) Procedimientos para el registro de las estimaciones.
- l) Existencia de autorización para otorgar en garantía o prenda, o ceder los derechos que amparan las cuentas por cobrar.

E) FORMAS A UTILIZAR

- a) Facturas
- b) Notas de crédito
- c) Nota de remisión
- d) Ficha de depósito
- e) Listas de precios
- f) Relación de cuentas por cobrar (auxiliares de cuenta)

F) FUENTE DE INGRESOS

SIGRU

FUENTE DE
INGRESOS

- A) Cliente
 1. Venta de Tarjeta de descuentos
TUNAM
Con o sin credencial de exalumno o
alumno, (según el caso)
En ambos incluye el libro de descuentos.
- B) Proveedor
 1. Suscripción a membresías anuales a
proveedores de productos y servicios
 2. Pago por derechos de publicidad
 3. Pago por servicios p productos especiales
por parte de SIGRU hacia el proveedor.

En caso de ingresos por "A y B"

El cliente o proveedor tendrá que realizar el pago por medio de un depósito bancario a la cuenta de la empresa SIGRU, con la diferencia en número de cuenta para cada uno de ellos, en este caso el cliente "A" será en la cuenta 1 y el proveedor "B" en la cuenta 2, para diferenciar el tipo de producto o servicios que estos requieren al igual que por el monto y manejo que cada uno de estos requiere.

Se realizarán los ingresos por medio de depósito bancario en el sistema Concentración Inmediata empresarial de Bancomer o cualquier otro banco que proporcione los servicios que este da a la empresa, siempre y cuando sean iguales o los mejoren.

Los datos de la ficha de depósito que serán utilizados son los siguientes:

Marcar moneda nacional

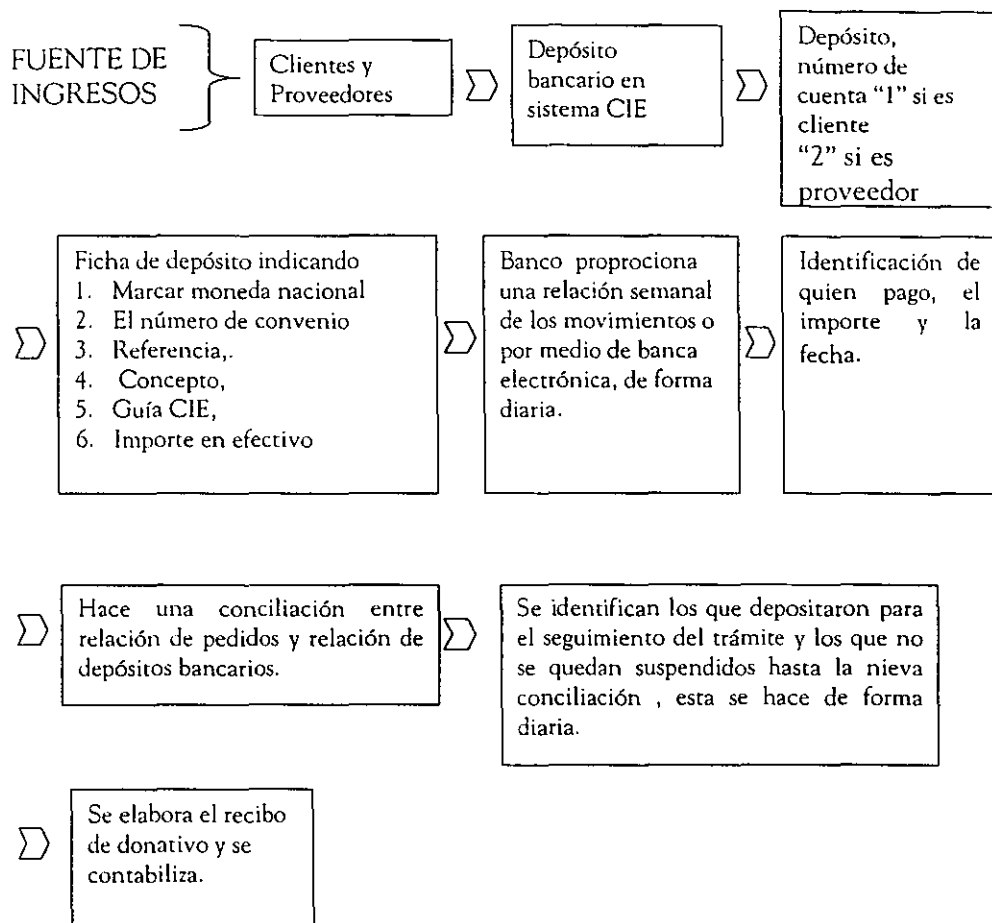
Indicar en el renglón de convenio el número de convenio que el banco proporcione a SIGRU, para hacer sus operaciones bajo este sistema.

1. En referencia, se indicará el número telefónico del cliente, antecedido por el número de solicitud que se le indique al cliente o proveedor previamente.
2. En concepto, pondrá el nombre completo del cliente empezando por apellido paterno, materno y nombres.
3. En guía CIE, el banco pondrá el número de operación en el cual el cliente la realizó, este número es la base para la identificación el cliente, depósito, importe, que son necesarios para su continuación en la logística de operación para obtener el producto.
4. Por último el importe en efectivo que este realiza, igual a la suma del precio del producto mas los gastos de envío.

Cabe mencionar que la ficha debe tener el sello del banco y el registro electrónico, en su caso.

El banco a su vez informa a la empresa de aquellos depósitos que fueron realizados en la semana, de forma escrita o bien de forma diaria por medio de la banca electrónica, con esto, SIGRU no tendrá problemas para consultar aquella información que sea necesaria.

CUADROS DE INGRESOS DE SIGRU.



C APÍTULO VI

FORMULACIÓN DE PRESUPUESTOS



El presupuesto de inversión está desarrollado por diversas etapas, en cada una de ellas nos proporciona información tal que nos permite armar de forma global y general todo el presupuesto, y con ello determinar el monto de la inversión inicial del proyecto, las ventas proyectadas en la serie de productos y servicios con los que cuenta la empresa, los gastos de operación de un año de trabajo, producto de la generación de ingresos, incluyendo el desarrollo del personal a laborar, la determinación de las aportaciones de seguridad social y de retiro, la forma de pago de cada uno de los rubros que componen las salidas, tales como publicidad, maquila, nómina. Con todo lo anterior podemos llegar a la realización del flujo de efectivo de la empresa, confrontación entre las entradas menos las salidas de las operaciones de un año y la aplicación de la aportación inicial, y como resultado final es la realización del Estado de Resultados y el Balance General al año de operaciones. Cabe señalar que para efectos de flujos de efectivo no se incluyó la cédula de depreciación ya que al determinar éste último, se resta y por igual se suma la misma cantidad, prestándose a confusión para aquellas personas que nos se encuentra familiarizadas en el área. En cada una de las cédulas que componen el presupuesto, se hace una breve explicación de ella, para su mejor entendimiento y resultado arrojado, con ellos podemos seguir de forma secuencial cada una de las cédulas.

Para efectos del Impuesto al Valor Agregado, como la empresa es una persona moral, esta tiene el carácter de retenedor, sin hacer compensación alguna por tal motivo, toda aquella operación en la implique una retención, deberá ser enterada al Fisco Federal de forma mensual.

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM**BALANCE GENERAL AL 1 DE JULIO DEL 2000**

Cantidades expresadas en pesos mexicanos

ACTIVO*CIRCULANTE*

BANCOS		1,639,170.15	
SUMA DE CIRCULANTE			<u>1,639,170.15</u>

FIJO

EQUIPO DE TRANSPORTE	C.3 2/2	<u>435,639.17</u>	435,639.17
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA		<u>203,021.73</u>	203,021.73
EQUIPO DE COMPUTO Y PRESENTACIÓN		<u>505,470.98</u>	505,470.98
SUMA DE FIJO			<u>1,144,131.88</u>
DIFERIDO			
DERECHOS		<u>33,697.97</u>	33,697.97
SUMA DE DIFERIDO			<u>33,697.97</u>
SUMA DE ACTIVO			\$ <u>2,817,000.00</u>

PASIVO*A CORTO PLAZO**A LARGO PLAZO**SUMA DE PASIVO***PATRIMONIO**

PATRIMONIO INICIAL		2,817,000.00	
REMANENTES		<u>-</u>	
SUMA DE PATRIMONIO			<u>2,817,000.00</u>
SUMA DE PASIVO Y PATRIMONIO			\$ <u>2,817,000.00</u>

C.3 2/2

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM
CEDULA CONCENTRADORA

DETERMINACIÓN DEL MONTO A FINANCIAR POR EL PROYECTO TARJETA DE DESCUENTO TUNAM
INVERSIÓN, VENTAS, GATOS DE OPERACIÓN Y REMANENTE.

CONCEPTO	INVERSIÓN	VENTAS	GASTOS	REMANENTE
PRESUPUESTO VIABLE				
INVERSIÓN	C.3 2/2 S 2,817,000			
PRESUPUESTOS				
OPERACIÓN			4,114,919 C. 4 2/2	
PUBLICIDAD			400,000 C.7	
DISTRIBUCIÓN			333,500 C.8	
MAQUILA TARJETAS - LIBRO			3,908.125 C.9	
TOTALES	2,817,000	13,171,125	8,756,544	4,414,581
		C-10		

Cédula concentradora en donde se detalla y se concentra la información necesaria para la toma de decisiones del proyecto, en ella se expresa, el monto de inversión del proyecto, los ingresos que generan anualmente, las operaciones de la empresa y los gastos necesarios para la generación de los ingresos, el monto de diferencia es la base para la determinación de las obligaciones laborales de PTU.

