



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD COMERCIAL  
PARA LA REUBICACIÓN DE UNA TIENDA  
DEL ISSSTE**

**T E S I S**  
**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO  
DE LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTA:  
ROGELIO LOPEZ ACLE**

**DIRECTOR DE TESIS:  
LIC. ALEJANDRO GERRERO FLORES**



**México, D. F. 2005**

---

---

m350370



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## Agradecimientos

A Dios:

Por darme la dicha de compartir la vida con personas maravillosas.

Mis padres:

Martha y José

Por el apoyo y amor incondicional que me han brindado para realizar mis metas y sueños. Por darme las herramientas para mi desarrollo y hacer frente a la vida.

Mis hermanos:

Luis, Rayo y Bópez

Por ser la fortaleza y espíritu de mi familia.

Mi novia:

Lucy

Por compartir y enseñarme ha disfrutar de los pequeños detalles, impulsarme y apoyarme en todo momento

Mi familia:

Luz, Josefina, Isabel, Cesar, Ramón, Maricela, Luis, Alejandra y Olivia

Por ser un ejemplo a seguir y estar conmigo siempre.

A las personas que autorizaron y facilitaron la realización de este proyecto:

Cesar Silva Herzog Urrutia, Víctor Jiménez Osorio

y Alejandro Guerrero Flores

A:

Francisco Muñoz, Ana Gabriela, Arturo, Liliana y Paulo Cesar

Por estar ahí y demostrarme su amistad

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Rogelio López Acle

FECHA: 03 - NOVIEMBRE - 2005

FIRMA: [Firma]

<i>INTRODUCCIÓN</i>	1
<i>CAPÍTULO 1 MARCO DE REFERENCIA</i>	4
1.1. Información económica.	4
1.2. Descripción del proyecto.	5
1.3. Historia de las ISSSTE Tiendas.	6
1.4. Reseña sobre el Municipio de Cholula.	8
<i>CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO.</i>	11
2.1. Análisis de la demanda.	17
2.2. Tamaño de la muestra.	19
2.3. Análisis de la Oferta.	25
2.4. Comercialización del Producto.	29
2.5. Política de precios	30
<i>CAPITULO 3 ESTUDIO TÉCNICO</i>	32
3.1. Localización.	32
3.2. Tamaño y capacidad del proyecto.	42
3.3. Estructura legal.	49
3.4. Cronograma de actividades para la reubicación.	51
<i>CAPITULO 4 ESTUDIO ECONÓMICO</i>	54
4.1. Presupuesto.	54
4.2. Capítulo 1000 servicios personales.	55
4.3. Capítulo 2000 materiales y suministros.	59
4.4. Capítulo 3000 servicios generales.	61
4.5. Comparativo de presupuesto.	64
4.6. Gastos de remodelación	66
<i>CONCLUSIONES</i>	68
<i>ANEXOS</i>	71
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	98

# Introducción

El presente estudio de factibilidad comercial pretende demostrar que la reubicación de la ISSSTE Tienda tiene un mayor beneficio con dicho movimiento, que si se queda en su actual ubicación, ya que por más de un año se ha buscado el incremento de ventas y no se ha logrado; en el transcurso de dos años se han presentado pérdidas. En el año 2003 de un -18% con respecto de 2002 y para el primer semestre de 2004 las pérdidas son del -25%<sup>1</sup>. Esto se debe a varios factores principalmente a la baja en las ventas y a los altos gastos de operación (por concepto de renta y energía eléctrica).

Uno de los factores es el cambio de la composición demográfica de la ciudad de Puebla, ya que la actual ubicación es a las orillas del centro de la ciudad, en una zona que dejó de ser habitacional y se convirtió en una zona altamente delictiva, por estos factores los clientes empezaron a buscar otras opciones para realizar sus compras.

Otro factor importante es que ya no estaba cumpliendo uno de sus principales objetivos que es el apoyo social, beneficiar a los que más lo necesitan. Por sugerencia del Gerente Regional se buscó que la reubicación de la ISSSTE Tienda fuera cerca del mercado que se tiene por objetivo y cerca de la ciudad de Puebla ya que la plantilla de empleados de la tienda seguirán en la unidad de venta. Además de que por experiencia en la Gerencia Regional Golfo las ISSSTE Tiendas ubicadas en pequeñas ciudades (Santa Ana, Zacatlan, Huamantla) tienden a ser más redituables que las que se encuentran en ciudades más grandes (Orizaba, Puebla, Coatzacoalcos, Xalapa) ya que los grandes corporativos están absorbiendo esos mercados (Wal-Mart, Chedraui, Comercial Mexicana, Gigante).

Después de analizar en la ciudad de Puebla, no se encontró un local con las especificaciones requeridas por lo tanto se inició la búsqueda en los municipios circunvecinos (San Martín Texmelucan, Huejotzingo, San Andrés y San Pedro Cholula) en esta búsqueda se encontraron tres locales y después de ver las especificaciones del mercado y la cercanía con la capital se inició el presente estudio para analizar la factibilidad comercial.

---

<sup>1</sup> Información Gerencia Regional Golfo Informe semestral Julio de 2004

Este estudio de factibilidad comercial se apega a los requerimientos, lineamientos y metodología que la normatividad del ISSSTE establece para la realización del mismo. Estos lineamientos están delimitados al estudio del mercado y un análisis comparativo de gastos entre el local actual y el inmueble propuesto.

La justificación para llevar a cabo la reubicación de una tienda de autoservicio del ISSSTE localizada actualmente en el centro de la ciudad de Puebla tratando de encontrar un mercado con mayor demanda que el actual y poder explotar el potencial de la cadena de tiendas paraestatal más importante del país y así llegar a la población que más lo necesita.

La reubicación de la tienda es una de las alternativas ya que después de varios intentos por incrementar las ventas en su actual ubicación, no se obtuvieron los resultados esperados; la segunda alternativa es el cierre de la unidad de venta que implicaría entre las consecuencias más importantes la pérdida de empleos directos e indirectos.

Como se puede ver la reubicación de la unidad de venta es la mejor opción por lo tanto el presente estudio busca la factibilidad comercial de un local ubicado en el Municipio de Cholula a 12 Km. de su actual ubicación.

Mientras que la hipótesis es demostrar que la reubicación de una ISSSTE Tienda en el Municipio de Cholula, Puebla, va a satisfacer una demanda insatisfecha dentro de este mercado; y a su vez comprobar la factibilidad comercial de dicha reubicación.

Los objetivos del proyecto se dividen en:

Objetivos Generales:

El presente trabajo tiene por objetivo analizar la factibilidad comercial de la reubicación de una tienda de autoservicio del ISSSTE en el Municipio de San Pedro, Cholula, con el propósito de verificar si existe una demanda potencial así como una mayor ventaja competitiva que en la ciudad de Puebla.

Objetivos Particulares:

- Verificar las condiciones del mercado al cual se pretende entrar.
- Analizar la competencia.
- Demostrar el prestigio de la tienda del ISSSTE en la entidad.
- Encontrar el local con las condiciones adecuadas para la operación de la unidad de venta.

# Capítulo 1

Marco de referencia

## 1.1. Información económica

La siguiente información tiene por objetivo dar un panorama de como se encuentra el mercado a nivel nacional.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática (INEGI), las ventas al menudeo a nivel nacional aumentaron en términos reales 3.6% durante mayo de 2004 en relación con el 2003. El comercio de mayoreo elevó sus ventas 4.7% a tasa anual en el quinto mes de este año.

Las actividades de mayor demanda fueron:

- Madera en general
- Materiales metálicas para la industria
- Tiendas de ropa y calzado
- Materiales para construcción
- Desechos, recuperación y envases

El personal ocupado en el comercio al menudeo presentó una reducción de -3.9% y al mayoreo de -1% durante mayo pasado en relación con el mes del año anterior. En etapas de recuperación en la dinámica económica se registra un aumento de los índices de producción y/o ventas y una caída en los niveles de empleo.

Las remuneraciones medias reales pagadas en los establecimientos minoristas aumentaron 4.9% y en los mayoristas 6.3% en el mes que se reporta.

Desde una perspectiva mensual, cifras desestacionalizadas muestran que las ventas minoristas y las mayoristas crecieron 0.61% y 0.62% respectivamente, durante mayo del año actual en relación con el mes inmediato anterior.

## 1.2. Descripción del proyecto.

Con la caída de las ventas en la unidad durante los dos últimos años, el alto costo de la renta y de diversos gastos para el óptimo funcionamiento de la unidad inicialmente tomó n medidas para tratar de recuperar el mercado perdido sin tener un resultado satisfactorio.

Se pretende hacer un análisis económico del municipio de Cholula, particularmente de un inmueble ubicado en la Av. Seis Oriente No. 2 Col. Centro, San Pedro Cholula. Lo que se busca en este domicilio es la reubicación de una Tienda de autoservicio del ISSSTE.

El estudio de mercado permite analizar si existe una demanda, una demanda insatisfecha, oferta (competencia); en resumen tendremos como resultado si existe un mercado potencial óptimo para la instalación de una tienda del ISSSTE.

El estudio técnico permite establecer la localización y el tamaño óptimo del proyecto, verificar las posibilidades técnicas de la instalación. En síntesis podemos decir que se pretende resolver las principales incógnitas del proyecto ¿A dónde?, ¿Cuánto?, ¿Cuándo? Y ¿Cómo?.

El estudio económico analiza las bases presupuestales que maneja la unidad de venta para su operación. Describe las partidas del Presupuesto Federal con las que se rige la operación de una ISSSTE Tienda. Hace una comparación del presupuesto actual y del presupuesto del proyecto de reubicación.

### 1.3. Historia de las ISSSTE Tiendas.

El sustento legal de las tiendas y farmacias tienen origen en la Ley del ISSSTE que en su artículo 3<sup>o</sup> establece con carácter obligatorio las siguientes prestaciones:

*"FRACCION XVII.- SERVICIOS QUE CONTRIBUYAN A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DEL SERVIDOR PUBLICO Y FAMILIARES DERECHOHABIENTES."*<sup>1</sup>

El capítulo séptimo habla específicamente sobre las prestaciones sociales y culturales, el artículo dice:

*"EL INSTITUTO ATENDERA DE ACUERDO CON ESTA LEY, A LAS NECESIDADES BÁSICAS DEL TRABAJADOR Y SU FAMILIA, A TRAVES DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS QUE CONTRIBUYAN AL APOYO ASISTENCIAL. A LA PROTECCIÓN DEL PODER ADQUISITIVO DE SUS SALARIOS. CON ORIENTACION A PATRONES RACIONALES Y SANOS DE CONSUMO."*<sup>2</sup>

En el artículo 138 complementa al anterior al establecer que el Instituto tiene que proporcionar a precios módicos los servicios sociales y en específico dice:

*"FRACCION I.- VENTA DE PRODUCTOS BÁSICOS Y DE CONSUMO PARA EL HOGAR"*<sup>3</sup>

Como se puede observar el servicio brindado por las ISSSTE Tiendas es un derecho de los trabajadores afiliados al ISSSTE y después del sismo de septiembre de 1985 quedo establecido por decreto presidencial que las tiendas de gobierno (ISSSTE, IMSS, Sindicato de Luz y Fuerza del Centro, PEMEX, etc.) quedan abiertas al público en general.

La primera ISSSTE Tienda nace en el año de 1953 inaugurada por el entonces presidente de la República Lic. Adolfo Ruiz Cortínez, dicha tienda fue establecida bajo la tutela de la Dirección de Pensiones Civiles y de Retiro.

---

<sup>1</sup> Manual de organización de unidades de venta, SITyF, Noviembre de 2002 pag.-7

<sup>2</sup> Manual de organización de unidades de venta, SITyF, Noviembre de 2002 pag.-7

<sup>3</sup> Manual de organización de unidades de venta, SITyF, Noviembre de 2002 pag.-7

El 28 de septiembre de 1959 con la promulgación de la Ley del Instituto de Seguridad y Servicio Social de los Trabajadores del Estado dicha tienda se incorporo al naciente organismo. En el año de 1961 entro en operación la tienda número 2 y en julio del mismo año abrió sus puertas la número 3, para llegar a 267 tiendas y 119 farmacias en 2002.

A principios de la década de los sesenta se amplían los servicios sociales y prestaciones económicas con el de servicios médicos del ISSSTE todo esto estaba coordinado en 11 zonas a nivel nacional que aglutinaban a más de un estado. Con este marco en el aspecto operativo, el sistema de tienda y farmacias estaba incorporado a la Subdirección General de Servicios Sociales y Culturales, ya que el número de tiendas no era significativo. Al inicio de la década de los setenta se transforman en delegaciones regionales para 1978 se adopta la decisión de crear una delegación por cada estado de la república.

En los ochenta se inicia una primera desconcentración del sistema mediante un acuerdo expedido el primero de septiembre de 1984 que faculta a los delegados estatales para realizar actos en materia administrativa, de recursos humanos, reglamentación de abasto y selección de proveedores, operación de las tiendas etc.

En el mes de noviembre de 1986 con el crecimiento del número de unidades de venta así como con el incremento de operación de las mismas se autorizó la creación de la Subdirección de Protección al Salario este proceso fortaleció la expedición del *"ACUERDO POR EL QUE SE DELEGAN FACULTADES Y FUNCIONES EN LOS TITULARES DE LOS ÓRGANOS DESCONCENTRADOS DEL INSTITUTO"*<sup>4</sup> dichas delegaciones quedan a cargo jerárquicamente del delegado estatal y su operación será en base a la normatividad de operación de la normatividad técnica y lineamientos emitidas por la Subdirección General de Protección al Salario.

Con base a lo anterior se delimitaron los lineamientos de operación la estructura orgánica y las consiguientes funciones y responsabilidades, para así al inicio del ejercicio de 1993

---

<sup>4</sup> Manual de organización de unidades de venta, SITYF, Noviembre de 2002 pag.-9

la Subdirección General de Protección al Salario deja de participar del presupuesto central del Instituto con lo cual se inician operaciones con autofinanciamiento que genero una operación con mayor autonomía en la toma de decisiones financieras.

En 1995-1996 con el acuerdo NO. 8.1205.95 de la junta directiva se transformó la Subdirección General de Protección al Salario en Sistema Integral de Tiendas y Farmacias (**SITyF**) con este cambio se busco la consolidación del esquema de autosuficiencia, desconcentración en materia de regulación, supervisión control y toma de decisiones.

#### **1.4. Reseña sobre el Municipio de Cholula.**

El Municipio de San Pedro Cholula esta ubicado en la parte centro-oeste del Estado de Puebla, a 8 Km. de la capital del Estado. El nombre de Cholula tiene sus orígenes en la palabra Cholollan, es el nombre correcto de la ciudad antigua. Ha tenido varias interpretaciones, la más acertada es la del Dr. Francisco De la Maza: chololli, quiere decir fugitivo, del verbo choloa, huir, de donde se deriva Cholollan, lugar de los que huyeron o lugar a donde huyeron. Sin duda tiene relación con la llegada del grupo tolteca luego de su expulsión de Tula y de su peregrinar hasta llegar a Cholula.

Cronología de la ciudad de Cholula:

- Esta ciudad fue fundada aproximadamente 500 años antes de Cristo.
- Se inicia la construcción de las partes más antiguas de la pirámide de Cholula en el año 200 después de Cristo.
- En el año 300 d. C. se consolida como la segunda ciudad prehispánica más importante después de Teotihuacan.
- 700 d.C. La población crece en torno de la gran Pirámide. En este año Cholula es conquistada por los Olmecas - Xicalancas. Los habitantes de Cholula se establecen al noreste de la pirámide, que es el lugar en donde los españoles la encuentran a su llegada.

- 800 d. C. El grupo Olmeca - Xicalanca después de haber invadido Cholula se instala en la Ciudad y permanece aquí hasta el año 1150.
- 1282 d. C. Los Olmeca - Xicalanca son expulsados por otros invasores: los tolteca - chichimeca.
- 1502 Moctezuma Xocoyotzin se corona tlatoani de México.
- 1 septiembre 1519 los españoles llegan a Tlaxcala y se inician los combates con los otomíes.
- 18 septiembre 1519 los tlaxcaltecas al ver que los otomíes son derrotados fácilmente por los españoles deciden aliarse a estos últimos. El viejo señor Xicontécatl encabeza esta alianza.
- 16 octubre 1519 Matanza de Cholula.
- 1931 Se inician los trabajos de exploración de la pirámide de Cholula bajo la dirección del Arquitecto Ignacio Marquina.

Las comunidades prehispánicas que habitaron en el valle Poblano - Tlaxcalteca, se asentaron en lo que hoy conocemos como Cholula, Huejotzingo y Tlaxcala. De acuerdo con la historia, los Otomíes ingresaron a este territorio del estado por el noreste. Una de las mayores influencias que tuvo Cholula fue la de la cultura Teotihuacana que duró hasta el siglo XII de nuestra era, siglo de la llegada de los grupos Olmecas, quienes posteriormente esclavizaron a Cholula. Tiempo después logran erradicar su opresión. Cholula logra un esplendor impresionante convirtiéndose en una ciudad ceremonial que recibía diversas peregrinaciones periódicas desde regiones muy distantes, además de convertirse en un importante centro comercial, al que incluso asistían los propios enemigos del pueblo Cholulteca, seguros de entrar en un territorio sagrado que los ponía a resguardo de cualquier conflicto. La ciudad llegó a tener más de 100,000 habitantes en sus alrededores.

Hernán Cortes mandó matar a los cholultecas en el palacio Xacayatzin y siguió por Chialinco; la sangre corrió caliente y siguió por Yetzcoloc, palabra que quiere decir Lugar donde dio vuelta la sangre.

Se puede afirmar que Cholula era tan grande al decir que sólo cinco mil de los principales cholultecas fueron asesinados pues su extensión llegaba hasta Puebla, por eso hay allí barrios con los nombres de los de Cholula, como San Matías, San Miguelito y Santiago Cholultecapa. Esta matanza fue en represalia porque los cholultecas habían combinado perfectamente un plan para matar a todos los españoles. Cortés supo de este plan cuando Marina, india tabasqueña favorita del conquistador, lo descubrió y lo denunció.

Atractivos turísticos el Municipio de Cholula se caracteriza por ser un atractivo para el turismo nacional y extranjero, Cholula al ser una de las ciudades prehispánicas más importantes cuenta con una zona arqueológica aun no descubierta en su totalidad. Se tiene la creencia de que existen 365 iglesias y capillas en el Municipio, algunas personas lo afirman ya que en ranchos y comunidades cercanas se encuentran un sinnúmero de capillas. Se dice que dichas iglesias y capillas se construyeron sobre pequeños templos prehispánicos alrededor del municipio.

Los principales atractivos turísticos son:

- Convento Franciscano de San Gabriel. Siglo XVI.
- Capilla de Naturales o Real. Siglo XVI. (Tiene 49 Cúpulas).
- Capilla de La Tercera Orden. Siglo XVIII.
- Zócalo o Plaza de la Concordia. (Portal con 46 Arcos).
- Parroquia de San Pedro. Siglo XVII.
- Zona Arqueológica de Cholula.
- Museo de Sitio.
- Iglesia de los Remedios. Siglo XVI.
- Centro Artesanal Xelhua.
- Universidad de las Américas-Puebla.

# Capítulo 2

## Estudio de mercado

## Estudio de mercado

*“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”<sup>1</sup>*

El estudio de mercado permite establecer si existe una demanda potencial, una necesidad insatisfecha, cual sería la competencia, así como establecer de una manera muy general cuales son las condiciones del mercado para poder tomar como punto de partida si es factible la introducción de nuestro servicio en el mercado. Con el estudio de mercado se pretende dar un panorama general de las condiciones que existen en el Municipio de Cholula para la reubicación de la ISSSTE Tienda 191.

A través del estudio de Mercado se conocerán:

- La factibilidad del mercado para el servicio, mediante la cuantificación de la demanda existente.
- Perfil del consumidor
- Hábitos de consumo.
- La aceptación del mercado para el servicio.
- Si existe competencia para este servicio.
- El nivel económico de la población.
- Si en esta población existen pensionados y jubilados del ISSSTE.
- Preferencias de los usuarios de este servicio.

### Definición del servicio.

Una ISSSTE Tienda es una tienda de autoservicio para derechohabientes, jubilados, pensionados y público en general. En las ISSSTE Tiendas se puede encontrar una gran variedad de artículos que van desde productos básicos (arroz, azúcar, frijol, aceite, leche, etc.) abarrotes, juguetes, útiles escolares, línea blanca, electrodomésticos y un gran surtido de los principales proveedores nacionales y productos de importación.

---

<sup>1</sup> BACA, Urbina, Gabriel. "Evaluación de proyectos" Mc Graw Hill. México, 2002. 4ª Edición. Pág.-14

**Características del servicio a ofrecer.**

Las ISSSTE Tiendas tienen un horario dependiendo de la zona de 8:00 AM a 9:00 PM, los 365 días del año. Las formas de pago son:

- Efectivo
- Vales de despensa
- Tarjetas de crédito y débito (excepto American Express)
- Cheques del gobierno.

