



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CONTADURÍA
Y ADMINISTRACIÓN**

PROYECTO CAPELLINI

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA ORGANIZACIÓN

RUBEN ALDAMA MEDINA



MÉXICO, D.F. 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CONTADURÍA
Y ADMINISTRACIÓN**

PROYECTO CAPELLINI

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

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

RUBEN ALDAMA MEDINA

ASESOR

L.A. L.C. MTRO. RAFAEL RODRIGUEZ CASTELÁN



MÉXICO, D.F. 2010



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**FACULTAD DE CONTADURÍA
Y ADMINISTRACIÓN**

PLAN DE NEGOCIOS ARTÍCULOS DE REGALO CAPELLINI **Artículos para regalo división “flores artificiales”**

El presente plan de negocios fue elaborado por: RUBÉN ALDAMA MEDINA, para formalizar y crear un negocio, darle una organización y establecer los cimientos para un desarrollo integral a demás de servir como base en la búsqueda de financiamiento para un crecimiento mayor. La información presentada esta basada en datos e información real y pública. El presente documento contiene afirmaciones, proyecciones y valuaciones obtenidas en la investigación para el desarrollo de este negocio.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO



FACULTAD DE CONTADURÍA
Y ADMINISTRACIÓN

Agradecimientos

A mi madre que siempre me apoyo y me tolero
A mi padre que me enseñó lo que no se debe da hacer
A mi amigo Mauricio que me acompañó en el viaje de mi infancia y juventud
gracias a todos por sus ejemplos y opiniones
gracias de nuevo por sus consejos y su tiempo

RESUMEN DEL PLAN DE NEGOCIOS

- 1. METODOLOGÍA**
- 2. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS**
- 3. ESTUDIO DE MERCADO**
- 4. ESTUDIO TÉCNICO**
- 5. ORGANIZACIÓN**
- 6. ESTUDIO FINANCIERO**
- 7. BIBLIOGRAFIA**

ÍNDICE

1	METODOLOGÍA.....	1
1.1	Marco teórico.....	1
1.1.1	Administración.....	1
1.1.2	Mercadotecnia.....	3
1.1.3	Diseño.....	3
1.1.4	Contabilidad.....	4
1.1.5	Conducta del consumidor.....	4
1.2	Marco Referencial.....	4
2	DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	5
2.1	Introducción.....	5
2.2	Nombre de la empresa.....	5
2.3	Antecedentes de la empresa.....	5
2.4	Misión.....	6
2.5	Visión empresarial.....	6
2.6	Asesores externos	6
2.7	Naturaleza de la empresa.....	7
2.8	Aspectos externos de la empresa.....	7
2.9	Descripción general del producto.....	7
2.10	Comentarios y medidas a tomar.....	8
3	ESTUDIO DE MERCADO.....	9
3.1	Problemática.....	9
3.2	Objetivos del estudio de mercado.....	9
3.3	Variables.....	9
3.4	Definición del producto.....	9
3.5	Naturaleza y usos del producto.....	9
3.6	Definición de los satisfactores o beneficios del producto.....	10
3.7	Presentación del producto.....	10
3.7.1	Tamaño.....	11
3.7.2	Envoltura.....	12
3.7.3	Embalaje.....	13
3.7.4	Colores.....	14
3.8	Logotipo y Slogan.....	15
3.9	Etiqueta.....	15
3.10	Exhibidor.....	16
3.11	Recopilación de información de fuentes secundarias.....	17
3.11.1	Identificación y análisis de la demanda.....	20
3.11.2	Identificación de la competencia.....	22
3.12	Diseño de la investigación formal o primaria.....	23
3.13	Recopilación de la información de fuentes primarias.....	23
3.13.1	Tipo de muestreo.....	23
3.13.2	Tamaño de la muestra.....	24
3.13.3	Diseño del cuestionario, Segmentación.....	24
3.14	Tabulación y análisis.....	26
3.15	Medición e interpretación de resultados.....	31
3.16	Definición de clientes, dónde y cuanto van a comprar.....	31

3.17	Conclusiones del estudio del mercado.....	32
3.18	Fijación de precio.....	32
3.19	Políticas de precio.....	32
3.20	Margen de utilidad de operación.....	33
3.21	Competencia.....	33
3.22	Punto de equilibrio.....	33
3.23	Comercialización las 4p's.....	34
4	ESTUDIO TÉCNICO.....	35
4.1	Definición de objetivos a corto y mediano plazo.....	35
4.2	Tamaño de la planta.....	35
4.3	Diagrama de distribución de la planta.....	36
4.4	Consideraciones.....	37
4.4.1	Nuevo equipo.....	37
4.5	Medidas de seguridad.....	37
4.6	Localización geográfica de la empresa.....	38
4.7	Descripción del proceso de producción.....	39
4.8	Diagrama de flujo.....	40
4.9	Control de calidad.....	41
4.10	Proveedores.....	41
4.11	Costo del proyecto.....	42
5	ORGANIZACIÓN.....	43
5.1	Organigrama.....	43
5.2	Nombre de los puestos.....	44
5.3	Descripción de puestos.....	44
5.4	Tabla de sueldos.....	45
5.5	Políticas operativas, horarios de trabajo.....	45
5.6	Estudio de tiempos y movimientos.....	45
6	ESTUDIO FINANCIERO.....	46
6.1	Estado de resultados.....	46
6.2	Flujo de efectivo.....	58
6.3	Formas legales.....	61
6.3.1	Permisos para la constitución de sociedades.....	61
6.3.2	Costos y tiempos.....	62
6.3.3	Solicitud de permiso de constitución de sociedad.....	63
6.3.4	Testimonio de la escritura de constitución de “CAPELLINI, sociedad anónima de capital variable una acta constitutiva.....	64
6.3.5	Formato para registro de merca ante el IMPI.....	70
6.4	Obligaciones fiscales.....	71
6.4.1	Construcción de sociedades mercantiles.....	71
6.4.2	Obligaciones derivadas del alta de una empresa Obligaciones ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).....	75
7	BIBLIOGRAFIA.....	76

1.- METODOLOGÍA

1.1 Marco teórico

1.1.1 Administración:

La Administración de Empresas, o Ciencia Administrativa es una ciencia social que estudia la organización de las empresas y la manera como se gestionan los recursos, procesos y resultados de sus actividades.

Por lo tanto basándonos en la administración se le da forma al negocio CAPELLINI creando una organización formal ya no empírica como se había venido dando, una organización con fundamentos y razón de como se debe constituir , como se debe organizar y como se debe dirigir

De acuerdo al maestro Agustín Reyes Ponce define así la administración: “El conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructura y manejar un órgano social”. Su obra “Administración de empresas” se desarrollo bajo el enfoque del proceso administrativo que, para el autor, consiste en:

- a) Previsión
- b) Planeación
- c) Organización
- d) Integración
- e) Dirección
- f) Control

De acuerdo a este enfoque sobre el proceso administrativo se pretende desarrolla el negocio CAPELLINI hasta transformarlo en un empresa con mayor solidez en su organización y en su desempeño creando cursos de acción con bases que permitan crear objetivos a corto, mediano y a largo plazo y realizarlos con una mayor seguridad y fijar un rumbo de a donde se quiere llevar la empresa.

Siguiendo al proceso administrativo explicaremos como fue de ayuda cada parte de este para darle formalidad a este negocio.

a) Previsión

Primeramente ya se tenia un pequeño comienzo se vendían flores de madera muy frágiles y complicadas de elaborar así que teníamos que cambiar de articulo contestando a la pregunta ¿que puedo hacer? A lo que respondimos se tienen que hacer de otro material

b)Planeación

ya que sabíamos que si podíamos hacer solo teníamos ahora que responder ¿que voy hacer? Así que nos faltaba decidir de que material si podíamos hacerlas, planeando como iban a quedar cuanto iba a costar. De acuerdo al maestro Reyes Ponce en esta parte del proceso administrativo lo que se fijan son decisiones, objetivos que dirigen el rumbo de la empresa así que era muy importante que se escogiera el material adecuado de lo contrario se iba a tener una gran perdida en el caso de que no se vendiera la producción por haber escogido un material que no gustara y un diseño que no gustara de igual forma

c)Organización

En esta parte es donde se forma los niveles de autoridad y puestos de responsabilidad de la empresa ademas de contestar a la pregunta ¿como se va hacer ?

d) Integración

En esta parte se debía buscar el personal que quisiera trabajarnos, a aquellas personas que fueran familiares amigos conocidos ya que el trabajo no era formal estaba pensado para realizarse en momentos en que las personas no tuvieran otra actividad y de esta manera se encontró con las personas que están de acuerdo con la forma de trabajar, los requisitos eran que tuvieran tiempo libre que tuvieran necesidad de ganar una remuneración económica y sobre todo que tuvieran la adecuada movilidad física sin impedimentos para realizar movimientos que se requiere hacer cuando se elabora un producto

e) Dirección

En esta parte se tenía que ser muy hábil cuando se trata de hacer que la gente hiciera los niveles de producción que se necesitaba ya que en determinadas fechas se requería un nivel más grande de lo que se produce en el resto del año, además de exigirles que se tenía que tener cuidado en la forma en que se realizara el producto cuidando que saliera de la forma más parecida que se requería procurando la calidad suficiente

f) Control

En esta parte contestamos la pregunta ¿qué se hizo?

Aquí fue donde nos dimos cuenta que este producto era el estelar y que se había tomado la decisión adecuada sobre el material y la forma del producto

De esta forma el proceso administrativo fue una guía para lograr el éxito en este producto ya que siguiendo esta metodología se consiguió lograr lo que en un principio era muy ambiguo y vago.

1.1.2 Mercadotecnia

El término marketing es un anglicismo que tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler considerado por algunos padre del marketing es “el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” Sin embargo, hay otras definiciones; como la que afirma que el marketing es el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo.

En español, marketing suele traducirse como mercadotecnia o mercadeo. Por otra parte, la palabra marketing está reconocida por el Diccionario de la Real Academia Española aunque se admite el uso del anglicismo, la Real Academia Española recomienda usar con preferencia la voz española mercadotecnia.

El marketing involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc. Frecuentemente se confunde este término con el de publicidad, siendo ésta última sólo una herramienta de la mercadotecnia.

Una vez definido lo que es mercadotecnia a continuación se narra de que manera se utilizo la mercadotecnia y sus elementos para crear darle forma y comercializar el producto obteniendo el menor costo y una mayor utilidad

Primero no se creo el producto de la nada los antecedentes fueron las flores de madera que ya existían en el mercado y que en ese momento se vendían muy bien y que por no tener un capital mas favorable se decidió copiar el producto en lugar de innovar en uno nuevo, esta estrategia de copiar y mejorar el producto es parte de la mercadotecnia y que usamos en este producto sacando uno similar.

Posteriormente se hizo una investigación de mercado para colocar el producto como lo menciona Philip Kotler los detallistas pueden evaluar ubicaciones por medio de la observación del trafico de peatones ademas de visitar las tiendas donde se encuentra la competencia para saber que tipo de clientes consumen el producto.

Utilizamos la entrevista para obtener información para mejorar el producto saber de que colores les gustaba mas a la gente, que presentación y en que fechas se vendía mas esto nos ayudo mucho

1.1.3 Diseño

Primeramente se tuvo que leer un poco acerca de la expresión gráfica para conocer las distintas formas de expresión artística, posteriormente se estudio el significado de los colores y de la expresión de colores para saber cuales eran los adecuados para pintar las flores de acuerdo al significado ademas de que también se vio un poco de los tonos de los colores para aplicar la adecuada intensidad de los tonos a nuestro producto, con respecto a la relación de la proporción no sirvió para darle equilibrio a nuestro producto y para que estuviera equilibradamente proporcionado al tamaño y a la figura que se escogió para fabricar aparte de estudiar geometría y las figuras geométricas, esto nos fue de ayuda para plasmar nuestras ideas en papel y obtener un molde para el corte de las piezas

1.1.4 Contabilidad

La contabilidad nos sirvió para hacer un control de nuestras operaciones financieras así como registrar nuestro almacén, inventario, para entender los estado financieros y sobre todo para comprender el funcionamiento del pago de los impuestos, nuestros derechos y obligaciones

1.1.5 Conducta del consumidor

Se estudio la conducta del consumidor latinoamericano para adecuar al producto a los gustos de este, ademas de ofrecer un servicio atractivo en la compra del producto como fue proporcionarles crédito ajustandonos a la forma de pago que conviniera tanto al cliente como a nosotros, también cambiando el producto que no vendieran por otro nuevo, ganandonos su confianza con un trato amable

1.2 Marco referencial

Las flores siempre han sido un objeto de regalo y sabiendo que las naturales tiene un periodo de vida muy corto quisimos prolongar la vida de una flor por lo tanto lo que se pensó fue en hacerlas de un material que resistiera que fuera bonito a la vista, ademas tenia que resistir a la intemperie ya que habíamos visto algunas flores de madera o de tela venderse en puestos al aire libre y estas no se maltrataban así que decidimos hacer unas de plástico de colores brillantes llamativos este tipo de flores no las veíamos a menudo así que se produjeron y se comenzaron a vender en lugares como puestos fuera de los metros y en tiendas de regalo, en estas ultimas había mas competencia ya que como era un a tienda de regalo podíamos encontrar otro tipo de flores de distintos materiales como las de papel las de madera las de dulce o malvavisco las de tela y hasta de peluche así que era una flor mas una opción mas que tenia el consumidor para elegir, solo contamos las artificiales por que aparte el consumidor tenia la opción de escoger las naturales que aun mas competencia representaba este mercado sin embargo conforme pasaba el tiempo nos percatamos que en algunos puestos se dejaba de vender algunos tipos de flores no sabíamos por que así que comenzamos a preguntar y nos dijeron varias cuestiones una de ellas era que las personas que producían estas flores no las vendían con constancia otras las dejaban de vender por que ya no se las llevaban o dejaban de hacer y por que no se vendían nos dio gusto por que nuestras flores se seguían vendiendo y cada ves eran mas los clientes que se tenían para venderlas ahora queremos sacar otros modelos con distinta presentación y tamaño pero del mismo material para que abarque un mayor mercado y poder venderlas no solo en puestos en la calle o en tiendas de regalo ademas venderlas en grandes cadenas de tiendas comerciales

2.- DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.1 Introducción

Este documento fue elaborado para crear y darle formalidad a un negocio siguiendo las bases legales establecidas para registrarlo en el sat, presentando de forma organizada y con metodología la organización de este negocio.

2.2 Nombre de la empresa

“Artículos de regalo para toda ocasión CAPELLINI”

El Nombre del negocio proviene del apellido del dueño osea Cabello, que en el idioma italiano se dice Capellini

2.3 Antecedentes de la empresa

Mucho tiene que ver el ejemplo y apoyo de los padres además de la inquietud carácter y decisión que tenga la persona, dependiendo de estos factores decidirá que camino seguir para formara una vida laboral.

Este negocio pertenece a un joven que después de varios intentos y con la ayuda de sus amigos consiguió colocar un producto en el gusto de las personas, la decisión para dedicarse a esta actividad no fue difícil ya que el padre de este joven se dedicaba al comercio, es intermediario, compra un volumen determinado de artículos y los coloca en tiendas departamentales así que siguiendo el ejemplo y animado por el padre el primer paso no costo mucho trabajo, sin embargo el llegar a organizarse y establecer una forma de trabajo fue bastante complicado y aun mas llegar a elaborar el producto que mas ventas a tenido actualmente, para llegar a crear este producto pasaron varios intentos, primeramente el copiar artículos después modificarlos según nuestros gustos, y en ocasiones los inventamos y así probando y mezclando varios materiales y formas se consiguió este producto, una flor de plástico sencilla bonita resistente y que puede ser de varios colores y hasta con aromas, desde un principio se vendían a pequeños negocios como tiendas de regalos, papelerías, puestos en las calles, se vendía toda la producción y comenzó la demanda por mas y mas, creció el negocio, hasta que llego el momento en que se estanco por la falta de capital por la falta de un plan de expansión, de distribución en pocas palabras faltaba darle dirección y seriedad ya que todo fue hecho sin pensar en que tendría un crecimiento mayor de tal magnitud, en este punto es donde se decide darle formalidad buscando se convierta en una empresa registrada, por medio de un plan de negocios para en lo inmediato usarlo como fundamento y guiá para el desarrollo y crecimiento de la empresa mejorando innovando y creando productos, también pensando en utilizarlo para la obtención de recursos económicos.

2.4 Misión

- 1.Crear artículos de regalo innovadores vanguardistas que funcionen como medio para transmitir sentimientos y emociones.
- 2.Crear nuevos empleos
- 3.Dar estabilidad económica a nuestros empleados
- 4.Satisfacer el gusto del cliente innovando constante mente
- 5.Compromiso con nuestros clientes

2.5 Visión empresarial

Posicionarnos en el mercado de artículos de regalo, tener presencia en la mayoría de las tiendas departamentales a nivel nacional y en otros países, proporcionar seguridad económica y estabilidad a nuestros empleados.

2.6 Asesores externos

Diseñador gráfico: Moisés Negrete Gutierrez
contribuyo con el diseño y asesoría del logotipo que va a representar a la marca

Profesores de la Facultad de Contaduría y Administración que asesoraron en la creación de este plan de negocios, contribuyeron con información valiosa para el desarrollo del mismo.