CEO 3 12
TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

10.0%

Partida de Integración		Cantidad unidades	Precio			Precio del producto	Precio Total con N. Us.	Inflación estimada (meses)	Factor INP	Importe de Índices	Puntos de alza real
			pesos	dólares	T. Cambio						
					10.35		3	1.5%		4%	
Bienes y derechos.											
Efectivo para inversiones											
	efectivo para gastos iniciales	1	100,000.00								
	efectivo para 4 meses de operación	1	1,391,625.15								
	instalaciones y reparaciones	1	20,000.00	10.35	20,000.00	20,000.00	3	1.5%	-	4%	
	margen de seguridad	1	100,000.00	10.35	100,000.00	100,000.00	3	1.5%	-	4%	
Activo fijo											
Mobiliario y equipo											
Equipo para oficinas administrativas											
	escritorios giratorios	4	1,925.00	10.35	1,925.00	1,925.00	3	1.5%	88.63	4%	
	mesa de trabajo tipo escritorio	10	1,500.00	10.35	1,500.00	1,500.00	3	1.5%	87.50	4%	
	archiveros 4 gavetas	10	1,500.00	10.35	1,500.00	1,500.00	3	1.5%	87.50	4%	
	botes para la basura, percheros	10	180.00	10.35	180.00	180.00	3	1.5%	8.10	4%	
	sillas perennales	4	1,474.00	10.35	1,474.00	1,474.00	3	1.5%	66.33	4%	
	sillas secretariales	15	629.00	10.35	629.00	629.00	3	1.5%	28.31	4%	
	sillas de visitantes	6	593.00	10.35	593.00	593.00	3	1.5%	26.69	4%	
	sillon de espera juego de tres piezas	1	3,500.00	10.35	3,500.00	3,500.00	3	1.5%	157.50	4%	
	mesa de centro para estancia de espera	1	250.00	10.35	250.00	250.00	3	1.5%	11.25	4%	
	mesa de juntas	1	1,500.00	10.35	1,500.00	1,500.00	3	1.5%	67.50	4%	
	juego de recepción	1	3,500.00	10.35	3,500.00	3,500.00	3	1.5%	157.50	4%	
Equipo de seguridad											
	extintores de Alon 2.5 k	3	385.00	10.35	385.00	385.00	3	1.5%	17.33	4%	
	extintores de polvo seco 2.5 k	3	165.00	10.35	165.00	165.00	3	1.5%	7.43	4%	
Equipo de representaciones y presentaciones											
	partalla	1	1,500.00	10.35	1,500.00	1,500.00	3	1.5%	67.50	4%	
	proyector de acetatos	1	3,700.00	10.35	3,700.00	3,700.00	3	1.5%	168.50	4%	
	lapicop	4		2,345.00	10.35	24,270.75	2,345.00	3	1.5%	105.53	4%
	datashow	1		3,565.00	10.35	37,208.25	3,565.00	3	1.5%	161.78	4%
	taconas	1	560.00	10.35	560.00	560.00	3	1.5%	25.20	4%	
Equipo de telefonía 10 por 4											
	fax de papel bond	1	3,093.83	10.35	3,093.83	3,093.83	3	1.5%	136.22	4%	
	centralizadora telefónica	3	1,000.00	10.35	1,000.00	1,000.00	3	1.5%	45.00	4%	
	líneas telefónicas	10	3,500.00	10.35	3,500.00	3,500.00	3	1.5%	157.50	4%	
	equipo de comunicación: conmutador	1	13,500.00	10.35	13,500.00	13,500.00	3	1.5%	607.50	4%	
Equipos de actividad administrativa											
	engargoladora metálica	1	4,618.00	10.35	4,618.00	4,618.00	3	1.5%	207.81	4%	
	maquina de escribir electrónica	2	2,500.00	10.35	2,500.00	2,500.00	3	1.5%	112.50	4%	
	sumador con papel	3	1,200.00	10.35	1,200.00	1,200.00	3	1.5%	54.00	4%	
	fotocopadoras personal	2	7,500.00	10.35	7,500.00	7,500.00	3	1.5%	337.50	4%	
	pizarrones blancos	5	650.00	10.35	650.00	650.00	3	1.5%	29.25	4%	
Equipo de computo											
	computadora pentium II con multimedia y	5		1,320.00	10.35	13,662.00	1,320.00	3	1.5%	58.40	4%
	fax módem	10		1,020.00	10.35	10,557.00	1,020.00	3	1.5%	45.90	4%
	impresora laser 12 p	3		729.00	10.35	7,545.15	729.00	3	1.5%	32.81	4%
	impresora color 6 p	2		250.00	10.35	2,587.50	250.00	3	1.5%	11.25	4%
	scanner de cama plana	2		230.00	10.35	2,380.50	230.00	3	1.5%	10.35	4%
	reguladores de voltaje	15	350.00	10.35	350.00	350.00	3	1.5%	15.75	4%	
	nobres 20 minutos	15	1,250.00	10.35	1,250.00	1,250.00	3	1.5%	56.25	4%	
	multicontactos	5	120.00	10.35	120.00	120.00	3	1.5%	5.40	4%	
	axpfil poco (doc, noi, sac, caja, bancos)	1	15,000.00	10.35	15,000.00	15,000.00	3	1.5%	675.00	4%	
	windows, office, arcovirus, planer	1	8,500.00	10.35	8,500.00	8,500.00	3	1.5%	382.50	4%	
Equipos de atención y servicios											
	horno de microondas	1	2,300.00	10.35	2,300.00	2,300.00	3	1.5%	103.50	4%	
	cafetera y traslós para visitas	1	1,000.00	10.35	1,000.00	1,000.00	3	1.5%	45.00	4%	
Equipo de limpieza y aseo											
	trapeadores, escobas, cubetas, etc	1	300.00	10.35	300.00	300.00	3	1.5%	13.50	4%	
Equipo utilitario											
	equipo de reparo utilitario	4	85,000.00	10.35	85,000.00	85,000.00	3	1.5%	3,825.00	4%	
Activo diferido											
	Depósitos de inmuebles	0	-	-	-	-	3	1.5%	-	4%	
	depósitos de rentas y poliza	4	3,500.00	10.35	3,500.00	3,500.00	3	1.5%	157.50	4%	
Derechos jurídicos											
Derechos de seguridad, prevención y protección											
	Seguros de propiedad, de robo, contra incendio, gastos médicos mayores y accidentes	1	12,300.00	10.35	12,300.00	12,300.00	3	1.5%	553.50	4%	
MONTO TOTAL EN EL PROYECTO DE INVERSIÓN			208,732.83	9,489.00		306,943.98	214,301.83			9,843.58	

CEP 3 22
TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

Imp. de B. N.	Total de e. ndices	Precio estimado	accesorios y cto. Sea	Valor total del producto	Valor total del Bien	IVA	Valor con IVA	Precio + No Bienes	TOTAL POR RUBRO
			Importe						
			35 % / 12						
			2 %						
					100,000 00		100,000 00	100,000 00	1 639,170 15
					1,391,625 15		1,391,625 15	1,391,625 15	
5.00	800 00	20 800 00	2 %	583 33	21,383 33	21,383 33	3,207 50	24,590 83	24,590 83
4.000 00	4 000 00	104,000 00	2 %	2 916 67	106,916 67	106,916 67	16,037 50	122,954 17	122,954 17
									86,024 64
11 00	153 63	2,086 63	2 %	56 15	2,144 77	2,144 77	321 72	2,466 49	9,865 95
11 00	127 50	1,627 50	2 %	43 75	1,671 25	1,671 25	250 69	1,921 94	19,219 38
11 11	127 50	1,627 50	2 %	43 75	1,671 25	1,671 25	250 69	1,921 94	19,219 38
11 20	15 30	195 30	2 %	5 25	200 55	200 55	30 09	230 63	2,306 33
11 50	125 29	1,599 29	2 %	42 99	1,642 28	1,642 28	246 34	1,888 62	7,554 50
11 16	53 47	682 47	2 %	16 35	700 81	700 81	105 12	805 93	12,088 99
11 17	50 41	643 41	2 %	17 30	660 70	660 70	99 11	759 81	4,558 84
11 11	297 60	3 797 50	2 %	102 08	3,899 58	3,899 58	584 94	4,484 52	4,484 52
11 11	21 25	271 25	2 %	7 29	278 54	278 54	41 78	320 32	320 32
11 20	127 50	1,627 50	2 %	43 75	1,671 25	1,671 25	250 69	1,921 94	1,921 94
11 20	297 50	3 797 50	2 %	102 08	3,899 58	3,899 58	584 94	4,484 52	4,484 52
11 40	32 73	417 73	2 %	11 23	428 95	428 95	64 34	493 30	1 479 89
11 60	14 03	179 03	2 %	4 81	183 84	183 84	27 58	211 41	634 24
									179 446 50
11 00	127 50	1,627 50	2 %	43 75	1,671 25	1,671 25	250 69	1,921 94	1,921 94
11 00	314 50	4 014 50	2 %	107 92	4 122 42	4 122 42	618 36	4 740 78	4 740 78
11 80	199 33	2 544 33	2 %	68 40	2 612 72	2 612 72	391 91	3 004 63	124 391 64
11 50	306 58	3 906 58	2 %	104 85	4 005 43	4 005 43	600 81	4 606 24	47 674 62
11 40	47 50	607 60	2 %	16 33	623 93	623 93	93 59	717 52	717 52
									69 950 62
11 15	262 58	3 350 81	2 %	90 24	3 447 04	3 447 04	517 66	3 964 10	3 954 10
11 00	85 00	1 085 00	2 %	29 17	1 114 17	1 114 17	167 13	1 281 29	3 843 88
11 00	297 50	3 797 50	2 %	102 08	3 899 58	3 899 58	584 94	4 484 52	44 845 21
11 00	1 147 50	14 647 50	2 %	393 75	15 041 25	15 041 25	2 256 19	17 297 44	17 297 44
									40 319 69
11 10	392 53	5 010 53	2 %	134 69	5 145 22	5 145 22	771 78	5 917 00	5 917 00
11 00	212 50	2 712 50	2 %	72 92	2 785 42	2 785 42	417 81	3 203 23	6 406 46
11 00	102 00	1 302 00	2 %	35 00	1 337 00	1 337 00	200 55	1 537 55	4 612 65
11 00	637 50	8 137 50	2 %	218 75	8 356 25	8 356 25	1 253 44	9 609 69	19 219 38
11 00	55 24	705 25	2 %	18 96	724 21	724 21	108 63	832 84	4 164 20
									326 024 48
11 80	112 45	1 432 70	2 %	38 50	1 470 70	1 470 70	220 81	1 691 31	87 525 03
11 80	86 70	1 106 70	2 %	29 75	1 136 45	1 136 45	170 47	1 306 92	135 265 96
11 15	61 67	790 97	2 %	21 26	812 23	812 23	121 83	934 06	29 002 61
11 00	21 25	271 25	2 %	7 29	278 54	278 54	41 78	320 32	6 630 68
11 20	16 55	249 55	2 %	6 71	256 26	256 26	38 44	294 70	6 000 23
11 00	29 75	379 75	2 %	10 21	389 96	389 96	56 49	446 45	6 726 78
11 00	106 25	1 356 25	2 %	36 46	1 392 71	1 392 71	206 91	1 601 61	24 024 22
11 80	10 20	130 20	2 %	3 50	133 70	133 70	20 06	153 76	768 78
11 00	176 00	16 276 00	2 %	437 50	16 713 50	16 713 50	2 508 88	19 219 38	18 039 21
11 00	727 50	9 222 50	2 %	247 92	9 470 42	9 470 42	1 420 56	10 890 98	10 890 98
									4 228 26
11 00	195 50	2 495 50	2 %	67 06	2 562 58	2 562 58	384 39	2 946 97	2 946 97
11 00	25 00	1 085 00	2 %	29 17	1 114 17	1 114 17	167 13	1 281 29	1 281 29
									384 39
11 00	25 50	325 50	2 %	8 75	334 25	334 25	50 14	384 39	384 39
									435 639 17
3 400 00	7 225 00	92 225 00	2 %	2 479 17	94 704 17	94 704 17	14 205 83	108 909 79	435 639 17
									17 938 08
11 00	297 50	3 797 50	2 %	102 08	3 899 58	3 899 58	584 94	4 484 52	17 938 08
									15 759 89
									C 1
11 00	1 045 50	13 345 50	2 %	356 75	13 704 25	13 704 25	2 055 64	15 759 89	15 759 89
11 00	18 215 66	232 517 48	2 %	6 250 47	238 767 99	238 767 99	35 015 15	274 583 15	\$ 2 817 000 00