Los pensionados y jubilados del ISSSTE tienen un 35% de descuento en medicinas, y un 10% en mercancías generales, se tiene sistema de apartado para trabajadores, pensionados y jubilados del ISSSTE, precios bajos así como grandes promociones de los principales proveedores.

**Segmento del mercado.**

Las ISSSTE Tiendas a partir del sismo de 1985 por Decreto Presidencial del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado están abiertas al público en general; es un servicio para todos los mexicanos recordando que las alianzas comerciales que se tienen con los proveedores traen consigo precios competitivos. Uno de los principios de ISSSTE Tiendas es el beneficio social con lo cual esta garantizado en la canasta de productos básicos los mejores precios del mercado.

**Área de mercado.**

La delimitación del área de mercado permite conocer el sector al que esta dirigido el proyecto. La ISSSTE Tienda tiene como área de influencia el municipio de San Pedro Cholula (Cholula de Rivadavia) se localiza en la parte centro-este de Puebla; sus coordenadas geográficas son los paralelos 19° 01' 30" y 19° 06' 42" de latitud norte y los meridianos 98° 15' 06" y 98° 24' 00" de longitud occidental.

El municipio colinda al norte con los municipios de Juan C. Bonilla, Coronango, al sur con los municipios de San Gregorio Atzompa y San Andrés Cholula, al este con la ciudad de Puebla, al oeste con los municipios de San Jerónimo Tecuaniapan y Calpan.

Cuadro 1

## POBLACIÓN

Área	Población (miles)	Superficie (Km2)	Densidad de población (hab. por Km2)	Hogares (miles)	Personas por hogar
San Pedro Cholula	70,715	51.03	2.92	14,143	5

Fuente: Sistema para la consulta de información censal 2000. (SCINCE) XII Censo General de Población y Vivienda 2000. CD-ROOM Estado de Puebla. INEGI 2002.

Basándose en la información proporcionada por INEGI en el último censo de 2000 la población es de 70,715 habitantes con una tasa de crecimiento anual de 2.1% en el Cuadro 2 se observa el crecimiento de la población del año 1994 al 2004.

Cuadro 2

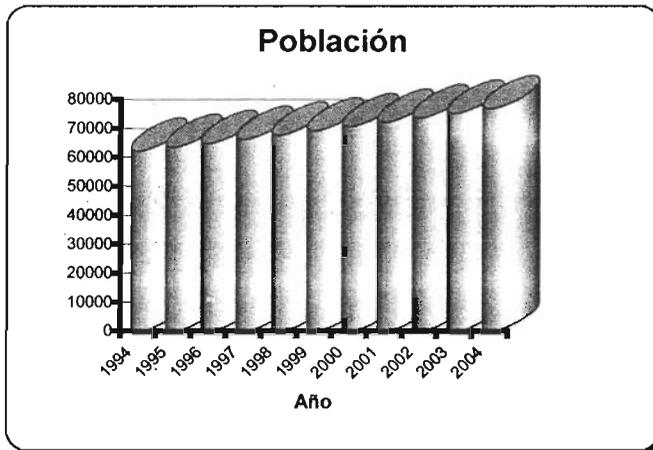
## PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN TOMANDO COMO BASE EL AÑO 2000

Años	Población
1994	62,260
1995	63,595
1996	64,959
1997	66,353
1998	67,776
1999	69,230
2000	70,715
2001	71,848
2002	73,199
2003	74,551
2004	75,903

Fuente: Sistema para la consulta de información censal 2000. (SCINCE) XII Censo General de Población y Vivienda 2000. CD-ROOM Estado de Puebla. INEGI 2002.

Gráfica 1

## CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN



Fuente: Sistema para la consulta de información censal 2000. (SCINCE) XII Censo General de Población y Vivienda 2000. CD-ROOM Estado de Puebla. INEGI 2002.

Las principales características de la población y su comportamiento son las siguientes:

- La composición por sexos del total de habitantes en el municipio de San Pedro Cholula (70,715) indica que el 48.19% son hombres y el 51.81% son mujeres.
- El grupo de edad que concentra el mayor número de personas se ubica en el rango de 15 a 64 años.
- La tasa media de crecimiento anual de la población del Municipio de Cholula entre 1990 y el 2000 fue de 2.1%
- Proyecciones del crecimiento de la población para el Municipio de Cholula, de acuerdo a INEGI indican que para el año 2005 se alcanzará la cifra de 79,754 habitantes.
- En materia educativa el municipio presentan un alto porcentaje de población analfabeta (20.14%).

- La disposición de servicios en las viviendas es:
  - 96.52% cuenta con servicio de energía eléctrica
  - 74.45% agua entubada
  - 78.86% dispone de drenaje.
- El número promedio de habitantes por vivienda es de 5 personas.
- El municipio de San Pedro Cholula concentra al 77.74% de la población municipal en un total de 14,143 viviendas, que en números absolutos asciende a la cantidad de 70,715 habitantes; el porcentaje de mujeres es ligeramente superior al de los hombres, 51.81% y 48.19% respectivamente.

El nivel de ingresos es un factor fundamental para evaluar este proyecto, por experiencia de la gerencia regional es importante llegar a los que más lo necesitan, además de que en las ISSSTE Tiendas ubicadas en comunidades donde el nivel socioeconómico es bajo se tienen buenos resultados, ya que el ticket promedio de compra promedio es de \$83.00, bajo pero el número de clientes es muy elevado.

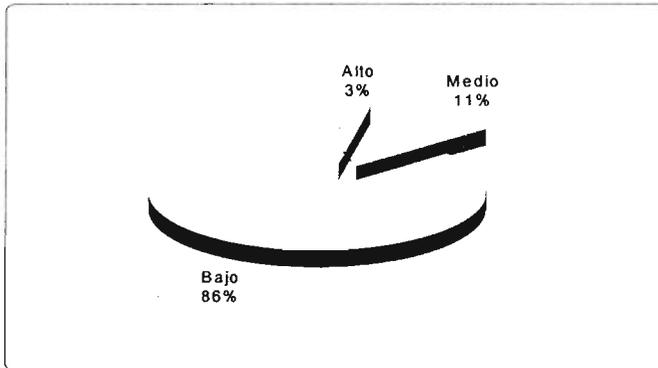
Cuadro 3

#### DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR NIVEL SOCIOECONÓMICO.

Nivel Socioeconómico	San Pedro, Cholula
Alto	2.99%
Medio	10.86%
Bajo	86.15%

Fuente: Sistema para la consulta de información censal 2000. (SCINCE) XII Censo General de Población y Vivienda 2000. CD-ROOM Estado de Puebla. INEGI 2002.

## DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR NIVEL SOCIOECONÓMICO.



Fuente: Sistema para la consulta de información censal 2000. (SCINCE) XII Censo General de Población y Vivienda 2000. CD-ROOM Estado de Puebla. INEGI 2002.

Respecto a las principales actividades económicas que se realizan en el Municipio de Cholula se presentan a continuación:

- Sector secundario 14.96 %
- Sector terciario 19.00 %
- Empleado u obrero 20.00 %
- Jornalero o peón 1.90 %
- Trabajo independiente. 9.26 %

Con respecto a los grupos de edad en los que se encuentran los porcentajes más altos de población económicamente activa se tiene:

- La población económicamente activa en el municipio de Cholula representa el 37% con un total de 25,973 personas.

## 2.1. Análisis de la demanda.

*“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”<sup>2</sup>*

Con el análisis de la demanda se busca determinar y evaluar cuales son las fuerzas del mercado con respecto de los bienes y servicios, para poder analizar las posibilidades de introducción de un nuevo bien o servicio en el mercado y así tener la seguridad que el producto cubrirá dicha demanda insatisfecha.

Este estudio se basa principalmente en la obtención de información directa y para cuantificar la demanda se aplicó una encuesta en el área de influencia utilizando el muestreo estadístico. La recopilación de datos que se realizó mediante la aplicación de un cuestionario (anexo 1) con personas elegidas al azar.

El área de influencia se determinó en un radio de 36 km<sup>2</sup> (Mapa 1) ya que el SITyF toma en cuenta este radio como su principal área de influencia, se basa en el principio que el consumidor promedio no hace sus compras a más de 3 Km. de su domicilio. El Municipio de San Pedro Cholula según datos de del XII Censo General de Población y Vivienda 2000 cuenta con 14,932 hogares en todo el Municipio de estos solo se van a tomar los 6,011 hogares que están localizados en el radio de 36 km<sup>2</sup> del local propuesto, la información es de acuerdo a el Área Geográfica de Estadística Básica (AGEB) que delimitan el área.

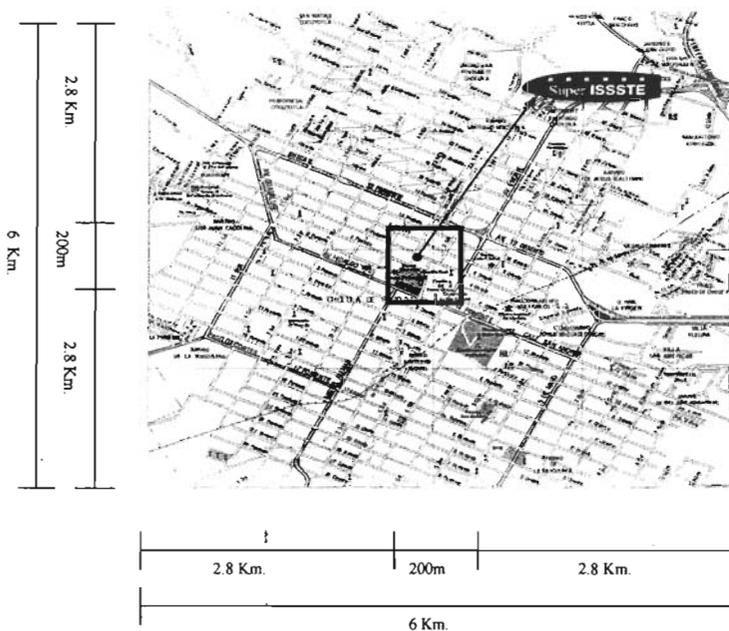
Para este análisis no se tomará a la población total como base para elaborar la encuesta si no a los hogares debido a que el consumo en las tiendas ISSSTE va dirigido principalmente al consumo familiar. Se toma como base el hogar y no las viviendas ya que por definiciones de INEGI hogar es un ente económico de consumo y en una vivienda puede que exista más de un hogar, esto quiere decir más de un ente económico de consumo.

---

<sup>2</sup> BACA, Urbina, Gabriel. “Evaluación de proyectos” Mc Graw Hill. México, 2002. 4ª Edición. Pág.-17

Mapa 1

### ÁREA DE INFLUENCIA



Fuente: Mapa del Municipio de San Pedro Cholula. Guía Roji 2003 Plano 48 y 59 representan los AGEBS

## 2.2. Tamaño de la muestra

"Una muestra es una colección de mediciones seleccionadas de la población de interés."<sup>3</sup>

- Se desea conocer la proporción de hogares que realizarían sus compras en la tienda reubicada; sobre la que no lo haría.
- Se desea obtener la confiabilidad del 95% de que la proporción muestral se encuentre dentro de la población total.
- Se desea que el error de muestreo sea del 5%

### Fórmula

$$n = \frac{p(1-p)}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{p(1-p)}{n}}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza

p: variabilidad positiva

1 - p: variabilidad negativa

E: error

N: Tamaño de la población

Z: del 95% = 1.96

E = 5%

p = (1 - p) = 0.5

**N** = Cholula = 6,011 hogares

Municipio de Cholula

Hogares a encuestar 178

La anterior fórmula se explica en el Anexo 2.

<sup>3</sup> MENDENHALL, William, REINMUTH, James E. "Estadística para administración y economía" ED. Grupo Editorial Ibero América. México, 1993.

Análisis del comportamiento histórico y actual de la demanda.

Para el presente proyecto se analizó el comportamiento de la población durante los años de 1994-2004. Este análisis tiene por objetivo observar los cambios que tuvieron a través de los años. También se tiene una proyección donde se puede ver el comportamiento y crecimiento de la población para el 2014.

Estos datos fueron proyectados teniendo como base la información del XII Censo General de Población y Vivienda. La tasa media de crecimiento anual de la población del Municipio de Cholula entre 1990 y el 2000 fue de 2.1%.

El área de influencia se calcula en base a la (AGEB) estos están determinados por INEGI y son las áreas geográficas en que se divide el levantamiento censal, solo se esta tomando la información del área de influencia.

Cuadro 4

#### COMPORTAMIENTO DE LA POBLACIÓN 1994-2004.

Años	Población Total	Población Área de Influencia	Hogares
1994	62,260	26,461	5,292
1995	63,595	27,029	5,406
1996	64,959	27,609	5,522
1997	66,353	28,201	5,640
1998	67,776	28,806	5,761
1999	69,230	29,424	5,885
2000	70,715	30,055	6,011
2001	72,200	30,686	6,137
2002	73,716	31,331	6,266
2003	75,264	30,301	6,060
2004	76,845	30,938	6,188

Fuente: Cálculo propio basado en la tasa de crecimiento del año 1990 al 2000 información de INEGI.

La estimación de la demanda futura busca explorar las posibilidades basado en los indicios presentes de aquellos que han sido relevantes en el pasado. Para realizar este análisis se llevará a cabo la estimación y proyección durante el horizonte de planeación 2004-2014 (Cuadro 5) basado en la información del XII Censo General de Población y Vivienda 2000 INEGI.

Con este análisis se observa que existirán usuarios potenciales que pueden utilizar los servicios que se ofrecen con este proyecto.

Cuadro 5

### PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Años	Población Total	Población Área de influencia	Hogares
2005	78,459	31,587	6,317
2006	80,106	32,251	6,450
2007	81,788	32,928	6,586
2008	83,506	33,620	6,724
2009	85,260	34,326	6,865
2010	87,050	35,046	7,009
2011	88,878	35,782	7,156
2012	90,745	36,534	7,307
2013	92,650	37,301	7,460
2014	94,596	38,084	7,617

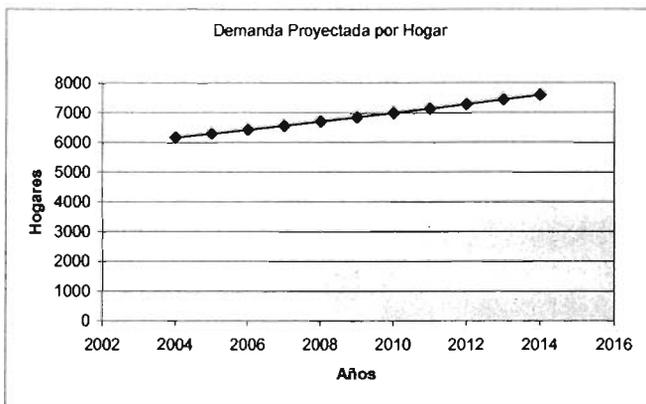
Fuente: Cálculo Propio basado en la tasa de crecimiento del año 1990 al 2000 información de INEGI.

Para obtener la proyección de la demanda potencial se estableció que para el año 2005 se tendría una población de 31,587 habitantes y 6,317 hogares en el área de influencia del local sugerido de los cuales el 95% contestó en la encuesta que si asistiría a realizar sus compras en la tienda y el 5% restante no asistiría. Este resultado implica que más del 90% se considera como cliente potencial de este servicio.

El cuadro 6 Muestra en resumen la proyección de la demanda potencial para los siguientes 10 años tomando en cuenta la pregunta No. 14 de la encuesta y permitieron obtener el porcentaje de la demanda potencial del estudio de factibilidad.

Grafica 3

DEMANDA POTENCIAL



Fuente: Estimación propia basada en la proyección de la población del área de influencia y la respuesta a la pregunta 14.

Cuadro 6

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

Años	Población Área de influencia	Porcentaje de la población que asistiría a hacer sus compras en la ISSSTE-Tienda
2005	31,587	6,002
2006	32,251	6,128
2007	32,928	6,256
2008	33,620	6,388
2009	34,326	6,522
2010	35,046	6,659
2011	35,782	6,799
2012	36,534	6,941
2013	37,301	7,087
2014	38,084	7,236

Fuente: Estimación propia basada en la proyección de la población del área de influencia y la respuesta a la pregunta 14.

Cuadro 7

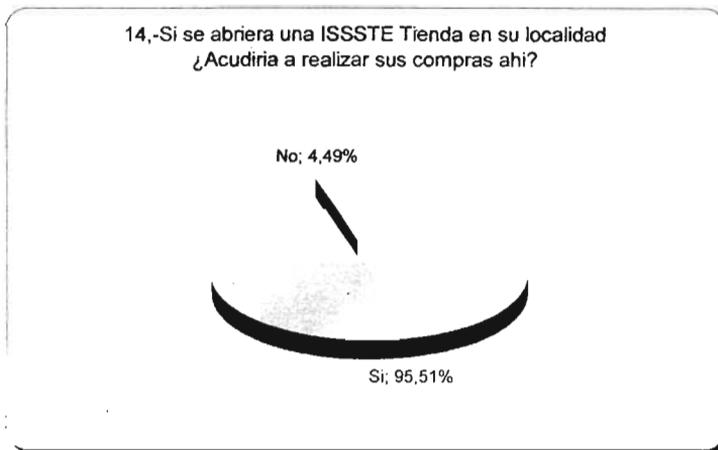
RESPUESTA DE LA PREGUNTA NO. 14 DE LA ENCUESTA.

Respuesta	¿Asistiría?	%
Si	170	95,51
No	8	4,49
Total	178	100,00

Fuente: Calculo Propio tomando como base el resultado de la pregunta 14. Si se Abriera una ISSSTE Tienda en su Localidad ¿Asistiría a realizar sus compras ahí? Cholula 2004

Gráfica 4

RESPUESTA DE LA PREGUNTA NO. 14 DE LA ENCUESTA



Fuente: Calculo Propio tomando como base el resultado de la pregunta 14. Si se Abriera una ISSSTE Tienda en su Localidad ¿Asistiría a realizar sus compras ahí? Cholula 2004

En la sección B de la encuesta que se refiere a Hábitos de Consumo, en específico la pregunta No. 3 se refiere a la frecuencia con la que realiza sus compras y como podemos observar el 35% de los entrevistados las realiza quincenalmente, el 30% semanalmente, el 20% mensualmente y por último el 15% de las personas las realiza cada tercer día.

Cuadro 8

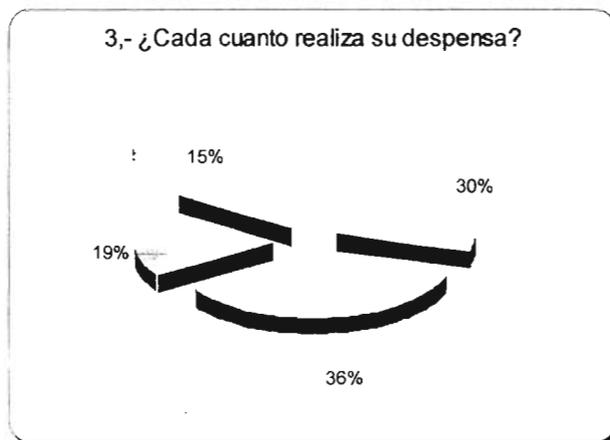
## RESPUESTA A LA PREGUNTA NO. 3 DE LA ENCUESTA.

3.- ¿Cada cuánto tiempo realiza su despensa?	Personas	Porcentaje
Semanal	53	29,78%
Quincenal	64	35,96%
Mensual	34	19,10%
Tercer día	27	15,17%
Total	178	100,00%

Fuente: Resultado de la encuesta pregunta No. 3 ¿Cada cuándo realiza sus compras? Cholula 2004.

Gráfico 5

## RESPUESTA A LA PREGUNTA NO. 3 DE LA ENCUESTA.



Fuente: Resultado de la encuesta pregunta No. 3 ¿Cada cuándo realiza sus compras? Cholula 2004.

Si se relaciona la información del nivel socioeconómico con la pregunta 3 se puede decir que los hábitos de consumo de las personas que hacen sus compras cada tercer día

### 2.3. Análisis de la Oferta.

*"Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado"*<sup>4</sup>

El área geográfica que se está considerando, cuenta con una infraestructura de establecimientos que otorgan el mismo servicio. En este análisis sólo tomaremos en cuenta a las tiendas de autoservicios.

La estructura del mercado que presente el proyecto, se tiene que en el en el área de influencia se localizan 4 tiendas de autoservicio, dos mayoristas y un sin número de detallistas (misceláneas, tiendas de abarrotes, vinaterías, mercado popular y mercado sobre ruedas). La diferencia entre la tienda de autoservicio y los detallistas es la comodidad que tiene uno como cliente para tomar libremente los productos, comparar el producto en base al contenido, especificaciones y precios. Por lo regular las compras en tiendas de autoservicio son para la despensa general del hogar, es un consumo planificado y se tiene la opción que se acomode más a las necesidades del cliente. El consumo que se realiza con los detallistas en general son compras sin planificar, por conveniencia, de último momento y buscando sólo satisfacer la necesidad sin importar el precio o la calidad de los productos. Las cuatro tiendas de autoservicio mencionadas anteriormente son:

- Tienda CROM 1 localizada a aproximadamente a 400 m Av. 5 de Mayo No. 36 con un horario de atención al público de 8:00 AM a 9:00 PM.
- Tienda CROM 2 localizada aproximadamente a 3.5 Km. Av. Guadalupe Victoria S/N. con un horario de atención al público de 8:00 AM a 9:00 PM.
- Tienda CROM 3 localizada aproximadamente a 5.8 Km. Carretera Federal México Puebla con un horario de atención al público de 8:00 AM a 9:00 PM.
- Comercial Mexicana Plaza Rubí se localiza aproximadamente a 5.5 Km. Recta Cholula S/N con horario de atención al público de 8:30 AM a 10:00 PM.