Lic. Rafael Rodríguez Castelán

Lic. Alejandro Olivares Chapa

Lic. Cutberto Simón Medina Ortega

Lic. José Alfredo Sosa Benitez

2.7 Naturaleza de la Empresa

La empresa se dedica a comprar materia prima y a trasformarla en artículos terminados para el consumidor final, pero también las comercializa en diferentes establecimientos (mayoristas) además las vende al público, al consumidor final (minoristas). Así que es una empresa manufacturera y comercial.

2.8 Aspectos externos de la empresa imperantes

Análisis de FODA	
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Es un producto de bajo costo •Se usan materiales fácil de conseguir •Agradable a la vista •Es costumbre regalarlo en toda ocasión •Sirve de adorno •El precio esta al alcance de todos •No es perecedero •No usa energía para su uso •Ya esta comercializándose en el mercado •Nunca pasa de moda •Se puede vender en cualquier comercio o negocio •Se surten pedidos en el D.F. y área metropolitana 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Falta capital •Falta distribución •Falta personal •Falta abrir el mercado •Solo se distribuye en el D.F. y área metropolitana •No se cuenta con un punto de venta propio •No se cuenta con un local o taller propio para su producción •Es de difícil elaboración
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Se puede distribuir en cualquier ciudad •Se puede adaptar el diseño según la moda •El producto se puede elaborar desde la casa del empleado •Se pueden vender a través de Internet •Se puede distribuir en todo México y resto del mundo •El mercado en la ciudad de México es muy grande y no se a abarcado todo 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Existe la competencia •Pueden copiar el producto •Puede surgir competencia nueva

Análisis de FODA	
<p style="text-align: center;">MAXIMIZACIÓN DE FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Se puede mantener el mismo precio 	<p style="text-align: center;">MINIMIZACIÓN DE DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Se pueden conseguir recursos y con esto asegurar un crecimiento
<p style="text-align: center;">MAXIMIZACIÓN DE OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> •Se puede enviar el producto a otros estados 	<p style="text-align: center;">MINIMIZACIÓN DE AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> •Se puede hacer una distribución en las plazas comerciales y tiendas departamentales

2.9 Descripción general del producto

Este producto es una flor de plástico de diferentes colores neón brillante y muy llamativa adornada con un moño y listones ondulados con etiqueta y dedicatoria envuelta y lista para regalar

2.10 Comentarios y medidas a tomar

La producción del producto en este momento se encuentra limitada ya que no se tiene los recursos económicos para su expansión sin embargo sigue en constante crecimiento seguro pero a paso lento. Las ventas son dependientes al numero de clientes mayoristas que se consigan ya que por el momento no se cuenta con un local propio donde se efectúen las ventas al consumidor final, sin embargo se planea para este año 2009 abrir un punto de venta.

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Problemática

En el mercado de los artículos de regalo son pocas las flores que se venden como adorno decorativo y regalo para demostrar sentimientos de afecto de bajo costo y bastante resistentes, con este artículo se pretende dar una variedad a la forma en que las personas se demuestran su afecto por medio de regalos cubriendo la necesidad de demostrar afecto hacia otra persona.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

Determinar si a la población joven adulta de entre 15 y 50 años que pertenece al distrito federal de México le agradan las flores de plástico para regalarlas en fechas especiales o para utilizarlas de adorno también.

3.3 Variables

Determinar los colores mas atractivos para pintar un a flor
 Determinar la combinación de colores que agrade mas al consumidor
 Determinar el o los tamaños adecuados que tiene que llevar una flor
 Determinar las presentaciones que guste al consumidor
 Determinar que aromas prefiere el consumidor que tenga una flor
 Determinar cuanto pagarían por un a flor de plástico
 Determinar en que fechas comprarían las flor
 Determinar si se compra para regalo o para adorno
 Determinar el lugar donde el consumidor prefiere comprarlas?

3.4 Definición del producto

El artículo está dirigido a la población joven adulta, es una flor de plástico de distintos colores llamativos envuelta para regalo que se puede usar también como adorno decorativo

3.5 Naturaleza y usos del producto

Este producto son flores de plástico que entra en la categoría de artículos de regalo en la subcategoría flores de plástico, específicamente y así catalogada por el INEGI, en la tabla siguiente se muestran las cantidades que se han vendido en el año 2003 por artículo relacionado como flores de plástico, adornos de flores de plástico.

Los datos fueron tomados de la página del INEGI



CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS	
	MERCADO NACIONAL	
	MILES DE PESOS	
CLASE 466312 COMERCIO AL POR MENOR DE PLANTAS Y FLORES NATURALES	\$	289,525.00
OTROS PRODUCTOS	\$	63,195.00
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	\$	62,919.00
REGALOS	\$	276.00
CLASE 466319 COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS ARTICULOS PARA LA DECORACION DE INTERIORES	\$	695,972.00
FLOREROS Y OTROS ARTICULOS ORNAMENTALES	\$	28,589.00
DE TELA O PLASTICO	\$	1,125.00
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	\$	112,375.00
DE PLASTICO	\$	94,797.00
DE PAPELES SIN RECUBRIR	\$	451.00
DE PAPELES RECUBIERTOS	\$	611.00
ARREGLOS DE FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	\$	17,530.00
DE PLASTICO	\$	17,530.00

3.6 Definición de los satisfactores o beneficios del producto

Las flores CAPELLINI están hechas pensando en ser un regalo bonito, económico, consiguiendo al obsequiarlo expresar los sentimientos que puede tener una persona hacia otra pero que además tenga una segunda utilidad como es la de servir como un artículo decorativo que tiene un grado de resistencia permitiéndole tener mayor durabilidad.

3.7 Presentación del producto

El artículo que se está comercializando es una flor de plástico de distintos colores



3.7.1 Tamaño

Es una flor hecha de pbc y otro tipo de plástico, con medidas de 31 cm de largo por 9 cm de ancho por los pétalos, de distintos colores, tiene dos hojas y esta envuelta en una bolsa de papel celofán de 23 cm de largo aproximadamente descubierta del lado donde se encuentran los pétalos y lleva un listón de forma ondulada como adorno anudando la bolsa por el tallo.



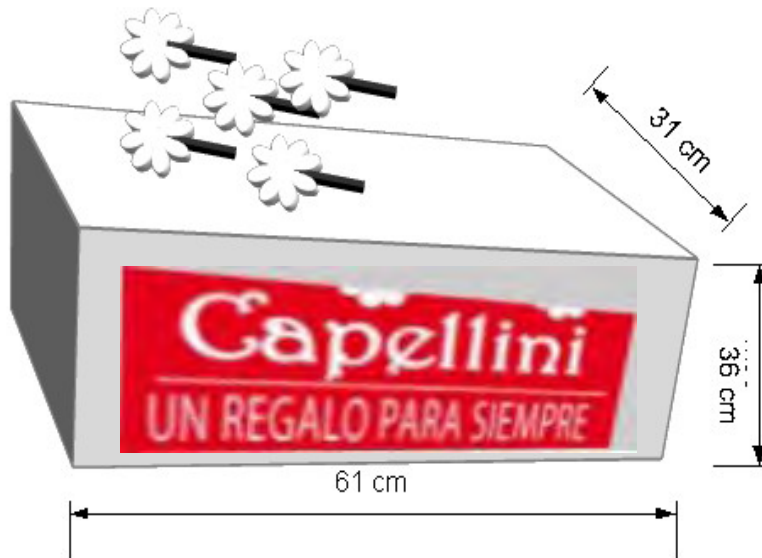
3.7.2 Envoltura

La flor es envuelta en papel celofán con un listón anudado por el tallo con forma de moño y listones ondulados



3.7.3 Embalaje

El embalaje es una caja de medidas de 61 cm de largo 36 cm de lato y 31 cm de profundidad donde se empacan para su transporte 40 flores y en otras 60 flores dependiendo del pedido



3.7.4 Colores

Los colores y combinación que se usan en las flores son los siguientes entre otros.

Negra
Negra con pétalos morados
Negra pétalos mix rojo incandescente negro
Azul neptuno
Azul neptuno y negro
Rojo incandescente
Rosa cósmico
Azul estelar
Rosa cósmico, azul estelar
Aluminio
Aluminio y negreo
Oro
Oro y cobre
Cobre
Rojo
Rojo y negro
Azul y negro
Morado y negro
Cereza y negro
Limón y negro
Blanco
Blanco y negro
Blanco y cereza
Blanco y azul
Blanco y rojo
Verde y rojo
Verde y rojo incandescente
Verde y naranja
Limón y azul
Arco iris
Morado
Morado y azul neptuno
Azul
Cereza y azul
Cereza y azul neptuno
Cereza
Limón
Mix cereza y azul neptuno



3.8 Logotipo y Slogan

El logotipo de esa línea de producto contiene una flor de color roja y naranja en un fondo blanco

El slogan es el siguiente “un regalo para siempre” ya que la flor de plástico tiene un periodo de vida mucho mas largo que el de una flor natural.



3.9 Etiqueta

La etiqueta contiene la imagen de la marca, información como teléfonos, correo, página web, entre otros datos además de la leyenda “de y para” con su respectivo espacio para escribir una pequeña dedicatoria. Las medidas son de 6.25 cm de largo y de alto 4 cm



3.10 Exhibidor

El exhibidor esta hecho de madera con un mástil cuadrado de 1.28cm de alto teniendo 19 perforaciones que sirven de sostén para colocar las flores y ser expuestas al consumidor ademas tiene una base rectangular que lo sostiene, esta pintado de distintos colores. Existe el exhibidor grande y el pequeño del mismo material, aunque también puede haber otros de distintas formas según se necesiten



3.11 Recopilación de información de fuentes secundarias

Las siguientes tablas muestran las categorías de los productos relacionados con el nuestro y las ventas anuales del 2003 la información presentada es del INEGI

INGRESOS POR LAS VENTAS NETAS DE MERCANCIAS Y MARGEN COMERCIAL DE LAS UNIDADES ECONOMICAS DE COMERCIO AL POR MENOR, SEGUN CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO				
2003				
CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS			MARGEN COMERCIAL PROMEDIO
	TOTAL	MERCADO		
		NACIONAL	EXTRANJERO	
	A = B + C	B	C	
(MILES DE PESOS)				%
CLASE 466312 COMERCIO AL POR MENOR DE PLANTAS Y FLORES NATURALES	289,673	289,525	148	0
FLORES NATURALES	81,792	81,792	0	0
SUELTAS	63,721	63,721	0	31
ARREGLOS FLORALES CONMEMORATIVOS	15,901	15,901	0	53
ARREGLOS FLORALES FUNEBRES	2,165	2,165	0	34
OTRAS	5	5	0	28
PLANTAS NATURALES	124,249	124,249	0	0
PARA SEMBRAR	38,845	38,845	0	50
PARA MACETA	85,404	85,404	0	49
ARREGLOS CON FRUTOS	276	276	0	0
SIN VINOS	276	276	0	59
PRODUCTOS PARA PLANTAS Y FLORES	5,890	5,890	0	0
TIERRA	3,492	3,492	0	28
MACETAS	2,197	2,197	0	60
ABONOS Y FERTILIZANTES	201	201	0	28
PRESTACION DE SERVICIOS	7,657	7,657	0	0
PRESTACION DE SERVICIOS	7,657	7,657	0	0
OTROS PRODUCTOS	63,343	63,195	148	0
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	62,919	62,919	0	28
REGALOS	424	276	148	59
OTRAS MERCANCIAS	6,466	6,466	0	0
OTRAS	6,466	6,466	0	25

Continuación de la tabla anterior

CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS			MARGEN COMERCIAL PROMEDIO
	TOTAL	MERCADO		
		NACIONAL	EXTRANJERO	
	A = B + C	B	C	
	(MILES DE PESOS)			%
CLASE 466319 COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS ARTICULOS PARA LA DECORACION DE INTERIORES	696,659	695,972	687	0
FIGURAS PARA DECORACION	65,701	65,701	0	0
DE PORCELANA	10,228	10,228	0	32
DE LOZA	1,752	1,752	0	13
DE BARRO	24,563	24,563	0	36
DE VIDRIO O CRISTAL	9,226	9,226	0	40
DE CRISTAL CORTADO	4,182	4,182	0	29
DE TELA O PLASTICO	5,448	5,448	0	25
DE RESINA	369	369	0	7
OTRAS	9,933	9,933	0	45
FLOREROS Y OTROS ARTICULOS ORNAMENTALES	28,589	28,589	0	0
DE PORCELANA	5,069	5,069	0	24
DE LOZA	5,029	5,029	0	34
DE BARRO	7,455	7,455	0	33
DE VIDRIO O CRISTAL	9,911	9,911	0	26
DE TELA O PLASTICO	1,125	1,125	0	16
OTROS ARTICULOS PARA DECORACION DE INTERIORES	44,580	44,580	0	0
RETABLOS	6,250	6,250	0	30
MARCOS Y MOLDURAS	23,233	23,233	0	33
LITOGRAFIAS Y SIMILARES	5,144	5,144	0	50
VELAS Y VELADORAS	3,841	3,841	0	29
NATURALEZA MUERTA	303	303	0	7
OTROS	5,809	5,809	0	40
FIGURAS Y ARTICULOS DE MANUALIDADES PARA PINTAR O DECORAR	159,639	159,639	0	0
DE PLASTICO	4,436	4,436	0	23
DE MADERA	40,511	40,511	0	30
DE CERAMICA	44,149	44,149	0	35
METALICOS	25,457	25,457	0	42
DE VIDRIO O CRISTAL	22,961	22,961	0	42
DE POLIESTIRENO O UNICEL	22,010	22,010	0	28
DE FIBRAS NATURALES TRENZABLES	115	115	0	3
APLICADORES DE PEGAMENTO Y PEGAMENTOS	37,915	37,915	0	0
APLICADORES DE PEGAMENTO	2,119	2,119	0	34
PEGAMENTOS LIQUIDOS	16,749	16,749	0	38
SILICONES	19,047	19,047	0	29

CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS			MARGEN COMERCIAL PROMEDIO
	TOTAL	MERCADO		
		NACIONAL	EXTRANJERO	
	A = B + C	B	C	
(MILES DE PESOS)				%
PAQUETES PARA MANUALIDADES	24,435	24,435	0	0
PAQUETES PARA MANUALIDADES	24,435	24,435	0	37
PRODUCTOS QUIMICOS	35,766	35,766	0	0
PINTURAS VINILICAS	12,533	12,533	0	30
PINTURAS ACRILICAS	17,310	17,310	0	29
ESMALTES	2,339	2,339	0	11
ADELGAZADORES Y SOLVENTES	3,489	3,489	0	40
OTROS	95	95	0	9
RECUERDOS PARA OCASIONES ESPECIALES	738	738	0	0
TIPO PRENDEDOR	392	392	0	8
RAMOS Y TOCADOS	346	346	0	8
OTROS ARTICULOS PARA MANUALIDADES	37,494	37,494	0	0
PINCELES Y BROCHAS	19,948	19,948	0	28
ARTICULOS MENUJOS Y ALAMBRES	7,374	7,374	0	16
BASES DE CUALQUIER MATERIAL	8,955	8,955	0	35
OTROS	1,217	1,217	0	17
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	112,375	112,375	0	0
DE PLASTICO	94,797	94,797	0	32
DE PAPELES SIN RECUBRIR	451	451	0	30
DE PAPELES RECUBIERTOS	611	611	0	40
DE TELA	2,187	2,187	0	38
DE MIGAJON	14,329	14,329	0	29
ARREGLOS DE FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	17,530	17,530	0	0
DE PLASTICO	17,530	17,530	0	38
ARTICULOS DE MERCERIA	8,348	8,348	0	0
ESTAMBRES E HILOS	2,264	2,264	0	3
LISTONES	5,705	5,705	0	18
ENCAJES	379	379	0	5
OTRAS MERCANCIAS	123,549	122,862	687	0
ACCESORIOS	43,945	43,258	687	27
REGALOS	24,488	24,488	0	18
FLORES Y ARREGLOS NATURALES	182	182	0	29
OTRAS	54,934	54,934	0	12

3.11.1 Identificación y análisis de la demanda

Demanda directa: En la siguiente tabla se muestra los productos parecidos y similares dividida por categorías con los que compite directamente nuestro producto los datos se obtuvieron del INEGI

CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS			MARGEN COMERCIAL PROMEDIO
	TOTAL	MERCADO		
		NACIONAL	EXTRANJERO	
	A = B + C	B	C	
(MILES DE PESOS)				%
CLASE 466312 COMERCIO AL POR MENOR DE PLANTAS Y FLORES NATURALES	289,673	289,525	148	0
OTROS PRODUCTOS	63,343	63,195	148	0
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	62,919	62,919	0	28
REGALOS	424	276	148	59
CLASE 466319 COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS ARTICULOS PARA LA DECORACION DE INTERIORES	696,659	695,972	687	0
FLOREROS Y OTROS ARTICULOS ORNAMENTALES	28,589	28,589	0	0
DE TELA O PLASTICO	1,125	1,125	0	16
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	112,375	112,375	0	0
DE PLASTICO	94,797	94,797	0	32
DE PAPELES SIN RECUBRIR	451	451	0	30
DE PAPELES RECUBIERTOS	611	611	0	40
ARREGLOS DE FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	17,530	17,530	0	0
DE PLASTICO	17,530	17,530	0	38