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001
PRESUPUESTO DE GASTOS

0 1800

Partida de Integración	Cantidad solicitada	Precio pesos	Veces al año	Total de gastos	Inflación estimada		Importe de Índices	Ptos atza	Importe atza
					meses	Tasa IPC			
Gastos de operación de la empresa									
Equipos de actividad administrativa					12	1.50%		4%	
renta de líneas telefónicas	10	230.00	12	27,600.00	12	0.0150	4,968.00	4%	198.72
servicio medido de teléfono a teléfono	25,000	2.50	12	750,000.00	12	0.0150	135,000.00	4%	5,400.00
pago de fuerza eléctrica	1	350.00	6	2,100.00	12	0.0150	378.00	4%	15.12
pago por inmuebles	1	250.00	6	1,500.00	12	0.0150	270.00	4%	10.80
renta de inmuebles	1	8,000.00	12	96,000.00	12	0.0150	17,280.00	4%	691.20
cuotas de mantenimiento y limpieza de edificio	1	350.00	12	4,200.00	12	0.0150	756.00	4%	30.24
Equipo de limpieza y aseo									
repuestos de filtros para aspiradora	1	95.00	1	95.00	12	0.0150	17.10	4%	0.68
trapeadores	1	40.00	4	160.00	12	0.0150	28.80	4%	1.15
escobas	1	50.00	5	250.00	12	0.0150	45.00	4%	1.80
cubetas	1	50.00	5	250.00	12	0.0150	45.00	4%	1.80
franelas	1	10.00	30	300.00	12	0.0150	54.00	4%	2.16
esponjas	1	10.00	30	300.00	12	0.0150	54.00	4%	2.16
Activos diferidos					12	0.0150		4%	
Cobertura de póliza por seguros de propiedad, de robo, contra incendio, gastos médicos mayores y accidentes	1	12,000.00	1	12,000.00	12	0.0150	2,160.00	4%	86.40
Imprevistos									
gastos de instalaciones	1	10,000.00	1	10,000.00	12	0.0150	1,800.00	4%	72.00
gastos de reparaciones	1	5,000.00	1	5,000.00	12	0.0150	900.00	4%	36.00
gastos de mantenimiento	1	5,000.00	1	5,000.00	12	0.0150	900.00	4%	36.00
Papelaría y gastos de administración									
cartucho para impresora color	1	450.00	20	9,000.00	12	0.0150	1,620.00	4%	64.80
cartucho para impresora negro	1	380.00	10	3,800.00	12	0.0150	684.00	4%	27.36
toner para impresora laser	1	850.00	15	12,750.00	12	0.0150	2,295.00	4%	91.80
Toner para fotocopiadora	1	1,500.00	12	18,000.00	12	0.0150	3,240.00	4%	129.60
instrumentos diversos de trabajo **	1	9,007.25	1	9,007.25	12	0.0150	1,621.31	4%	64.85
hojas membreadas	1	500.00	3	1,500.00	12	0.0150	270.00	4%	10.80
hojas de presentación	30	150.00	2	9,000.00	12	0.0150	1,620.00	4%	64.80
foleras membreadas	1	850.00	2	1,700.00	12	0.0150	306.00	4%	12.24
papelaría diversa impresa	1	3,500.00	1	3,500.00	12	0.0150	630.00	4%	25.20
Sueldos y salarios con prestaciones laborales	C. 5								
1 Dirección general	1	23,000.00	12	276,000.00	0	-	-	4%	-
2 Dirección comercial y administrativa	1	15,000.00	12	180,000.00	0	-	-	4%	-
3 Dirección financiera y contable	1	15,000.00	12	180,000.00	0	-	-	4%	-
4 Dirección de productos y servicios	1	15,000.00	12	180,000.00	0	-	-	4%	-
5 Secretaría ejecutiva de dirección general	1	4,500.00	12	54,000.00	0	-	-	4%	-
6 Subdirector de finanzas	1	5,000.00	12	60,000.00	0	-	-	4%	-
7 Asistente de subdirecciones	6	4,000.00	12	288,000.00	0	-	-	4%	-
8 Comisionistas de piso	6	1,500.00	12	108,000.00	0	-	-	4%	-
9 Mensajero	3	2,000.00	12	72,000.00	0	-	-	4%	-
10 Personal de limpieza	1	1,500.00	12	18,000.00	0	-	-	4%	-
11 Diseñador gráfico, publicista y fotógrafo	2	10,000.00	12	240,000.00	0	-	-	4%	-
12 Capturista	2	3,500.00	12	84,000.00	0	-	-	4%	-
13 Telefonistas	4	3,500.00	12	168,000.00	0	-	-	4%	-
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficinas	1	5,000.00	2	10,000.00	12	0.0150	1,800.00	4%	72.00
Mantenimiento de equipo utilitario	1	5,000.00	3	15,000.00	12	0.0150	2,700.00	4%	108.00
Servicios diversos									
vigilancia	1	150.00	12	1,800.00	12	0.0150	324.00	4%	12.96
mensajería y envíos de documentación de oficinas	1	1,000.00	12	12,000.00	12	0.0150	2,160.00	4%	86.40
gastos médicos	2	1,000.00	3	6,000.00	12	0.0150	1,080.00	4%	43.20
Impuestos y derechos									
2 % SIN	1	3,323.75	12	39,885.04	0	0.0150	-	0%	-
IMSS	1	12,194.50	12	158,334.02	0	0.0150	-	0%	-
INFONAVIT SAR, IMSS	5 1/1	1	34,298.37	6	205,790.19	0	0.0150	-	0%
Prima vacacional	5-1	1	5,175.00	1	5,175.00	0	0.0150	-	0%
Agoniatado	5-1	1	51,750.00	1	51,750.00	0	0.0150	-	0%
Tenencia	1	11,326.62	1	11,326.62	0	0.0150	-	0%	-
Otros gastos									
gastos de viaje	5	5,000.00	1	25,000.00	12	0.0150	4,500.00	4%	180.00
impuestos y derechos	1	15,000.00	1	15,000.00	12	0.0150	2,700.00	4%	108.00
comisiones bancarias	1	250.00	12	3,000.00	12	0.0150	540.00	4%	21.60
publicaciones y suscripciones	3	1,000.00	1	3,000.00	12	0.0150	540.00	4%	21.60
Otros gastos de contingencias	1	200,000.00	1	200,000.00	12	0.0150	36,000.00	4%	1,440.00
TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN DE UN PERÍODO		534,092.99	445.00	3,854,073.12			229,286.21		9,171.45

CED. 4 22

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

Importe alza	Total de alza a Indices	Precio futuro	IVA	Valor del gasto con IVA
--------------	-------------------------	---------------	-----	-------------------------

188.72	5,166.72	32,766.72	4,915.01	37,681.73
5,400.00	140,400.00	890,400.00	133,560.00	1,023,960.00
15.12	393.12	2,493.12	373.97	2,867.09
10.80	280.80	1,780.80	267.12	2,047.92
691.20	17,971.20	113,971.20	17,095.68	131,066.88
30.24	766.24	4,966.24	747.94	5,734.18

0.68	17.78	112.78	16.92	129.70
1.15	29.95	189.95	28.49	218.44
1.80	46.80	296.80	44.52	341.32
1.80	46.80	296.80	44.52	341.32
2.16	56.16	356.16	53.42	409.58
2.16	56.16	356.16	53.42	409.58

86.40	2,248.40	14,246.40	2,136.96	16,383.36
-------	----------	-----------	----------	-----------

72.00	1,872.00	11,872.00	1,780.80	13,652.80
36.00	936.00	5,936.00	890.40	6,826.40
36.00	936.00	5,936.00	890.40	6,826.40

64.80	1,684.80	10,684.80	1,602.72	12,287.52
27.36	711.36	4,511.36	676.70	5,188.06
91.80	2,386.80	15,136.80	2,270.52	17,407.32
129.60	3,369.60	21,369.60	3,205.44	24,575.04
64.85	1,686.16	10,693.41	1,604.01	12,297.42
10.80	280.80	1,780.80	267.12	2,047.92
64.80	1,684.80	10,684.80	1,602.72	12,287.52
12.24	316.24	2,018.24	302.74	2,320.98
25.20	655.20	4,155.20	623.28	4,778.48

-	-	276,000.00	-	276,000.00
-	-	180,000.00	-	180,000.00
-	-	180,000.00	-	180,000.00
-	-	180,000.00	-	180,000.00
-	-	54,000.00	-	54,000.00
-	-	60,000.00	-	60,000.00
-	-	288,000.00	-	288,000.00
-	-	108,000.00	-	108,000.00
-	-	72,000.00	-	72,000.00
-	-	18,000.00	-	18,000.00
-	-	240,000.00	-	240,000.00
-	-	84,000.00	-	84,000.00
-	-	168,000.00	-	168,000.00
72.00	1,872.00	11,872.00	-	11,872.00
108.00	2,808.00	17,808.00	-	17,808.00

12.96	336.96	2,136.96	320.54	2,457.50
86.40	2,248.40	14,246.40	2,136.96	16,383.36
43.20	1,123.20	7,123.20	1,068.48	8,191.68

-	-	39,885.04	-	39,885.04
-	-	158,334.02	-	158,334.02
-	-	205,790.19	-	205,790.19
-	-	5,175.00	-	5,175.00
-	-	51,750.00	-	51,750.00
-	-	11,326.62	-	11,326.62

180.00	4,680.00	29,680.00	4,452.00	34,132.00
108.00	2,808.00	17,808.00	2,671.20	20,479.20
21.60	561.60	3,561.60	534.24	4,095.84
21.60	561.60	3,561.60	534.24	4,095.84
1,440.00	37,440.00	237,440.00	35,616.00	273,056.00

C. 2

9,171.45	238,457.65	3,892,530.77	222,388.49	4,114,919.26
----------	------------	--------------	------------	--------------