---

<sup>4</sup> BACA, Urbina, Gabriel. "Evaluación de proyectos" Mc Graw Hill. México, 2002. 4ª Edición. Pág.-43

Las tiendas del sindicato de la CROM están ubicadas en lo que antes eran las tiendas de la CONASUPO por lo tanto la mayoría de las personas las conoce más por su anterior nombre. Podemos darnos cuenta que existe una oferta monopólica pero en distintos análisis de precios que se hicieron con los proveedores se pudo confirmar que las ISSSTE Tiendas tienen un mejor precio al público en la mayoría de productos.

En el resultado de la pregunta No. 4 de la encuesta ¿Dónde compra sus productos? se observa un punto importante que el 12% de los entrevistados es cliente de ISSSTE Tiendas recordando que la unidad actual tan solo se encuentra a aproximadamente 12 Km. del local propuesto.

#### **Participación en el mercado de la competencia.**

Esta información se calculo con base a la encuesta realizada ya que no se encontró información con respecto a este rubro a nivel Municipal. Tomando en cuenta los resultados de las encuestas se puede proyectar la participación de la competencia en el mercado. El resultado de esta pregunta fue muy favorable para el ISSSTE ya que sin tener una tienda en el municipio el 12% realiza sus compras en ISSSTE Tiendas. La CROM tiene el 39% del mercado y Comercial Mexicana el 15%. El mercado Municipal y el mercado sobre ruedas tienen el 21% que para fines de este estudio no se contemplan como una competencia directa. La central de abastos y Wal-Mart tienen el 13% del mercado cabe resaltar que estos dos se encuentran al igual que el ISSSTE en la ciudad de Puebla.

*Cuadro 9*

#### **PARTICIPACIÓN DEL MERCADO**

<b>Respuesta</b>	<b>Menciones</b>	<b>%</b>
CROM	71	39%
COMERCIAL MEXICANA	26	15%
MERCADO	37	21%
ISSSTE	12	12%
CENTRAL DE ABASTOS	18	10%
WAL MART	5	3%

*Fuente: Resultado de la encuesta Pregunta. 4.-¿Dónde compra sus productos? Cholula 2004.*

Gráfico 6

## PARTICIPACIÓN DEL MERCADO



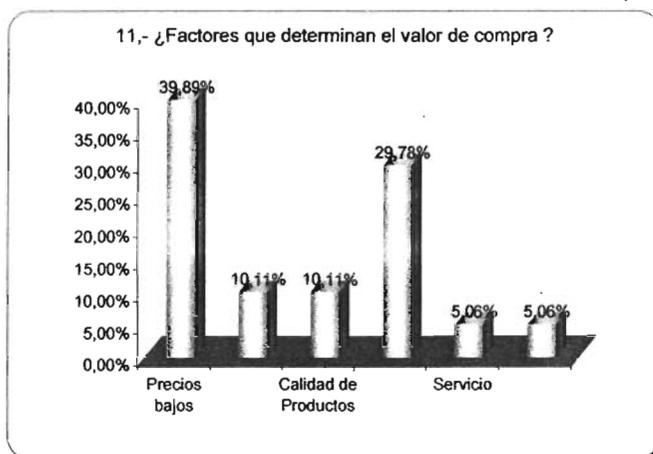
Fuente: Resultado de la encuesta Pregunta. 4.-¿Dónde compra sus productos? Cholula 2004

Con la pregunta número 5 se puede delimitar cuales son los factores que influyen para realizar sus compras en dichos establecimientos.

- Cercanía: La cercanía tuvo un 40% de la encuesta y prácticamente lo podemos definir como compras por comodidad ya que se realizan cerca del lugar donde se transita comúnmente esto tiene un impacto positivo en el la economía familiar ya que en la mayoría de los casos no se paga transporte para acudir a realizarlas las compras.
- Precios bajos: este factor es muy importante ya que estamos en un municipio donde la mayoría de la población tiene un ingreso bajo por lo tanto lo que buscan es hacer rendir su dinero.
- La oferta de productos: es importante contar con una variedad de productos para que el cliente pueda escoger el que más se apegue a sus necesidades ya sea por precio, calidad y presentación. En suma los factores de calidad y variedad tuvieron un 20% de la preferencia de comprar en una distinta alternativa.

- El Servicios: este es otro de los factores que el consumidor toma en cuenta para realizar sus compras. Este se divide en tres partes según el resultado de la encuesta. Horario de atención con un 10%, atención 5% y servicio 9%.

Gráfica 7

**FACTORES DE PREFERENCIA DEL CONSUMIDOR**

Fuente: Respuesta a la pregunta No. 5.-¿Por qué? Cholula 2004.

Oferta de servicios similares. Este rubro se encuentra integrado por aquellos establecimientos que se localizan dentro del área de influencia, que ofrecen un servicio semejante al que será proporcionado y que en su momento representa una alternativa de reemplazo. Los entrevistados solo mencionaron dos lugares con estas características en los resultados de la encuesta:

- Mercado Municipal de San Pedro, Cholula. Esta ubicado a cuatro cuadras de el local propuesto, tiene un horario de atención al público de lunes a domingo de 6:00 AM a 6:00 PM en este lugar se pueden encontrar una gran variedad de productos.

- Mercado sobre ruedas. Este mercado se instala a las afueras del mercado municipal los días miércoles y domingo de aproximadamente las 6:00 AM a las 7:00 PM.

#### 2.4. Comercialización del Producto.

Esta actividad consiste en ofrecer un servicio en condiciones idóneas y una adecuada organización comercial para su promoción, recordando que el apoyo de la imagen implementado para la cadena de ISSSTE-Tiendas durante el segundo semestre de este año es el de *“45 años de experiencia ISSSTE Tiendas una tradición de ahorro para la economía familiar”* esta campaña es a nivel nacional y permitirá una mayor identificación en el mercado debido a que es una campaña que se llevará a cabo en distintos medios de comunicación con apoyo de los principales proveedores. Aunado a esta campaña nacional es necesario apoyarse de un plan de mercadotecnia que debe estar integrado por:

- Invitaciones, volantes de ubicación y promociones para la inauguración.
- Voceo mediante carro de sonido.
- Caravana de proveedores.
- Concursos y promociones de proveedores.
- Anuncio en el periódico local.
- Y el principal punto es dar una buena imagen de calidad y servicio para ser recomendados por los clientes.

Para poner en marcha este plan se requiere el apoyo de los proveedores ya que la tienda no cuenta con una partida presupuestal para este rubro.

#### Modalidad del servicio.

El servicio que se ofrece es una tienda de autoservicio donde los clientes pueden encontrar una gran variedad de productos y distintas líneas según sus preferencias. Esta variedad se va ir ajustando de acuerdo a las necesidades y preferencias de los clientes en

calidad, precio y marcas. En este punto tenemos que hacer notar que los productos que se venden en las ISSSTE Tiendas están restringidos a un catálogo de proveedores y líneas que manejan los mismos.

Se busca ofrecer un servicio de calidad, ser la mejor opción de compra para los consumidores. Cabe mencionar que en dos de las tiendas de autoservicio de la CROM no tienen las condiciones de espacio adecuadas para carritos de súper ya que los pasillos son muy angostos y los clientes están acostumbrados a utilizar canastillas; por lo tanto en la ISSSTE Tienda se busca darles este servicio que genera comodidad además de darles la libertad de llevar una cantidad mayor de mercancía a los clientes.

El horario de atención en esta tienda será de las 8:30 AM a las 9:00 PM todos los días cambiando los días de quincena (13, 14, 15, 16, 17, 28, 29, 30, 1º y 2) la hora de cierre a las 22:00 horas y este horario puede cambiar según las necesidades de los clientes.

## **2.5. Política de precios.**

La política de precios de las ISSSTE Tiendas es a nivel nacional con dos tipos de precios fronterizo y foráneo, con esta medida se garantiza que se pueden encontrar los mismos productos en cualquier ISSSTE Tienda al mismo precio. Para poder llevar a cabo este control se tiene establecido por norma que todos los proveedores deben estar registrados ante la Subdirección de abasto, esta vez emite en acuerdo con los proveedores dados de alta en el Sistema Integral de Tiendas y Farmacias ISSSTE (SITYF) un catálogo de productos llamado Pedido Abierto que contiene la lista de productos con su descripción (código de barras contenido y presentación), su precio costo por unidad y caja, además de precio venta foráneo y fronterizo.

Sólo los productos que están en el pedido abierto pueden ser vendidos dentro de las ISSSTE Tiendas ya que son los únicos productos que serán dados de alta dentro del sistema que se utiliza para cobrar en los puntos de venta. El sistema del pedido abierto tiene por objetivo garantizar los mejores precios ya que este sistema cuenta con fecha de

inicio y término, la mayoría de los pedidos abiertos garantizan los precios por más de tres meses.

La mayoría de los proveedores tienen por objetivo determinar el precio dentro de una banda de flotación. Esta banda de flotación la determinan en base a sus canales de distribución (Cadenas comerciales, distribuidores, mayoristas, detallistas y venta directa), por lo tanto los precios de los productos que se venden dentro de las ISSSTE Tiendas tienen ventajas con la mayoría de los competidores. Las mayoría de las ofertas y promociones están establecidas dentro del pedido abierto con fecha de inicio y término, también las ofertas pueden ser fijadas mediante oficios de la subdirección de abastos.

# Capítulo 3

Estudio técnico

El estudio técnico permite establecer la localización óptima y determinar el tamaño óptimo del proyecto, verificar las posibilidades técnicas de las instalaciones. En resumen podemos decir que se pretende resolver las principales incógnitas del proyecto ¿A dónde?, ¿Cuánto?, ¿Cuándo? Y ¿Cómo?.

### 3.1. Localización.

*La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)<sup>1</sup>.*

La ubicación de las instalaciones tiene una influencia directa sobre los costos de operación del servicio. Una localización adecuada de la tienda de autoservicio contribuye a la optimización de los gastos. Para evaluar los distintos puntos a considerar para la óptima localización del local dividiremos su análisis en dos niveles:

- **Macro-localización.**- En este punto se indica la ubicación del proyecto en el País y Estado describiendo sus principales características.
- **Micro-localización.**- Se indicará cuál es la ubicación más a detalle dentro del Municipio, Colonia y calles colindantes donde se ubicará el local.

#### **Macro-localización.**

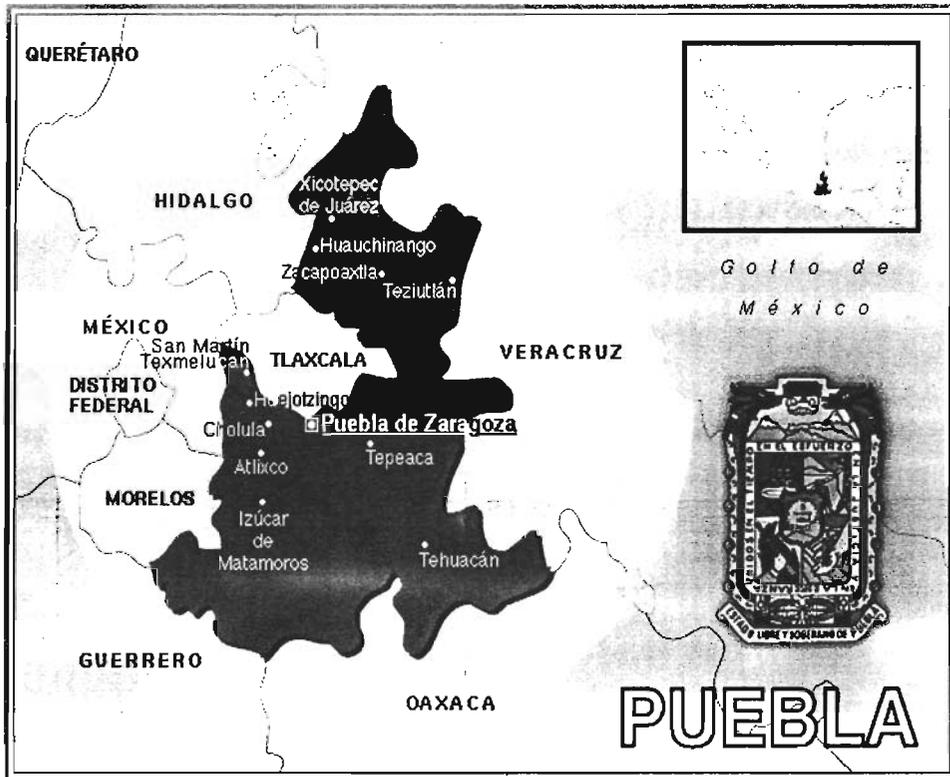
Para la macro-localización de la ISSSTE Tienda establecemos que es dentro de la República Mexicana y es necesario establecerla dentro de los estados que delimitan la Gerencia Regional Golfo (Puebla, Tlaxcala y Veracruz. Para determinar la localización tenemos que tomar en cuenta que la unidad de venta está adscrita a la ciudad de Puebla.

---

<sup>1</sup> BACA, Urbina, Gabriel. "Evaluación de proyectos". ED. Mc Graw Hill. México, 2002. 4ª Edición. Pág.-98

Mapa 2

MAPA DEL ESTADO DE PUEBLA



Fuente: Diccionario Academia Enciclopédico en CD-ROM 2002

El municipio de San Pedro Cholula (Cholula de Rivadavia) se localiza en la parte centro-este de Puebla; sus coordenadas geográficas son los paralelos 19° 01' 30" y 19° 06' 42" de latitud norte y los meridianos 98° 15' 06" y 98° 24' 00" de longitud occidental. El municipio colinda al norte con los municipios de Juan C. Bonilla, Coronango, al sur con los municipios de San Gregorio Atzompa y San Andrés Cholula, al este con la ciudad de Puebla, al oeste con los municipios de San Jerónimo Tecuaniapan y Calpan.

Aspectos geográficos. Estos factores se relacionan con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, tales como la orografía, la hidrografía, el clima, y el tipo de suelo.

La extensión del Municipio de San Pedro Cholula es de 51.03 Km. cuadrados, lo que lo ubica en el lugar 169 con respecto a los demás municipios del estado. (Mapa, Anexo 3)

Cuadro 10

## PRINCIPALES LOCALIDADES

NOMBRE (a)	LATITUD NORTE (b)		LONGITUD OESTE (b)		ALTITUD (b)
	Grados	Minutos	Grados	Minutos	Metros
CHOLULA DE RIVADABIA a/	19	03	98	18	2.220
SANTIAGO MOMOXPAN	19	04	98	16	2.160
SAN GREGORIO ZACAPECHPAN	19	03	98	21	2.150
SANTA MARÍA ACUEXCOMAC	19	02	98	23	2.220
SAN FRANCISCO COAPA	19	04	98	22	2.200

a/ Cabecera Municipal.

Fuente: (a) INEGI. Puebla. XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Tabulados Básicos.

Orografía.- Dicho municipio se localiza en la porción central del Valle de Puebla, el cual constituye el sector principal de la altiplanicie poblana. Así mismo presenta una topografía plana; con una altura promedio de 2,190 metros sobre el nivel del mar. Mostrando un ligero declive Noreste-Sureste rumbo al río Atoyac. Sin embargo, cabe mencionar que destacan dos accidentes orográficos: el cerro Zapotecas, al centro, que se levanta 200 metros sobre el nivel del valle, y el cerro Tecajetes, al poniente con una altura de 210 metros. (Mapa Anexo 3).

Hidrografía.- El municipio se ubica en la parte occidental de la cuenca alta del Río Atoyac, considerada una de las cuencas más importantes del estado, la cual tiene su nacimiento en la vertiente oriental de la sierra Nevada. Al oriente es atravesado por el río Ametlapanapa, que después de un largo recorrido por el municipio, se dirige hacia el río Atoyac, aunque no logra desembocar en él. Al extremo noreste, lo atraviesa el río Rabanillo, afluente del Atoyac; el cual cuenta con algunos manantiales. (Mapa Anexo 3)

Clima.- El clima del Municipio de San Pedro Cholula es similar al de la capital del Estado con un promedio de 17° C de temperatura anual con una máxima de 32° C en promedio en verano y una mínima de 5° C en invierno.

Cuadro 11

TIPO DE CLIMA

TIPO O SUBTIPO	SÍMBOLO	% DE LA SUPERFICIE MUNICIPAL
TEMPLADO SUBHÚMEDO CON LLUVIAS EN VERANO, DE MAYOR HUMEDAD.	C(w2)	100

Fuente: INEGI. Conjunto de Datos Geográficos de la Carta de Climas, 1:1 000 000

Aspectos socioeconómicos.- Son los que se encuentran relacionados con la adaptación del proyecto para la comunidad. Específicamente, se refiere al nivel general de los servicios sociales con los que cuenta la comunidad.

En educación el municipio cuenta con 106 planteles que van desde Jardín de Niños y pre-escolar hasta nivel universitario. 1,046 aulas, 20 bibliotecas, 30 laboratorios, 41 talleres, 6 videotecas y 3 casas de cultura.

El servicio de seguridad social cuenta con una infraestructura por parte de servicios federales IMSS (cuatro unidades de consulta externa), ISSSTE (una unidad de consulta externa), y estatales ISSSTEP (una unidad de consulta externa), Con lo que respecta a la asistencia social cuenta con el servicio de SSA (con una unidad de servicio hospitalario general y cuatro unidades consulta externa),

El Municipio cuenta con once Agencias de Ministerio Publico del Fuero Común para seguridad y servicio de los habitantes.

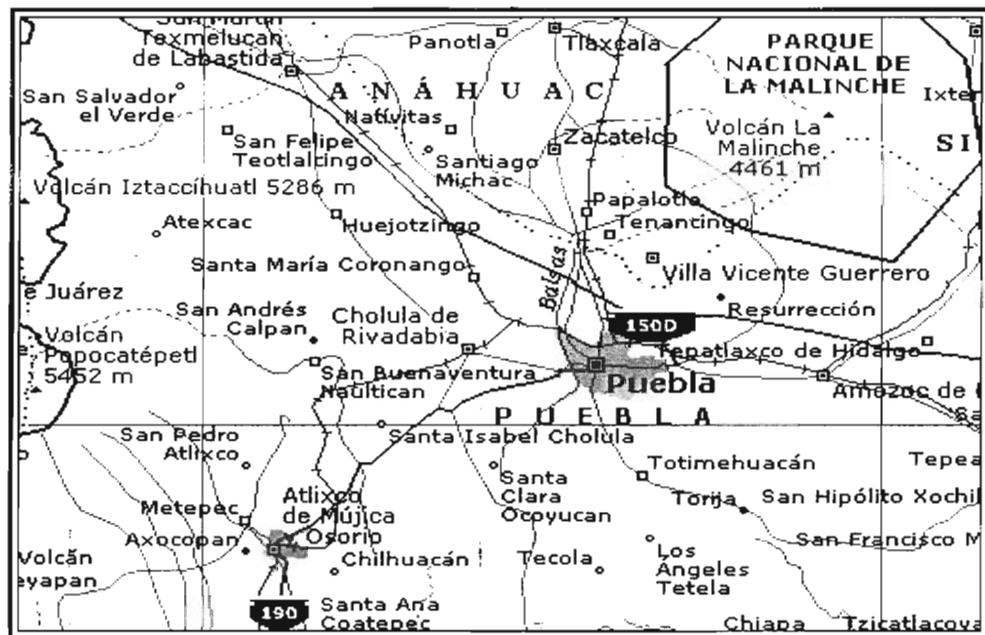
Aspectos de infraestructura.- Se refiere de vías de comunicación como teléfono, telégrafo, servicio de Internet, carreteras, vías férreas, rutas aéreas y marítimas; servicios públicos tales como agua, alcantarillado pavimentación y electricidad. (Mapa Anexo 3)

Al ser uno de los principales atractivos turísticos del Estado de Puebla cuenta con una infraestructura en cuanto a vías de comunicación de vanguardia. Cuenta con tres empresas que dan el servicio telefónico (Axtel, Maxcom y Telmex), servicio de Telégrafos de México, servicio de Internet de los principales proveedores nacionales. El centro del municipio está a 20 minutos del aeropuerto Internacional del Estado de Puebla a 15 minutos de la Autopista México, Puebla. Además de contar con tres alternativas directas para llegar a la Ciudad de Puebla, la Recta a Cholula, Camino Real a Cholula y la Carretera Federal México, Puebla. Por el municipio pasa parte de la red ferroviaria del Estado (sólo es servicio de carga). El puerto marítimo más próximo es Veracruz que está aproximadamente a tres horas por autopista.