Demanda indirecta: En la siguiente tabla se muestra los productos que hacen la competencia y se muestran por categorías
los datos se obtuvieron del INEGI

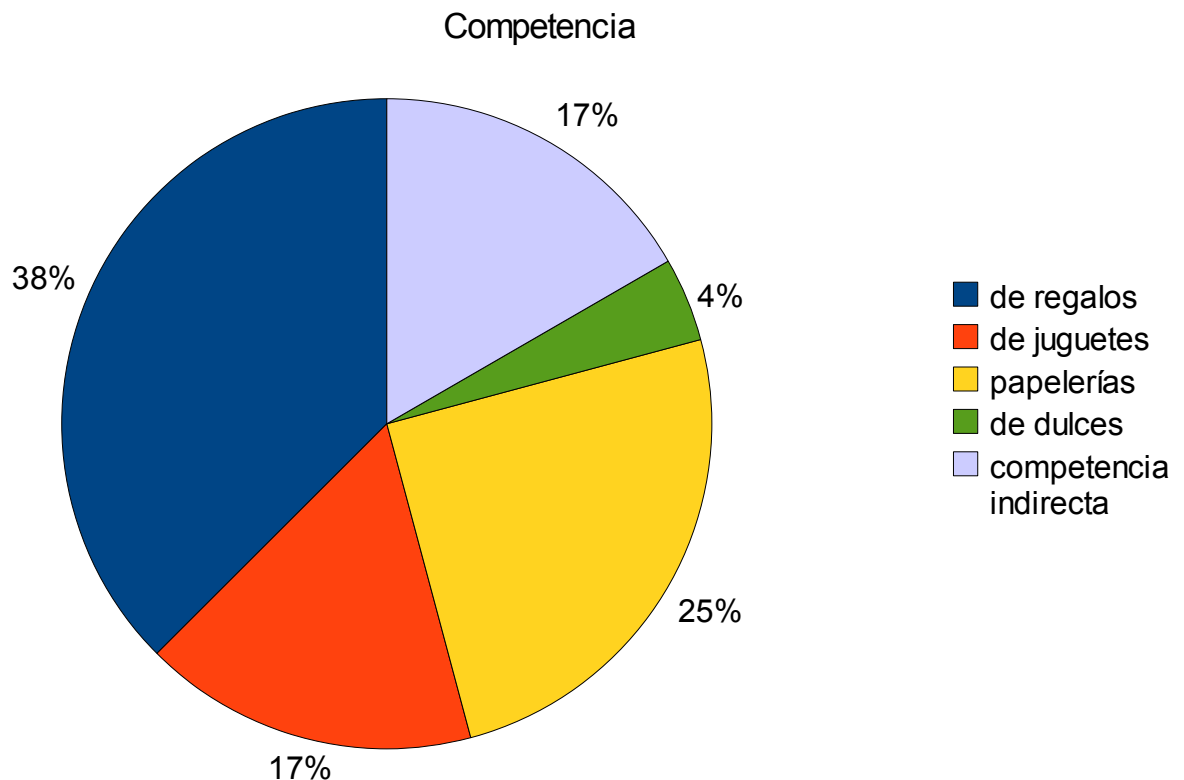
CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE PRODUCTO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS			MARGEN COMERCIAL PROMEDIO
	TOTAL	MERCADO		
		NACIONAL	EXTRANJERO	
	A = B + C	B	C	
(MILES DE PESOS)				%
CLASE 466312 COMERCIO AL POR MENOR DE PLANTAS Y FLORES NATURALES	289,673	289,525	148	0
OTROS PRODUCTOS	63,343	63,195	148	0
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	62,919	62,919	0	28
REGALOS	424	276	148	59
CLASE 466319 COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS ARTICULOS PARA LA DECORACION DE INTERIORES	696,659	695,972	687	0
FLOREROS Y OTROS ARTICULOS ORNAMENTALES	28,589	28,589	0	0
DE PORCELANA	5,069	5,069	0	24
DE LOZA	5,029	5,029	0	34
DE BARRO	7,455	7,455	0	33
DE VIDRIO O CRISTAL	9,911	9,911	0	26
DE TELA O PLASTICO	1,125	1,125	0	16
FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	112,375	112,375	0	0
DE PLASTICO	94,797	94,797	0	32
DE PAPELES SIN RECUBRIR	451	451	0	30
DE PAPELES RECUBIERTOS	611	611	0	40
DE TELA	2,187	2,187	0	38
DE MIGAJON	14,329	14,329	0	29
ARREGLOS DE FLORES Y PLANTAS ARTIFICIALES	17,530	17,530	0	0
DE PLASTICO	17,530	17,530	0	38
OTRAS MERCANCIAS	123,549	122,862	687	0
ACCESORIOS	43,945	43,258	687	27
REGALOS	24,488	24,488	0	18
FLORES Y ARREGLOS NATURALES	182	182	0	29
OTRAS	54,934	54,934	0	12

3.11.2 Identificación de la competencia

Directa e indirecta:

En la delegación Gustavo A. Madero se hizo la investigación de la competencia directa en distintos lugares a continuación se muestra la información obtenida

Dirección	tipo de negocio	locales
En el mercado de la colonia Casas Aleman	de regalos	1
	de juguetes	1
	papelerías	3
	de flores naturales	1
En el tianguis que esta en puerto Tampico	de juguetes	2
	de dulces	1
	papelerías	3
En el mercado que esta en la campestre Aragón	de regalos	1
	de flores naturales	1
En Plaza oriente sobre la Avenida Eduardo Molina	de juguetes	1
	de regalos	2
En Plaza Linda vista y al rededor	de regalos	3
	de flores naturales	2
En Plaza parque Linda vista	de regalos	1
En Plaza Tepeyac	de regalos	1
Total de negocios		24



3.12 Diseño de la investigación formal o primaria

Primero se hizo una investigación conclusiva que nos permitió saber los colores preferidos de los clientes que deberían llevar las flores que para este caso es lo que nos importaba mas, esta información se obtuvo de una muestra representativa utilizando técnicas de muestreo probabilístico ya que nos permite tener una veracidad mayor en cuanto a la selección del elemento o unidad sin que interviniera algún tipo de criterio preferencial, posteriormente se hizo una investigación exploratoria que nos sirvió para darle una variedad mayor al producto obtenida de personas con experiencia en el área como dueños de tiendas de regalos junto con los involucrados en el desarrollo del proyecto.

3.13 Recopilación de la información de fuentes primarias

Se eligió una entrevista para obtener información mas específica sobre el producto ya que esta técnica de recopilación de información es mas personal y nos permitió ver las reacciones del cliente cuando se le preguntaba.

En el momento que se hizo la entrevista al entrevistado se mostró un prototipo de la flor de plástico con el fin de que se le facilitara responder ya que se tenia la flor y esto evito que imaginara otra cosa.

3.14.1 Tipo de muestreo

El muestro fue estratificado y re realizo en la delegación Gustavo A. Madero, en lugares de mayor afluencia de personas como las plazas comerciales como fue plaza lindavista, plaza tepeyac, parque lindavista, paradero indios verdes, paradero Martín Carrera, paradero el rosario.

En la siguiente tabla se muestra la población total del Distrito Federal de México y la población de estudio es la de la delegación Gustavo A. Madero el total de la población tomando solo los habitantes que tienen entre 15 años y 64 que es a quien va dirigido el producto

Población		Total	Hombre	Mujer
Distrito Federal	Todas las edades	8,720,916	4,171,683	4,549,233
Población	rango de edad	Total	Hombre	Mujer
Gustavo A. Madero	De 15 a 19 años	101,425	51,009	50,416
	De 20 a 24 años	104,548	51,740	52,808
	De 25 a 29 años	97,940	47,921	50,019
	De 30 a 34 años	102,400	49,558	52,842
	De 35 a 39 años	93,691	44,319	49,372
	De 40 a 44 años	82,959	39,025	43,934
	De 45 a 49 años	70,388	32,677	37,711
	De 50 a 54 años	59,836	27,473	32,363
	De 55 a 59 años	45,901	20,717	25,184
	De 60 a 64 años	38,870	17,282	21,588
	Total	797,958	381,721	416,237

3.14.2 Tamaño de la muestra

El total de la población por estratos de edad entre 15 y 64 años mujeres y hombres que se eligió es de 797,958 personas que comprende los habitantes de la delegación Gustavo A. Madero. los datos son del 2005 proporcionados por el INEGI, de este total de habitantes se tomo una muestra de 893 personas que fueron encuestadas.

3.14.3 Diseño del cuestionario, Segmentación

Se aplicara el cuestionario a hombres y mujeres entre 15 y 64 años de edad que viven en la delegación Gustavo a Madero

Antes de hacer la entrevista se le enseña al encuestado la flor de muestra para que tenga claro cual es el producto del cual se le va a preguntar.

Edad: _____ sexo: _____

Ocupación: _____

- 1.-¿Con qué frecuencia compras flores?
- 2.-¿Cuántas flores compras?
- 3.-¿De las siguientes flores cual compras?
a)Artificiales b)Naturales
- 4.-¿De las flores artificiales de que material compras?
a)Madera b)Plástico c)Tela c)Dulce

Preguntas dirigidas para conocer al cliente

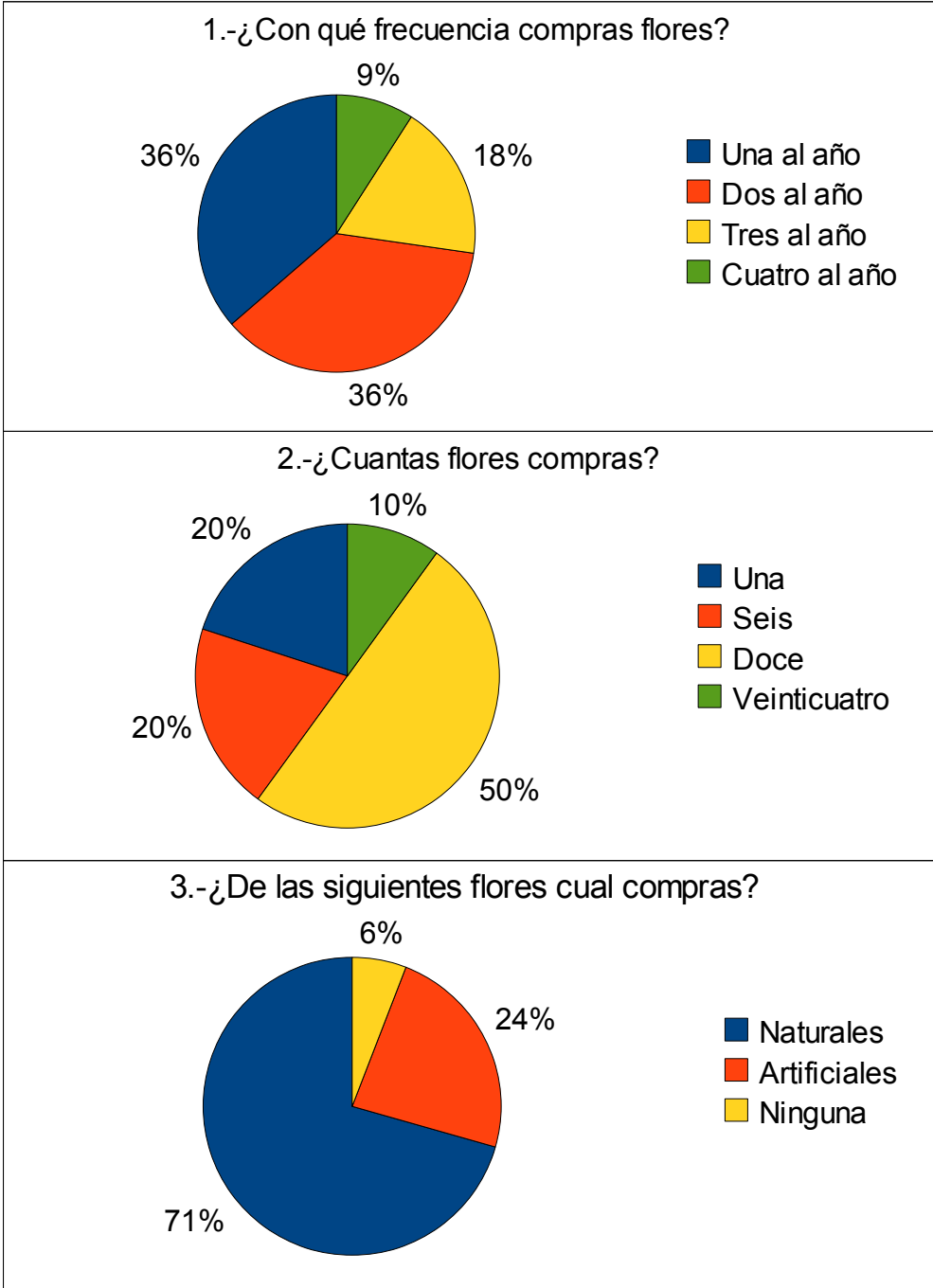
- 5.-¿Conoces una marca que haga flores de plástico?
- 6.-¿Sabes el precio de las flores de plástico (cual es)?
- 7.-¿En que presentación las has visto?

Preguntas dirigidas para conocer a la competencia

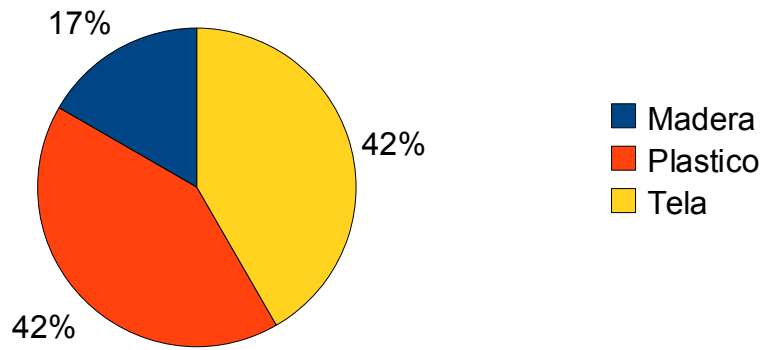
- 8.-¿Te gusta la flor?
(si) (no)
- 9.-¿Que no te gusto de la flor y que le modificarías para comprarla?
- 10.-¿En qué colores o combinación de colores te gustaría que tuviera la flor?
- 11.-¿De las siguientes aromas cual prefieres que tuviera esta flor?
a)dulce b)citrica c)amaderada d)ninguna
- 12.-¿Preferirías una flor para regalar mas grande o mas chica que la muestra?
a) mas grande b)mas chica
- 13.-¿De las siguientes presentaciones cual te gustaría mas?
a)La flor con base dentro de una caja transparente
b)La flor dentro de una esfera de cristal con liquido
- 14.-¿Donde te gustaría comprarla?
- 15.-¿En qué fechas la comprarías?
- 16.-¿Si la regalaras a quien seria?
- 17.-¿Comprarías esta flor?
(si) (no)
- 18.-¿Cuanto pagarías por ella?

Preguntas dirigidas para conocer el producto

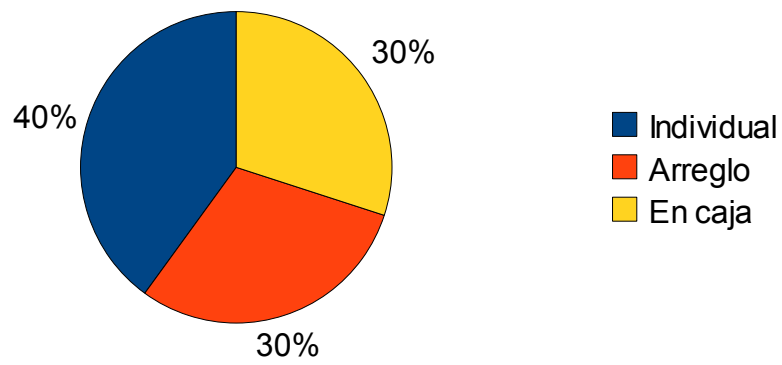
3.15 Tabulación y análisis



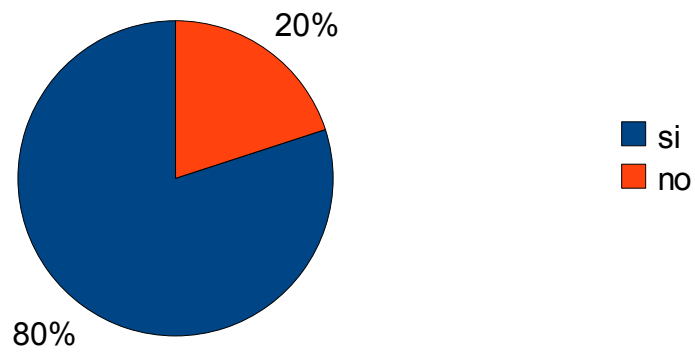
4.-¿De las flores artificiales de cual compras?