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DETERMINACIÓN DEL PERSONAL A LABORAR EN LA EMPRESA PLAN 2000

CONTRATO	PUESTO	PERSONAL	INGRESOS	I. ANUAL.	SDN
1	SALARIOS Dirección general	1	23,000.00	276,000.00	766.67
2	SALARIOS Dirección comercial y administrativa	1	15,000.00	180,000.00	500.00
3	SALARIOS Dirección financiera y contable	1	15,000.00	180,000.00	500.00
4	SALARIOS Dirección de productos y servicios	1	15,000.00	180,000.00	500.00
5	SALARIOS Secretaría ejecutiva de dirección general	1	4,500.00	54,000.00	150.00
6	SALARIOS Subdirector de finanzas	1	5,000.00	60,000.00	166.67
7	SALARIOS Asistente de subdirecciones	6	4,000.00	288,000.00	133.33
8	SALARIOS Comisionistas de piso	6	1,500.00	108,000.00	50.00
9	SALARIOS Mensajero	3	2,000.00	72,000.00	66.67
10	SALARIOS Personal de intendencia	1	1,500.00	18,000.00	50.00
11	SALARIOS Diseñador gráfico, publicista y fotógrafo	2	10,000.00	240,000.00	333.33
12	SALARIOS Capturista	2	3,500.00	84,000.00	116.67
13	SALARIOS Telefonistas	4	3,500.00	168,000.00	116.67
TOTAL DE SUELDOS Y SALARIOS		30	C. 4 103,500.00	1,656,000.00	3,216.67

En la cédula se expresa el número de personal a laborar en la empresa, que se irá contratando paulatinamente de acuerdo al desarrollo del proyecto, indica también, la forma en la que se va a contratar cada uno de los puestos y el número de personas por puesto.

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

INTEGRACIÓN DEL SALARIO E IMPORTE DE LAS VACACIONES

TRABAJADOR	CUOTA DIARIA	DIAS AGUIN.	DIAS VACACI.	AGUINALDO	PRIMA VACACIONAL	FACTOR	SALARIO DIARIO INTEGRADO	VACACIONES
Dirección general	766.67	15	6	11,500.00	1,150.00	1.0452	801.32	4,600.00
Dirección comercial y administrativa	500.00	15	6	7,500.00	750.00	1.0452	522.60	3,000.00
Dirección financiera y contable	500.00	15	6	7,500.00	750.00	1.0452	522.60	3,000.00
Dirección de productos y servicios	500.00	15	6	7,500.00	750.00	1.0452	522.60	3,000.00
Secretaría ejecutiva de dirección general	150.00	15	6	2,250.00	225.00	1.0452	156.78	900.00
Subdirector de finanzas	166.67	15	6	2,500.00	250.00	1.0452	174.20	1,000.00
Asistente de subdirecciones	133.33	15	6	2,000.00	200.00	1.0452	139.36	800.00
Comisionistas de piso	50.00	15	6	750.00	75.00	1.0452	52.26	300.00
Mensajero	66.67	15	6	1,000.00	100.00	1.0452	69.68	400.00
Personal de intendencia	50.00	15	6	750.00	75.00	1.0452	52.26	300.00
Diseñador gráfico, publicista y fotógrafo	333.33	15	6	5,000.00	500.00	1.0452	348.40	2,000.00
Capturista	116.67	15	6	1,750.00	175.00	1.0452	121.94	700.00
Telefonistas	116.67	15	6	1,750.00	175.00	1.0452	121.94	700.00
TOTALES	3,450.00			51,750.00	5,175.00		3,605.96	20,700.00

C. 4 1/2 C. 5 1/2

Para efectos del IMSS y de INFONAVIT, es necesario integrar el salario base con todas las prestaciones que tenga el trabajador, en este caso, la integración es para aquellos que estén bajo salarios, como forma de contratación. Las prestaciones son las mínimas de ley, que deben ser proporcionadas al trabajador.

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

PROYECCION DLI. CALCULO DE COTIZACIONES DEL IMSS, PARA EL PERSONAL ASALARIADO

La prima de riesgo de trabajo es de %
0.013065 %

Calculo de la Liquidacion del IMSS.

ADRII.		37 89										13 SM														
Nombre	No. PER.S	Etes	S D 1	Cuenta Fija	Excedente			Presl. Eje S			Cao. Médico			Ries. Trab.			Seg. Vida			Cau. Reti.			Total			
					Presl.	Trabajador	Total	Presl.	Trabajador	Total	Presl.	Trabajador	Total	Presl.	Trabajador	Total	Presl.	Trabajador	Total	Presl.	Trabajador	Total				
1	30	801.32		165.00	0.00	0.00	108.28	40.16	148.44	164.62	90.15	243.57	271.81	420.70	130.25	570.84	340.40	1,518.55	300.50	1,819.05						
2	30	522.60		165.00	0.00	0.00	108.75	39.20	148.94	164.62	88.79	233.41	177.16	274.37	97.99	372.25	156.78	1,047.78	195.98	1,243.75						
3	30	522.60		165.00	0.00	0.00	108.75	39.20	148.94	164.62	88.79	233.41	177.16	274.37	97.99	372.25	156.78	1,047.78	195.98	1,243.75						
4	30	522.60		165.00	0.00	0.00	108.75	39.20	148.94	164.62	88.79	233.41	177.16	274.37	97.99	372.25	156.78	1,047.78	195.98	1,243.75						
5	30	156.78		165.00	0.00	0.00	32.92	11.76	44.68	49.39	17.04	67.02	53.18	82.21	28.40	111.71	47.03	429.83	58.79	488.62						
6	30	174.20		165.00	0.00	0.00	26.28	13.07	49.65	54.87	19.60	74.47	59.09	91.46	32.66	124.12	52.26	459.24	65.53	524.58						
7	30	179.36		165.00	0.00	0.00	29.27	10.43	39.73	43.90	15.68	59.58	47.27	73.16	26.13	96.29	41.81	406.41	52.26	458.67						
8	30	179.36		165.00	0.00	0.00	29.27	10.43	39.73	43.90	15.68	59.58	47.27	73.16	26.13	96.29	41.81	406.41	52.26	458.67						
9	30	179.36		165.00	0.00	0.00	29.27	10.43	39.73	43.90	15.68	59.58	47.27	73.16	26.13	96.29	41.81	406.41	52.26	458.67						
10	30	179.36		165.00	0.00	0.00	29.27	10.43	39.73	43.90	15.68	59.58	47.27	73.16	26.13	96.29	41.81	406.41	52.26	458.67						
11	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
12	30	32.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
13	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
14	30	32.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
15	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
16	30	32.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
17	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
18	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
19	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
20	30	52.26		165.00	0.00	0.00	10.97	3.92	14.89	16.46	5.88	22.34	17.73	21.44	9.80	37.24	15.68	253.28	19.60	272.88						
21	30	348.40		165.00	0.00	0.00	73.16	26.13	99.29	108.75	39.20	148.94	118.18	182.91	67.31	348.24	104.52	753.52	130.65	884.17						
22	30	348.40		165.00	0.00	0.00	73.16	26.13	99.29	108.75	39.20	148.94	118.18	182.91	67.31	348.24	104.52	753.52	130.65	884.17						
23	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
24	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
25	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
26	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
27	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
28	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
29	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
30	30	121.94		165.00	0.00	0.00	23.61	8.13	34.75	38.41	13.72	52.13	41.36	64.02	22.86	86.88	36.58	370.98	45.73	416.71						
Total	30						1,094.49	388.03	1,474.32	1,629.74	582.05	2,211.90	1,754.92	2,716.23	974.08	3,696.31	1,532.17	13,164.50	1,940.16	15,104.66						

C-51

151 Representa el supe de 13 SM para cotizar un sueldo y vida

152 Representa el supe de 23 SM para cotizar

C-4

Para la elaboración y proyección del presupuesto de inversión en lo que corresponde a los flujos de efectivo, es necesario considerar el pago de IMSS de forma mensual de cada uno de los trabajadores que se contemplan por sueldos dentro de la empresa y así conocer el monto de las retenciones obreras y patronales que serán útiles para la nómina y los flujos de efectivo

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

PROYECCIÓN DE LA DETERMINACIÓN DEL PAGO DE INFONAVIT, SAR E IMSS DE CARÁCTER BIMESTRAL

Nombre	Días	S.D.I.	Base bimestral	INC.	AUS.	Retiro	CESANTIA Y VEJEZ		SUMA	Apor Vol.	Apor Patrón INFONAVIT	% Amortizació	SUMA	Total patrón	Total trabajador	Total a pagar
							Patrón	Trab.								
1 Dirección general	61	801.32	48,880.78			977.62	1,539.74	549.91	2,089.65		2,444.04		2,444.04	4,961.40	549.91	5,511.31
2 Dirección comercial y administrativa	61	522.60	31,878.77			637.58	1,004.18	358.64	1,362.82		1,593.94		1,593.94	3,235.69	358.64	3,594.33
3 Dirección financiera y contable	61	522.60	31,878.77			637.58	1,004.18	358.64	1,362.82		1,593.94		1,593.94	3,235.69	358.64	3,594.33
4 Dirección de productos y servicios	61	522.60	31,878.77			637.58	1,004.18	358.64	1,362.82		1,593.94		1,593.94	3,235.69	358.64	3,594.33
5 Secretaria ejecutiva de dirección general	61	156.78	9,563.63			191.27	301.25	107.59	408.85		478.18		478.18	970.71	107.59	1,078.30
6 Subdirector de finanzas	61	174.20	10,626.26			212.53	334.73	119.55	454.27		531.31		531.31	1,078.56	119.55	1,198.11
7 Asistente de subdirecciones	61	139.36	8,501.00			170.02	267.78	95.64	363.42		425.05		425.05	862.85	95.64	958.49
2	61	139.36	8,501.00			170.02	267.78	95.64	363.42		425.05		425.05	862.85	95.64	958.49
3	61	139.36	8,501.00			170.02	267.78	95.64	363.42		425.05		425.05	862.85	95.64	958.49
4	61	139.36	8,501.00			170.02	267.78	95.64	363.42		425.05		425.05	862.85	95.64	958.49
5	61	139.36	8,501.00			170.02	267.78	95.64	363.42		425.05		425.05	862.85	95.64	958.49
6	61	139.36	8,501.00			170.02	267.78	95.64	363.42		425.05		425.05	862.85	95.64	958.49
8 Comisionistas de piso	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
2	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
3	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
4	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
5	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
6	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
9 Mensajero	61	69.68	4,250.50			85.01	133.89	47.82	181.71		212.53		212.53	431.43	47.82	479.24
2	61	69.68	4,250.50			85.01	133.89	47.82	181.71		212.53		212.53	431.43	47.82	479.24
3	61	69.68	4,250.50			85.01	133.89	47.82	181.71		212.53		212.53	431.43	47.82	479.24
10 Personal de intendencia	61	52.26	3,187.88			63.76	100.42	35.86	136.28		159.39		159.39	323.57	35.86	359.43
Diseador gráfico, publicista y fotógrafo	61	348.40	21,252.51			425.05	669.45	239.09	908.54		1,062.63		1,062.63	2,157.13	239.09	2,396.22
2	61	348.40	21,252.51			425.05	669.45	239.09	908.54		1,062.63		1,062.63	2,157.13	239.09	2,396.22
12 Capturista	61	121.94	7,438.38			148.77	234.31	83.68	317.99		371.92		371.92	755.00	83.68	838.68
2	61	121.94	7,438.38			148.77	234.31	83.68	317.99		371.92		371.92	755.00	83.68	838.68
13 Telefonistas	61	121.94	7,438.38			148.77	234.31	83.68	317.99		371.92		371.92	755.00	83.68	838.68
2	61	121.94	7,438.38			148.77	234.31	83.68	317.99		371.92		371.92	755.00	83.68	838.68
3	61	121.94	7,438.38			148.77	234.31	83.68	317.99		371.92		371.92	755.00	83.68	838.68
4	61	121.94	7,438.38			148.77	234.31	83.68	317.99		371.92		371.92	755.00	83.68	838.68
Total		0.00	337,914.93			6,758.30	10,644.32	3,801.54	14,445.86	#	16,895.75	#	16,895.75	34,298.37	3,801.54	38,099.91