En cuanto a los servicios básicos cuenta con el 96.52% del Municipio tiene electricidad por parte de la Comisión Federal de Electricidad, también cuenta con una cobertura en el servicio de agua potable en un 74.45% y drenaje en un 78.86%.

En lo que respecta a vivienda el plan municipal de desarrollo 2002-2005 menciona como estrategia que para la atención de las necesidades de vivienda de la población, se gestionará en coordinación con el gobierno del estado, dependencias públicas federales, instituciones bancarias y organismos de vivienda, el otorgamiento de recursos adicionales a los programados para el desarrollo de proyectos habitacionales, debido al crecimiento registrado por el municipio.

## MAPA DE LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE CHOLULA



Fuente: Mapa proporcionado por el Municipio de San Pedro Cholula

### Micro-localización.

El local propuesto está ubicado en la Av. Seis Oriente No. 2 esquina Av. Cinco de Mayo en el centro de la Ciudad. El desarrollo urbano de esta zona, está compuesto por calles pavimentadas se observa que el centro cubre el 100% y en un 50 % las áreas aledañas. Es importante mencionar que el municipio de San Pedro mantiene una tendencia de crecimiento misma que da oportunidad de atacar el mercado y ofrecer nuestros servicios.

El local está ubicado a una cuadra del Palacio Municipal, del Zócalo de San Pedro Cholula y de la Parroquia de San Pedro que es una de las Iglesias más visitadas del Municipio. En contra esquina del local se encuentra la principal parada de transporte público, las personas que llegan de Puebla, Huejotzingo y otras comunidades bajan en

este lugar para dirigirse a su domicilio o bien cuando vienen a realizar sus compras al mercado o en los diversos negocios que se encuentran en el centro.

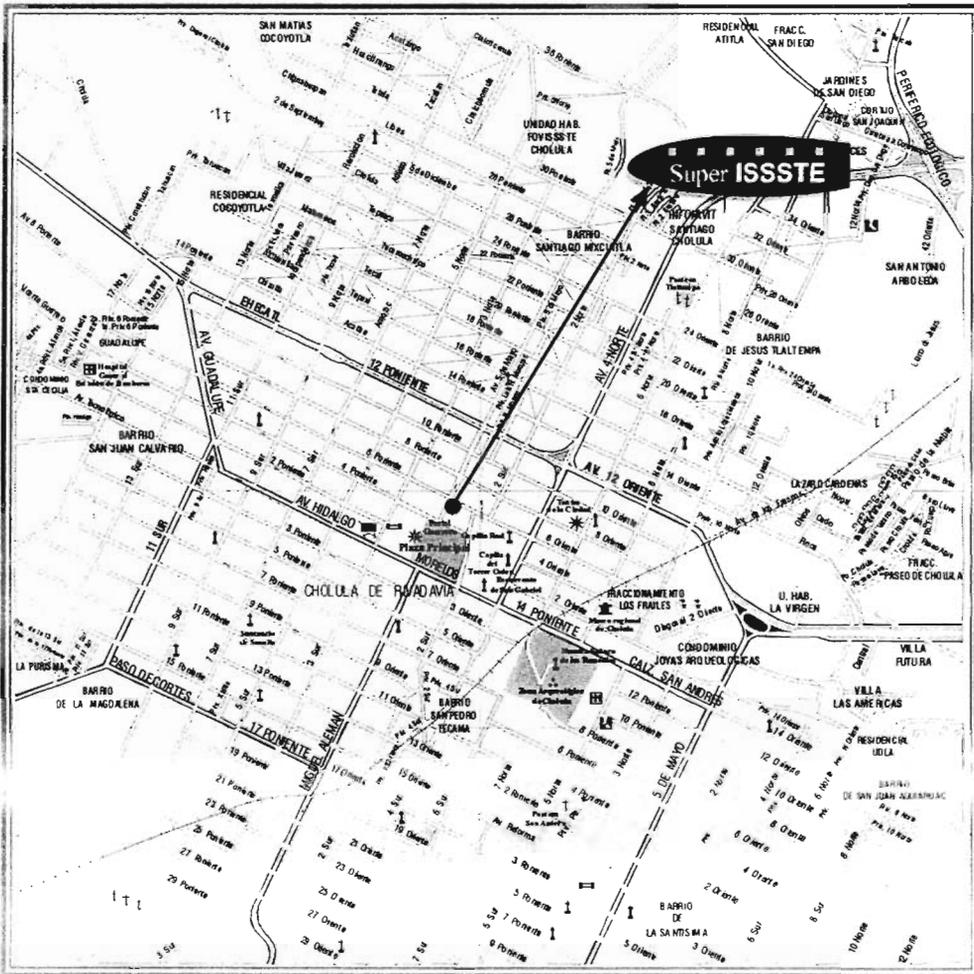
Existen diversas rutas de transporte público que desplazan a clientes provenientes de otros puntos de la ciudad. La principal ventaja a destacar es que dicho transporte transita cerca de la ubicación de la tienda, ventaja que permite que las personas perciban nuestra presencia.

La competencia más cercana, es la tienda de la CROM, la cual se encuentra a una distancia aproximada de 400 m, cabe destacar que tanto el mercado objetivo, así como la variedad de productos de dicha tienda y las ISSSTE Tiendas son similares. Sin embargo se debe poner principal atención en ofrecer brindar un servicio de calidad mismo que será utilizada como una ventaja competitiva.

El local tiene una superficie de 425.12 m<sup>2</sup> de los cuales 359 m<sup>2</sup> se consideran como piso de venta y 66.12 m<sup>2</sup> como bodega y oficinas. Está ubicado en la esquina por lo tanto cuenta con dos frentes y está a la vista de los transeúntes. El frente que se encuentra sobre la Av. Seis Oriente tiene 21m de largo y el de la Av.5 de Mayo tiene 11.2 m de largo y se pretende que la entrada principal de la tienda se localice sobre esta avenida ya que es la más transitada.

Mapa 4.

MAPA DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO CHOLULA



Fuente: Mapa del Municipio de San Pedro Cholula. Gula Roji 2003 Plano 48 y 59.

Transito en el área de influencia es importante para tener una perspectiva más amplia, el ISSSTE toma en cuenta dos aspectos muy importantes para la determinación óptima de la localización:

- Transito vehicular.
- Transito peatonal

Esta información se recabo durante tres días tomados de manera aleatoria evitando que fuera día de mercado o alguna celebración religiosa que afectara el resultado. El levantamiento se hizo en cinco horarios establecidos, por intervalos de 15 minutos de manera simultánea en la ubicación actual de la tienda (Puebla) y el local propuesto (Cholula). En el cuadro 3.1.3. se hace una comparación del transito peatonal que comprende a las personas que pasaron a pie y bicicleta enfrente de cada local y en el cuadro 3.1.4. Tráfico vehicular se tomaron en cuenta los vehículos automotores dividiéndolos en dos grupos para su análisis transporte público colectivo (autobús, microbús y combis en servicio) y transporte privado (en este grupo se incluyen también los taxis por lo complejo de determinar si están en servicio o no).

Cuadro 12.

## TRAFICO PEATONAL.

Día	Lunes 9 de agosto 2004		Viernes 13 de agosto 2004		Martes 17 de agosto 2004		Promedio / Horario		Diferencia
	Pue.	Chol.	Pue.	Chol.	Pue.	Chol.	Pue.	Chol.	
Horario									%
6:00 a 6:15	12	64	16	68	14	71	14	68	483,33
10:00 a 10:15	37	315	42	342	51	320	43	326	757,36
14:00 a 14:15	49	485	61	551	65	540	58	525	905,75
18:00 a 18:15	26	320	41	410	43	402	37	377	1019,82
22:00 a 22:15	6	52	13	65	10	63	10	60	600,00
Promedio / Día	26	247	35	287	37	279	32	271	837,04

Fuente: Cuento de tráfico peatonal elaboración propia. Cholula 2004.

En el cuadro 12 se observa que en Cholula tenemos 8 veces más tránsito peatonal promedio por día. Cabe mencionar que la mayoría de las personas baja o sube del transporte público a contra esquina del local propuesto. Si se toman en cuenta que se cuenta con una gran variedad de productos, todos los transeúntes son clientes potenciales.

Las horas de mayor tránsito peatonal son de las 10:00 horas a las 18:00 horas. Podemos establecer como el intervalo de mayor tránsito es de las 14:00 a las 14:15 horas. Los días viernes son los de mayor afluencia peatonal en esta zona. En cuanto a tráfico peatonal los dos locales no tienen punto de comparación ya que a ninguna hora tiene mayor afluencia peatonal el local ubicado en Puebla.

Cuadro 13

#### TRAFICO VEHICULAR SERVICIO PÚBLICO.

Día	Lunes 9 de agosto 2004		Viernes 13 de agosto 2004		Martes 17 de agosto 2004		Promedio / Horario		Diferencia %
	Pue.	Chol	Pue.	Chol	Pue.	Chol	Pue.	Chol	
Horario									
6:00 a 6:15	2	4	5	4	3	4	3,33	4,00	36,55
10:00 a 10:15	12	12	11	17	13	13	12,00	14,00	9,89
14:00 a 14:15	17	16	18	21	15	18	16,67	18,33	10,71
18:00 a 18:15	21	19	23	24	20	22	21,33	21,67	12,32
22:00 a 22:15	2	7	5	9	1	6	2,67	7,33	22,98
Promedio / Día	11	12	12	15	10	13	11,20	13,07	18,49

Fuente: Conteo de tráfico vehicular servicio público elaboración propia.

En el cuadro 13 se realiza el análisis del transporte público. En su afluencia solo es un 18% más en Cholula que en Puebla sólo que la diferencia está en que en Puebla no hacen base cerca de la tienda y en Cholula hacen base a contra esquina. Los días viernes son los de mayor circulación para el transporte público en promedio.

Cuadro 14

## TRAFICO VEHICULAR PRIVADO.

Día	Lunes 9 de Agosto 2004		Viernes 13 de agosto 2004		Martes 17 de agosto 2004		Promedio / Horario		Diferencia %
	Pue.	Chol	Pue.	Chol	Pue.	Chol	Pue.	Chol	
Horario									
6:00 a 6:15	36	15	68	21	41	17	48,33	17,67	-120,00
10:00 a 10:15	165	22	417	28	136	21	239,33	23,67	-116,67
14:00 a 14:15	375	38	507	50	323	41	401,67	43,00	-110,00
18:00 a 18:15	382	47	562	71	363	43	435,67	53,67	-101,56
22:00 a 22:15	59	13	114	26	62	15	78,33	18,00	-275,00
Promedio / Día	203	27	334	39	185	27	240,67	31,20	-144,65

Fuente: *Conteo de tráfico vehicular privado elaboración propia.*

En el cuadro 14 se analiza el transporte privado. En el local de Puebla se tiene un mayor tráfico ya que la Av. Dos Poniente es paralela a una de las principales avenidas (Av. Juárez) y se utiliza como alternativa para salir del centro de la ciudad, la desventaja que se tiene es que el local no cuenta con estacionamiento y los altos índices de delincuencia no lo hacen atractivo para clientes y proveedores. Por lo tanto no se pueden considerar clientes potenciales a los vehículos privados.

Cholula es un mercado distinto ya que la mayoría de las personas que llegan al centro lo hacen en transporte Público o caminando y las personas que llegan en vehículo circulan a una cuadra del local; esta desventaja se puede cubrir con señales que indiquen donde se encuentra la tienda.

### 3.2. Tamaño y capacidad del proyecto.

*"El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año."*<sup>2</sup>

<sup>2</sup> BACA, Urbina, Gabriel. "Evaluación de proyectos". ED. Mc Graw Hill. México, 2002. 4ª Edición. Pág.-84

Por experiencia de la Gerencia Regional Golfo el tamaño de la tienda no tiene relación con el volumen de ventas ya que existen tiendas en esta gerencia de tipo "B" (menos de 350 m<sup>2</sup>) que tienen ventas mayores a las de semi-centros comerciales (más de 1,199 m<sup>2</sup>).

La ISSSTE Tienda No. 191 es de tipo "A" lo que se busca es mantener su tipología está se da por los m<sup>2</sup> (mínimo 350 m<sup>2</sup>) de extensión del piso de venta y el cambiar de tipología representa un recorte de la plantilla de empleados, por lo tanto lo que se busca es mantener la tipología de la tienda. El tamaño óptimo del proyecto es el que este dentro de la tipología especificada (entre 350 m<sup>2</sup> y 1,200 m<sup>2</sup>) para no hacer recorte de personal.

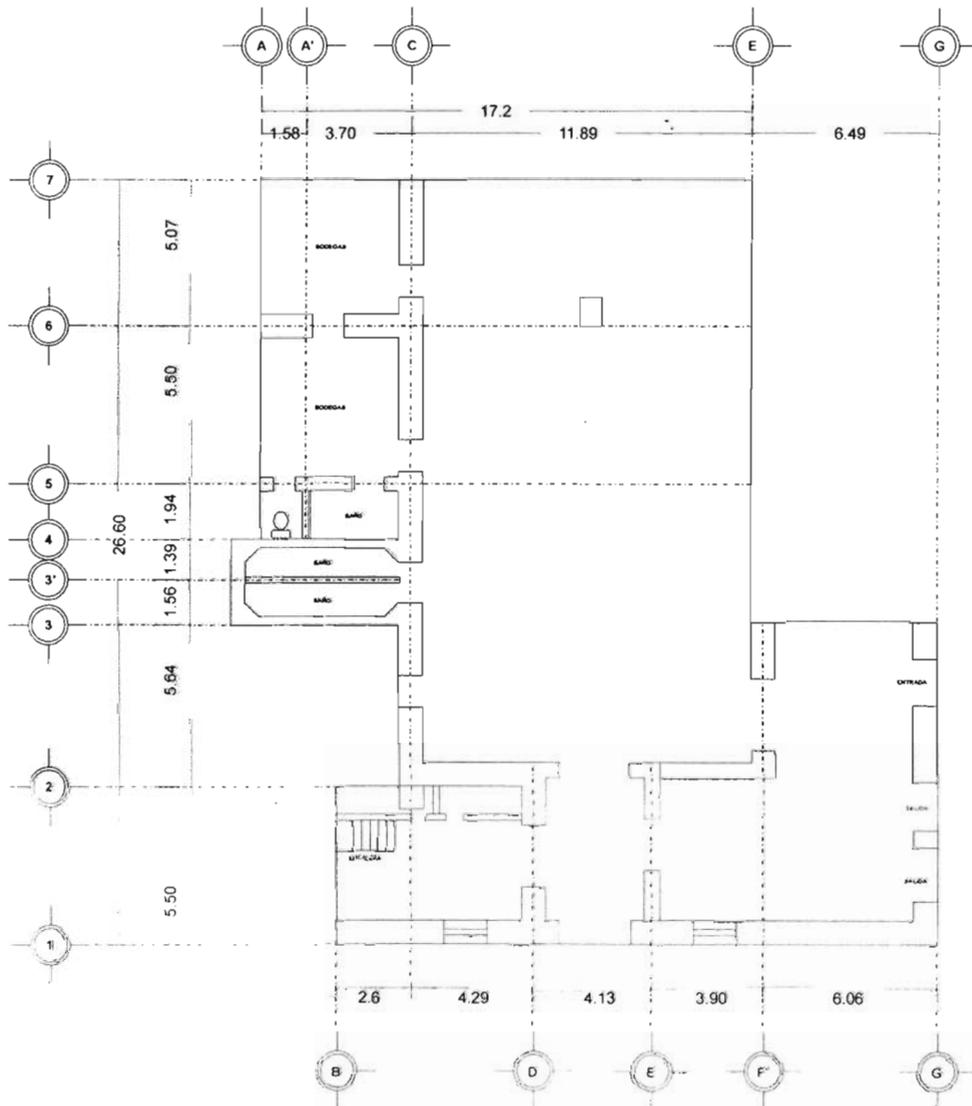
El volumen de ventas es lo que hace redituable a las ISSSTE Tiendas ya que independientemente del tamaño del local la eficiente rotación de los inventarios dará como resultado una mayor circulación de la mercancía y no manejar un stock elevado de la misma. Con un inventario eficiente podemos controlar las entradas y salidas de mercancía para poder tener siempre lo que el cliente necesite.

Distribución y diseño de las instalaciones.

El inmueble propuesto cuenta con 481 m<sup>2</sup> de los cuales se distribuyen en 363.25 m<sup>2</sup> de piso de venta, 65.52 m<sup>2</sup> de bodega, 15.6 m<sup>2</sup> de baños y 52.4 m<sup>2</sup> oficinas, está dividido en dos partes, la parte de enfrente se encuentran dos locales comerciales que fueron una lavandería y la parte de atrás fue utilizada como bodega de pañales, un salón de fiestas y recientemente como un gimnasio privado. Para poder utilizar este inmueble como ISSSTE Tienda se requiere abrir un acceso que comunique la nave con los locales de enfrente.

La parte que esta ubicada en la esquina de la calle será el área de acceso y cajas para aprovechar la vista que tiene por las dos avenidas, el local más pequeño se empleara como oficinas, (en la planta baja área de recibo, el departamento de recursos humanos y en la parte superior el departamento de contabilidad y la Gerencia), la bodega está al fondo, y el área de ventas principal se ubicara en la nave.

PLANO ARQUITECTÓNICO



Fuente: Arquitecto Martín Peralta. Puebla 2004.

Especificaciones generales de las áreas de la tienda. En el área de acceso se proyecta instalar un módulo de farmacia buscando tener una mayor oferta de productos y poder satisfacer a más personas. En la nave se tiene contemplado un área para salchichonería (las ISSSTE Tiendas dan este servicio a base de concesiones, este servicio generará un doble impacto, un ingreso extra por la renta de este espacio y un servicio más completo para los clientes).

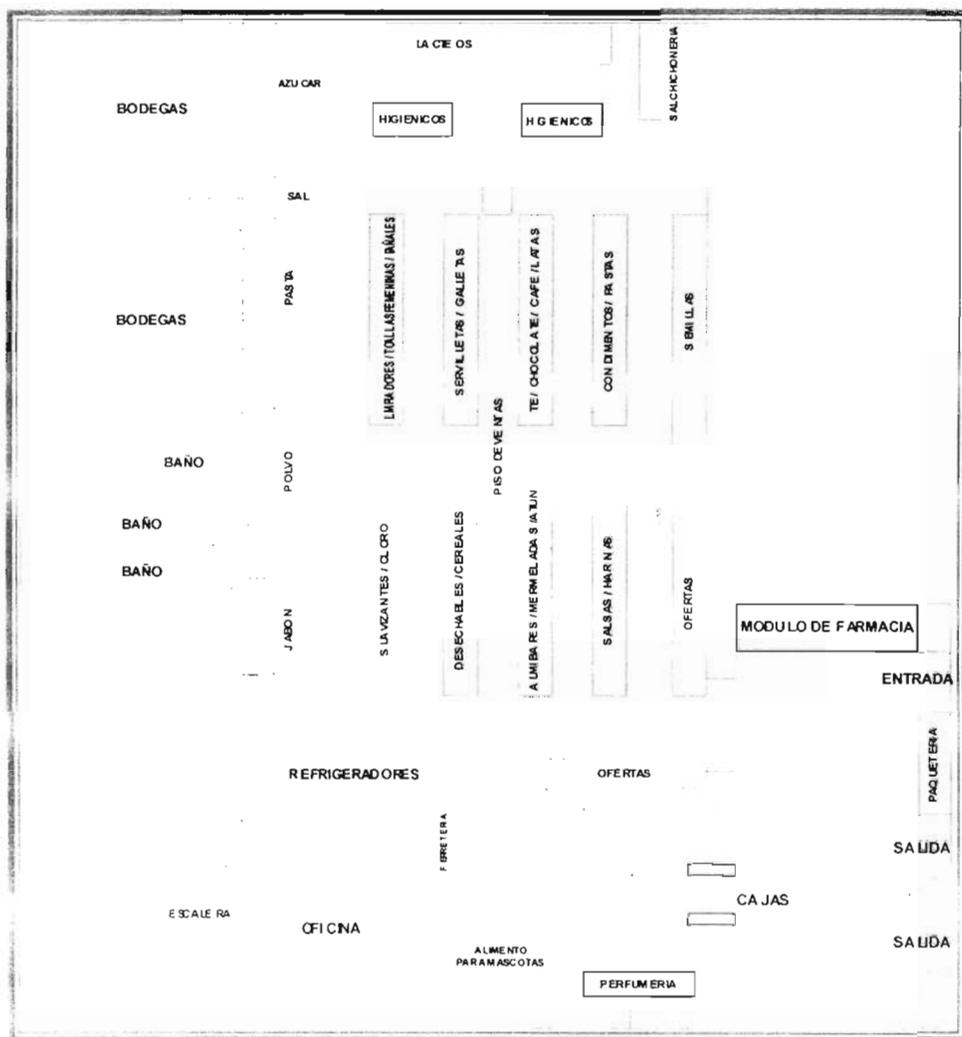
Las mercancías generales serán ubicadas en góndolas de seis módulos cada una, divididas en cuatro trenes seccionados en dos pasillos. En la parte lateral de la tienda se colocarán dos trenes a todo lo largo, en la parte del fondo se instalarán dos racks y la parte superior será empleada como bodega. El máximo de altura de la mercancía de exhibición es de 1.80 m. Los refrigeradores se instalarán debajo del balcón de la Gerencia.