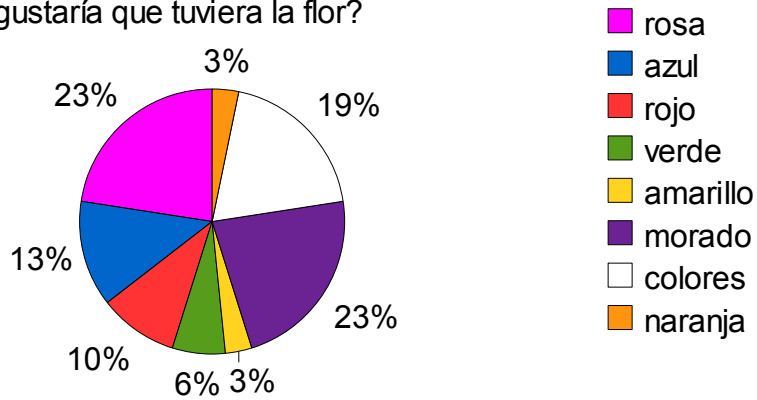
7.-¿En que presentación la has visto?



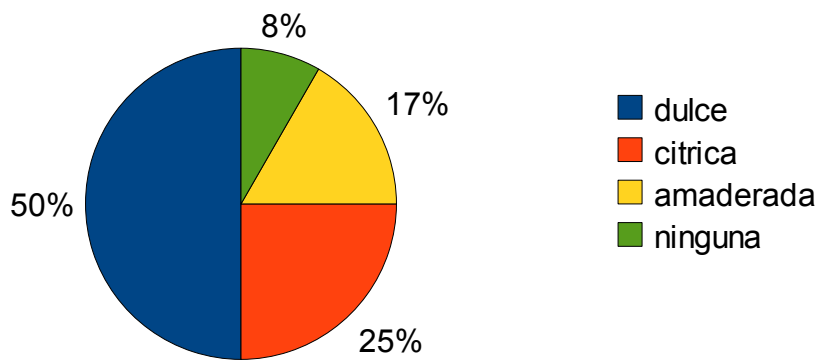
8.-¿Te gusta la flor?



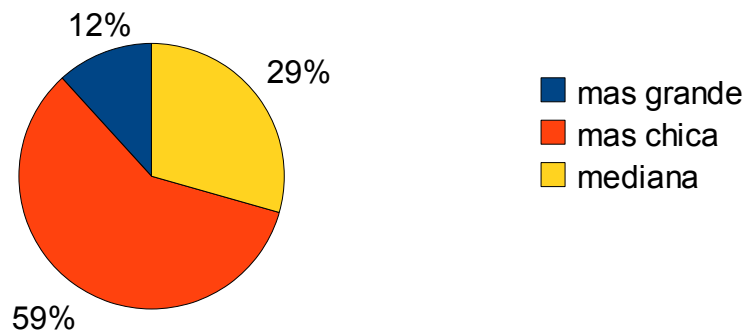
10.-¿En que colores o combinación de colores te gustaría que tuviera la flor?



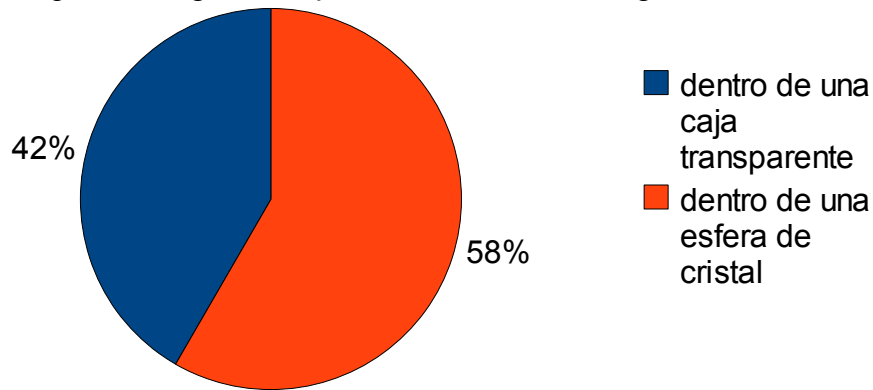
11.-¿De las siguientes aromas cual prefieres que tuviera esta flor?



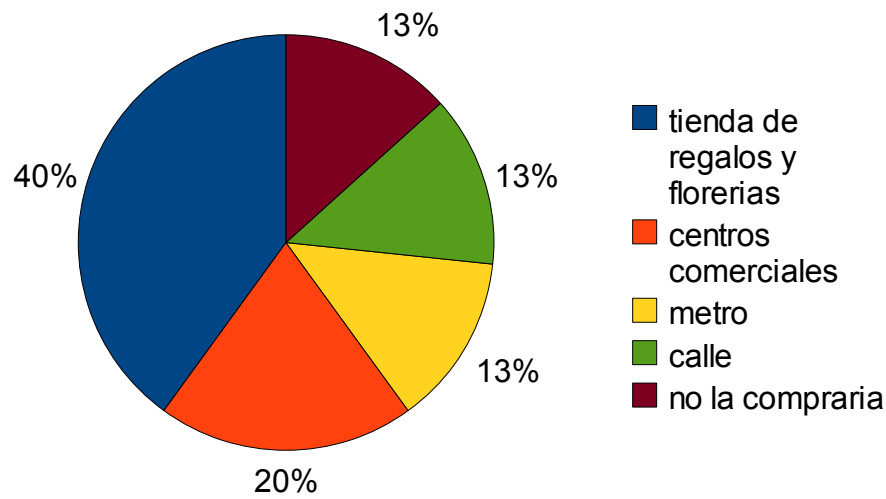
12.-¿Preferirías una flor para regalar mas grande o mas chica que la muestra?



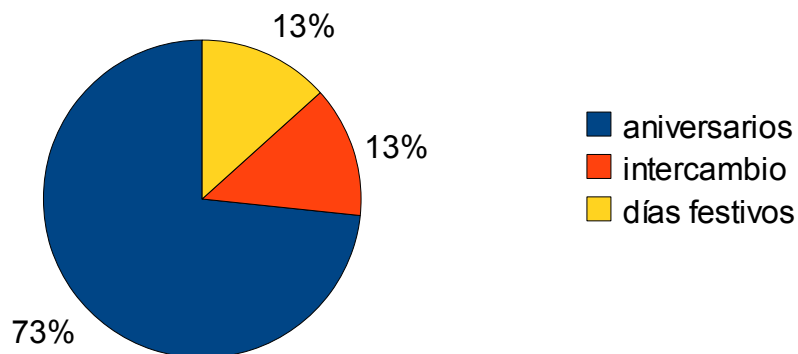
13.-¿De las siguientes presentaciones cual te gustaría mas?

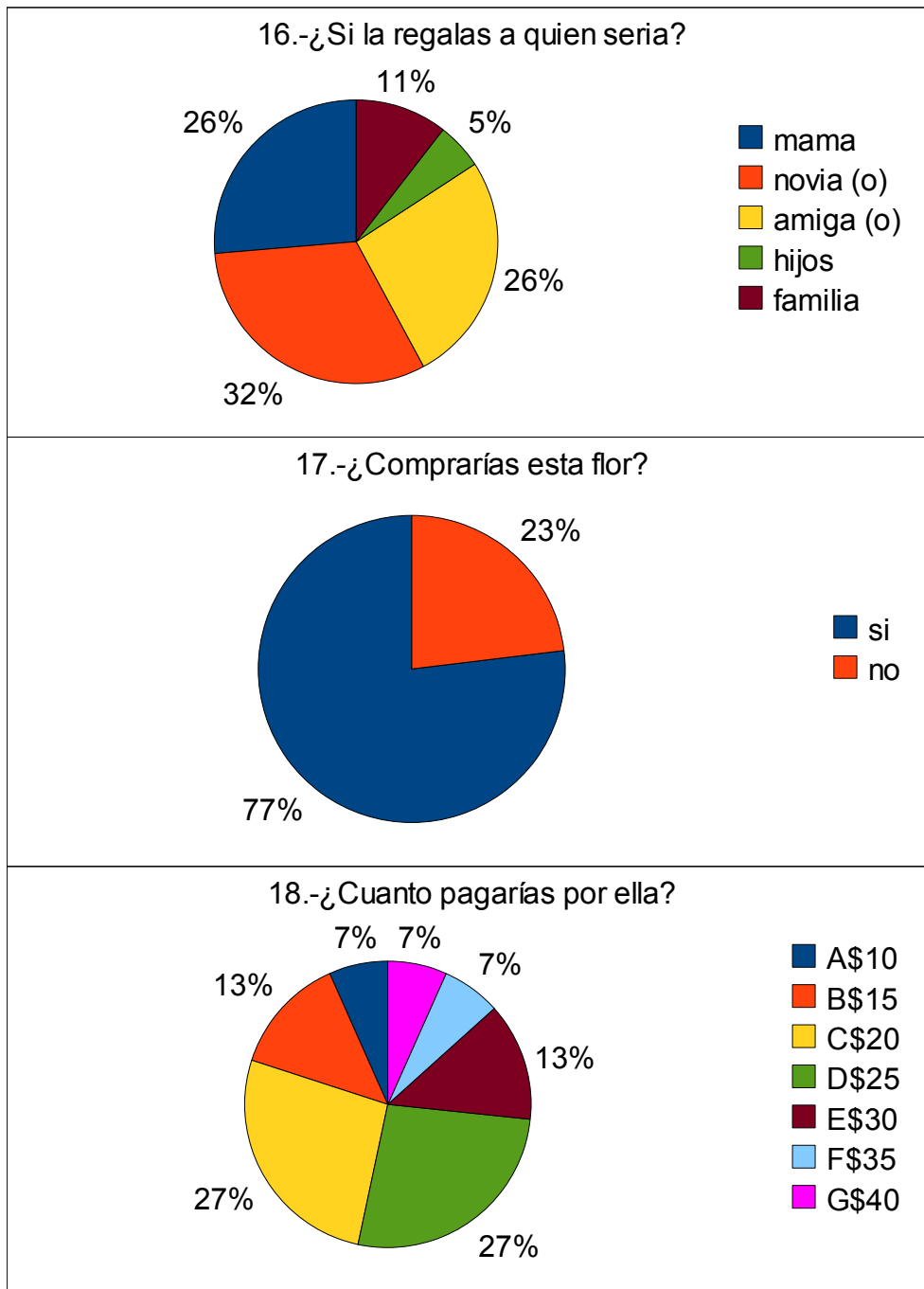


14.-¿Donde te gustaría comprarla?



15.-¿En que fechas la comprarías?





No se graficaron los resultados de las siguientes preguntas por ser contundentes en el resultado,

5.-¿Conoces una marca que haga flores de plástico?

En la respuesta 5 no hubo alguien que supiera el nombre de una marca de flores de plástico

6.-¿Sabes el precio de las flores de plástico (cual es)?

En la respuesta 6 no hubo alguien que recordara el precio de una flor similar de plástico

9.-¿Que no te gusto de la flor y que le modificarías para comprarla?

La pregunta 9 fue abierta y los resultados nos sirvieron para mejorar el producto y obtener nuevas variaciones y creaciones del mismo

3.16 Medición e interpretación de resultados

El 36% de la población compra flores como mínimo dos veces al año y comprar un promedio de 9 flores cada que compran, del total de la población un 24% compra flores artificiales y de las artificiales que hay el 42% compra flores de plástico, casi la mitad de la población que compra flores artificiales prefiere las flores de plástico que otras y eso da la seguridad de que las flores de plástico tienen asegurada su venta .

Observando los resultados podemos deducir que se puede lanzar al mercado tres variantes de las flores de plástico aparte de la flor individual, una es una flor en caja mas elegante, una flor dentro de una esfera de cristal y la otra es en arreglos florales.

Dándonos cuenta que al 78.5% de la población le agrada y comprarían las flores de plástico.

Los colores: con respecto a los colores preferidos de la población para pintar las flores los resultados muestran que el rosa, el morado y el azul son los preferidos aunque también pero en menos porcentaje a la población le agrada el rojo, el verde, y la mezcla de colores para una flor.

Las aromas: nos dimos cuenta que el aroma predominante que se prefiere que tenga una flor es el aroma dulce con un 50% y los aromas cítricos con un 25%.

Lugares de venta: toda la población estuvo de acuerdo en que prefieren o las buscarían para comprarlas en una tienda de regalos y centros comerciales pero un porcentaje del 13% menciona que por practicidad prefiere encontrarlas en puestos fuera de las estaciones del transporte metro.

Fechas de compra: las principales fechas que se consume la flor de plástico es el 14 de febrero y el 10 de mayo y en diciembre, aunque también nos percatamos que durante todo el año se consumen las flores puesto que cada persona tiene sus fechas importantes en donde hacen regalos y prefieren regalar flores corroborando que durante todo el año hay ventas de flores.

El precio: en el precio se obtuvo que el 54% de los clientes pagaría entre \$20 y \$25 por cada flor

3.17 Definición de clientes, dónde y cuanto van a comprar

La mayoría de clientes son hombres que compran el producto para regalarlo a su parejas sin embargo hay un numero de mujeres importante que también consumen el producto ya sea para regalar o para adorno.

Los resultados de la investigación nos dicen que las fechas mas importantes donde se consume el producto es el 14 de febrero y el 10 de mayo sin embargo existen fechas importantes para cada individuo y se mantiene constantes durante todo el año asegurando la venta de este producto.

El lugar donde prefieren los clientes encontrar este producto es en los puestos que se encuentran fuera de las estaciones de metro, en las tiendas de regalos en las papelerías en los centros comerciales y en las tiendas departamentales

3.18 Conclusiones del estudio del mercado

Concluimos que las flores de plástico alcanzan ventas mucho mayores en el mes de febrero y mayo, además de que se asegura su venta durante todo el año.

Son aceptadas por la población y las compran

El precio que se fija de \$22 es el adecuado y el cliente está de acuerdo en pagarlo

El crecimiento de la población a quien va dirigido el producto va en aumento así que en lo futuro abra una demanda mayor

3.19 Fijación de precio

Tomando en cuenta los gastos y el precio en el mercado de la competencia, de los productos similares y más parecidos y analizando nuestros gastos y costo de producción y las ganancias que deseamos obtener hemos decidido asignarle un precio de venta al mayoreo de \$14⁽¹⁾ y un precio al menudeo de \$22

⁽¹⁾Para que se respete el precio de \$14 por mayoreo se pide que se haga una compra mínima de 80 piezas

Gastos unitarios	
Costo de la materia prima	\$2.74
Gastos fijos	\$0.17
Mano de obra	\$3.49
Impuestos	\$1.69
Margen de utilidad de la op.	\$7.77
SUB TOTAL	\$8.09
Porcentaje de utilidad	73.0%
Tasa de rendimiento	\$5.91
Precio de venta unitario	\$14.00

3.20 Políticas de precio

En este momento no podemos bajar el precio de \$14 por mayoreo y el precio al cliente final debe de ser de \$22 ya que si el producto se vende a un precio más alto disminuye el volumen de ventas del mismo provocando que la mercancía permanezca más tiempo en los exhibidores obteniendo como resultado un menor flujo de efectivo.

Como incentivo para nuestros clientes la primera vez que les dejemos mercancía será a concesión y que nos pagaran lo vendido en la siguiente vez que le surtamos mercancía, en la segunda vez que dejemos mercancía les damos la opción de que la mitad de la mercancía nos la pagan en el momento de la entrega y la otra en un mes después, ofreciéndoles cambiarles la mercancía que no se vendió por una nueva y surtiéndoles de nuevo de la misma forma por el momento.

3.21 Margen de utilidad de operación

Costos de producción por unidad	
Materia Prima	\$2.74
Mano de obra	\$3.49
TOTAL	\$6.23
Precio de ventas	\$14.0
Margen de utilidad de la op.	7.77

3.22 Competencia

La competencia es variada e incierta ya que los competidores directos son los artesanos que fabrican sus flores en sus propias casas de forma independiente, no las producen en serie no generan grandes volúmenes de producto además de que su producción es variada por lo tanto no existen registros de cuales son sus ventas y tampoco la cantidad de unidades que producen ya que no se encuentran dados de alta en hacienda.

Los lugares en donde venden sus flores de plástico muy similares a nuestro producto son variados, la investigación que se hizo arrojó los siguientes resultados, se venden fuera de las estaciones de metro las más transitadas, fuera de las escuelas, además de que también las dejan a concesión en puestos de revistas, de regalos, de comida, de ropa, de electrónicos y en un sin fin de puestos, además dejan el producto en tiendas de regalo establecidas y otras dentro de plazas comerciales

3.23 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se obtuvo partiendo de la producción mensual estimada promedio de 16000 piezas con un precio de venta total de \$224,000

PE =	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(1) - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS POR VENTAS}}}$	PE =	$\frac{\$55,950.00}{(1) - \frac{\$42,778.15}{\$224,000.00}} = \$69,157.22$
UNIDADES	$\frac{\text{PUNTO DE EQUILIBRIO}}{\text{PRECIO DE VENTA}}$	UNIDADES	$\frac{\$69,157.22}{14} = 4939.8$

3.24 Comercialización las 4p's

Producto: el producto se venderá tal y como se diseñó utilizando los colores rosa, morado y azul en su mayoría sin embargo habrá combinaciones de colores, además de utilizar en menor proporción colores como el rojo el verde el negro y el plateado.