Por igual que el IMSS, en esta cédula se expresa el monto de las aportaciones de seguridad social y de retiro por cada uno de los trabajadores de la empresa, el pago es de carácter bimestral, que será útil para la nómina y los flujos de efectivo de la empresa

CED. 7

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001

MONTO DE PRESUPUESTO ASIGNADO PARA DIFUSIÓN

400,000.00

MONTO DEL

MES	DESEMBOLSO
JULIO	
AGOSTO	150,000.00
SEPTIEMBRE	
OCTUBRE	
NOVIEMBRE	100,000.00
DICIEMBRE, 2000	
ENERO, 2001	50,000.00
FEBRERO	
MARZO	
ABRIL	50,000.00
MAYO	50,000.00
JUNIO	
JULIO	
TOTAL	400,000.00

TOTAL DE GASTOS EN PUBLICIDAD C. 11

C. 2

400,000.00

Esta cédula representa la programación de pagos por concepto de publicidad, están programados de acuerdo a los flujos de efectivo, independientemente de la fecha en que se contrate y se trasmita.

CEO. 8

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

PRESUPUESTO DE DISTRIBUCIÓN DE TRIPTICOS INFORMATIVOS

DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001

PARTIDA	CONCEPTO	MONETARIO - PESOS			UNIDADES POR ENVIAR	1 TRIMESTRE	2 TRIMESTRE	3 TRIMESTRE	4 TRIMESTRE	ANUAL
		IMPORTE	IVA	TOTAL		IMPORTE				
1	CORREO ORDINARIO	2.50	0.38	2.88						
2	TRIPTICO INFORMATIVO	3.00	0.45	3.45						C.11
3	SOBRE	0.30	0.05	0.35						C. 2
TOTAL		\$ 5.80	\$ 0.87	\$ 6.67	20,000	\$ -	\$ 68,700.00	\$ 133,400.00	\$ 133,400.00	\$ 333,500.00

Representa el costo del envío de la información a los clientes por medio de correo ordinario, al igual que la programación de ellos y el monto que representa el costo de envío.

CED. 9

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

PRESUPUESTO GLOBAL DE MAQUILA
DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001

PARTIDA	MES	TARJETAS	IMPORTE	IVA	TOTAL
TARJETA			5.50	0.83	6.33
LIBRO			130.43	19.57	150.00
TOTAL A MAQUILAR			135.93	20.40	156.33
VENTA	20,000		135.93	20.40	156.33
OBSEQUIO	A				
BECARIOS	4,000				
SEGURIDAD	1,000	25,000			
1	SEPTIEMBRE	4,167	566,394.93	84,959.24	651,354.17
2	OCTUBRE	4,167	566,394.93	84,959.24	651,354.17
3	NOVIEMBRE	4,167	566,394.93	84,959.24	651,354.17
4	DICIEMBRE. 2	4,167	566,394.93	84,959.24	651,354.17
5	ENERO. 2001	4,167	566,394.93	84,959.24	651,354.17
6	FEBRERO	4,167	566,394.93	84,959.24	651,354.17
7	MARZO		-	-	-
8	ABRIL		-	-	-
9	MAYO		-	-	-
10	JUNIO		-	-	-
11	JULIO		-	-	-
12	AGOSTO		-	-	-
TOTAL MAQUILA DE TARJETAS		25,000	3,398,369.57	509,755.43	3,908,125.00

La maquila de las tarjetas se hará de forma mensual, trabajando con sólo 2 meses de margen de seguridad para no generar un stock que represente dinero parado, mediante la celebración de un contrato con compras mensuales a precio fijo

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DATOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN GENÉRICA DEL PRODUCTO.

IDENTIFICACIÓN DE LOS INGRESOS POR LA VENTA O PRESTACIÓN DE CUALQUIER SERVICIO QUE GENEREN INGRESOS

DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001

CONCEPTO DE INGRESOS POR VENTAS DE SERVICIOS	PRECIO UNITARIO	CONCEPTO	PERSONAS	PARCIAL	VECES AL AÑO	NÚM. DE PERSONAS	TOTAL DE PRODUCTOS	ANUAL	ANÁLISIS PORCENTUAL
I VENTA DE CREDENCIAL	\$ 290.00	TARJETA		20,000	1		20,000	\$ 5,800,000.00	44% C 10 1/2
II INTERCAMBIO DE PUBLICIDAD EN TARJETA DE DESCUENTO	\$ 1.50	TRÍPTICO	20,000		4	2	50,000	\$ 75,000.00	1% **1
III ESPECIOS EN LIBRO DE DESCUENTOS									
ESPACIOS DENTRO DEL LIBRO		LIBRO	20,000		1	-	20,000	\$ 866,125.00	7% C. 10-1
SUSCRIPCIÓN ANUAL DE PROVEEDORES		LIBRO	20,000		1	-	20,000	\$ 5,000,000.00	38% C. 10-1
SECCIÓN DE DESCUENTOS DE PROMOCIONES ESPECIALES		LIBRO	20,000		1	-	20,000	\$ 640,000.00	5% C. 10-1
SECCIÓN DE DESCUENTOS A LA VISTA		LIBRO	20,000		1	-	20,000	\$ 790,000.00	6% C. 10 1/2
TOTAL DE INGRESOS ANUALES								\$ 13,171,125.00	100%
								C.2	

Cédula que representa los ingresos esperados de acuerdo a cada uno de los servicios que brinda la empresa que representen captación de ingresos para ella, presentados en tiempo, frecuencia, nivel de ingresos y porcentaje de importancia de ingresos

**1

El precio del servicio de intercambio de publicidad es de \$ 1.5 presupuestado en 50,000 envíos representando un importe de \$75,000.00

C.10 1 TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

ESPACIOS PRESUPUESTADOS PARA SU VENTA

<u>PARTES DEL LIBRO</u>	<u>CANTIDAD</u>	<u>IMPORTE</u>	<u>TOTAL</u>
PORTADA	2	39,062.50	78,125.00
CONTRA PORTADA	4	31,250.00	125,000.00
PRIMER PLANO	4	27,343.75	109,375.00
SEGUNDO PLANO	4	23,437.50	93,750.00
RESGUARDO	4	19,531.25	78,125.00
COLOFÓN	4	72,000.00	288,000.00
INTERMEDIA	6	15,625.00	93,750.00
TOTAL INGRESOS POR VENTA			<u>866,125.00</u>
		CED. 10 1/1	C.10

II.- SUSCRIPCIÓN ANUAL

<u>CATEGORÍA</u>	<u>IMPORTE</u>	<u>EMPRESA</u>	<u>TOTAL ING.</u>
A PEQUEÑA EMPRESA	40,000.00	60	2,400,000.00
AA GRANDE EMPRESA	70,000.00	20	1,400,000.00
AAA GRUPOS EMPRESARIALES	120,000.00	10	1,200,000.00
TOTAL DE INGRESOS POR ANUALIDAD		<u>90</u>	<u>5,000,000.00</u>
			C. 10

III. PROMOCIONES ESPECIALES

POR HOJA DE PROMOCIÓN ESPECIAL A UNA TINTA

<u>CATEGORÍA</u>	<u>IMPORTE</u>	<u>EMPRESA</u>	<u>TOTAL ING.</u>
A PEQUEÑA EMPRESA	75,000.00	2	150,000.00
AA GRANDE EMPRESA	95,000.00	2	190,000.00
AAA GRUPOS EMPRESARIALES	150,000.00	2	300,000.00
TOTAL DE INGRESOS POR ANUALIDAD		<u>6</u>	<u>640,000.00</u>
			C. 10

CED. 10 1/1

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001

DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR LA EDICIÓN DE LIBRO DE CUPONES Y DESCUENTOS

I.- LISTA DE PRECIOS DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

VENTAS DE:		INCREMENTO	16	125.00%	8	120%	4	115%	2	110%		0%
PARTES DEL LIBRO	CANT.	IMPORTE	MEDIDA	PRECIO	MEDIDA	PRECIO	MEDIDA	PRECIO	MEDIDA	PRECIO	MEDIDA	PRECIO
PORTADA	1	500,000	1/16	39,063	1/8	75,000	1/4	143,750	1/2	S/VTA	1/1	S/VTA
CONTRA PORTAD ^A	1	400,000	1/16	31,250	1/8	60,000	1/4	115,000	1/2	220,000	1/1	400,000
PRIMER PLANO	1	350,000	1/16	27,344	1/8	52,500	1/4	100,625	1/2	192,500	1/1	350,000
SEGUNDO PLANO	1	300,000	1/16	23,438	1/8	45,000	1/4	86,250	1/2	165,000	1/1	300,000
RESGUARDO	2	250,000	1/16	19,531	1/8	37,500	1/4	71,875	1/2	137,500	1/1	250,000
COLOFÓN	1	480,000	1/16	37,500	1/8	72,000	1/4	138,000	1/2	264,000	1/1	480,000
INTERMEDIA	5	200,000	1/16	15,625	1/8	30,000	1/4	57,500	1/2	110,000	1/1	200,000