La el piso de venta se divide en:

- Abarrotes comestibles.
- Abarrotes no comestibles.
- Perfumería.
- Juguetes y papelería.
- Lácteos.
- Jarcería.
- Vinos y licores.
- Salchichonería.
- Línea blanca.
- Farmacia.
- Cajas.

De un inicio se manejará el mismo inventario y proporción por línea que se tiene en la actual tienda (Puebla), ya que todo el inventario se pasará íntegro y según su desplazamientos se incrementará o disminuirá la proporción de mercancía según sea el caso para tener un óptimo de ventas con respecto al inventario y que esté se represente en el lay-out.

PLANO DEL LAY-OUT.



Fuente: Elaboración propia. Puebla 2004.

La operación de la tienda continuará manejando los mismos recursos materiales con los que opera actualmente ya que por ley no puede haber incrementos por ningún concepto que no esté establecido dentro del Presupuesto otorgado por la federación para los rubros establecidos en la operación de la unidad de venta. Los ajustes de la disminución de los gastos por concepto de renta y energía eléctrica serán hechos por el departamento de Presupuestos de la Gerencia Regional Golfo, con el fin de apegarse a la Normatividad del ISSSTE.

Las especificación de la obra civil muestra que el inmueble se encuentra en optimas condiciones solo se requiere algunos detalles para acondicionarlo pintura interior y exterior utilizando la imagen de ISSSTE Tiendas, cambiar y adecuar la instalación eléctrica, la instalación de la red del sistema, la apertura del acceso del local a la nave y el piso de la nave. El tiempo aproximado para esta adecuación es de 20 días, se tienen considerados tres distintos presupuestos, de acuerdo a tiempos de entrega y precio se elegirá la mejor opción, esta decisión será tomada por la Gerencia Regional Golfo.

El mobiliario y equipo será el mismo que en la tienda de Puebla ya que se encuentra en buen estado además de no contar con recursos para cambiarlo. Solo se empleara una parte del mobiliario ya que el local propuesto es más chico que el actual. El mobiliario que no sea empleado será dado de baja del inventario físico y trasladado al almacén de Chignahuapan para utilizarlo más adelante en la ampliación de otra unidad de venta.

Uno de los objetivos de está reubicación es no cerrar ninguna plaza por lo tanto la plantilla se mantendrá igual y buscará un incremento de empleos directos e indirectos en algunas áreas donde la operación de la tienda lo requiera (directos área de cajas y el departamento de contabilidad por honorarios e indirectos intendencia, vigilancia y promotores), En las áreas cajas se requieren dos cajeras más y el departamento de contabilidad un auxiliar para el contador ya que este departamento se está haciendo cargo de la caja general.

La plantilla se compone actualmente de:

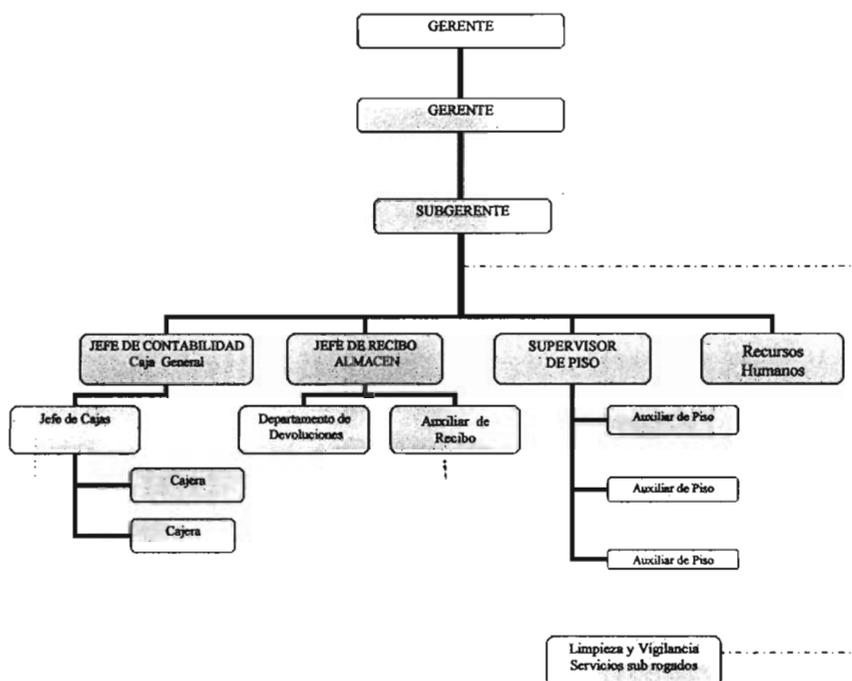
- Un Gerente.
- Un sub-gerente.
- Un jefe del departamento de contabilidad.
- Un jefe de recibo.
- Encargado de devoluciones (comisionado a esta unidad de venta).
- Dos Auxiliares administrativos (uno de ellos comisionado a esta unidad).
- Dos cajeras (una de ellas esta comisionada a esta unidad).
- Un supervisor de piso de venta.
- Tres auxiliares de almacén.
- Dos policías (servicio subrogado).
- Dos de servicio de intendencia (servicio subrogado).

Dos de las personas comisionadas están adscritas a la tienda de Atlixco y la otra a la tienda de Puebla. Por lo tanto la nómina de estas personas se carga a dichas unidades. El servicio de vigilancia y limpieza es subrogado a dos empresas.

En el cuadro 15 se puede observar como está estructurada la ISSSTE Tienda No. 191.

Cuadro 15

ORGANIGRAMA ISSSTE TIENDA



Fuente: Elaboración propia. Puebla 2004

3.3. Estructura legal.

Dentro de los requisitos que establece la normatividad del ISSSTE en primer lugar es un avalúo por parte de la Comisión de Avalúo de Bienes Nacionales (CABIN) este organismo se encarga de hacer el avalúo de los inmuebles que el Estado requiere en compra o renta, en dicho avalúo se fija un monto de renta en base a las condiciones del mismo.

Los requisitos para el avalúo por parte de CABIN son:

- Solicitud vía Internet.
- Carta compromiso de arrendamiento por parte del dueño del inmueble con el monto mínimo de renta a solicitar.
- Copia de las escrituras del inmueble.
- Carta de libertad de gravamen del inmueble.
- Última boleta predial.
- Permiso para uso de suelo comercial.
- Copia de identificación oficial del arrendador.
- Mapa de ubicación del inmueble.
- Plano arquitectónico del inmueble.

El tiempo que tarda CABIN para hacer el avalúo es aproximadamente de 20 a 30 días hábiles. Después de tener el avalúo correspondiente y el visto bueno por parte de la Gerencia Regional Golfo, el departamento Jurídico del ISSSTE Puebla se encarga de la elaboración del contrato y los permisos necesarios para la apertura de la ISSSTE Tienda.

La documentación para la elaboración del contrato es:

- Avalúo de CABIN.
- Carta de autorización del para la renta del inmueble por parte de CABIN (esta carta indica el monto de la renta autorizado para el inmueble)
- Copia de las escrituras del inmueble.
- Carta de libertad de gravamen del inmueble.
- Última boleta predial.
- Permiso para uso de suelo comercial.
- Copia de identificación oficial del arrendador.
- Copia del Registro Federal de Contribuyentes del arrendatario (RFC).
- Copia de Clave Única de Registro de Población (CURP)
- Mapa de ubicación del inmueble.
- Plano arquitectónico del inmueble.

- Plano estructural.
- Peritaje topográfico.

Los trámites jurídicos establecidos por la normatividad los llevan a cabo la Gerencia Regional Golfo y el departamento jurídico del ISSSTE estatal ya que la responsabilidad de la operación corre por parte de SITYF y la tienda está adscrita al Estado de Puebla por tal razón deben de trabajar en forma conjunta.

#### **3.4. Cronograma de actividades para la reubicación.**

La planeación de las actividades para la reubicación está basada en la Normatividad del ISSSTE y la experiencia de otras reubicaciones por parte del personal y la Gerencia Regional Golfo. Cada una de las actividades tiene una ficha de inicio y una fecha de conclusión con el fin de poder alcanzar las metas establecidas. Se deben considerar factores importantes para la realización de las actividades ya que para poder agilizar la reubicación se contempla que algunas se lleven a cabo simultáneamente.

Después de la autorización por parte de la Gerencia Regional Golfo, el avalúo y autorización del inmueble por parte de CABIN es lo más importante ya que sin su autorización el inmueble no puede ser utilizado para la reubicación. En cuanto a los trámites por parte de JURISSSTE tienen que ver con la elaboración del contrato de arrendamiento así como los permisos de operación y apertura con el Municipio.

La promoción y publicidad de la apertura de una ISSSTE Tienda en la comunidad es lo más importante ya que los resultados iniciales se basan en el éxito de esta difusión. La publicidad y la promoción iniciarán en cuanto se tenga listo el contrato de arrendamiento y los permisos del Municipio y será permanente hasta después de la inauguración. Dicha promoción y publicidad iniciará con mantas en el local para familiarizar a los posibles clientes con el concepto de ISSSTE Tienda, a su vez en el local actual se les informará y agradecerá su preferencia a los clientes. Por medio de volantes y carro de sonido se dará a conocer el día de la inauguración en el Municipio, además de organizar con los

proveedores una caravana por las principales comunidades de San Pedro Cholula para el día de la inauguración.

Los tiempos especificados en el cronograma de actividades se basan en los tiempos que establecen las Instituciones (GRG, CABIN y JURISSSTE) y los proveedores. Con lo que respecta al tiempo de traslado e instalación de mobiliario y mercancía esta en razón de la experiencia del personal y la GRG.

Cuadro 16

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA REUBICACION															
	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE						
SEMANA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	L	M	M	J
AUTORIZACIÓN GRG	◇														
AVALUO CABIN		□				□									
JURISSSTE						▮		□							
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD							☆								
REMODELACION							✦			□					
INSTALACIÓN DE RED ELECTRICA							✍			□					
PINTURA								▮			□				
TRASLADO DE MOBILIARIO										★		□			
TRASLADO DE MERCANCIA											➔				□
INSTALACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO											◇				□
INSTALACION DE RED Y SISTEMA												▮			
EXHIBICION DE MERCANCIA												⊗			□
INICIO DE OPERACIÓN															*

Fuente: Elaboración propia basada en la Normatividad del ISSSTE y en la experiencia de la GRG.

Cuadro 17

**SIMBOLOGÍA DEL CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.**

SIMBOLOGÍA	Descripción de las actividades
	En la primer semana presentación del proyecto a la Gerencia Regional Golfo. Inicio de recopilación de documentos para el avalúo por parte de CABIN.
	Entrega de documentos y solicitud de avalúo a CABIN.
	Entrega de documentos a JURISSSTE para la elaboración del contrato y los tramites correspondientes para la apertura.
	Inicio de la campaña de difusión de la inauguración de la ISSSTE Tienda.
	Instalación de la red eléctrica (sistemas, refrigeradores y alumbrado)
	Inicio de remodelación (cambio de piso y apertura de muro).
	Inicio de pintura del local.
	Inicio de la traslado de mobiliario y equipo.
	Inicio del traslado de mercancía.
	Montaje de mobiliario y equipo
	Instalación de la red , servidor y puntos de venta
	Exhibición y preciado de la mercanía
*	Inauguración de la ISSSTE Tienda
	Tiempo máximo de cada etapa
	Tiempo de duración de cada etapa.

Fuente: Simbología del cronograma de actividades elaboración propia.

# Capítulo 4

Estudio económico

En este capítulo se describe cuál es la composición del presupuesto con el que opera la tienda y cual sería la propuesta de la composición del presupuesto del local propuesto. Se debe tomar en cuenta que las ISSSTE Tiendas trabajan con base al presupuesto de la Federación por lo tanto el impacto de la reducción del gasto se ve reflejado en el SITYF. Se definirán los capítulos presupuestales con los que opera la tienda y realizaremos un comparativo de el local actual y el propuesto.

#### **4.1. Presupuesto.**

El presupuesto con el que operan las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, esta establecido en base a los requerimientos de cada una de las dependencias y entidades de la Administración Federal, El presupuesto es solicitado por el poder Ejecutivo Federal ante el poder Legislativo, El Congreso de la Unión es el encargado cada año votar y/o modificado el Presupuesto de la Federación para el ejercicio fiscal del año siguiente. Después de ser aprobado el Presupuesto de Egresos de La Federación por el Congreso de la Unión es enviado al Poder Ejecutivo para su publicación en el Diario Oficial de la Federación. A su vez se publica en el Diario Oficial el Clasificador por Objeto del Gasto, este es el documento que ordena e identifica en forma genérica, homogénea y coherente, los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros, que requieren las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para cumplir con los objetivos y programas que se establezcan en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Para identificar el gasto público por su naturaleza económica, durante el proceso de programación e integración del proyecto de Presupuesto de Egresos, así como en la etapa del ejercicio, las dependencias y entidades deberán establecer el vínculo, por capítulo, concepto y partida del Clasificador, con el componente de la clave presupuestaria correspondiente a la naturaleza económica, conforme a lo establecido en las normas presupuestarias vigentes y considerando la definición de gasto corriente y gasto de capital.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público por conducto de la Subsecretaría de Egresos, proveerá lo necesario para que las nuevas partidas, así como las modificaciones o adiciones a los capítulos, conceptos, partidas o disposiciones contenidas en el Clasificador, se emitan por el C. Subsecretario de Egresos y se publiquen en el Diario Oficial de la Federación. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de la Unidad de Política y Control Presupuestario será la facultada para interpretar las disposiciones del Clasificador.

El Clasificador por Objeto del Gasto divide el presupuesto en capítulos y estos a su vez se dividen en partidas presupuestales. Los Capítulos en que se divide el Presupuesto de Egresos de la Federación son:

- Capítulo 1000. SERVICIOS PERSONALES.
- Capítulo 2000. MATERIALES Y SUMINISTROS.
- Capítulo 3000. SERVICIOS GENERALES.
- Capítulo 4000. SUBSIDIOS Y TRANSFERENCIAS.
- Capítulo 5000. BIENES MUEBLES E INMUEBLES.
- Capítulo 6000. OBRAS PÚBLICAS.
- Capítulo 7000. INVERSION FINANCIERA, PROVISIONES ECONOMICAS, AYUDAS, OTRAS EROGACIONES, Y PENSIONES, JUBILACIONES Y OTRAS.
- Capítulo 8000. PARTICIPACIONES DE INGRESOS, APORTACIONES FEDERALES, APORTACIONES Y GASTO REASIGNADO.
- Capítulo 9000. DEUDA PÚBLICA, PASIVO CIRCULANTE Y OTROS.

Las ISSSTE Tiendas manejan sólo los Capítulos 1000, 2000 y 3000 del Presupuesto de Egresos de la Federación.

#### **4.2. Capítulo 1000 Servicios Personales**

El Capítulo 1000 Servicios Personales, Agrupa las asignaciones destinadas al pago de remuneraciones del personal que presta sus servicios en la ISSSTE Tienda. Incluye las prestaciones económicas, repercusiones por concepto de seguridad social y de seguros

de vida, contribuciones y demás asignaciones derivadas de compromisos laborales, así como las provisiones para cubrir las medidas de incremento en percepciones y prestaciones económicas que se aprueben en el Presupuesto de Egresos.

El capítulo 1000 esta dividido en las siguientes ocho partidas<sup>1</sup>:

**1100 REMUNERACIONES AL PERSONAL DE CARACTER PERMANENTE.** Asignaciones destinadas a cubrir las percepciones correspondientes al personal de carácter permanente, por servicios prestados en las dependencias y entidades.

**1200 REMUNERACIONES AL PERSONAL DE CARACTER TRANSITORIO.** Asignaciones destinadas a cubrir las remuneraciones correspondientes al personal de carácter eventual, así como las percepciones de las personas físicas y morales contratadas bajo el régimen de honorarios por servicios prestados en las dependencias y entidades. Incluye el pago por retribuciones derivado de servicios de carácter social.

**1300 REMUNERACIONES ADICIONALES Y ESPECIALES.** Asignaciones destinadas a cubrir percepciones adicionales y especiales, así como las gratificaciones que se otorgan tanto al personal de carácter permanente como transitorio, por servicios prestados en las dependencias y entidades.

**1400 EROGACIONES DEL GOBIERNO FEDERAL POR CONCEPTO DE SEGURIDAD SOCIAL Y SEGUROS.** Asignaciones destinadas a cubrir las aportaciones que corresponde a las dependencias y entidades, por concepto de prestaciones de seguridad social en beneficio del personal a su servicio, incluido el pago complementario de las primas de seguros como son, entre otros, los seguros de vida, de retiro y de gastos médicos mayores de los servidores públicos.

**1500 PAGOS POR OTRAS PRESTACIONES SOCIALES Y ECONOMICAS.** Erogaciones que realizan las dependencias y entidades en favor del personal, con el fin de cubrirles prestaciones sociales y económicas.

**1600 IMPUESTO SOBRE NOMINAS Y CREDITO AL SALARIO.** Asignaciones destinadas al pago del Impuesto Sobre Nóminas a cargo de las dependencias y entidades, de conformidad con el Código Financiero del Distrito Federal o su equivalente en las entidades federativas; así como las asignaciones destinadas a cubrir el crédito al salario a los servidores públicos de la Administración Pública Federal.

**1700 PAGO DE ESTIMULOS A SERVIDORES PUBLICOS.** Asignaciones destinadas a cubrir estímulos económicos a los servidores públicos de mando, enlace y operativos de las dependencias y entidades, que establezcan las disposiciones aplicables, derivado del desempeño de sus funciones.

<sup>1</sup> CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
[www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

*1800 PREVISIONES PARA SERVICIOS PERSONALES. Asignaciones destinadas a cubrir las medidas de incremento en percepciones, prestaciones económicas, creación de plazas, en su caso, y demás medidas salariales y económicas que se aprueben en el Presupuesto de Egresos. Las partidas de este concepto no se ejercerán en forma directa, sino a través de las partidas que correspondan a los demás conceptos del capítulo 1000 Servicios Personales, que sean objeto de traspaso de estos recursos.*

Los conceptos de las partidas con los que opera la unidad de venta son<sup>2</sup>:

- *1103 SUELDOS BASE. Remuneraciones al personal civil, de base o de confianza, de carácter permanente que preste sus servicios en las dependencias y entidades. Los montos que importen estas remuneraciones serán fijados de acuerdo con el Catálogo de Puestos del Gobierno Federal y los catálogos institucionales de puestos de las dependencias y entidades.*
- *1201 HONORARIOS. Asignaciones destinadas a cubrir el pago por la prestación de servicios contratados con personas físicas, como profesionistas, técnicos, expertos y peritos, entre otros, por estudios, obras o trabajos determinados que correspondan a su especialidad. El pago de honorarios deberá sujetarse a las disposiciones aplicables que determine la Secretaría a través de la Unidad de Política y Control Presupuestario. Esta partida excluye los servicios profesionales contratados con personas físicas o morales previstos en el concepto 3300 Servicios de asesoría, consultoría, informáticos, estudios e investigaciones.*
- *1301 PRIMA QUINQUENAL POR AÑOS DE SERVICIO EFECTIVOS PRESTADOS. Asignación adicional como complemento al sueldo del personal civil al servicio de las dependencias y entidades, una vez transcurridos los primeros cinco años de servicios efectivos prestados, en los términos de la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado. Incluye la prima adicional que se concede como complemento al sueldo base del personal civil en las entidades, cuyas condiciones generales de trabajo así lo establezcan por años de servicio cumplidos.*
- *1305 PRIMAS DE VACACIONES Y DOMINICAL. Asignaciones al personal que tenga derecho a vacaciones o preste sus servicios en domingo.*
- *1306 GRATIFICACION DE FIN DE AÑO. Asignaciones por concepto de aguinaldo o gratificación de fin de año al personal civil y militar al servicio de las dependencias y entidades.*
- *1401 APORTACIONES AL ISSSTE. Asignaciones destinadas a cubrir la aportación del Gobierno Federal, por concepto de seguridad social, derivada de los servicios*

<sup>2</sup> CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
[www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

---

*proporcionados por el ISSSTE a los servidores públicos de las dependencias y entidades, en los términos de la legislación vigente.*

- *1403 APORTACIONES AL FOVISSSTE. Asignaciones destinadas a cubrir las aportaciones al FOVISSSTE que corresponden a las dependencias y entidades para proporcionar vivienda a su personal, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.*
- *1404 CUOTAS PARA EL SEGURO DE VIDA DEL PERSONAL CIVIL. Asignaciones destinadas a cubrir las primas que corresponden a las dependencias y entidades por concepto de seguro de vida del personal civil a su servicio, en los términos de la legislación vigente.*
- *1412 APORTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL CONTRACTUALES. Asignaciones destinadas a cubrir las aportaciones en materia de seguridad social que conforme a las condiciones generales de trabajo pactan las entidades, distintas a las previstas en régimen de ley.*
- *1501 CUOTAS PARA EL FONDO DE AHORRO DEL PERSONAL CIVIL. Asignaciones destinadas a cubrir las cuotas que corresponden a las dependencias y entidades para la constitución del fondo de ahorro del personal civil, según acuerdos contractuales establecidos.*
- *1507 PRESTACIONES ESTABLECIDAS POR CONDICIONES GENERALES DE TRABAJO O CONTRATOS COLECTIVOS DE TRABAJO. Asignaciones destinadas a cubrir el costo de las prestaciones que las dependencias y entidades otorgan en beneficio de sus empleados, de conformidad con las condiciones generales de trabajo o los contratos colectivos de trabajo, tales como ayuda para renta, pasajes, anteojos, despensas y vales de despensa, guarderías y traslado a éstas, impresión de tesis, juguetes para los hijos del personal, útiles escolares, aparatos ortopédicos, gastos médicos y de laboratorio, prestaciones de fin de año; gastos para eventos de los días de la madre, del niño, de la secretaría, del trabajador; eventos motivacionales, fomento cultural, turístico y deportivo, entre otros.*
- *1508 APORTACIONES AL SISTEMA DE AHORRO PARA EL RETIRO. Asignaciones destinadas a cubrir los montos de las aportaciones correspondientes a las dependencias y entidades a favor del Sistema de Ahorro para el Retiro de los trabajadores al servicio de las mismas.*
- *1509 COMPENSACION GARANTIZADA. Asignaciones que se otorgan de manera regular y se pagan en función de la valuación de puestos y del nivel salarial a los servidores públicos de enlace, de mando y homólogos.*
- *1512 OTRAS PRESTACIONES. Asignaciones destinadas a cubrir el costo de otras prestaciones que las dependencias y entidades otorgan en beneficio de sus empleados, siempre que no correspondan a las prestaciones a que se refiere la partida 1507 Prestaciones establecidas por condiciones generales de trabajo o contratos colectivos de trabajo.*

- **1601 IMPUESTO SOBRE NOMINAS.** *Asignaciones destinadas al pago del Impuesto Sobre Nóminas a cargo de las dependencias y entidades, de conformidad con el Código Financiero del Distrito Federal o su equivalente en las entidades federativas.*
- **1602 CREDITO AL SALARIO.** *Asignaciones destinadas a cubrir el crédito al salario a los servidores públicos de la Administración Pública Federal, de conformidad con lo establecido en la Ley del Impuesto Sobre la Renta, a cargo de las dependencias y entidades.*
- **1805 PREVISIONES PARA APORTACIONES AL FOVISSSTE.** *Asignaciones destinadas a cubrir incrementos en las aportaciones del Gobierno Federal al FOVISSSTE, derivadas de incremento a las percepciones de los servidores públicos de las dependencias y entidades.*

Los conceptos anteriormente descritos establecen el pago de salarios del personal de base, confianza y honorarios adscrito a esta unidad de venta. Cabe resaltar que con la reubicación propuesta inicialmente este capítulo no se verá afectado ya que operará con el mismo personal.