Se adecuara un producto para satisfacer los gustos de los clientes y a corto plazo se lanzara a la venta una flor de plástico en caja posterior mente se lanzaran otros productos

Precio: El precio no se puede bajar mas ya que se dejaría de ganar lo estimado así que seguirá con un precio al mayoreo de \$14 y al menudeo de \$22.

Para que se respete el precio de \$14 por mayoreo se pide que se haga una compra mínima de 80 piezas

Plaza: Los lugares donde se itroduciria el producto para su venta sera principalmente en tiendas de regalos papelerías, centros comerciales, plazas comerciales y puestos situados fuera de las estaciones del transporte metro

Promoción: no hay promociones

4.- ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Definición de objetivos a corto y mediano plazo

A CORTO PLAZO 1 año	A MEDIANO PLAZO 5 años
Darse de alta en hacienda	Rentar una casa para oficinas y taller
Hacer el catalogo de artículos	Aumentar el numero de empleados
Llevar estados financieros	Aumentar nuestras producción
Tener una mayor penetración en el mercado	Vender en tiendas departamentales
Vender en la mayoría de las delegaciones	Vender en otros estados
Dar de alta a nuestros empleados en hacienda	Introducir nuevos productos
Compra de un vehículo utilitario de reparto	

4.2 Tamaño de la planta

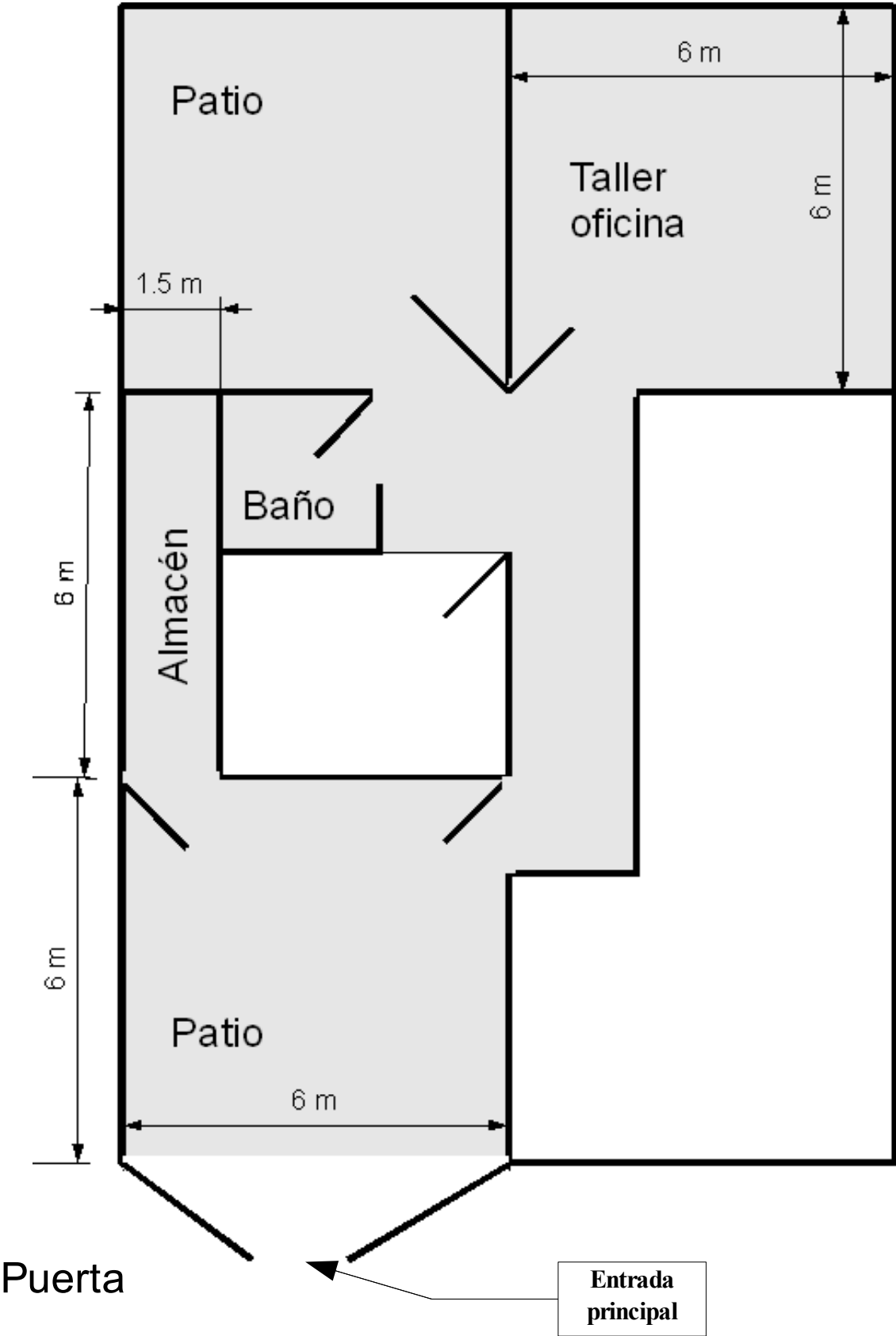
La empresa esta dividida en patio, almacén, taller oficina

El patio mide 6m por 6m

El almacén mide 1.50m de ancho por 6m de largo

El taller oficina mide 6m por 6m

4.3 Diagrama de distribución de la planta



4.4 Consideraciones (tamaño necesario del local, renta)

La empresa se encuentra instalada en la casa del dueño, una parte de ella la utiliza como taller, almacén y oficina. Se tiene considerado la renta de una casa para que funcione como fabrica debido al crecimiento eminente que periódicamente se va teniendo, pero esto se a pensado hacer cuando el nivel de ventas sea mayor hasta llegar a vender 16000 piezas al mes en promedio, la fecha que se tiene planeada para rentar una casa es para el siguiente año en el 2010 pasando el mes de mayo.

4.4.1 Nuevo equipo

Es necesario comprar equipo nuevo para el desarrollo de la empresa como se tiene proyectado y se sugiere la adquisición de un vehículo de carga para transportar la mercancía y agilizar la entrega aumentando el volumen de ventas y reparto por día además de adquirir una computadora y una impresora para llevar todos los registros de una forma ordenada además de adquirir mobiliario que se utilizara para ser ocupada por los empleados y así estos mismos puedan realizar un mejor trabajo

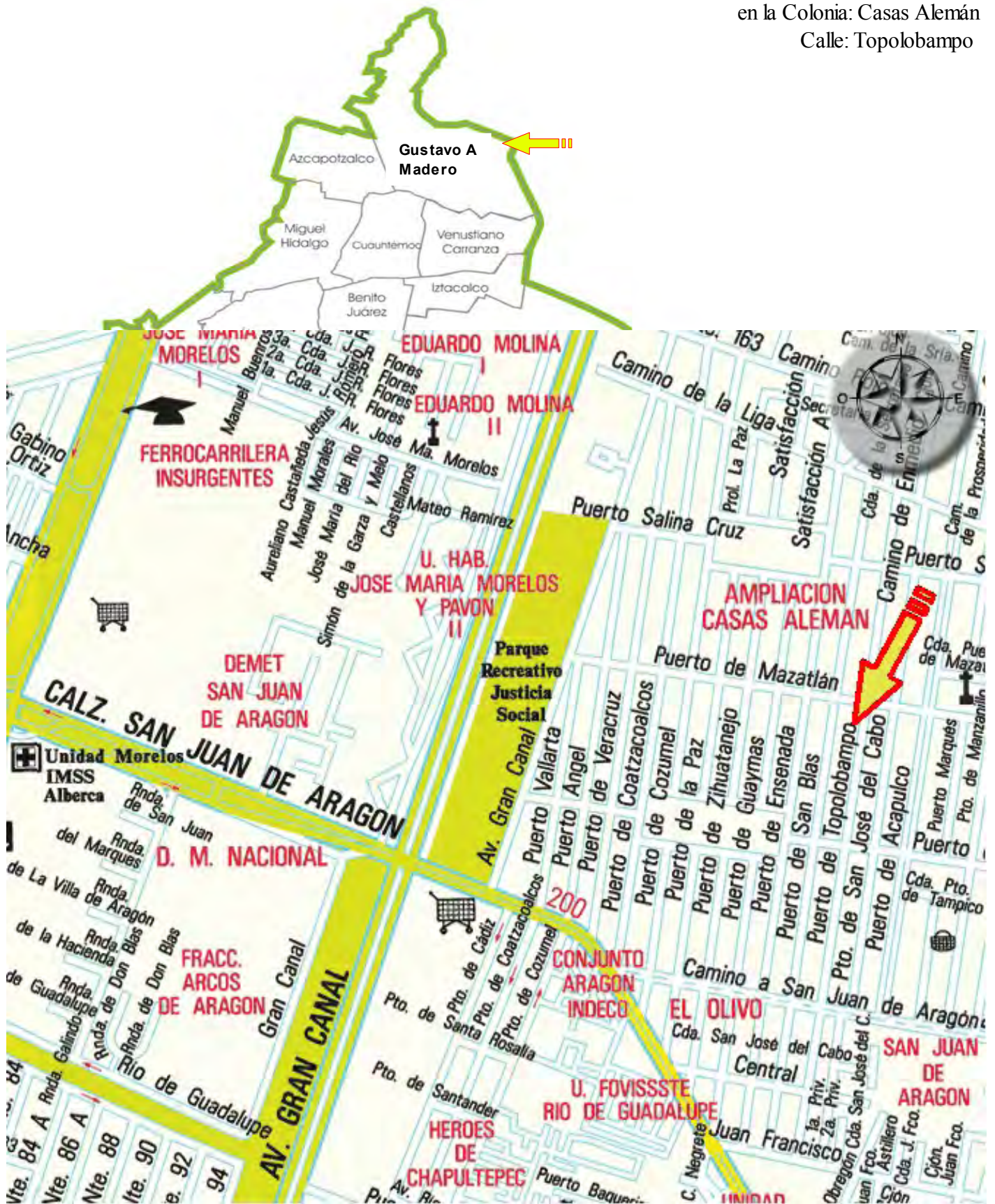
Costo el equipo nuevo	
Toyota Hiace panel larga	\$247,500.00
Computadora	\$15,000.00
Multifuncional	\$2,000.00
Mobiliario y equipo	\$20,000.00
TOTAL	\$284,500.00

4.5 Medidas de seguridad

- El personal encargado de pintar llevara puesta media mascarilla con carbón activo que lo protegerá contra las sustancias y gases de la pintura generen durante el proceso de pintado, el área donde se pintara estará al aire libre para una mayor ventilación y seguridad para el personal
- Cuando se requiera de cortar al pbc el personal deberá usar guantes de carnasa para proteger sus manos de cualquier cortadura
- En la fabricación de exhibidores el personal deberá usar gogles para proteger sus ojos de cualquier rebaba que pueda dañar sus ojos y usar un cubre bocas para evitar respirar polvo de aserrín

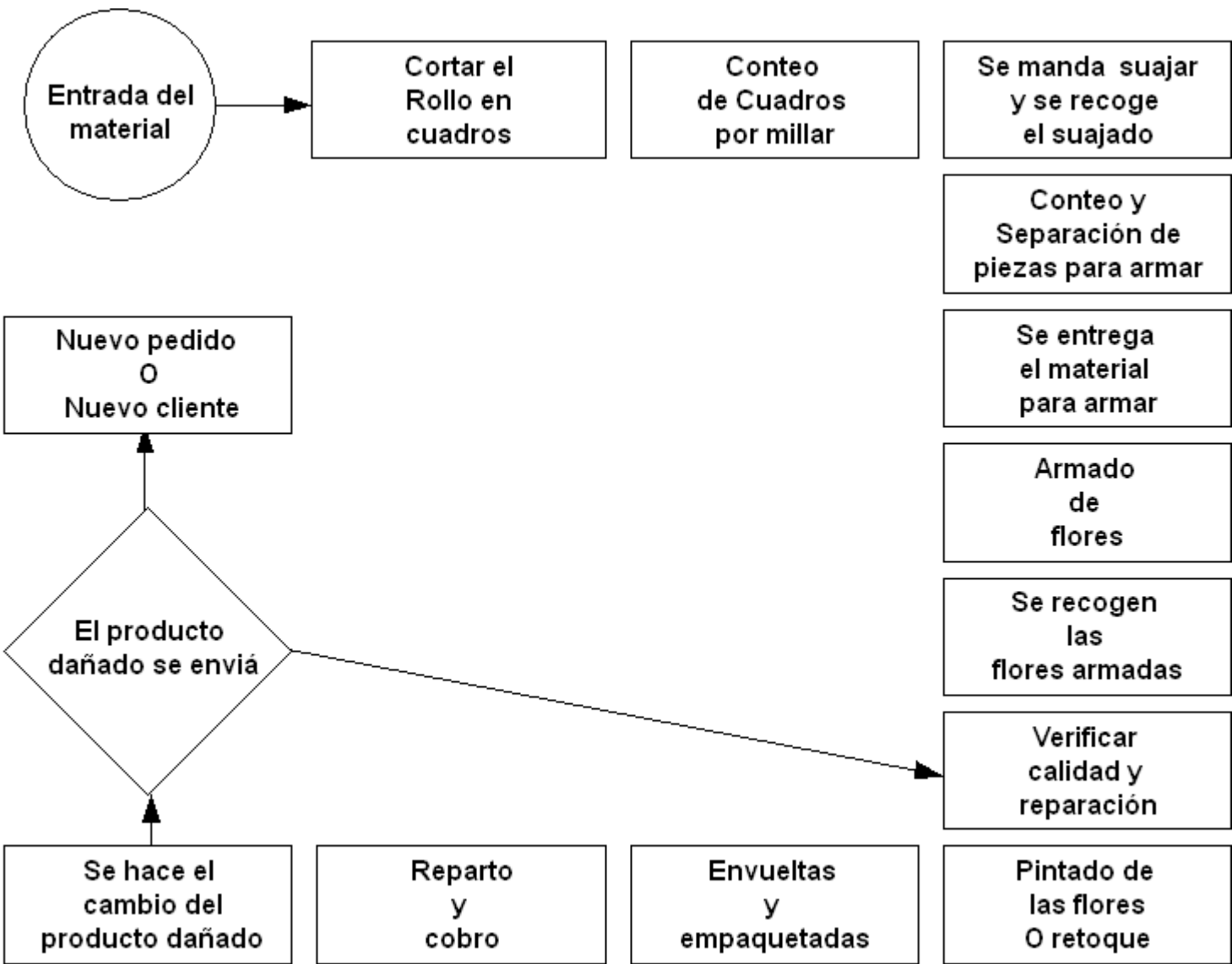
4.6 Localización geográfica de la empresa

La empresa se ubica en la delegación Gustavo A. Madero en la Colonia: Casas Alemán Calle: Topolobampo



4.7 Descripción del proceso de producción

1. Después de que se tiene la materia prima registrada en el almacén se inicia el proceso de producción
2. Se corta el royo de pbc en cuadros se cuentan y se acomodados en cajas por millares
3. Se manda a suajar
4. Obtenido el suaje se desprenden las piezas de los cuadros de pbc, se separan las piezas por millares respetando la figura y se meten en bolsas para repartir
5. Se reparten a los empleados las bolsas que contienen las piezas para armar
6. Una vez que los empleados reciben en sus casas el materia para armar comienza el tiempo destinado para que armen determinado numero de flores
7. Transcurrido el tiempo se recogen las flores armadas y se llevan al taller
8. Una vez estando las flores en el taller se separan las que tengan defectos de las que no para repararlas y se escogen las mas transparentes para pintarlas de colores claros y las mas opacas se pintan de colores oscuros
9. Se entregan las flores separadas a los pintores para que comience el proceso de pintado, al pintor se le da a conocer el numero de flores y de que color debe de ir pintadas
10. Posteriormente cada flor se colocan en un exhibidor dejando que se seque la pintura
11. Se retiran las flores del exhibidor para que sean envueltas y se les coloca el moño y tarjeta
12. Una vez que ya están envueltas si se tiene un pedido especial se preparan para entregarlo empacandolas para enviarlas
13. Sino se tiene un pedido solo se empacan para entregalas cajas de 40 flores y de 60 flores
14. Al entregarlas a los minoristas se les cobra y se recoge mercancía que no se vendió para cambiárselas por nueva y se toma un nuevo pedido.
15. La mercancía que se recogió se revisa para enviarla a reparación y retoque
16. Se recoge el producto reparado y se envuelve, se les coloca el listón en forma de moño junto con la etiqueta y se vuelve a empacar para ser entregadas.



4.9 Control de calidad

La calidad se revisa en tres partes del proceso, en dos principalmente:

La primera es cuando se compra la materia prima, mas específicamente el rollo de pbc que se verifica que no este golpeado o rayado o demasiado opaco ya que si esta golpeado se tiene que retirar esa parte dañada y por consecuencia tendremos menos piezas y tendremos perdidas económicas, si esta rayado o demasiado opaco esto provoca que se le aplique mas pintura a la flor para que quede totalmente lisa la superficie.