C. 10 1

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

CED. 10 1/2

HOJA DE DESCUENTOS A LA VISTA CON SECCIÓN DE COLOR

CATEGORÍA		IMPORTE	EMPRESA	TOTAL ING.
A	PEQUEÑA EMPRESA	50,000.00	5	250,000.00
AA	GRANDE EMPRESA	80,000.00	3	240,000.00
AAA	GRUPOS EMPRESARIALES	150,000.00	2	300,000.00
TOTAL DE INGRESOS POR ANUALIDAD			10	790,000.00

C.10

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DETERMINACIÓN DE VENTAS PROYECTADAS EN EL AÑO

DESGLOSE DE MESES EN LAS VENTAS

NÚMERO	MESES	VTA. TARJETAS POR BECARIOS	VTAS. TARJETAS POR VENDEDORES	TOTAL DE VENTAS	PRECIO	TOTAL
1	DICIEMBRE. 2000	2,667	667	3,333	290.00	966,666.67
2	ENERO. 2001	2,667	667	3,333	290.00	966,666.67
3	FEBRERO	2,667	667	3,333	290.00	966,666.67
4	MARZO	2,667	667	3,333	290.00	966,666.67
5	ABRIL	2,667	667	3,333	290.00	966,666.67
6	MAYO	2,667	667	3,333	290.00	966,666.67
TOTAL DE VENTAS ANUALES		16,000.00	4,000	20,000		5,800,000.00

C. 10

CUENTA DE CONFRONTACION DE INGRESAS MENOS SALIDAS
DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JUNIO DEL 2001

TARJETA DE DESCUENTO TUNAN

INGRESOS POR VENTA DE BIENES Y SERVICIOS DE LA EMPRESA				ENTRADAS															
SERVICIOS PROYECTADAS	PRECIO	IVA	Valor del bien por IVA	TOTAL POR RUBRO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	TOTAL	
SALDO INICIAL					4,094,370	2,022,924	3,709,303	4,918,375	6,090,762	4,937,848	4,947,933	4,947,821	4,794,308	4,451,063	3,961,196	4,507,653	4,157,151		
CREDITICIAL	20,000									466,067	466,067	466,067	466,067	466,067	466,067			3,800,000	
INTERCAAMBIO	50,000																30,000	35,000	
PUBLICIDAD	20,150				36,613	258,932	259,618	259,818											368,125
SUSCRIPCION	20,000				500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000											5,000,000
PROM. ESPECIALIZ.	20,000				84,000	192,000	192,000	192,000											640,000
DIRIC A LA VENTA	20,000				79,000	237,000	237,000	237,000											740,000
TOTAL DE INGRESOS					775,613	2,288,932	2,198,638	2,189,618	6,090,762	6,464,667	6,464,667	6,464,667	6,464,667	6,464,667	6,464,667	6,464,667	6,464,667	36,000	13,371,125
TOTAL DISPONIBLE					2,366,757	4,318,458	5,908,147	7,107,912	6,090,762	5,944,315	3,924,300	3,814,487	3,761,274	3,447,731	3,367,863	3,507,653	4,147,151		13,371,125

CALIDAD

*** GASTOS DE OPERACION PARA LA CAPTACION DE LOS BIENES Y SERVICIOS DE LA EMPRESA

Equipo de oficina administrativo				1,203,158															
venta de líneas telefónicas	32,787	4,915	37,682		3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140	3,140		17,682
servicio móviles de celulares y satélites	890,800	133,560	1,023,960		85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330	85,330		1,023,960
agua de fuerza eléctrica	2,483	374	2,867		478	478	478	478	478	478	478	478	478	478	478	478	478		478
agua por consumo de agua	1,791	267	2,058		341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341		3,058
energía de iluminación	113,971	17,096	131,067		10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922	10,922		111,067
gastos de mantenimiento y limpieza de edificios	4,986	748	5,734		478	478	478	478	478	478	478	478	478	478	478	478	478		5,734
Equipo de limpieza y sala				1,830															1,830
reparación de Edific para operarios	113	17	130																
Impresoras	190	28	218																
scanners	297	45	341																
subastas	297	45	341																
Impresoras	356	53	410																
Impresoras	356	53	410																
Activos de oficina				16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383		16,383
Gastos necesarios en presentación y portafolio de apertura				16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383		16,383
Impresoras por gastos de apertura de establecimiento				16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383		16,383
Impresoras por gastos de seguridad, prevención y protección				16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383	16,383		16,383
Cobertura de pólizas por seguros de propiedad, etc.	14,346		14,346																
Impresoras				17,306	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826	6,826		27,306
gastos de instalaciones	11,872	1,781	13,653																
gastos de mantenimiento	5,936	890	6,826																
gastos de mantenimiento	5,936	890	6,826																
Papeles y gastos de administrativo				93,190	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766	7,766		93,190
cartón para impresión color	10,645	1,602	12,288																
cartón para impresión negro	4,511	677	5,188																
plumas para impresión laser	15,137	2,221	17,407																
Toner para impresoras Laser	21,390	3,205	24,575																
carpetas de escritorio	30,893	4,604	35,297																
lápiz recortados	1,781	267	2,048																
gastos de presentación	10,645	1,602	12,288																
Boleros mandados	2,018	301	2,321																
papelito de firma impresa	4,155	623	4,778																
Sueldos y salarios con prestaciones laborales				1,908,000															
Director general	276,000		276,000		23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000	23,000		276,000
Director comercial y administrativo	180,000		180,000		15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000		180,000
Director financiero y contable	180,000		180,000		15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000		180,000
Director de producción y servicios	180,000		180,000		15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000		180,000
Secretaria ejecutiva de director general	54,000		54,000		4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500	4,500		54,000
Subdirector de finanzas	80,000		80,000		3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000		80,000
Asesor de administración	288,000		288,000		24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000	24,000		288,000
Comercialista de paz	108,000		108,000		9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000		108,000
Mensajes	72,000		72,000		6,000	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
Personal de limpieza	18,000		18,000		1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500		18,000
Dispositivo gráfico, público y litográfico	1,800,000		1,800,000		20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000	20,000		1,800,000
Clasificación	94,000		94,000		7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000		94,000
Teléfonos	168,000		168,000		14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000	14,000		168,000

CÉDULA DE CONFRONTACIÓN DE ENTRADAS MENOS SALIDAS

SERVICIOS	VENTAS ANUALES PROYECTADAS	PRECIO	IVA	Valor del bien con IVA	TOTAL POR RUBRO	ENTRADAS												TOTAL	
						JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO		JULIO
Mantenimiento de equipo de cómputo y oficinas	11,872	-	-	11,872	11,872								11,872						11,872
Mantenimiento de equipo militar	17,808	-	-	17,808	17,808										17,808				17,808
Servicios diversos					27,033	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	2,253	27,033
vigilancia	2,137	321		2,458															
mensajería y otros de documentación de oficinas	14,246	2,137		16,383															
gastos médicos	7,123	1,068		8,192															
Impuestos y derechos					472,261														
2 % S/N	39,885			39,885		3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	3,324	39,885
INSS	158,334			158,334		13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	13,195	158,334
INFORMAVT. SAR. INSS	205,790			205,790		34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	34,298	205,790
Prima ocasional	5,175			5,175															5,175
Agarado	51,750			51,750					51,750										51,750
Tenencia	11,327			11,327								11,327							11,327
Otros gastos					62,803														
gastos de viaje	20,680	4,452		25,132		11,377		11,377	11,377										34,132
impuestos y derechos	17,808	2,671		20,479		1,707		1,707	1,707										20,479
comisiones bancarias	3,562	534		4,096		341		341	341										4,096
publicaciones y suscripciones	3,562	534		4,096		341		341	341										4,096
Otros gastos de contingencias	237,440	35,616		273,056	273,056	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	22,755	273,056
TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN DE INVEN	3,892,331	222,388		4,114,719	4,114,719	344,162	351,154	328,413	344,896	361,968	345,257	313,425	348,526	310,210	343,135	310,210	350,502		4,114,719
COSTO DE MENOS DE INFORMACIÓN A CLIENTE	290,000	43,500		333,500	333,500							46,700			133,400			133,400	333,500
COSTO MATERIAL DE TARJETAS Y LIBROS	3,398,370	509,755		3,908,125	3,908,125			651,354	651,354	651,354	651,354	651,354	651,354	651,354	651,354				3,908,125
TOTAL DEL PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD PC	347,826	52,174		400,000	400,000		150,000			100,000		50,000			50,000	50,000			400,000
TOTAL DE GASTOS						344,162	501,154	979,768	1,016,250	1,113,314	996,681	1,081,479	1,019,880	310,210	546,535	360,210	350,502	133,400	8,756,544
TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS						3,812,611	3,709,305	4,913,375	6,090,943	4,977,648	4,947,633	4,847,821	4,794,608	5,451,045	5,901,196	6,507,653	6,157,151	6,053,751	4,414,581

Cédula analítica de los flujos de efectivos netos que tiene la empresa, por cada uno de los rubros que integran tanto las entradas como las salidas en un periodo de un año.

CED. 12

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO AL 31 DE JULIO DEL 2000

Cantidades expresadas en pesos mexicanos

INGRESOS POR VENTA Y SERVICIOS	\$	13,171,125.00	
COSTO DE MAQUILA DE TARJETAS Y LIBRO		<u>3,908,125.00</u>	
UTILIDAD BRUTA			9,263,000.00
GASTOS DE OPERACIÓN			4,848,419.26
GTO. VENTA		333,500.00	
GTO. DE PUBLICIDAD		400,000.00	
GTO. ADMINISTRACIÓN		4,114,919.26	
REMANENTE			<u>4,414,580.74</u> C. 11
REMANENTE TOTAL DEL EJERCICIO			<u>\$ <u>4,414,580.74</u></u>

BALANCE GENERAL AL 31 DE JULIO DEL 2001

Cantidades expresadas en pesos mexicanos

ACTIVO	
<i>CIRCULANTE</i>	
BANCOS	6,053,750.89
SUMA DE CIRCULANTE	<u>6,053,750.89</u>
<i>FIJO</i>	
EQUIPO DE TRANSPORTE	<u>435,639.17</u>
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	<u>203,021.73</u>
EQUIPO DE COMPUTO Y PRESENTACIÓN	<u>505,470.98</u>
SUMA DE FIJO	<u>1,144,131.88</u>
<i>DIFERIDO</i>	
DERECHOS	<u>33,697.97</u>
SUMA DE DIFERIDO	<u>33,697.97</u>
SUMA DE ACTIVO	\$ 7,231,580.74
PASIVO	
<i>A CORTO PLAZO</i>	
PROVISIÓN DE PTU	<u>-</u>
<i>A LARGO PLAZO</i>	
SUMA DE PASIVO	<u>-</u>
PATRIMONIO	
PATRIMONIO	2,817,000.00
REMANENTE	4,414,580.74
PATRIMONIO TOTAL	<u>7,231,580.74</u>
SUMA DE CAPITAL CONTABLE SOCIAL	<u>7,231,580.74</u>
SUMA DE PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 7,231,580.74