### **4.3. Capítulo 2000 MATERIALES Y SUMINISTROS**

El Capítulo 2000 Materiales y Suministros. Agrupa las asignaciones destinadas a cubrir el costo de adquisición de toda clase de insumos requeridos, para el desempeño óptimo de la unidad de venta. Incluye materiales y útiles de administración. El capítulo 2000 esta dividido en las siguientes nueve partidas descritas a continuación<sup>3</sup>:

**2100 MATERIALES Y UTILES DE ADMINISTRACION Y DE ENSEÑANZA.** *Asignaciones destinadas a la adquisición de materiales y útiles de oficina; de impresión y reproducción; para el procesamiento en equipos y bienes informáticos, así como de material estadístico, geográfico, y demás materiales de apoyo para la información en oficinas administrativas y en centros de enseñanza e investigación, así como todo tipo de productos para la limpieza. Incluye la adquisición de todos aquellos materiales y suministros necesarios para la operación y desempeño de la función educativa de los planteles educativos de la Administración Pública Federal Centralizada, ubicados geográficamente en las entidades federativas.*

**2200 PRODUCTOS ALIMENTICIOS.** *Asignaciones destinadas a la adquisición de todo tipo de productos alimenticios, incluidas las bebidas. Excluye el gasto de alimentación previsto en el concepto 1500 Pagos por otras prestaciones sociales y económicas, así*

---

<sup>3</sup> CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
[www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

como los gastos de viáticos y de alimentación previstos en las partidas del concepto 3800 Servicios oficiales.

**2300 HERRAMIENTAS, REFACCIONES Y ACCESORIOS.** Asignaciones destinadas a la adquisición de toda clase de refacciones, accesorios, herramientas, utensilios, y demás bienes de consumo del mismo género, necesarios para los fines propios de las dependencias y entidades. Incluye los utensilios para el servicio de alimentación.

**2400 MATERIALES Y ARTICULOS DE CONSTRUCCION.** Asignaciones destinadas a la adquisición de materiales utilizados en: la construcción, reconstrucción, ampliación, adaptación, mejora, conservación y mantenimiento de bienes muebles e inmuebles.

**2500 MATERIAS PRIMAS DE PRODUCCION, PRODUCTOS QUIMICOS, FARMACEUTICOS Y DE LABORATORIO.** Asignaciones destinadas a la adquisición de toda clase de materias primas en estado natural, transformadas o semitransformadas, de naturaleza vegetal, animal y mineral, diferentes a las contenidas en las demás partidas de este Clasificador; productos químicos y farmacéuticos, así como toda clase de materiales y suministros médicos y de laboratorio.

**2600 COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y ADITIVOS.** Asignaciones destinadas a la adquisición de combustibles, lubricantes y aditivos de todo tipo, necesarios para el funcionamiento de vehículos y equipo de transporte, terrestre, aéreo, marítimo, lacustre y fluvial, así como de maquinaria y equipo, destinados a la realización de las actividades productivas y administrativas en las dependencias y entidades.

**2700 VESTUARIO, BLANCOS, PRENDAS DE PROTECCION PERSONAL Y ARTICULOS DEPORTIVOS.** Asignaciones destinadas a la adquisición de vestuario y sus accesorios, blancos, artículos deportivos, así como las prendas de protección personal necesarias para cumplir con los programas y propósitos institucionales de las dependencias y entidades.

**2800 MATERIALES, SUMINISTROS Y PRENDAS DE PROTECCION PARA SEGURIDAD PÚBLICA Y NACIONAL.** Asignaciones destinadas a la adquisición de materiales y sustancias explosivas, así como prendas de protección, necesarias para la realización de las actividades de seguridad pública y nacional.

**2900 MERCANCIAS DIVERSAS.** Asignaciones destinadas a cubrir el costo de los materiales, suministros y mercancías diversas, que las entidades adquieren con personas físicas y morales, para su comercialización en tiendas y farmacias del Sector Público, así como las adquisiciones que las dependencias y entidades requieran para su distribución a la población en casos de desastres naturales o apoyos temporales por emergencias, entre otros.

---

En las ISSSTE Tienda solo se manejan los conceptos<sup>4</sup>:

- **2101 MATERIALES Y UTILES DE OFICINA.** *Asignaciones destinadas a la adquisición de materiales y artículos diversos, propios para el uso de las oficinas, tales como: papelería, formas, libretas, carpetas, y cualquier tipo de papel, vasos y servilletas desechables, limpiatipos, rollos fotográficos; útiles de escritorio como engrapadoras, perforadoras manuales, sacapuntas; artículos de dibujo, correspondencia y archivo; cestos de basura, y otros productos similares. Incluye la adquisición de artículos de envoltura, sacos y valijas, entre otros.*
- **2102 MATERIAL DE LIMPIEZA.** *Asignaciones destinadas a la adquisición de materiales, artículos y enseres para el aseo, limpieza e higiene, tales como: escobas, jergas, detergentes, jabones y otros productos similares.*
- **2901 MERCANCIAS PARA SU COMERCIALIZACION EN TIENDAS DEL SECTOR PÚBLICO.** *Asignaciones destinadas a cubrir el costo de las mercancías diversas que las entidades adquieran conforme a las disposiciones aplicables para su comercialización en los establecimientos del sector público, tales como: tiendas, farmacias, velatorios, centros recreativos, entre otros.*

El Capítulo 2000 no tendrá modificaciones con la reubicación de la ISSSTE Tienda ya que el material de oficina y limpieza no tendrán modificaciones para su óptimo funcionamiento. En lo que respecta al concepto 2901 es administrado por la Gerencia Regional con el control de las compras realizadas por las unidades de venta a su cargo.

#### **4.4. Capítulo 3000 SERVICIOS GENERALES.**

El Capítulo 3000 Servicios Generales. Agrupa las asignaciones destinadas a cubrir el costo de los servicios que contrate la tienda con personas físicas y morales del sector privado y social o instituciones del propio sector público, tales como: servicio postal, telegráfico, telefónico convencional, de energía eléctrica, agua, de telecomunicaciones, y conducción de señales analógicas y digitales; contrataciones integrales de servicios básicos; arrendamientos; servicio comercial, bancario, financiero, contratación de servicios con terceros y gastos inherentes; entre otros.

---

<sup>4</sup> CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
[www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

El Capítulo 3000 se divide en nueve partidas que a continuación se describen<sup>5</sup>:

**3100 SERVICIOS BASICOS.** Asignaciones destinadas a la adquisición de servicios básicos, tales como: postal, telegráfico, de telecomunicaciones, telefónico convencional, de telefonía celular, de radiocomunicación, de energía eléctrica, de agua y de conducción de señales analógicas y digitales. Incluye la contratación de todos aquellos servicios generales necesarios para la operación y desempeño de la función educativa de los planteles educativos de la administración Pública Federal Centralizada, ubicados geográficamente en las entidades federativas.

**3200 SERVICIOS DE ARRENDAMIENTO.** Asignaciones destinadas a cubrir los gastos de arrendamiento de edificios, locales, terrenos, maquinaria y equipo, vehículos y otros arrendamientos. Excluye el arrendamiento financiero.

**3400 SERVICIO COMERCIAL, BANCARIO, FINANCIERO, SUBCONTRATACION DE SERVICIOS CON TERCEROS Y GASTOS INHERENTES.** Asignaciones destinadas a cubrir el costo de servicios tales como: almacenaje, embalaje y envase; fletes y maniobras; bancarios y financieros; seguros de bienes patrimoniales, y vigilancia, así como el pago de impuestos de importación, exportación y otros impuestos o derechos; comisiones por ventas; patentes y regalías, y diferencias por variaciones en el tipo de cambio. Incluye los servicios provenientes de la subcontratación que las dependencias y entidades lleven a cabo con personas físicas o morales especializadas, con la finalidad de hacer más eficiente la prestación de los bienes o servicios públicos que correspondan al cumplimiento de su misión.

**3500 SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y CONSERVACION.** Asignaciones destinadas a la contratación de servicios para el mantenimiento y conservación de toda clase de bienes muebles e inmuebles; incluye los deducibles de seguros, así como los servicios de lavandería, limpieza, jardinería, higiene y fumigación. Excluye los gastos por concepto de mantenimiento y rehabilitación de la obra pública a que se refiere el concepto 6100 Obras públicas por contrato.

**3600 SERVICIOS DE IMPRESION, GRABADO, PUBLICACION, DIFUSION E INFORMACION.** Asignaciones destinadas a cubrir las erogaciones en servicios de impresión, publicaciones, difusión e información, incluyendo la elaboración de material comunicacional alternativo destinadas a mensajes propios de la operación de las dependencias y entidades.

**3700 SERVICIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y PUBLICIDAD.** Asignaciones destinadas a la realización de campañas publicitarias para la comercialización de los productos o servicios de las entidades que generan un ingreso para el Estado, y de las campañas de comunicación para difundir el quehacer gubernamental, así como los bienes y servicios públicos que prestan las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal, cuyas erogaciones comprenden el costo de los estudios necesarios para

<sup>5</sup> CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
[www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

*medir su pertinencia y efectividad; el diseño y su conceptualización; su producción, post-producción y copiado, así como la publicación y difusión masiva de dichas campañas, incluidos los gastos derivados de la contratación de personas físicas y morales que presten servicios afines para la elaboración y ejecución de las mismas.*

**3800 SERVICIOS OFICIALES.** *Asignaciones destinadas a cubrir los gastos relacionados con la realización de actos, ceremonias y actividades oficiales por las dependencias y entidades en el desempeño de sus funciones, así como gastos de ceremonial del titular del Ejecutivo Federal. Incluye los gastos de viáticos y pasajes, la instalación y traslado del personal federal, y los gastos que requieran las oficinas establecidas en el exterior, así como los pagos por participación en Órganos de Gobierno a quienes conforme a las disposiciones aplicables les corresponda.*

**3900P ERDIDAS DEL ERARIO Y GASTOS POR CONCEPTO DE RESPONSABILIDADES.** *En este concepto no se prevén asignaciones de origen en el Presupuesto de Egresos. Su aplicación durante el ejercicio presupuestario se hará únicamente cuando las dependencias y entidades incurran en erogaciones que impliquen un impacto adicional a su techo de presupuesto autorizado, tales como: multas, recargos, actualizaciones, accesorios o intereses por el pago extemporáneo de pasivos fiscales y de otras obligaciones de pago con proveedores, contratistas y prestadores de servicios; pérdidas del erario federal por robo o extravío de recursos presupuestarios; así como para erogaciones por concepto de responsabilidad civil del Estado, entre otros. Su pago se realizará con cargo a los ahorros y economías del presupuesto autorizado de la dependencia o entidad, previo traspaso compensado de recursos. El concepto de pérdidas del erario no aplicará en los registros presupuestarios de las dependencias y entidades cuando los recursos se recuperen por los diversos medios establecidos conforme a las disposiciones aplicables.*

Los conceptos que operan dentro de la unidad de venta son<sup>6</sup>:

**3101 SERVICIO POSTAL.** *Asignaciones destinadas al pago del servicio postal nacional e internacional, así como los pagos por servicios de mensajería, requeridos en el desempeño de funciones oficiales.*

**3102 SERVICIO TELEGRAFICO.** *Asignaciones destinadas al pago del servicio telegráfico nacional e internacional requerido en el desempeño de funciones oficiales.*

**3103 SERVICIO TELEFONICO CONVENCIONAL.** *Asignaciones destinadas al pago de servicio telefónico convencional nacional e internacional, incluido el servicio de fax, requerido en el desempeño de funciones oficiales.*

**3106 SERVICIO DE ENERGIA ELECTRICA.** *Asignaciones destinadas a cubrir el importe del consumo de energía eléctrica, necesarios para el funcionamiento de las instalaciones oficiales.*

---

<sup>6</sup> CLASIFICADOR POR OBJETO DEL GASTO PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.  
[www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)

*3107 SERVICIO DE AGUA. Asignaciones destinadas a cubrir el importe del consumo de agua potable y para riego, necesarios para el funcionamiento de las instalaciones oficiales.*

*3201 ARRENDAMIENTO DE EDIFICIOS Y LOCALES. Asignaciones destinadas a cubrir el alquiler de toda clase de inmuebles.*

*3401 ALMACENAJE, EMBALAJE Y ENVASE. Asignaciones destinadas a cubrir el costo de los servicios de almacenamiento, embalaje, desembalaje, envase y desenvase de toda clase de objetos, artículos, materiales, mobiliario, entre otros.*

*3505 SERVICIOS DE LAVANDERIA, LIMPIEZA, HIGIENE Y FUMIGACION. Asignaciones destinadas a cubrir los gastos por servicios de jardinería, lavandería, limpieza, desinfección, higiene y fumigación en los bienes muebles e inmuebles propiedad o al cuidado de las dependencias y entidades. Incluye el costo de los servicios de recolección, traslado y tratamiento final de desechos tóxicos.*

El Capítulo 3000 es el más importante para la reubicación de la ISSSTE Tienda ya que es el rubro donde se encuentra el mayor importe del presupuesto de la unidad, el local propuesto debe tener un impacto positivo en cuanto a la disminución del presupuesto que se vera, reflejado en la Gerencia Regional Golfo y por lo tanto en SITYF.

#### **4.5. Comparativo de Presupuesto.**

El análisis que se presenta a continuación esta tomado con base al gasto promedio mensual del primer semestre de 2004 y por ser información confidencial solo se presenta de manera porcentual. El alto costo de la renta y de la energía eléctrica son dos de los factores que afectan el óptimo funcionamiento de la unidad de venta por lo tanto son dos factores que tienen un peso importante en el estudio de factibilidad y con la comparación del gasto podemos observar si es conveniente para la ISSSTE Tienda.

En cuanto al Capítulo 1000 y 2000 el presupuesto es igual no tiene ninguna modificación ya que la plantilla de empleados no será modificada y en lo que respecta a materiales y suministros no tendrán ninguna modificación. Mientras que el Capítulo 3000 es el que más modificaciones reflejara ya que el local propuesto tiene una disminución en la renta de un 58.01%. En lo que respecta al concepto de energía eléctrica se calcula con base a la disminución en un 50% del número de lámparas y tomando en cuenta que la operación

de el equipo (servidor computadoras, cajas y refrigeradores) es el mismo, el resultado es una disminución del 50% en este rubro. En global por concepto de gasto representa una disminución del 20% aproximadamente, con esto se dice que el cambio de la ISSSTE Tienda impactara positivamente.

Cuadro 17

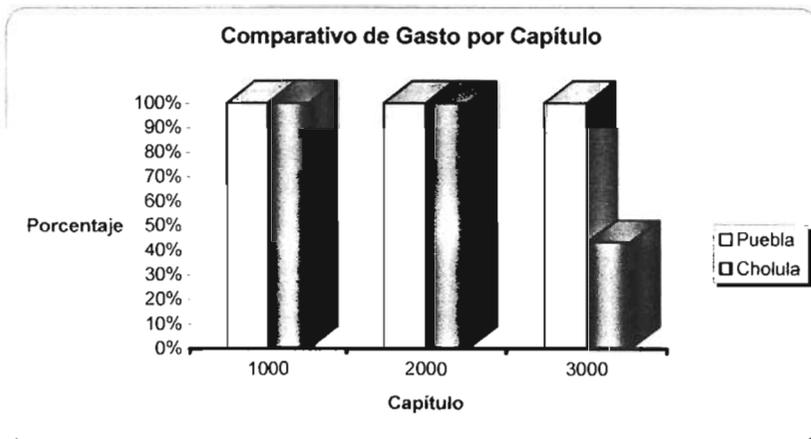
COMPARATIVO DE GASTOS POR CAPITULOS

Capítulo	Puebla	Cholula	Diferencia
1000	100 %	100%	0.00%
2000	100 %	100%	0.00%
3000	100%	43%	-57%

Fuente: Cálculo propio basado en el gasto de la unidad de venta y en el gasto del inmueble propuesto.

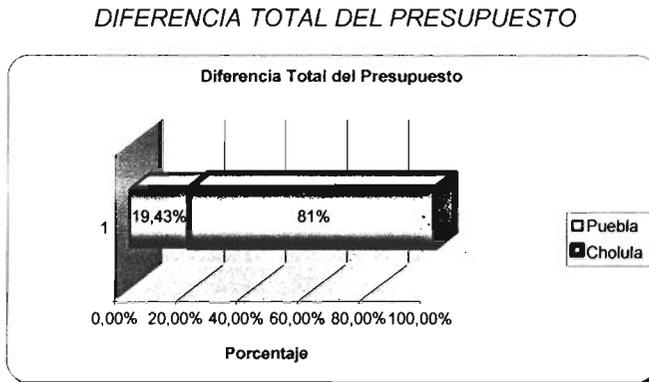
Gráfica 8

COMPARATIVO DE GASTOS POR CAPITULO



Fuente: Cálculo propio basado en el gasto de la unidad de venta y en el gasto del inmueble propuesto.

Gráfico 9



*Fuente: Cálculo propio basado en el gasto de la unidad de venta y en el gasto del inmueble propuesto.*

Tomando en cuenta las ventas promedio mensual del primer semestre de 2004 el gasto representa más de un 29% de estas. Con la reubicación manteniendo el mismo promedio de venta representaría un 20% de las ventas. Con el cambio de la ISSSTE Tienda al municipio de San Pedro Cholula no sólo se busca la disminución del gasto también se busca un incremento en las ventas que se tiene pronosticado sea de mínimo un 50% en los primeros seis meses de operación, lo que se reflejaría en la participación del gasto con respecto de las ventas del 10%.

#### 4.6. Gastos de Remodelación

La reubicación de la ISSSTE Tienda no está contemplada dentro del Presupuesto de Egresos de la Federación por lo tanto se realizará con los recursos de la unidad de venta (humanos) y con el apoyo de los proveedores. Esta reubicación es en beneficio de la tienda y de los proveedores ya que el incremento de las ventas retribuye en incremento de las compras y la filosofía de los principales proveedores es:

Ganar → Ganar.

Para la remodelación se tiene contemplado el apoyo de varios proveedores con base a compras por parte de la Gerencia Regional para varias tiendas y así poder obtener el apoyo. La Gerencia Regional captará y administrará estos recursos con el fin de que se lleve a cabo de una manera transparente.