En segundo lugar se revisa la flor después de armadas para comprobar que no le falten piezas y si vienen floja alguna parte pegarla para evitar que el pintor regrese las que no estén completas y evitar retrasos ademas de separar las que están perfectamente transparentes de las que están un tanto opacas para elegir el color con que serán pintadas

En tercer lugar solo es verificar que efectivamente el pedido este completo y no falte ni sobre alguna flor, el contenido de flores en las cajas debe ser exacto

4.10 Proveedores

Proveedores de suajes y suajados

1.-Rene Cabrera García

Calle: Torquemada No. 64

Col: Obrera

Tel: 55 38 20 89 Cel: 044 55 13 54 08 81

2.-Oliver Islas

Calle: Torquemada No. 64

Col: Obrera

Cel: 044 55 13 08 85 69

3.-Ricardo Calvo E.

Calle: Torquemada No. 64

Col: Obrera

Cel: 044 55 13 68 98 45

Proveedores de pbc

1.Plásticos del Cuku

Calle: Mesones No.132 Loc.1

Col: Centro

Tel: 55 42 19 21 y 55 42 58 37

1.Super comercializadora el león

Calle: República del salvador No. 127

Col: Centro

Tel: 55 22 24 26 y 55 42 73 97

Proveedor de Pintura

1.-Pinturas y similares

Calle: Puerto Tampico No. 131 A

Col: Casas Aleman

Tel: 57 53 20 12 y 55 77 40 36

Proveedor de plásticos

1.-Juguetes y globos lori

Calle: Calzada Ignacio Zaragoza No. 750 A

Col: Aviación Civil

Tel: 57 58 05 73

2.-Palmeras del río

Calle: Cobre No. 28 B y C

Col: Maza

Tel: 55 29 93 76

3.-Trinidad Avendaño Cruz

Calle: Correo Mayor No. 106

Col: Centro

Tel: 55 22 27 33

4.-Juan Arturo Yedra Martinez

Calle: Rosario No. 237 A

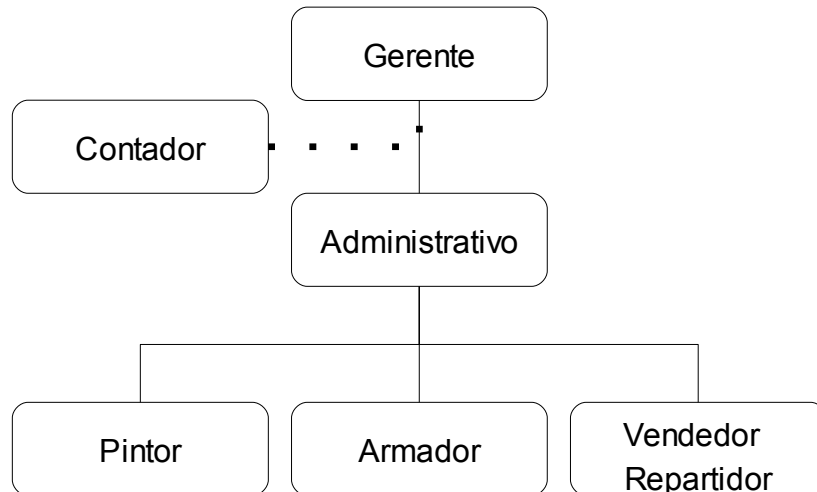
Col: Merced Balbuena

4.11 Costo total del proyecto

Costo total del Proyecto	
Toyota Hiace panel larga	\$247,500.00
Motocicleta	\$120,000.00
Computadora	\$15,000.00
Multifuncional	\$2,000.00
Mobiliario y equipo	\$20,000.00
Materia Prima	\$43,898.15
Sueldos 1 mes	\$55,800.00
Fondeo de solvencia	\$10,000.00
TOTAL	\$514,198.15

5.- ORGANIZACIÓN

5.1 Organigrama



5.2 Nombre del puesto

Puesto: Gerente o dueño

Ocupa el primer nivel dentro del organigrama es el que dirige el rumbo de la empresa y toma las decisiones que mejor conviene para el desarrollo de la empresa

Puesto: Vendedor repartidor

Es el encargado de abrir el mercado consiguiendo clientes y surtiendo a los clientes que ya se tienen, manejar automóvil repartidor y motocicleta

Puesto: Administrativo operativo

Es la persona que se encarga de los asuntos administrativos y de llevar un control de la documentación y de algunos procedimientos de la operación

Puesto: Pintor envolvedor

Se encuentra en un nivel operativo y se encarga de pintar y retocar el producto principalmente, aparte de apoyar en otras actividades que requiera la operación

Puesto: Armador

Se encuentra en un nivel operativo. sus actividades se limitan únicamente a la producción y compostura del producto

5.3 Descripción del puesto

Puesto: Gerente

Actividades a desempeñar:

- decidir que producto nuevo se comercializara
- decidir que producto se produce mas y cual se descontinúa
- conseguir nuevos clientes
- supervisa y coordina al personal y los recursos de la empresa
- todas aquellas operaciones que requiera la operación de la producción de las flores

Puesto: Administrativo operativo

Actividades a desempeñar

- recibir, registrar, distribuir, y archivar correspondencia y documentación en general
- efectuar y atender llamadas telefónicas y proporcionar información
- elaborar, revisar, y actualizar directorios
- atender y proporcionar información a los clientes sobre los productos que se producen
- organizar y controlar la entrada y salida de materiales y artículos
- clasificar los materiales, artículos de entrada y acomodarlos
- reportar cuando se este terminando los materiales para su reposición
- realizar todas aquellas actividades inherentes al puesto y que sean autorizadas

Puesto: Vendedor repartidor

Actividades a desempeñar:

- conseguir nuevos clientes
- repartir mercancía
- surtir materia prima
- cobrar
- realizar todas aquellas actividades inherentes al puesto que sean autorizadas

Puesto: Pintor envolvedor

Actividades a desempeñar:

- pintar flores
- retocar flores devueltas
- cortar mica
- desprenden las piezas de los suajes, cuadros de pbc,
- envolver flores
- almacenar cajas
- armar exhibidores
- sugerir nuevas combinaciones de colores
- realizar todas aquellas actividades inherentes al puesto que sean autorizadas

Puesto: obrero

Actividades a desempeñar:

- darle forma a los pétalos
- unir los pétalos al tallo
- reparar flores dañados
- realizar todas aquellas actividades inherentes al puesto que sean autorizadas

5.4 Tabla de sueldos

Mano de obra	mensual
Pago del auxiliar administrativo	\$4,800.00
Pago de los 8 empleados que arman	\$32,000.00
Un vendedor repartidor	\$10,000.00
Pago de los 2 empleados que pintan	\$9,000.00
TOTAL	\$55,800.00

5.5 Políticas operativas: horarios de trabajo

El horario de trabajo para los pintores:

Es de lunes a viernes y comprende 6 horas continuas, la hora de entrada es a las 9 de la mañana en puto y la hora de salida es a las 15 horas, en este periodo primeramente se tienen que envolver 6 cajas de 40 flores y después pintar 6 cajas de 40 flores por cada empleado, posteriormente se realizaran otras actividades dependiendo de las necesidades de la empresa como por ejemplo armar exhibidores, armar arreglos, cortar micas,

El horario de trabajo para los que arman:

Es según le convenga al empleado ya que la materia prima se le entregara en su domicilio y este tendrá la decisión de como administrar el horario que toma para trabajar únicamente se le requiere una producción de 1000 unidades mensuales entregando parte de la producción cada semana

Políticas: el empleado podrá cambiar un día a la semana para no asistir reponiéndolo el próximo sábado, el horario puede ser tan flexible como le convenga a la empresa y al empleado siempre y cuando cubra sus 6 horas diarias .

5.6 Estudio de tiempos y movimientos

Se a tomado el tiempo de un promedio entre el mas rápido y el mas lento en realizar su trabajo y se a obtenido un tiempo estimado en que se deben llevar los empleados en realizar sus actividades , a partir de esto se han considerado los horarios de trabajo.

Tiempo necesario para realizar cada actividad
20 minutos para envolver una caja de 40 flores 20 minutos X 6 cajas nos dan 120m igual a 6 cajas envueltas en 2 horas
30m para pintar una caja de 40 flores 30m X 6 cajas nos dan 180m igual a 6 cajas pintadas en 3 horas
4 horas para cortar un rollo de pbc en micas 10 minutos para armar un exhibidor
8 horas para armar 100 flores

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados febrero del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$360,000			
1Kg. de pbc	\$17,888			
aero sol	\$23,786			
rollo de listón	\$3,086			
Kg. silicón	\$13,534			
vela	\$1,714			
suaje por millar	\$4,629			
Etiquetas	\$1,800			
envoltura	\$4,114			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$70,551			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,800			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,068			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,004			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$203,194			
ISR 28%	\$56,894			
PTU 10%	\$20,319			
IETU 17%	\$34,543			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$34,543			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$77,214			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$125,980			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados marzo del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$135,000			
1Kg. de pbc	\$6,708			
aero sol	\$8,920			
rollo de listón	\$1,157			
Kg. silicón	\$5,075			
vela	\$643			
suaje por millar	\$1,736			
Etiquetas	\$675			
envoltura	\$1,543			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$26,456			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,802			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,069			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,007			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$22,286			
ISR 28%	\$6,240			
PTU 10%	\$2,229			
IETU 17%	\$3,789			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$3,789			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$8,469			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$13,818			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados abril del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$170,000			
1Kg. de pbc	\$8,447			
aero sol	\$11,232			
rollo de listón	\$1,457			
Kg. silicón	\$6,391			
vela	\$810			
suaje por millar	\$2,186			
Etiquetas	\$850			
envoltura	\$1,943			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$33,316			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,803			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,069			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,008			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$50,426			
ISR 28%	\$14,119			
PTU 10%	\$5,043			
IETU 17%	\$8,572			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$8,572			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$19,162			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$31,264			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados mayo del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$325,000			
1Kg. de pbc	\$16,149			
aero sol	\$21,473			
rollo de listón	\$2,786			
Kg. silicón	\$12,218			
vela	\$1,548			
suaje por millar	\$4,179			
Etiquetas	\$1,625			
envoltura	\$3,714			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$63,692			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,804			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,070			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,010			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$175,049			
ISR 28%	\$49,014			
PTU 10%	\$17,505			
IETU 17%	\$29,758			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$29,758			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$66,519			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$108,530			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados junio del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$165,000			
1Kg. de pbc	\$8,199			
aero sol	\$10,902			
rollo de listón	\$1,414			
Kg. silicón	\$6,203			
vela	\$786			
suaje por millar	\$2,121			
Etiquetas	\$825			
envoltura	\$1,886			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$32,336			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,805			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,070			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,011			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$46,403			
ISR 28%	\$12,993			
PTU 10%	\$4,640			
IETU 17%	\$7,889			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$7,889			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$17,633			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$28,770			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados julio del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$145,000			
1Kg. de pbc	\$7,205			
aero sol	\$9,580			
rollo de listón	\$1,243			
Kg. silicón	\$5,451			
vela	\$691			
suaje por millar	\$1,864			
Etiquetas	\$725			
envoltura	\$1,657			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$28,416			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,806			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,070			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,012			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$30,321			
ISR 28%	\$8,490			
PTU 10%	\$3,032			
IETU 17%	\$5,155			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$5,155			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$11,522			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$18,799			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados agosto del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$175,000			
1Kg. de pbc	\$8,696			
aero sol	\$11,563			
rollo de listón	\$1,500			
Kg. silicón	\$6,579			
vela	\$833			
suaje por millar	\$2,250			
Etiquetas	\$875			
envoltura	\$2,000			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$34,295			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,807			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,071			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,014			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$54,441			
ISR 28%	\$15,243			
PTU 10%	\$5,444			
IETU 17%	\$9,255			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$9,255			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$20,688			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$33,753			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados septiembre del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$185,000			
1Kg. de pbc	\$9,193			
aero sol	\$12,223			
rollo de listón	\$1,586			
Kg. silicón	\$6,955			
vela	\$881			
suaje por millar	\$2,379			
Etiquetas	\$925			
envoltura	\$2,114			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$36,255			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,808			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,071			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,015			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$62,480			
ISR 28%	\$17,494			
PTU 10%	\$6,248			
IETU 17%	\$10,622			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$10,622			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$23,742			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$38,738			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados octubre del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$190,000			
1Kg. de pbc	\$9,441			
aero sol	\$12,554			
rollo de listón	\$1,629			
Kg. silicón	\$7,143			
vela	\$905			
suaje por millar	\$2,443			
Etiquetas	\$950			
envoltura	\$2,171			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$37,235			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,809			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,071			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,016			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$66,499			
ISR 28%	\$18,620			
PTU 10%	\$6,650			
IETU 17%	\$11,305			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$11,305			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$25,270			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$41,229			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados noviembre del 2009

	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$260,000			
1Kg. de pbc	\$12,919			
aero sol	\$17,179			
rollo de listón	\$2,229			
Kg. silicón	\$9,774			
vela	\$1,238			
suaje por millar	\$3,343			
Etiquetas	\$1,300			
envoltura	\$2,971			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$50,953			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$56,810			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$17,071			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,136			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75,018			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$122,779			
ISR 28%	\$34,378			
PTU 10%	\$12,278			
IETU 17%	\$20,872			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$20,872			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$46,656			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$76,123			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

CAPELLINI
Topolobampo
Estado de resultados diciembre del 2009

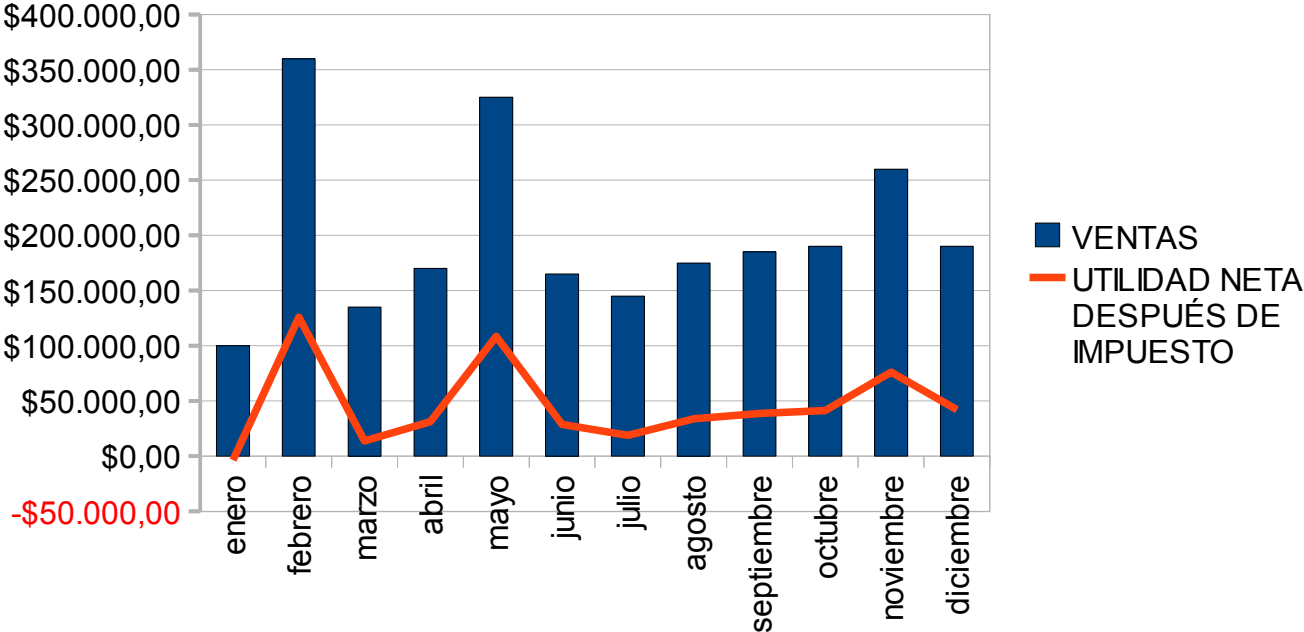
	\$1	\$2	\$3	\$4
VENTAS	\$190,000			
1Kg. de pbc	\$9,441			
aero sol	\$12,554			
rollo de listón	\$1,629			
Kg. silicón	\$7,143			
vela	\$905			
suaje por millar	\$2,443			
Etiquetas	\$950			
envoltura	\$2,171			
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$37,235			
luz	\$100			
agua	\$100			
tel	\$450			
cel	\$600			
renta	\$5,000			
gasolina	\$5,000			
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11,250			
SUELDOS mano de obra	\$55,800			
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	\$16,768			
CONTRIBUCIONES LOCALES	\$1,116			
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$73,684			
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$67,831			
ISR 28%	\$18,993			
PTU 10%	\$6,783			
IETU 17%	\$11,531			
-acreditamiento isr vs ietu	-\$11,531			
TOTAL DE IMPUESTOS	\$25,776			
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$42,055			