LAS CIFRAS INDICADAS ESTÁN REPRESENTADAS EN PROYECCIONES FINANCIERAS, EN FLUJOS DE EFECTIVOS FINANCIEROS

CED. 14

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DEL 15 DE JULIO DEL 2000 AL 14 DE JULIO DEL 2001

SUMARIO DE CAJA Y BANCOS

MES	SALDO INICIAL	VENTAS	TOTAL DISPONIBLE	TOTAL PAGOS	SALDO FINAL
JULIO	1,639,170.15	729,612.50	2,368,782.65	346,162.01	2,022,620.64
AGOSTO	2,022,620.64	2,188,837.50	4,211,458.14	502,153.57	3,709,304.56
SEPTIEMBRE	3,709,304.56	2,188,837.50	5,898,142.06	979,767.54	4,918,374.52
OCTUBRE	4,918,374.52	2,188,837.50	7,107,212.02	1,016,250.35	6,090,961.67
NOVIEMBRE	6,090,961.67	-	6,090,961.67	1,113,313.81	4,977,647.86
DICIEMBRE. 2000	4,977,647.86	966,666.67	5,944,314.53	996,681.34	4,947,633.19
ENERO. 2001	4,947,633.19	981,666.67	5,929,299.85	1,081,479.04	4,847,820.81
FEBRERO	4,847,820.81	966,666.67	5,814,487.48	1,019,879.96	4,794,607.52
MARZO	4,794,607.52	966,666.67	5,761,274.18	310,209.64	5,451,064.54
ABRIL	5,451,064.54	966,666.67	6,417,731.21	546,535.17	5,871,196.04
MAYO	5,871,196.04	996,666.67	6,867,862.70	360,209.64	6,507,653.06
JUNIO	6,507,653.06	-	6,507,653.06	350,502.17	6,157,150.89
JULIO	6,157,150.89	30,000.00	6,187,150.89	133,400.00	6,053,750.89
TOTALES		13,171,125.00		8,756,544.26	

C.11

C. 11-1

C. 13

Expresa los flujos de efectivo de forma mensual que se tendrá en el banco, representado por los ingresos por ventas y las erogaciones necesarias para la operación de la empresa

Los indicadores financieros son obtenidos directamente de los estados financieros proforma, en función de ellos se desarrolla todo el análisis de los indicadores presentados, cabe señalar que existen indicadores que nos proporcionan información específica de ciertas partidas en específico, como es las entradas y salidas de almacén, razones de propiedad, endeudamiento, pero estas no son por el momento la información que se requiere para la toma de decisiones en la aprobación del proyecto de inversión, por ello, se presentan los indicadores financieros útiles para la correcta y adecuada toma de decisiones, siendo los principales los siguientes.

En cada una de las cédulas al igual que en los presupuestos se hace una breve explicación del significado de los indicadores, su importancia y los resultados tan positivos que estos arrojan.

TARJETA DE DESCUENTO TUNAM

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{\text{GASTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{GASTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

PE	4,514,919	4,514,919	4,514,919	PE	6,659,563
	1-	4,241,625	0.3220	0.6780	
		13,171,125			

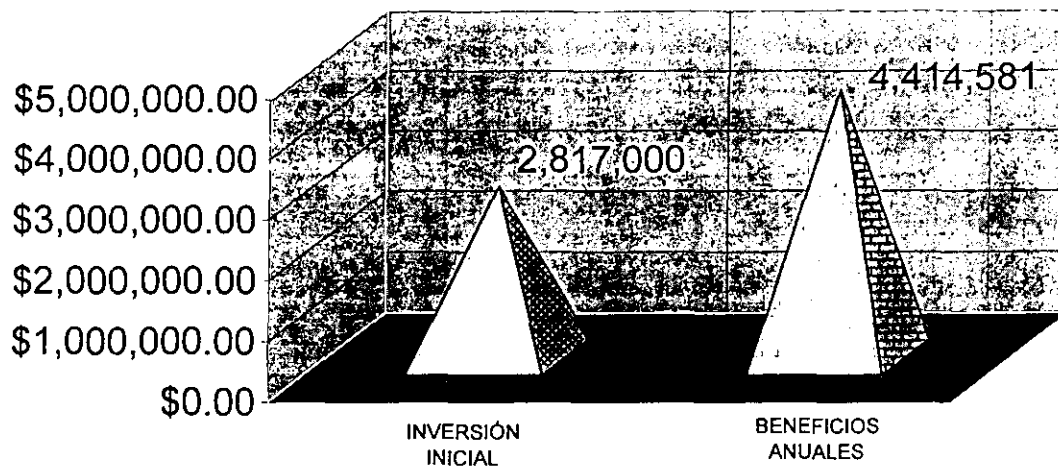
El punto de equilibrio del proyecto en dinero es igual a 6,659,563.00 pesos, cantidad que es superada en las ventas proyectadas de cuatro meses, esta cantidad representa el 50.56 % de las ventas anuales.

PLAZO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

INVERSIÓN EN EL PROYECTO	<u>\$2,817,000.00</u>
BENEFICIOS ANUALES	<u>\$4,414,580.74</u>

INVERSIÓN NETA	2,817,000	=	<u>0.6381</u>
BENEFICIOS ANUALES	4,414,581		

EN 0.63 DE AÑO LA EMPRESA RECUPERA EL MONTO DE LA INVERSIÓN



La información que nos indica esta cédula, es para la siguiente interpretación; el monto de los beneficios anuales del primer ejercicio de operación en el proyecto son superiores en cantidad económica a la inversión inicial, esto es en un 156 % y el tiempo de recuperación de la inversión es en .63 índice menor a la unidad, representado por un año, es decir, en menos de un año se recupera la inversión del proyecto.

TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD

DEFINICIONES

BENEFICIO ANUAL	UNP	4,414,581
IMPORTE DE LA INVERSIÓN	IPI	2,817,000
TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD	TPR	?

FORMULA

$$TPR = \left(\frac{UNP}{IPI} \right)$$

DESARROLLO

$$TPR = \left(\frac{4,414,581}{2,817,000} \right)$$
$$\left\{ 1.5671 \right\}$$

156.7121

156.71%

$$TPR = 156.71\%$$

RESULTADO

La tasa promedio de rentabilidad del proyecto de inversión es de 156.71% superior a la mínima esperada a cualquiera que maneje el sistema financiero y considerando el periodo de recuperación se corrobora la tasa de rentabilidad como es superior a cero y a la mínima esperada, se concluye a que el proyecto se acepta.

DEFINICIONES

BENEFICIO ANUAL HISTORICO	BAH	4,414,581
INVERSIÓN DEL PROYECTO	IP	2,817.000
TASA DE INTERÉS SIMPLE SOBRE RENDIMIENTO	TISSR	?

FORMULA

$$TISSR = \left(\frac{BAH - IP}{IP} \right)$$

DESARROLLO

$$TISSR = \left(\frac{4,414,581 - 2,817,000}{2,817,000} \right)$$

$$TISSR = \frac{1,597,581}{2,817,000}$$

$$TISSR = \underline{\underline{0.5671}}$$

$$TISSR = 56.71 \%$$

La tasa de interés simple sobre el rendimiento es aquella que supera la inversión en beneficios anuales, esta es superada en un 41.04 % anual, tasa superior a la mínima esperada que maneje cualquier institución del sistema bancario.

VALOR PRESENTE

DEFINICIÓN

INVERSIÓN DEL PROYECTO VALOR HISTORICO	So	2.817.000
BENEFICIOS DEL PROYECTO A VALOR HISTORICO	St	4,414,581
NUMERO DE PERIODOS	n	1
TASA DE INTERES CETES	i	19.70%
VALOR PRESENTE NETO	VP	?
FACTOR DE AJUSTE DE VALOR PRESENTE	FA	

FORMULA

$$VP = \frac{1}{(1+i)^n}$$

DESARROLLO

$$VP = \frac{1}{(1+0.197)^1}$$

$$VP = \frac{1}{1.197}$$

$$VP = \underline{\underline{0.8354}} \text{ FACTOR DE AJUSTE}$$

$$St \times FA = VP$$

$$4,414,581 \times 0.8354 = 3,688,037.38$$

$$VP = \underline{\underline{3,688,037}}$$

El valor presente nos determina la equivalencia en el tiempo cero de los beneficios anuales que genera el proyecto y es comparado con el monto de la inversión inicial y si el valor presente es superior a la inversión inicial, este debe ser aceptado. las cifras lo demuestran, el valor presente es otro indicador financiero que nos demuestra la viabilidad

VALOR PRESENTE NETO

DEFINICIONES

INVERSIÓN DEL PROYECTO VALOR HISTORICO	So	2,817,000
VALOR PRESENTE	VP	3,688,037
VALOR PRESENTE NETO	VPN	?

DESARROLLO

VALOR PRESENTE	3,688,037
MENOS INVERSIÓN INICIAL	<u>2,817,000</u>
DIFERENCIA	VPN <u><u>871,037</u></u>

REGLA DE DECISIÓN

SI EL VALOR PRESENTE NETO ES > A CERO SE ACEPTA
SI EL VALOR PRESENTE NETO ES < A CERO SE RECHAZA

El valor presente neto del proyecto de inversión es de 871,037. Esta cifra representa la diferencia entre el valor presente menos la inversión inicial, de acuerdo a la regla de decisión, esta debe ser superior a cero el valor presente neto del proyecto es superado en mayor cantidad, por lo tanto el proyecto es aceptado

INDICE DE RENDIMIENTO A VALOR PRESENTE

DEFINICIONES

VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS ESPERADOS	VPN	871,037
VALOR HISTORICO DE LA INVERSIÓN	So	2,817,000
BENEFICIOS A VALOR HISTORICO	BVH	3,688,037
INDICE DE RENDIMIENTO	IR	

FORMULA Y DESARROLLO

$$IR = \frac{BVH - So}{So} = \frac{3,688,037 - 2,817,000}{2,817,000} = 1.3092$$

$$\underline{\underline{IR = 130.9\%}}$$

El índice de rendimiento a valor presente es aquella tasa de rendimiento que nos permite comparar los beneficios del proyecto a valor presente, en este caso la tasa es de 130.9 % tasa superior a cualquiera que pueda ofrecer el sistema bancario; recordando que el tiempo de recuperación es menor al año.