Para el traslado de mobiliario y equipo la Gerencia Regional dispone de tres camionetas de 3.5 toneladas para llevarlo a cabo, además se solicitará el apoyo a los proveedores ya que la mayoría cuenta con transporte propio. Con lo que respecta al personal que se empleará para el traslado y lo necesario para la puesta en marcha de la unidad de venta en su nuevo local se cuenta con personal de apoyo de otras unidades, así como el de los promotores.

Conclusiones

## I. EN CUANTO AL MARCO TEORICO.

La situación económica general muestra que la ISSSTE Tienda está teniendo resultados contrarios a los del resto de la economía, mientras las ventas minoristas tienen un crecimiento del 0.61% mensual la tienda tiene pérdidas del - 6.37%. Este panorama no es alentador para seguir operando en este lugar y la reubicación se convierte en una posible solución.

Las ISSSTE Tiendas iniciaron como una prestación para trabajadores del estado y tienen por objetivo el beneficio social, pero con el paso del tiempo se abrió al público en general y se consolidó como la tienda paraestatal más importante del país.

El Municipio de Cholula es una de las ciudades más antiguas de occidente, uno de los principales centros ceremoniales prehispánicos y en la actualidad es una de las ciudades turísticas más importantes.

## II. EN CUANTO AL MERCADO.

En el estudio de mercado del presente proyecto se determinó una demanda potencial de 95%. Esta demanda se estableció con base a los resultados obtenidos en la aplicación de una encuesta realizada en el área de influencia del local propuesto. Cabe resaltar que la tasa media de crecimiento anual es del 2.1% que favorece a la reubicación.

Con lo que respecta a la oferta las ISSSTE Tiendas captan el 12% del mercado actualmente según el resultado de la encuesta además en la pregunta: Si se abriera una ISSSTE Tienda en la localidad ¿Acudiría a realizar sus compras ahí? Nos da como resultado una preferencia de 95% de la población. El prestigio que se tienen en la comunidad es una ventaja que hace favorable la reubicación.

Las políticas de precios que se emplean le dan una ventaja competitiva que beneficiará a los clientes, lo cual se vera reflejado en los resultados en ventas. Con lo que respecta al servicio lo respaldan 45 años de experiencia en beneficio de los consumidores.

### III. EN CUANTO AL ESTUDIO TECNICO

Para la localización de la ISSSTE Tienda se considero el Municipio de Cholula por su cercanía con la Ciudad de Puebla y la infraestructura con la que cuenta, además de tener un mercado potencial para el desarrollo de la ISSSTE Tienda. La ubicación del local propuesto es óptima para operar en el por la afluencia de personas en ese lugar.

Con lo que respecta a tamaño se cumple con el objetivo de mantener la tipología de al unidad de venta ya que cumple con las especificaciones establecidas por la Normatividad del ISSSTE. En cuanto a la capacidad de operación se establece que de inicio se manejará el mismo nivel de inventario y por lo tanto proporción dentro del Lay-out que se emplea actualmente en la actual unidad de venta.

Está establecido que los recursos materiales y humanos no tendrán modificaciones ya que se cuenta con lo necesario para operar en optimas condiciones.

La estructura legal está establecida por los requisitos establecidos por la Normatividad del ISSSTE y de la Comisión de Avalúos de Bienes Inmuebles Nacionales y con ellas se pueden establecer cuanto tiempo se requiere para realizar estos trámites y llevar acabo la planificación del cronograma de actividades.

### IV. ESTUDIO ECONOMICO

La descripción de cómo opera el Presupuesto de Egresos de la Federación los capitulos, partidas y conceptos, cuales de ellos se aplican en una ISSSTE Tienda nos dan una visión de la importancia que tiene la disminución en el capitulo 3000

para el óptimo funcionamiento de la unidad de venta y el impacto positivo que tiene en la unidad de venta.

El apoyo de los proveedores es fundamental para realizar la reubicación de la unidad de venta; por lo tanto el fortalecer una sociedad comercial con ellos es muy importante, los planes de crecimiento de los proveedores en general están ligados al desarrollo de las unidades de venta, por lo tanto los principales proveedores apoyan dicho proyecto

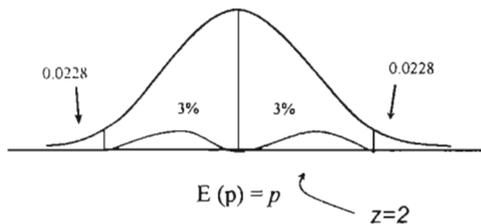
Anexos

Relación entre el error, el riesgo y el tamaño de la muestra para proporciones

Veamos la relación entre error, el riesgo y el tamaño de la muestra para proporciones. Sabemos que el error típico de  $p$  es:

$$\sigma_p = \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Y es necesario conocer  $p$  o un valor estimado para calcular  $\sigma_p$ . Sin embargo considérese el siguiente problema y veamos cómo se puede encontrar un tamaño de muestra aun que se desconozca  $p$ . Se desea encontrar el tamaño de la muestra que mantenga el error dentro del 3 por ciento con riesgo de 0.0456 la situación se representa en la siguiente figura:



Si se fija el riesgo en 0.0456, la proporción en cada extremo es de 0.0228 y con la tabla normal de áreas se encuentra el valor de  $z = 2.0$  utilizando la relación

$$z = \frac{e}{\sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}}$$

Tenemos, resolviendo para  $n$ ,

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{e^2} = \frac{(2)^2 p(1-p)}{(0.03)^2}$$

No conocemos el valor de  $p$ ; sin embargo, si se encuentra el valor de  $p$  que hace máximo en  $p(1-p)$  y se utiliza para calcular  $n$ , se puede asegurar que el tamaño de muestra  $n$  será suficientemente grande para satisfacer el requisito de que el error se hace dentro del 3 por ciento.

Para encontrar el valor de  $p$  que hará máximo en  $(1-p)$  se utilizará el siguiente artificio matemático:

$$\begin{aligned} p(1-p) &= p - p^2 \\ &= \frac{1}{4} - \left( \frac{1}{4} - p + p^2 \right) \\ &= \frac{1}{4} - \left( \frac{1}{2} - p \right)^2 \end{aligned}$$

Esto muestra que  $p(1-p)$  será máximo cuando  $p = 1/2$ . Por lo tanto la  $n$  que buscamos es:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(2)^2 \left( \frac{1}{4} \right)}{(0.03)^2} \\ &= \frac{1.00}{0.0009} \\ &= 1111 \end{aligned}$$

Es decir, cuando se utiliza una muestra del tamaño  $n = 1111$ , el error será inferior al 3 por ciento.

La fórmula se puede generalizar sustituyendo  $p(1 - p) = \frac{1}{4}$  en la fórmula para  $n$  de la siguiente manera:

$$n = \frac{(2)^2 \left(\frac{1}{4}\right)}{e^2}$$

En la fórmula que se aplicó para determinar la muestra en el trabajo está justificada con una probabilidad de riesgo del  $\alpha = 0.05$  y se demuestra de la siguiente manera:

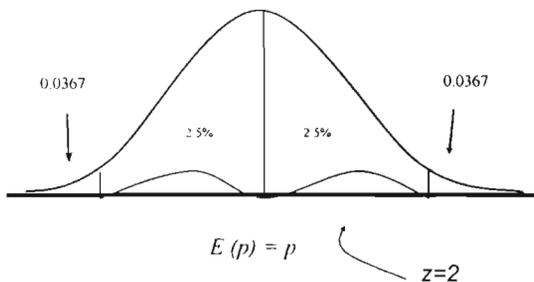
$$e = p_i - \bar{p}$$

$$z = \frac{p_i - \bar{p}}{\sqrt{\frac{pq}{n}}} = \frac{e}{\sqrt{\frac{pq}{n}}}$$

$$\alpha = 0.05$$

$$p = 0.50$$

$$q = 1 - 0.50$$



Riesgo

$$n = \frac{(1.96)^2(1/4)}{(0.03)^2} = 1067$$

$$p = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2(1/4)}{(0.05)^2} = 384$$

$$p = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2(1/4)}{(0.07)^2} = 196$$

$$p = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2(1/4)}{(0.0735)^2} = 178$$

$$p = 0.05$$

!

ENCUESTADOR \_\_\_\_\_  
**HÁBITOS DE CONSUMO**

**IMPACTO DE REUBICACIÓN**

LUGAR/ LOCALIDAD \_\_\_\_\_ FECHA \_\_\_\_\_ FOLIO \_\_\_\_\_

**¡IMPORTANTE ENCUESTADOR**

**INSTRUCCIONES**

- Lea en voz alta las preguntas a la persona encuestada y anote las respuestas en los espacios correspondientes, en los casos que aplique marque con una **X** el cuadro que indique la respuesta que del encuestado.
- Antes de llenar el cuestionario realice la pregunta inicial a la persona seleccionada y solo continúe en caso de que la respuesta sea afirmativa.
- Cuando se trate de preguntas abiertas, anote la respuesta tal y como la respuesta el encuestado.

**PREGUNTA INICIAL**

**¿ES USTED LA PERSONA QUE DECIDE DONDE REALIZAR LAS COMPRAS DE DESPENSA EN SU HOGAR?**

- SI  (Marque con una **X** y continúe)  
 No  (Agradezca la atención prestada y **NO** aplique el cuestionario)

→ SALUDO

Buenos días/ tardes ¿Me permitiría unos minutos de su tiempo para responder este cuestionario?  
 No tardamos más de 5 minutos 😊 **¡GRACIAS!**

**A. PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Sexo            Hombre             Mujer   
 Estado civil.    Soltero             Casado (a)

1. Aproximadamente ¿Cuál es el ingreso mensual de su hogar? (sumando el de todas las personas que aportan)

Menos de \$2,000     Entre \$ 6,000 y \$ 9,000     Entre \$30,000 y \$69,000   
 Entre \$ 2,000 y \$ 5,000     Entre \$ 10,000 y \$ 29,000     \$ 70,000 o más

2. ¿Cuál es su ocupación?

Ama de casa     Comerciante     Empleado Privado     Jubilado   
 Estudiante     Profesionista independiente     Empleado de gobierno

**B. HABITOS DE CONSUMO**

3. ¿Cada cuándo realiza su despensa? \_\_\_\_\_

4. ¿Dónde compra sus productos? \_\_\_\_\_

5. ¿Por qué?

Precios bajos  Calidad de los productos  Horario  Atención

Variedad de productos  Surtido de productos  Servicio  Cercanía

Otra  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. Aproximadamente ¿Cuánto gasta en cada ocasión? \$ \_\_\_\_\_

7. ¿Dónde realiza sus compras de frutas y verduras? \_\_\_\_\_

8. ¿Dónde realiza sus compras de ropa? \_\_\_\_\_

9. ¿Dónde realiza sus compras de línea blanca? \_\_\_\_\_

10. ¿Dónde realiza sus compras de medicina? \_\_\_\_\_

11. De los siguientes atributos que le voy a mencionar, seleccione 3 en el orden de importancia que tiene para usted al realizar sus compras

Precios Bajos  Atención  Cercanía  Servicio  Horario

Seguridad del lugar  Calidad de los productos  Variedad  Surtido

Estacionamiento  Otra  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

### C. IMPACTO

12. ¿Compra usted en tiendas del ISSSTE?

SI  NO  ¿Por qué? \_\_\_\_\_

Si la respuesta anterior es SI aplique la pregunta 13

Si la respuesta anterior en NO pase a preguntas 14

13. ¿Qué tipo de artículos adquiere en las tiendas ISSSTE?

Despensa       Frutas y Verduras       Ropa       Línea Blanca   
 Farmacia       Electrónicos y electrodomésticos

14. Si se abriera una nueva tienda del ISSSTE en su localidad ¿acudiría usted a realizar sus compras ahí?

SI       NO       ¿De qué dependería? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

15. En general, considera usted que los productos que se ofrecen en las tiendas ISSSTE tienen un PRECIO:

Alto       Justo       Bajo

16. ¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos la tienda del ISSSTE para que realicen sus compras?

SI       NO       ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

¿Tiene usted algún comentario adicional y/o sugerencia?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¡Muchas gracias por su cooperación! Que tenga un buen día / tarde.....

Resultados de la Encuesta

**Pregunta inicial**

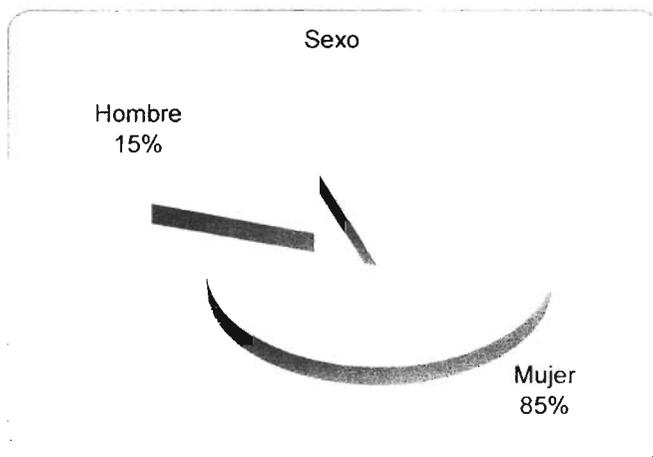
¿Es usted la persona que decide donde realizar las compras de despensa en su hogar?

SI \_\_\_  
NO \_\_\_

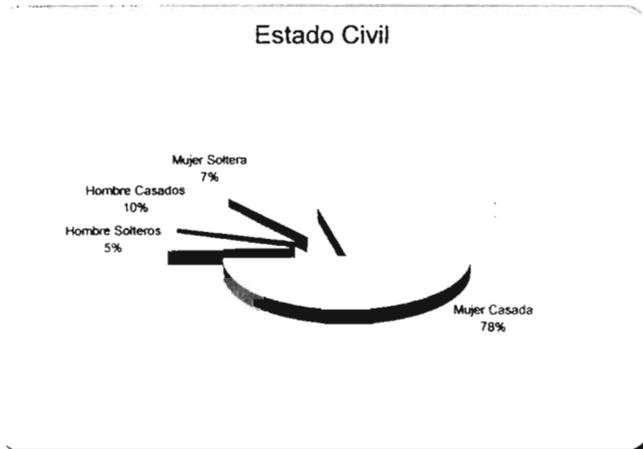
Total de cuestionarios aplicados 178 :

**A. PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Sexo	Personas	Porcentaje
Mujer	152	85,39%
Hombre	26	14,61%
Total	178	100,00%



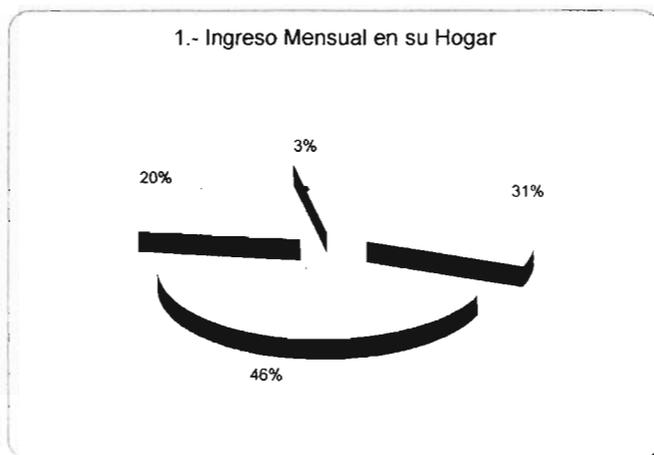
Estado Civil	Personas	Porcentaje
Mujer Soltera	13	7,30%
Mujer Casada	139	78,09%
Hombre Solteros	9	5,06%
Hombre Casados	17	9,55%
Total	178	100,00%



ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

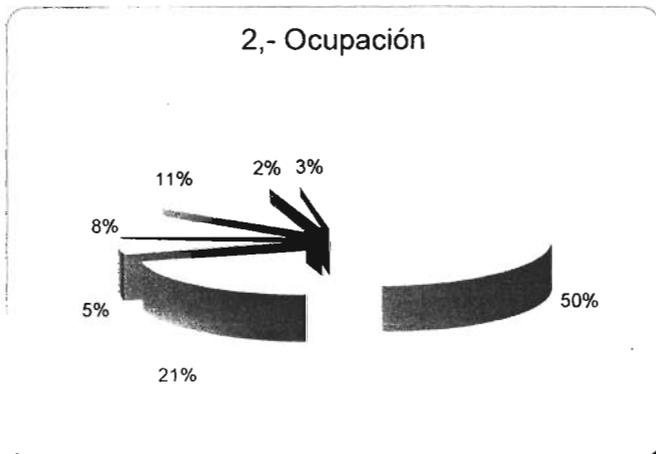
1. Aproximadamente ¿Cuál es el ingreso mensual en su hogar? (sumando el de todas las personas que aportan)

1.-Ingreso Mensual en su Hogar	Personas	Porcentaje
menos de \$2,000	55	30,90%
entre \$2,000 y \$5,000	82	46,07%
entre \$5,001 y \$9,000	35	19,66%
entre \$9,001 y \$29,000	6	3,37%
Total	178	100,00%



2. ¿Cuál es su ocupación?

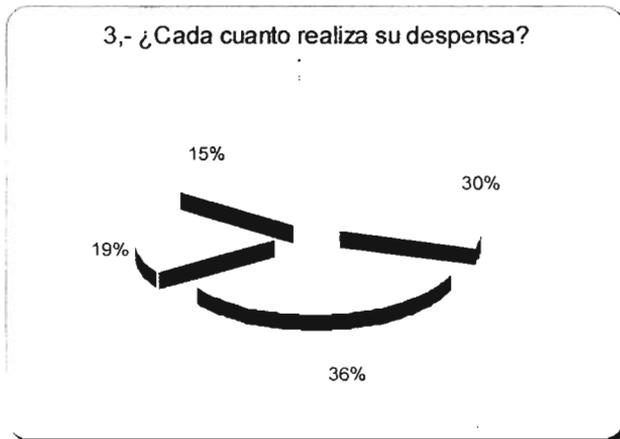
2,- Ocupación	Personas	Porcentaje
Ama de casa	89	50,00%
Comerciante	37	20,79%
Estudiante	9	5,06%
Profesionista Independiente	15	8,43%
Empleado Privado	19	10,67%
Empleado de Gobierno	4	2,25%
Jubilado	5	2,81%
Total	178	100,00%



**B. Hábitos de Consumo**

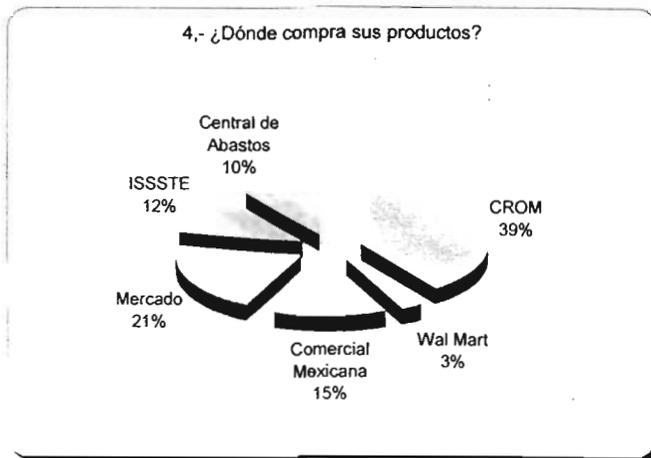
3. ¿Cada cuánto tiempo realiza su despensa?

3.- ¿Cada cuánto tiempo realiza su despensa?	Personas	Porcentaje
Semanal	53	29,78%
Quincenal	64	35,96%
Mensual	34	19,10%
Tercer día	27	15,17%
Total	178	100,00%



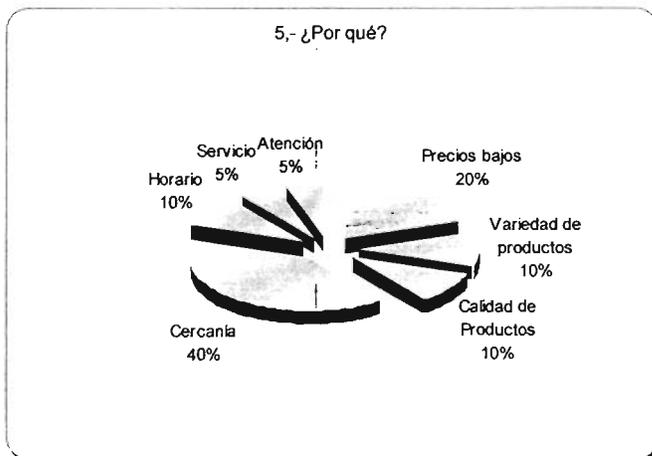
4. ¿Dónde compra sus productos?