Elaboro: RUBEN ALDAMA MEDINA

meses	fecha	2009	2009	2009	2009	2009	2009
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio
VENTAS		\$100.000,0	\$360.000,00	\$135.000,00	\$170.000,00	\$325.000,00	\$165.000,00
1Kg. de pbc		\$4.968,9	\$17.888,2	\$6.708,1	\$8.447,2	\$16.149,1	\$8.198,8
aero sol		\$6.607,1	\$23.785,7	\$8.919,6	\$11.232,1	\$21.473,2	\$10.901,8
rollo de listón		\$857,1	\$3.085,7	\$1.157,1	\$1.457,1	\$2.785,7	\$1.414,3
Kg. silicón		\$3.759,4	\$13.533,8	\$5.075,2	\$6.391,0	\$12.218,0	\$6.203,0
vela		\$476,2	\$1.714,3	\$642,9	\$809,5	\$1.547,6	\$785,7
suaje por millar		\$1.285,7	\$4.628,6	\$1.735,7	\$2.185,7	\$4.178,6	\$2.121,4
Etiquetas		\$500,0	\$1.800,0	\$675,0	\$850,0	\$1.625,0	\$825,0
envoltura		\$1.142,9	\$4.114,3	\$1.542,9	\$1.942,9	\$3.714,3	\$1.885,7
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS		\$19.597,39	\$70.550,60	\$26.456,47	\$33.315,56	\$63.691,51	\$32.335,69
luz		\$100,0	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
agua		\$100,0	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
tel		\$450,0	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00
cel		\$600,0	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
renta		\$5.000,0	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00
gasolina		\$5.000,0	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00
TOTAL GASTOS INDIRECTOS		\$11.250,0	\$11.250,00	\$11.250,00	\$11.250,00	\$11.250,00	\$11.250,00
SUELDOS mano de obra		\$56.800,0	\$56.801,00	\$56.802,00	\$56.803,00	\$56.804,00	\$56.805,00
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT	30,05%	\$17.068,4	\$17.068,70	\$17.069,00	\$17.069,30	\$17.069,60	\$17.069,90
CONTRIBUCIONES LOCALES	2,00%	\$1.136,0	\$1.136,02	\$1.136,04	\$1.136,06	\$1.136,08	\$1.136,10
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA		\$75.004,4	\$75.005,72	\$75.007,04	\$75.008,36	\$75.009,68	\$75.011,00
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU		-\$5.851,8	\$203.193,68	\$22.286,48	\$50.426,08	\$175.048,81	\$46.403,31
ISR 28%	28,00%	-\$1.638,5	\$56.894,23	\$6.240,22	\$14.119,30	\$49.013,67	\$12.992,93
PTU 10%	10,00%	-\$585,2	\$20.319,37	\$2.228,65	\$5.042,61	\$17.504,88	\$4.640,33
IETU 17%	17,00%	-\$994,8	\$34.542,93	\$3.788,70	\$8.572,43	\$29.758,30	\$7.888,56
-acreditamiento isr vs ietu		\$994,8	(\$34.542,93)	(\$3.788,70)	(\$8.572,43)	(\$29.758,30)	(\$7.888,56)
TOTAL DE IMPUESTOS		-\$2.223,7	\$77.213,60	\$8.468,86	\$19.161,91	\$66.518,55	\$17.633,26
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO		-\$3.628,1	\$125.980,08	\$13.817,62	\$31.264,17	\$108.530,26	\$28.770,05

fecha	\$2.009,0	\$2.009,00	2009	2009	2009	2009	ANUAL
meses	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
VENTAS	\$145.000,0	\$175.000,00	\$185.000,00	\$190.000,00	\$260.000,00	\$190.000,00	\$2.400.000,00
UTILIDAD BRUTA	\$78.683,1	\$94.962,38	\$100.388,81	\$103.102,02	\$141.086,97	\$103.102,02	\$1.302.341,25
INVERSIÓN	\$66.316,9	\$80.037,62	\$84.611,20	\$86.897,98	\$118.913,03	\$86.897,98	\$1.097.658,75
1Kg. de pbc	\$7.205,0	\$8.695,60	\$9.192,50	\$9.441,00	\$12.919,20	\$9.441,00	\$119.254,61
aero sol	\$9.580,4	\$11.562,50	\$12.223,20	\$12.553,60	\$17.178,60	\$12.553,60	\$158.571,43
rollo de listón	\$1.242,9	\$1.500,00	\$1.585,70	\$1.628,60	\$2.228,60	\$1.628,60	\$20.571,43
Kg. silicón	\$5.451,1	\$6.578,90	\$6.954,90	\$7.142,90	\$9.774,40	\$7.142,90	\$90.225,54
vela	\$690,5	\$833,30	\$881,00	\$904,80	\$1.238,10	\$904,80	\$11.428,61
suaje por millar	\$1.864,3	\$2.250,00	\$2.378,60	\$2.442,90	\$3.342,90	\$2.442,90	\$30.857,14
Etiquetas	\$725,0	\$875,00	\$925,00	\$950,00	\$1.300,00	\$950,00	\$12.000,00
envoltura	\$1.657,1	\$2.000,00	\$2.114,30	\$2.171,40	\$2.971,40	\$2.171,40	\$27.428,57
TOTAL MATERIA PRIMA COMPRAS	\$28.416,2	\$34.295,43	\$36.255,17	\$37.235,04	\$50.953,21	\$37.235,04	\$470.337,32
luz	\$100,0	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$1.200,00
agua	\$100,0	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$1.200,00
tel	\$450,0	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$450,00	\$5.400,00
cel	\$600,0	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$7.200,00
renta	\$5.000,0	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$60.000,00
gasolina	\$5.000,0	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$60.000,00
TOTAL GASTOS INDIRECTOS	\$11.250,0	\$11.250,00	\$11.250,00	\$11.250,00	\$11.250,00	\$11.250,00	\$135.000,00
SUELDOS mano de obra	\$56.806,0	\$56.807,00	\$56.808,00	\$56.809,00	\$56.810,00	\$55.800,00	\$680.655,00
CUOTAS IMSS SAR e INFONAVIT 30,05%	\$17.070,2	\$17.070,50	\$17.070,80	\$17.071,10	\$17.071,41	\$16.767,90	\$204.536,83
CONTRIBUCIONES LOCALES 2,00%	\$1.136,1	\$1.136,14	\$1.136,16	\$1.136,18	\$1.136,20	\$1.116,00	\$13.613,10
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	\$75.012,3	\$75.013,64	\$75.014,96	\$75.016,28	\$75.017,61	\$73.683,90	\$898.804,93
UTILIDAD ANTES DE ISR,IETU,PTU	\$30.321,5	\$54.440,93	\$62.479,87	\$66.498,68	\$122.779,19	\$67.831,06	\$895.857,75
ISR 28%	\$8.490,0	\$15.243,46	\$17.494,36	\$18.619,63	\$34.378,17	\$18.992,70	\$250.840,17
PTU 10%	\$3.032,2	\$5.444,09	\$6.247,99	\$6.649,87	\$12.277,92	\$6.783,11	\$89.585,78
IETU 17%	\$5.154,7	\$9.254,96	\$10.621,58	\$11.304,78	\$20.872,46	\$11.531,28	\$152.295,82
-acreditamiento isr vs ietu	-\$5.154,7	-\$9.254,96	-\$10.621,58	-\$11.304,78	-\$20.872,46	-\$11.531,28	-\$152.295,82
TOTAL DE IMPUESTOS	\$11.522,2	\$20.687,55	\$23.742,35	\$25.269,50	\$46.656,09	\$25.775,80	\$340.425,95
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTO	\$18.799,3	\$33.753,37	\$38.737,52	\$41.229,18	\$76.123,09	\$42.055,26	\$555.431,81

Flujo de efectivo



6.3 Formas legales

Se a pensado constituir una sociedad anónima de nombre Artículos de regalo CAPELLINI, en los siguientes temas se muestran documentos necesarios para constituir una S.A., y un ejemplo de la información y datos que deben contener, estos pueden ser modificados en caso de que cambien las leyes o a conveniencia de los implicados en la creación de esta S.A.

6.3.1 Permisos para la constitución de sociedades

De conformidad con lo que establecen los artículos 15 de la Ley de Inversión Extranjera y 13 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, se requiere permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores para la constitución de sociedades. Para tal efecto, la Secretaría de Relaciones Exteriores, en términos de lo que establece el artículo 13 del Reglamento citado, otorgará los permisos para constitución de sociedades, solamente cuando la denominación o razón social que se pretenda utilizar no se encuentre reservada por una sociedad distinta. Asimismo, si en la denominación o razón social solicitada, se incluyen palabras o vocablos cuyo uso se encuentre regulado específicamente por otras leyes, la Secretaría de Relaciones Exteriores condicionará el uso de los permisos a la obtención de las autorizaciones que establezcan dichas disposiciones legales.

Una vez que se obtiene el permiso para la constitución de sociedades, el interesado en términos del artículo 17 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, deberá dentro de los noventa días hábiles siguientes a la fecha en que la Secretaría de Relaciones Exteriores otorgó dicho permiso, acudir a otorgar ante fedatario público el instrumento correspondiente a la constitución de la sociedad de que se trate. Transcurrido el término antes citado sin que se hubiere otorgado el instrumento público correspondiente, el permiso quedará sin efectos. De ser el caso, se tendrá que solicitar la reexpedición del permiso vencido.

Así mismo y, de acuerdo a lo establecido por el artículo 18 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, dentro de los seis meses siguientes a la expedición de los permisos para la constitución de sociedades a que se refiere el artículo 15 de Ley de Inversión Extranjera, el interesado debe dar aviso del uso del mismo a la Secretaría de Relaciones Exteriores. En dicho aviso se debe de especificar la inclusión en el instrumento correspondiente de la cláusula de exclusión de extranjeros o, en su caso, del convenio previsto en el artículo 14 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (que los socios extranjeros, actuales o futuros de la sociedad se obligan ante la Secretaría de Relaciones Exteriores a considerarse como nacionales respecto de las acciones, partes sociales o derechos que adquieran de la sociedad, bienes, derechos, concesiones, participaciones o intereses de que sean titulares las sociedades y los derechos y obligaciones que deriven de los contratos en que sean parte las propias sociedades; asimismo deberán incluir la renuncia de no invocar la protección de sus gobiernos bajo la pena, en caso contrario, de perder en beneficio de la Nación los derechos y bienes que hubiesen adquirido).

Toda solicitud que sea presentada en oficinas centrales entre las 9:00 AM y 11:00 AM, será resuelta el mismo día. Las solicitudes recibidas con posterioridad a este horario, serán resueltas el día hábil siguiente. El permiso o la resolución que recaiga a la solicitud correspondiente únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas por éste, previa identificación.

6.3.2 Costos y tiempos

TRAMITE	TIEMPO DE RESPUESTA	COSTO
DIRECCIÓN DE PERMISOS ARTICULO 27 CONSTITUCIONAL		
Permiso para la constitución de sociedades	El mismo día si la solicitud se presenta antes de las 11:00 AM	\$ 705.00 por recepción, examen y resolución.
Permiso para reformar los estatutos sociales (cambio de denominación o razón social)	Dos días hábiles	\$ 625.00 por recepción, examen y resolución.
Aviso de uso de permiso para la Constitución de Sociedades y de Reformas a sus estatutos (Cambio de Denominación o Razón Social, Modificación de Cláusula de Exclusión de Extranjeros por la de Admisión, Fusión o Escisión de sociedades	+	en tiempo \$260.00 extemporáneos \$1,410.00
Adquisición de inmuebles por extranjeros fuera de la zona restringida a que se refiere el Acuerdo General publicado el 2 de marzo de 1998, en el Diario Oficial de la Federación.	Dos días hábiles	\$ 5,075.00 por recepción, examen y expedición de constancia.
Adquisición de inmuebles por extranjeros fuera de la zona restringida a la que se refiere el Artículo 10 A de la Ley de Inversión Extranjera	Dos días hábiles	\$ 5,075.00 por recepción, examen y expedición de constancia
Obtención de Concesiones para la exploración y explotación de minas y aguas en territorio nacional a que se refiere el Acuerdo General publicado el 11 de mayo de 1998, en el Diario Oficial de la Federación.	Dos días hábiles	\$ 5,075.00 por recepción, examen y expedición de constancia.
Obtención de Concesiones para la exploración y explotación de minas y aguas en Territorio Nacional a que se refiere el Artículo 10 A de la Ley de Inversión Extranjera.	Dos días hábiles	\$ 290.00 por recepción y examen; y \$ 5,075.00 por expedición
Por expedición del permiso para constituir fideicomiso en la zona restringida.	En cinco días hábiles	\$ 290.00 por recepción y examen; y \$ 10,455.00 por expedición.
Por expedición de permiso para ampliar el patrimonio o cambiar los fines del fideicomiso	En cinco días hábiles	\$ 290.00 por recepción y examen; y \$ 4,705.00 por expedición.
Por expedición de permiso para modificar la duración de los contratos de fideicomiso.	En cinco días hábiles	\$ 290.00 por recepción y examen; y \$ 5,125.00 por expedición.
Por la presentación de cada aviso de adquisición de inmuebles por sociedades mexicanas con cláusula de admisión de extranjeros en zona restringida, destinados a fines no residenciales		en tiempo \$710.00 extemporáneos \$5,470.00
Los no especificados en los rubros anteriores		\$345.00

6.3.3 Solicitud de permiso de constitución de sociedad



Consultas 3686 5100 Ext. 6419
 Dirección General de Asuntos Jurídicos
 www.sre.gob.mx

Para uso exclusivo de SRE

Folio: _____

LUGAR Y FECHA: _____

**SOLICITUD DE PERMISO DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD
 (ARTICULO 15 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)**

NOMBRE DEL PROMOVENTE _____

DOMICILIO PARA OIR RECIBIR _____

NOTIFICACIONES _____

PERSONAS AUTORIZADAS PARA RECIBIR LA RESOLUCION. _____

DENOMINACION _____

SOLICITADA EN ORDEN DE PREFERENCIA _____

REGIMEN JURIDICO DE LA PERSONA MORAL _____

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 2000-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 386-2466 o desde Estados Unidos y Canadá al 1 800 475-2393.

Nota: este formato podrá ser reproducido libremente, debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond.

Llenar: a máquina
 Oficinas centrales: original y una copia
 Delegaciones Estatales: Original y dos copias
 Anexar: Original y copia de pago derechos

* Ultima fecha de autorización del formato por parte de Oficialía Mayor: 6 de marzo de 2002

* Ultima fecha de autorización del formato por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 15 de abril de 2002

6.3.4 Testimonio de la escritura de constitución de “CAPELLINI, sociedad anónima de capital variable una acta constitutiva

Este es un ejemplo del testimonio de escritura para crear una empresa, los datos y términos pueden ser cambiados de acuerdo a los intereses que en el momento de registrar la empresa puedan convenir a los interesados.

LIBRO NUMERO QUINIENTOS SETENTA Y SIETE. - -MABL/MGAC/MSR.

INSTRUMENTO NUMERO CUATROCIENTOS CUARENTA Y CINCO.

- - - -MEXICO, DISTRITO FEDERAL, a **30 de enero del dosmil diez**

“ _____, Titular de la Notaría número **numero de la notaria** del Distrito Federal, actuando como asociado en el protocolo de la Notaría número **#####**, de la que es Titular el licenciado **nombre del lic.**, identificándome plenamente, hago constar EL CONTRATO DE SOCIEDAD, por el que se constituye “**CAPELLINI**”,

SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE, que otorgan los señores **RUBEN ALDAMA MEDINA y MAURICIO CABELLO FIGUEROA** al amparo del permiso número **#####**, expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores, el **día (), mes() y año ()**, con número de expediente **#####** y número de **#####**, que agrego al apéndice de esta escritura con la letra "A", al tenor de los siguientes estatutos y cláusulas transitorias, después de que les hube enterado de las penas en que incurrir quienes se conducen falsamente ante Notario:

----- E S T A T U T O S .

ARTICULO PRIMERO.- La denominación "**CAPELLINI**",

se usará seguida de las palabras "SOCIEDAD ANONIMA DE CAPITAL VARIABLE", o de su abreviatura "S.A. DE C.V."

ARTICULO SEGUNDO.- La sociedad tiene por objeto:

- A) Prestar servicio de transportación de todo tipo de mercancía nacional o del extranjero.
- B) Comprar, vender, adquirir, distribuir, importar, exportar, fabricar, comercializar y en general, negociar con toda clase de productos, industriales y comerciales, por cuenta propia o ajena, en la República Mexicana o en el Extranjero.
- C) Proporcionar toda clase de servicios administrativos, de estudios de mercado, de asesoría en materia de comercio exterior, en logística y materia aduanal, así como en procesos de importación, de tráfico de mercancías, de comunicación, de supervisión en controles de calidad publicitarios y promocionales, a empresas en la República Mexicana o en el Extranjero.
- D) Realizar investigaciones de mercado, campañas publicitarias y promocionales.
- E) Consolidar la oferta de todo tipo de productos industriales o comerciales para su comercialización en la República Mexicana o en el Extranjero, así como efectuar operaciones nacionales e internacionales de trueque e intercambio compensado de mercancías.
- F) Actuar como contratista, subcontratista, comisionista, distribuidor, representante, mediador o agente y designar subcontratistas, comisionistas, distribuidores, representantes, mediadores o agente.
- G) Registrar y adquirir marcas industriales y de servicio, nombres comerciales, patentes, invenciones y procesos, así como disponer de ellos.