C ONCLUSIONES





ESTUDIO DE MERCADO

Es importante resaltar los resultados que se obtuvieron en la investigación de mercados, ya que este nos arroja la información de la viabilidad, en los productos y servicios que se ofertan marcando la mayor aceptación una credencial que los identifique y los vincule con la universidad, al igual que una tarjeta de descuento que les permita economizar en el gastos familiar o personal, como herramienta de la tarjeta de descuento es el libro de cupones y descuentos, lo anterior es resultado de la investigación, el precio de venta que se determine es de \$290.00

El mercado al cual se va a dirigir el producto es en primera instancia a los exalumnos UNAM, los sindicalizados y personal que labore en la institución, al igual que toda aquella persona que quiera contribuir con la Universidad, con la diferencia que aquella persona que adquiera el producto y nunca haya sido inscrito en la UNAM (no tenga número de cuenta) no tendrá la credencial de exalumno, pero si los demás productos.

El conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales es información valiosa que nos permite el acercamiento y vinculo con las instituciones y empresas para ser afiliadas como proveedoras del servicio, con la posibilidad de incremento en sus ventas.

Con respecto a las fases de lanzamiento del producto en los medios de comunicación y publicidad, esta se realizará en la siguiente forma 1ª Sensibilización de Mercado, 2ª Lanzamiento del Producto, 3ª Consolidación del Producto.

Podemos concluir que la investigación de mercado realizada en el proyecto de inversión, cumple con todas las expectativas y con sus objetivos, al respondernos las preguntas básicas de toda investigación que son:

¿Qué vender?

Una tarjeta de descuento - credencial con un libro de cupones

¿A quién?

A los exalumnos y egresados de nuestra máxima casa de estudios, al igual que a todo trabajador, investigador y colaborador en la Universidad y público en general, pero con sus restricciones, que es el no tener la credencial de exalumno UNAM, pero si los demás productos y servicios.

¿Por qué medios vender?

Utilizando los medios de comunicación de la UNAM, los del sector gobierno y los privados, en tres fases, Sensibilidad de Mercado, Lanzamiento de Producto, Permanencia (consolidación)

¿A qué precio vender?

En función a los resultados de investigación, están dispuestos a pagar por ella hasta \$300.00 pesos

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico responde a las necesidades de mercado, qué cantidad de productos va abastecer al mercado, en qué tiempo y a qué precio, cómo va a ser producido , por qué medios de producción, que técnica se va a utilizar, a qué costo, son preguntas que este estudio responde y en conclusión tenemos lo siguiente:

La empresa enviará a maquilar la tarjeta y los libros de descuentos y cupones, ya que para ser producidos por maquinaria y medios propios de la empresa, es necesario realizar una inversión muy grande, igual a la constitución de una editorial y una imprenta, que con la capacidad instalada que esta tiene, la producción requerida de un periodo (un año) es realizada en menos de tres

meses, maquinaria y tiempo improductivo que se tendría a demás del monto de la inversión, es por ello que la maquila responde a las necesidades de la empresa, en tiempo, forma, calidad y necesidades a demás que los costos no son muy elevados en función al desembolso y tiempo de recuperación de la inversión que implica la compra de la maquinaria.

La empresa maquiladora, podrá ir entregando el material conforme a la demanda requerida, con un margen de stock bajo, margen de seguridad necesario para el aseguramiento de los productos, de forma tal que permita manejar un flujo de efectivo mejor en función a pagos en parcialidades o en función a la entrega de los productos.

Como conclusión del estudio técnico, este satisface de igual forma las necesidades y expectativas de información para el proyecto de inversión, ya que nos permite contestar a las preguntas necesarias con respecto a los factores productivos.

¿Cómo producir lo que el mercado demanda?

Mediante la contratación de empresas proveedoras de tarjetas y una editorial de libros y revistas

¿Cual debe ser la combinación de factores productivos?

En la elaboración de las tarjetas y credenciales, será combinada, el machote de credencial y tarjeta, y en la empresa se terminara con los datos personales y la fotografía adherida en la credencial, comprando la máquina digitalizadora para los datos personales y enmicadora, como proceso conjunto.

En la elaboración del libro de cupones, el 100 % de este, será elaborado en una empresa editorial.

¿Dónde producir?

Ya se ha seleccionado una cartera de proveedores, con previo estudio en función a calidad, precio y tiempo de entrega.

¿Cuánto y cuándo producir?

En función a las proyecciones de venta se determina la cantidad a producir y con respecto a cuándo, para las credenciales, tres semanas antes y con respecto a el libro, cuarenta días antes de su lanzamiento. Lo anterior es el tiempo de entrega, pero cuando empiece la fase de administración del proyecto se deberá hacer con un mes de anticipación, como política de la empresa.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo nos demuestra cuáles son aquellos aspectos importantes en el ambiente de trabajo, cuáles son las metas de la empresa, su misión, por qué se constituye, cual es su visión, como se visualiza la empresa en el tiempo, cual es su filosofía, en la cual se formará el ambiente laboral, al igual que la estructura administrativa de la empresa, las áreas que la conforman y las funciones y actividades que realizarán cada una de éstas. En conclusión se determinó lo siguiente:

La misión de la empresa es ofrecer productos y servicios que contribuyan al desarrollo del nivel de vida de los usuarios, así como llegar a ser la mejor empresa líder en la consolidación de fuentes de procuración de fondos que contribuyan al bienestar social.

Los procedimientos y métodos para la obtención de los productos y servicios están al detalle en el desarrollo del estudio administrativo.

EL estudio responde a las necesidades de este, bajo las siguientes preguntas:

¿Qué personal requiere la empresa para laborar y bajo qué estructura administrativa?

Bajo la siguiente estructura:

Una dirección general, tres subdirecciones, ocho áreas y tres departamentos dentro de la empresa, se determinó un total de 30 plazas dentro de la organización, personal que de acuerdo al estudio realizado y a las necesidades de la empresa en y función a sus actividades, se encuentran diseñadas y detalladas en los manuales y diagramas de procedimientos, incluidos en el desarrollo del área de estudio.

¿En cuanto a los principios de la constitución de la empresa, la visión, misión, filosofía y objetivos institucionales, están acorde a los primeros?

Todo el diseño administrativo y de planeación de la empresa está acorde a los principios de su constitución, es decir el planteamiento de visión, misión, filosofía y objetivos están de acuerdo con los principios altruistas de su constitución.

ESTUDIO JURÍDICO.

El estudio jurídico es la base para la constitución de la empresa y los resultados que esta tiene en el ejercicio de operación.

La finalidad de este estudio se cumple al definir dos aspectos básicos como son: la opción más viable jurídicamente de la constitución de la empresa y el conocer cuales son las obligaciones en materia legal a las que se somete, teniendo como resultado lo siguiente:

La forma de constitución es una Asociación Civil, con principios altruistas, en los cuales solo se busca la procuración de fondos para ser proporcionados a al UNAM, para el apoyo del cumplimiento de sus planes y programas. Bajo esta tónica, la A.C., pedirá a la autorización ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para ser una institución autorizada para dar y recibir donativos y bajo este principio trabajara la empresa.

La serie de obligaciones fiscales y legales están desarrolladas en el estudio, en la cual se detalla cada una de ellas.

Como complemento a lo anterior, se anexan modelos de contratos de trabajo y los contratos de compra venta de los productos y servicios

ESTUDIO FINANCIERO

Teniendo claro cuál es el objetivo del estudio financiero en todo proyecto de inversión, es fácil concluir este, ya que, bajo la premisa de conocer el monto de la inversión, el manejo de este, el manejo de los flujos que arroje por el transcurso de su operación para la generación de remanentes y el tiempo de recuperación de este se puede interpretar la siguiente información:

Monto de la inversión del proyecto \$ 2,817,000.00 cantidad del patrimonio de la empresa.

Monto de los ingresos preponderantes de la actividad \$ 13,171,125.00 pesos en el periodo de un año.

Monto de las erogaciones o gastos necesarios para la generación de los ingresos \$ 8,756,544.00.

Remanente del ejercicio \$ 4,414,581.00

Monto de las tarjetas de descuento a vender en el primer ejercicio 20,000.

Número de proveedores afiliados a la empresa 100.

La evaluación el proyecto indica que la inversión se recupera en corto tiempo y los otros indicadores muestran cifras que permiten aceptar dicho proyecto.

Tiempo de recuperación de la inversión inicial 0.63 de año, es decir en menos de un año se recupera la inversión.

La tasa promedio de rentabilidad de la empresa es del 141 % en el primer año.

El índice de rendimiento a valor presente es de 156 % en el periodo de un año, todo lo anterior es superado al 100 % en el primer ejercicio de operación.

El punto de equilibrio en ventas en el primer año es de \$ 6,659,563.00

Cifras que representan en el proyecto de inversión rendimientos mayores a al inversión en el primer ejercicio y índices de rendimiento y rentabilidad superiores al cien por ciento, por lo tanto se considera que el proyecto de inversión tiene todas las posibilidades de desarrollo y aplicación por su composición

CONCLUSIONES GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

La Universidad Nacional Autónoma de México, siendo nuestra máxima casa de estudios en el país, se ve en la necesidad de captar recursos económicos que le permitan alcanzar el desarrollo sustentable en cada una de sus programas, planes y proyectos que desarrolla, y así cumplir con sus principios tales como: mantener su liderazgo, remover su carácter nacional, reafirmar su condición de entidad pública, afianzar su autonomía y redoblar su compromiso con la sociedad mexicana, y la formación académica

Para ello, el siguiente proyecto de inversión cumple con todas las expectativas que tiene la universidad para la generación de recursos, además de estos proporciona beneficios tales como.

El alcance a una base de datos actualizada de los egresados de la institución, que puede ser utilizada para los estrechos vínculos entre Universidad egresado. Esta información no se tiene por ninguna de las dependencias de la institución.

El acercamiento con cada uno de sus exalumnos, al sentirse estos parte de su institución y tener acceso a servicios que la universidad proporciona.

Mayor apoyo y fortaleza a la institución por los afiliados en el proyecto de inversión.

Mantiene una sinergia en la dinámica de trabajo por parte del proyecto en beneficios continuos a la Universidad.

Por lo anterior el proyecto de inversión cumple con los objetivos planteados en él, en el alcance del proyecto, en todos sus beneficios sociales, económicos, estudiantiles y demás que sería reiterativo mencionarlos nuevamente.

Podemos concluir que el proyecto habla por sí solo en cada uno de sus estudios, ya que estos están desarrollados de tal forma que permita la comprensión, la dinámica y la serie de alcances, beneficios que se tienen al poner en marcha el proyecto de inversión y empezar a disfrutar de la serie de beneficios que otorga.

Terminando con un pensamiento propio. "Las oportunidades se toman y si son buenas, los beneficios se proyectan, y más si son comunes, y el éxito se comparte con todos los que nos rodean."