4.- ¿Dónde compra sus productos?	Personas	Porcentaje
CROM	71	39,89%
Wal Mart	5	2,81%
Comercial Mexicana	26	14,61%
Mercado	37	20,79%
ISSSTE	21	11,80%
Central de Abastos	18	10,11%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,00%</b>



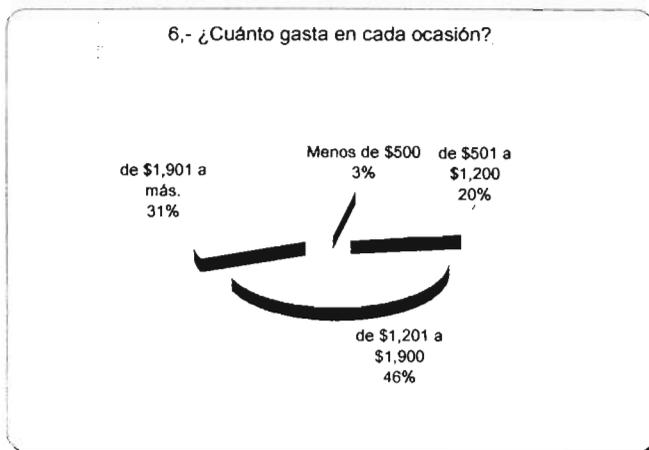
5. ¿Por qué?

5.- ¿Por qué?	Personas	Porcentaje
Precios bajos	35	19,66%
Variedad de productos	18	10,11%
Calidad de Productos	18	10,11%
Cercanía	71	39,89%
Horario	17	9,55%
Servicio	9	5,06%
Atención	9	5,06%
Total	178	100,00%



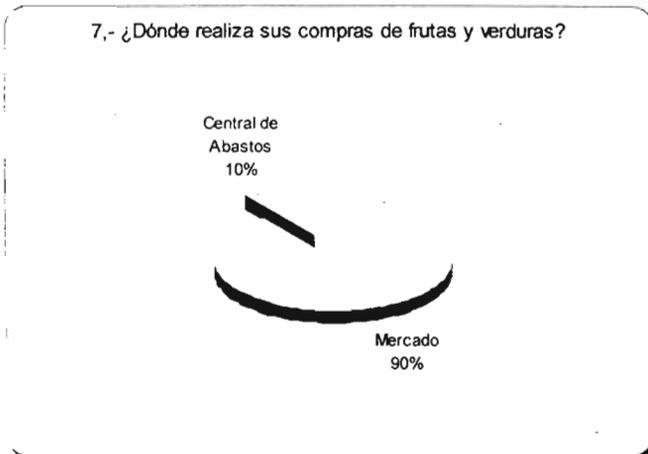
6. Aproximadamente ¿Cuánto gata en cada ocasión?

6,- ¿Cuánto gata en cada ocasión?	Personas	Porcentaje
Menos de \$500	6	3,37%
de \$501 a \$1,200	35	19,66%
de \$1,201 a \$1,900	82	46,07%
de \$1,901 a más.	55	30,90%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,00%</b>



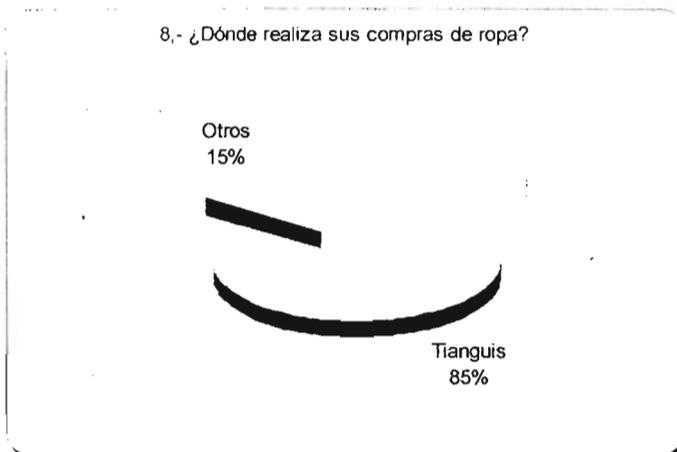
7. ¿Dónde realiza sus compras de frutas y verduras?

7.- ¿Dónde realiza sus compras de frutas y verduras?	Personas	Porcentaje
Mercado	160	89,89%
Central de Abastos	18	10,11%
Total	178	100,00%



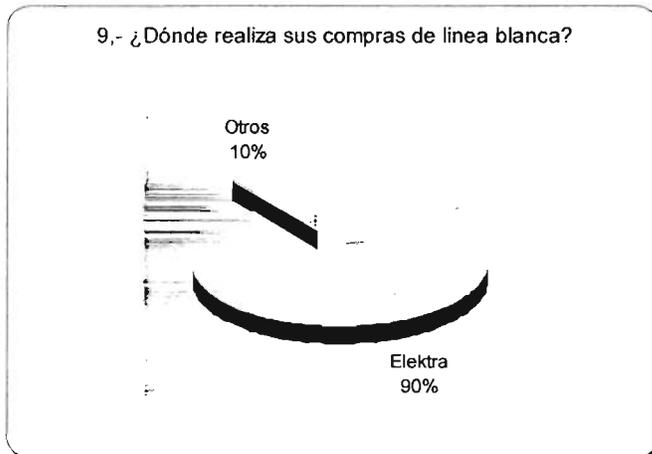
8. ¿Dónde realiza sus compras de ropa?

8.- ¿Dónde realiza sus compras de ropa?	Personas	Porcentaje
Tianguis	151	84,83%
Otros	27	15,17%
Total	178	100,00%



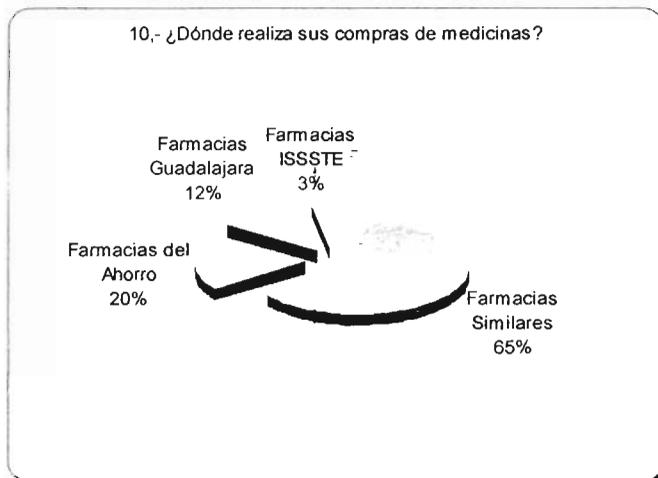
9. ¿Dónde realiza sus compras de línea blanca?

9.- ¿Dónde realiza sus compras de línea blanca?	Personas	Porcentaje
Elektra	160	89,89%
Otros	18	10,11%
Total	178	100,00%



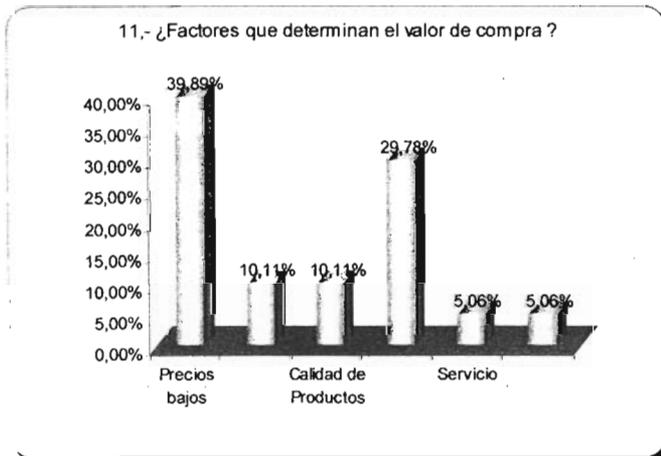
10. ¿Dónde realiza sus compras de Medicinas?

10.- ¿Dónde realiza sus compras de medicinas?	Personas	Porcentaje
Farmacias Similares	116	65,17%
Farmacias del Ahorro	35	19,66%
Farmacias Guadalajara	22	12,36%
Farmacias ISSSTE	5	2,81%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,00%</b>



11. ¿De los siguientes atributos que le voy a mencionar, selecciones 3 en el orden de importancia que tienen para usted al realizar sus compras?

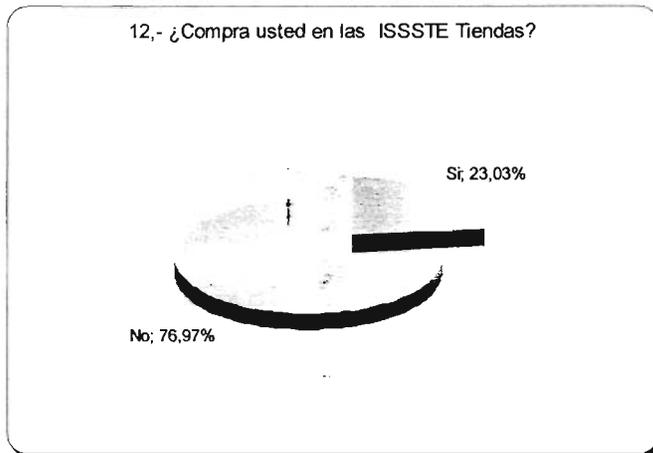
11.- ¿Factores que determinan el valor de compra?	Personas	Porcentaje
Precios bajos	71	39,89%
Variedad de productos	18	10,11%
Calidad de Productos	18	10,11%
Cercanía	53	29,78%
Servicio	9	5,06%
Atención	9	5,06%
Total	178	100,00%



**C. IMPACTO**

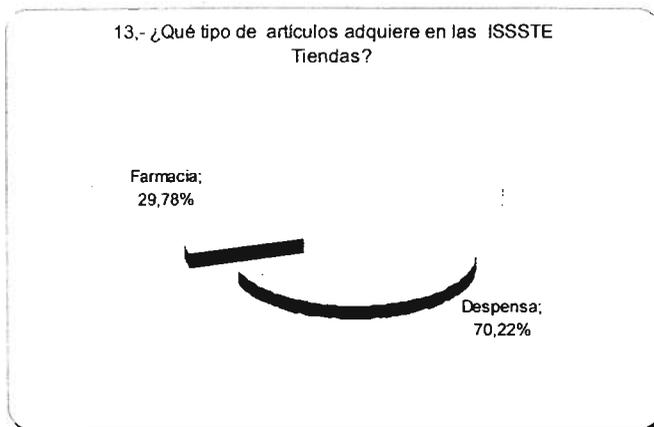
**12. ¿Compra usted en las Tiendas ISSSTE?**

12,- ¿Compra usted en las ISSSTE Tiendas?	Personas	Porcentaje
Si	41	23,03%
No	137	76,97%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,00%</b>



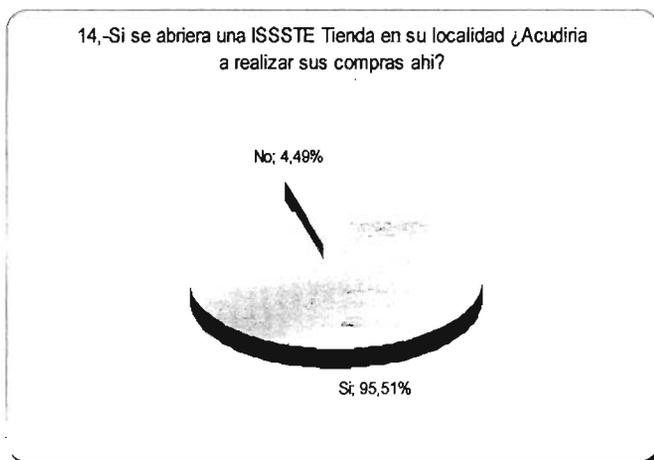
13. ¿Qué tipo de artículos adquiere en las Tienda ISSSTE?

13.- ¿Qué tipo de artículos adquiere en las ISSSTE Tiendas?	Personas	Porcentaje
Despensa	125	70,22%
Farmacia	53	29,78%
Total	178	100,00%



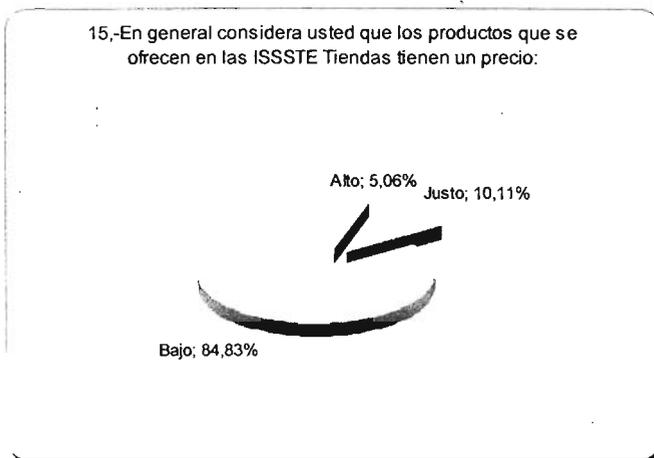
14. Si se abriera una nueva Tienda ISSSTE en su localidad ¿Acudiría a realizar sus compras ahí?

	Personas	Porcentaje
14,-Si se abriera una ISSSTE Tienda en su localidad ¿Acudiría a realizar sus compras ahí?		
Si	170	95,51%
No	8	4,49%
Total	178	100,00%



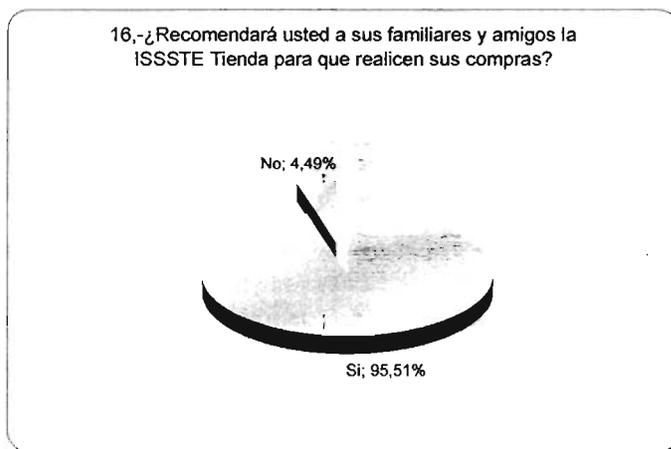
15. En general, considera usted que los productos que se ofrecen en las Tiendas del ISSSTE tienen un PRECIO:

15.-En general considera usted que los productos que se ofrecen en las ISSSTE Tiendas tienen un precio:	Personas	Porcentaje
Alto	9	5,06%
Justo	18	10,11%
Bajo	151	84,83%
Total	178	100,00%

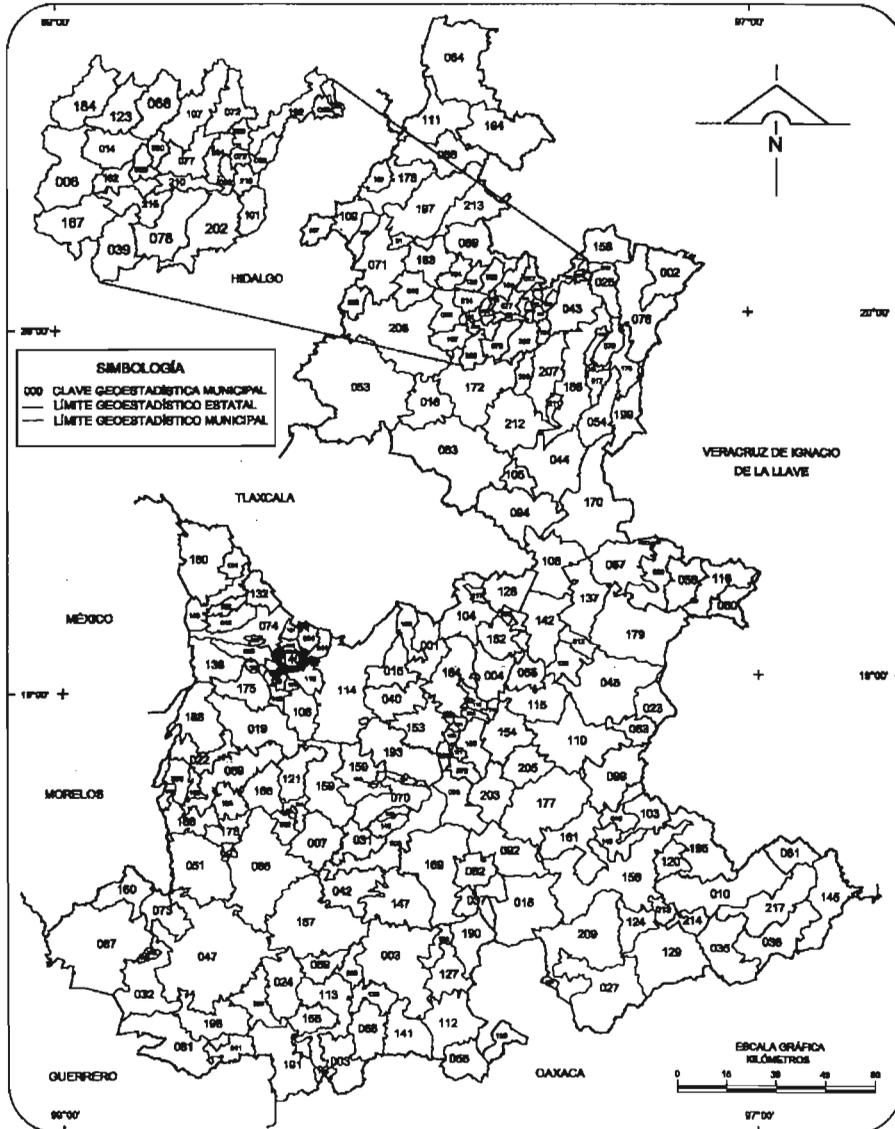


16. ¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos la tienda del ISSSTE para que realicen sus compras?

16.-¿Recomendará usted a sus familiares y amigos la ISSSTE Tienda para que realicen sus compras?	Personas	Porcentaje
Si	170	95,51%
No	8	4,49%
Total	178	100,00%



### División Geoestadística Municipal



NOTA: Las divisiones incorporadas en los mapas contenidos en este cuaderno corresponden al Marco Geoestadístico del INEGI y no a la división político-administrativa del estado.  
 FUENTE: INEGI, Marco Geoestadístico, 2000.



# Bibliografía

1. BACA, Urbina, Gabriel. "Formulación y evaluación de proyectos" Mc Graw Hill. México, 1977.
2. BACA, Urbina, Gabriel. "Evaluación de proyectos" Mc Graw Hill. México, 2002. 4ª Edición.
3. BID-EIAP-FGV. "Proyectos de desarrollo". Limusa. México, 1985.
4. CEPAL-ONU "Manual de proyectos de desarrollo económico" ONU México, 1985.
5. COOS Bú., Raúl "Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión" Limusa. México, 1986.
6. GALLARDO, Cervantes, Juan "Apuntes y notas sobre evaluación de proyectos" Facultad de Economía, UNAM. México, 1987.
7. GALLARDO, Cervantes, Juan. "Formulación y evaluación de proyectos de inversión, un enfoque de sistemas" Mc Graw Hill. México, 1998.
8. GOMEZ, Ceja, Guillermo. "Planeación y organización de empresas" Mc Graw Hill. México, 1994. 8ª Edición.
9. HERNANDEZ, Hernández, Abraham. "Formulación y evaluación de proyectos de inversión para principiantes" Contables, administrativas y fiscales, México, 2001. 4ª Edición
10. ILPES. "Guía para la presentación de proyectos" Siglo XXI. México, 1975.
11. KENNEDY, Ralph Dale. "Estados financieros, forma, análisis e interpretación" Limusa, México, 1992.
12. Ley de adquisiciones, arrendamientos y servicios del sector público, Diario Oficial de la Federación 12 de Mayo de 2000.
13. Manual de Organización de las Gerencias Regionales del Sistema Integral de Tiendas y Farmacias, ISSSTE 17 de junio de 1996.
14. Manual del Sistema Integral de Tiendas y Farmacias, ISSSTE 8 de Mayo de 1996.
15. Manual de Organización de las Unidades de Venta del Sistema Integral de Tiendas y Farmacias, Diario Oficial de la Federación 19 de Diciembre de 2000.
16. MENDENHALL, William, REINMUTH, James E. "Estadística para administración y economía" Grupo Editorial Ibero América. México, 1993.
17. NAFINSA, "Diplomado en el ciclo de vida de los proyectos de inversión" NAFINSA. México, 1996.
18. SAPAG, Chain, Nassir. "Criterios de evaluación de proyectos, Como medir la rentabilidad de las inversiones" Mc Graw Hill, Madrid, 1993.
19. VARIAN, Hal R. "Microeconomía intermedia, un enfoque moderno" A. Bosch. Barcelona, 1987.
20. "Diccionario Academia Enciclopédico" Fernández Editores 2002. CD-ROM
21. "Guía Roji de Puebla 2003" ED. Guía Roji de México S.A. de C.V. México 2002.

22. "Sistema para la consulta de información censal 2000". (SCINCE) XII Censo General de Población y Vivienda 2000. CD-ROOM Estado de Puebla. INEGI 2002.
23. [www.ineqi.gob.mx](http://www.ineqi.gob.mx)
24. [www.issste.gob.mx](http://www.issste.gob.mx)
25. [www.gobernacion.gob.mx](http://www.gobernacion.gob.mx)
26. [www.shcp.gob.mx](http://www.shcp.gob.mx)
27. [www.sityf.gob.mx](http://www.sityf.gob.mx)