H) Adquirir o poseer por cualquier título, usar, dar o tomar en arrendamiento, administrar, vender o disponer en cualquier forma, de todos los bienes muebles o inmuebles que fueren necesarios o convenientes para la realización de los objetos de la sociedad.

I) Realizar, por cuenta propia o ajena, todo tipo de cobranzas, en la República Mexicana o en el Extranjero.

J) Dar o tomar dinero en préstamo con o sin garantía, emitir acciones, obligaciones, cédulas hipotecarias, valores y otros títulos de crédito, con la intervención de las instituciones señaladas por la ley, así como adquirir legalmente y negociar con bonos, obligaciones, acciones, cédulas hipotecarias, valores y otros títulos de crédito emitidos por terceros y en general, adquirir y negociar con toda clase de efectos de comercio y otorgar las garantías que fueren necesarias para realizar los objetos de la sociedad.

K) Otorgar avales y obligarse solidariamente así como constituir garantías a favor de terceros.

L) Contratar al personal necesario.

M) En general, llevar a cabo cualesquiera operaciones derivadas de o relacionadas con los objetos arriba mencionados y realizar toda clase de actos de comercio, y celebrar toda clase de contratos ya sean civiles o mercantiles, que fueren permitidos por la Ley.

ARTICULO TERCERO.- La sociedad tiene su domicilio en MEXICO, DISTRITO FEDERAL, pudiendo establecer sucursales en cualquier parte del país o del extranjero.

ARTICULO CUARTO.- La duración de la sociedad será de NOVENTA Y NUEVE AÑOS, contados a partir de la fecha de firma de esta escritura.

ARTICULO QUINTO.- La sociedad no admitirá directa ni indirectamente como socios a extranjeros ni a sociedades que no tengan cláusula de exclusión de extranjeros.

ARTICULO SEXTO.- El capital social mínimo fijo es la cantidad de CINCUENTA MIL PESOS, MONEDA NACIONAL, y máximo ilimitado y está representado por CINCUENTA acciones nominativas, con valor nominal de MIL PESOS, MONEDA NACIONAL, cada una.

El capital social en su parte variable es susceptible de aumentarse o disminuirse por acuerdo de la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas.

En caso de disminución se aplicará ésta proporcionalmente sobre el valor de todas las acciones y la Asamblea fijará las normas de prorateo de la amortización y la fecha en que las amortizaciones deban surtir efecto.

No podrá decretarse un nuevo aumento de capital, sin que las acciones que representen el anteriormente acordado, estén totalmente suscritas y pagadas.

La sociedad llevará un libro de Registro de acciones en el que deberán inscribirse todas las operaciones de suscripción, adquisición o transmisión de que sean objeto las acciones que forman parte del capital social.

La sociedad considerará como propietario de las acciones a los que aparezcan inscritos en dicho libro.

ARTICULO SEPTIMO.- Los títulos de las acciones o los certificados provisionales (que podrán amparar una o más acciones), se redactarán de acuerdo con el artículo ciento veinticinco de la Ley General de Sociedades Mercantiles, se transcribirá el artículo quinto de estos estatutos y llevarán la firma de dos consejeros o del Administrador Unico.

ARTICULO OCTAVO.- Las acciones confieren a sus dueños iguales derechos y obligaciones.

En los aumentos del capital social, los accionistas tendrán preferencia para suscribir el nuevo que se emita.

La preferencia se ejercitará dentro de los quince días siguientes a la fecha de la publicación del acuerdo de aumentar el capital social.

Dicho acuerdo se publicará en el Diario Oficial de la Federación, salvo que la asamblea de accionistas determine otra cosa.

Los accionistas responderán de las pérdidas sólo con sus acciones.

ARTICULO NOVENO.- La Asamblea General de Accionistas es el órgano supremo de la sociedad y su régimen es el siguiente:

I.- Serán extraordinarias u ordinarias.

Las extraordinarias serán las que se reúnan para tratar los asuntos a que se refiere el artículo ciento ochenta y dos de la Ley General de Sociedades Mercantiles y las demás serán ordinarias.

II.- Se celebrarán en el domicilio social.

III.- Serán convocadas por el Consejo de Administración, el Administrador Unico, o él o los comisarios.

IV.- La convocatoria se publicará en el Diario Oficial de la Federación, salvo que la Asamblea de Accionistas determine otra cosa, con anticipación de quince días a la fecha en que deba celebrarse.

La convocatoria deberá contener la orden del día con expresión de la fecha, hora y lugar en que deba celebrarse la Asamblea.

Si todas las acciones estuvieren representadas al momento de la votación, no será necesaria la publicación de la convocatoria.

V.- Actuará como Presidente el del Consejo, el Administrador Unico, o la persona que designen los accionistas, y fungirá como Secretario la persona que designe el Presidente.

VI.- Para que se considere legalmente reunida y para que sus resoluciones sean válidas se atenderá a lo dispuesto por los artículos ciento ochenta y nueve, ciento noventa y ciento noventa y uno de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

VII.- En las votaciones cada acción representa un voto y serán nominativas a menos que la mayoría acuerde otra forma de votación.

VIII.- Las actas de las Asambleas deberán ser firmadas por el Presidente y el Secretario.

IX.- Se podrán celebrar reuniones de accionistas en los términos del último párrafo del artículo ciento setenta y ocho de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO DECIMO.- El órgano de administración de la sociedad estará integrado por un Administrador Unico o un Consejo de Administración.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.- El Consejo de Administración estará integrado por el número de miembros que determine la Asamblea de Accionistas. En ningún caso podrá ser inferior a dos.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.- El Administrador Unico o los miembros del Consejo de Administración durarán en su cargo hasta que se haga un nuevo nombramiento y los designados tomen posesión.

ARTICULO DECIMO TERCERO.- El Consejo se considerará legalmente instalado con la mayoría de los consejeros. Cada consejero gozará de un voto y las resoluciones se tomarán por mayoría de presentes. El Presidente tiene voto de calidad.

ARTICULO DECIMO CUARTO.- El Presidente y Secretario del Consejo de Administración serán las personas que designe la Asamblea de Accionistas y en su defecto, fungirán como tales el primero y segundo designados al nombrarse el Consejo de Administración.

ARTICULO DECIMO QUINTO.- De cada sesión de Consejo de Administración se levantará un acta, en la que se hará constar la lista de consejeros que asistieron, los asuntos que trataron, el desarrollo de los mismos y deberá ser firmada por quienes hayan actuado como Presidente y Secretario en dicha sesión de consejo.

ARTICULO DECIMO SEXTO.- El Consejo de Administración o el Administrador Unico, tendrá las más amplias facultades para realizar el objeto social, por lo que enunciativa y no limitativamente gozará de las siguientes facultades:

I.- Poder general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales y aún con las especiales que de acuerdo con la ley requieran poder o cláusula especial, en los términos del párrafo primero del artículo dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil para el Distrito Federal y de sus correlativos en los Códigos Civiles de los demás Estados de la República Mexicana, por lo que al efecto gozará, entre otras de las siguientes:

A.- Para intentar y desistirse de toda clase de procedimientos, inclusive amparo.

B.- Para transigir.

C.- Para comprometer en árbitros.

D.- Para absolver y articular posiciones.

E.- Para recusar.

F.- Para hacer cesión de bienes.

G.- Para recibir pagos.

H.- Para presentar denuncias y querellas en materia penal y para otorgar el perdón cuando lo permita la ley.

II.- Poder general para actos de administración en los términos del párrafo segundo del citado artículo.

III.- Poder general para actos de dominio, de acuerdo con el párrafo tercero del mismo artículo.

IV.- Poder para otorgar y suscribir títulos de crédito, en los términos del artículo noveno de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.

V.- Facultad para designar al Director General, a los Gerentes, Sub-Gerentes y demás factores o empleados de la sociedad.

VI.- Facultad para otorgar poderes generales o especiales y para revocar unos y otros.

Las anteriores facultades se confieren sin perjuicio de que la Asamblea Ordinaria de Accionistas pueda limitarlas o ampliarlas.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.- Se podrán celebrar reuniones de consejeros en los términos del último párrafo del artículo ciento cuarenta y tres de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO DECIMO OCTAVO.- El órgano de vigilancia de la sociedad, estará integrado por uno o varios comisarios que podrán ser o no accionistas y quienes continuarán en su cargo hasta que se haga un nuevo nombramiento y los designados tomen posesión.

ARTICULO DECIMO NOVENO.- Los ejercicios durarán un año y correrán del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año.

ARTICULO VIGESIMO.- Los estados financieros se formularán al término de cada ejercicio y deberán concluirse dentro de los tres meses siguientes a la clausura.

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO .- Del resultado de los estados financieros, previo pago del impuesto sobre la renta y reparto de utilidades a los trabajadores, el remanente se aplicará como sigue:

I.- Se separará un cinco por ciento para formar el fondo de reserva legal, hasta que alcance el veinte por ciento del capital social.

II.- Se separarán las cantidades que la Asamblea acuerde para la formación de uno o varios fondos de reservas especiales.

III.- Se distribuirá como dividendo entre los accionistas, la cantidad que acuerde la asamblea.

IV.- El sobrante repartible será llevado a la cuenta de utilidades por aplicar.

ARTICULO VIGESIMO SEGUNDO.- La sociedad se disolverá por acuerdo de la Asamblea General de accionistas y en los demás casos que fija la ley.

ARTICULO VIGESIMO TERCERO.- Disuelta la sociedad se pondrá en liquidación, nombrándose uno o varios liquidadores quienes procederán a la misma conforme a lo dispuesto en el capítulo once de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO VIGESIMO CUARTO.- En el período de liquidación de la sociedad, los liquidadores tendrán las mismas facultades y obligaciones que corresponden al órgano de administración.

El órgano de vigilancia continuará en funciones con las facultades y obligaciones que le correspondían en la vida normal de la sociedad.

ARTICULO VIGESIMO QUINTO.- Mientras no se inscriba en el Registro Público de Comercio el nombramiento de los liquidadores y éstos no hayan entrado en funciones, el órgano de administración continuará en funciones, pero no podrá iniciar nuevas operaciones después del acuerdo de disolución o de que se compruebe la existencia de la causa legal de ésta.

----- T R A N S I T O R I O S .

PRIMERO.- El capital social mínimo o sea la suma de CINCUENTA MIL PESOS, quedó totalmente suscrito y pagado en efectivo, MONEDA NACIONAL, de la siguiente manera:

_____, VEINTICUATRO ACCIONES, con valor de VEINTICUATRO MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.

_____, VEINTISEIS ACCIONES, con valor de VEINTISEIS MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.

TOTAL: CINCUENTA ACCIONES, con valor de CINCUENTA MIL PESOS, MONEDA NACIONAL.

SEGUNDO.- Los comparecientes de esta escritura acuerdan:

I.- Confiar la Administración de la Sociedad a un ADMINISTRADOR UNICO, y para tal efecto designan al señor _____, quien para el desempeño de su cargo, gozará de las facultades a que se refiere el artículo décimo sexto de los estatutos sociales.

II.- Designar como COMISARIO de la Sociedad al señor Mauricio Sánchez García.

TERCERO.- Los comparecientes de esta escritura manifiestan que obra en la caja de la sociedad la suma de CINCUENTA MIL PESOS, MONEDA NACIONAL, importe del capital social mínimo.

YO EL NOTARIO CERTIFICO:

I.- Que a mi juicio los comparecientes tienen capacidad legal para la celebración de este acto y que me aseguré de su identidad conforme a la relación que agrego al apéndice de esta escritura con la letra "B".

II.- Que solicité a los comparecientes me exhibieran la clave de su Registro Federal de Contribuyentes y las cédulas de identificación fiscal, y en virtud de no habérmelas proporcionado, procederé a dar el aviso correspondiente a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mismo que agregaré en nota complementaria al apéndice de esta escritura, de conformidad por lo dispuesto en la legislación fiscal vigente.

III.- Que advertí a los comparecientes que dentro del mes siguiente a la fecha de firma de la presente escritura, deberán acreditarme haber presentado la solicitud de inscripción de la sociedad en el Registro Federal de Contribuyentes y que en caso de no exhibirme dicha solicitud, procederé a dar el aviso correspondiente a las autoridades fiscales competentes.

22) Prioridad Reclamada: País	Fecha de presentación			No. de serie
	Día	Mes	Año	
	_____	_____	_____	
	_____	_____	_____	

Lista de verificación (uso interno)			
No. Hojas		No. Hojas	
	Comprobante de pago de la tarifa		Documento de cesión de derechos
	Descripción y reivindicación (es) de la invención		Constancia de depósito de material biológico
	Dibujo (s) en su caso		Documento (s) comprobatorio(s) de divulgación previa
	Resumen de la descripción de la invención		Documento (s) de prioridad
	Documento que acredita la personalidad del apoderado		Traducción
			TOTAL DE HOJAS
Observaciones:			
Bajo protesta de decir verdad, manifiesto que los datos asentados en esta solicitud son ciertos.			
Nombre y firma del solicitante o su apoderado		Lugar y fecha	

Página 1 de 2

IMPI-00-001

6.4 Obligaciones fiscales

6.4.1 Construcción de sociedades mercantiles

En México, al dar inicio a cualquiera de los tipos de sociedades mercantiles (en nombre colectivo, en comandita simple, en comandita por acciones, de responsabilidad limitada, anónima o cooperativa), se debe dar cumplimiento a una serie de requisitos establecidos en la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM) y otros ordenamientos jurídicos, en el entendido de que la omisión de algún requerimiento puede desembocar en la irregularidad I inclusive en la nulidad de la empresa.

En principio, fundamentándolos en el artículo 15 de la Ley de Inversión Extranjera, se requiere del permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) para la constitución de sociedades. La solicitud para el otorgamiento del referido permiso deberá contener, en orden de preferencia, cinco posibles denominaciones o razones sociales, con el objeto de que la SRE designe el que se encuentra libre para su ocupación. Posterior a la concesión del permiso, en el plazo que no deberá exceder de noventa días hábiles, se deberá tramitar ante fedatario público, llámese Notario o Corredor, la formalización del acta constitutiva de la sociedad la que deberá contener:

Nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad;

Objeto de la sociedad.

Razón social o denominación

Duración

Importe de capital social

Expresión de las aportaciones en dinero o en otros bienes; el valor de éstos y el criterio seguido para su valoración. Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que e fije;

Domicilio de la sociedad

Forma de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores

El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social

Forma de distribución de utilidades y pérdidas entre los socios)Importe del fondo de reserva

Casos de disolución anticipada

Base para liquidación, y

Las demás reglas que se establezcan en los estatutos sociales y que no contravengan las leyes

Además de los anteriores requisitos de forma, el fedatario público que conozca del acto de constitución, atenderá los requerimientos que la LGSM exige para cada tipo de las ya mencionadas sociedades, cabiendo señalar que la sociedad anónima o S.A. es la de mayor uso, motivo por el cual a continuación haremos referencia a los requisitos adicionales de formación, del mismo modo señalaremos las formas de otorgamiento.

Disposiciones adicionales

Los factores que se deben dar para proceder a la constitución de la S.A. son los siguientes:

La participación de dos accionistas como mínimo, suscribiendo cada uno de ellos una acción por lo menos

Un capital social no menor de \$50,000.00 (cincuenta mil pesos 00/100 M.N.) y que esté íntegramente suscrito

Que se exhiba el dinero en efectivo, cuando menos el 20% del valor total del capital social

Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte con bienes distintos de numerario.

Asimismo, aunado a las especificaciones de escrituración señalados para toda la gama de sociedades, la formalización del acta constitutiva de la S.A. contendrá:

La parte exhibida del capital social El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social En su caso, forma y términos en que debe pagarse la parte insoluta de las acciones En su caso, la participación de las utilidades que se concederán a los fundadores El nombramiento de uno o más comisarios Las facultades de la asamblea general y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho a voto.

Formas de otorgamiento

Son dos las formas de otorgamiento de la S.A.; la primera de ellas y la más acostumbrada es mediante la comparecencia ante el Notario o Corredor Público de las personas fundadoras de la empresa y la segunda es la de la suscripción pública para lo cual se requiere que los fundadores depositen en el Registro Público de Comercio un programa que contendrá el proyecto de estatutos para efectos de su promoción y de su posterior suscripción por los interesados; éstos depositarán en la institución de crédito que se establezca originalmente las cantidades a que se hubiere obligado a exhibir. Todas las acciones deberán quedar suscritas en un plazo no mayor a un año y dentro de los 15 días siguientes se celebrará la asamblea constitutiva cuya acta y estatus serán los que se formalicen.

Concluido el trámite de constitución de la sociedad, sea cual fuere, es menester la inscripción de sus estatutos sociales en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio que corresponda al domicilio social de la empresa, en el entendido de que la omisión de este requisito conlleva, como ya se había señalado, a la irregularidad social. De igual forma, se procederá a dar de alta a la sociedad ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público e individualmente a casa accionista, lo anterior para efectos de las respectivas declaraciones y pagos de impuestos regulados por las leyes fiscales de nuestro país.

Permisos para la constitución de sociedades

De conformidad con lo que establecen los Artículos 15 de la Ley de Inversión Extranjera, y el 13 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, se requiere permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores para la construcción de sociedades.

Por su parte, la fracción VII del artículo 1ero. Del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, establece que para efectos de este reglamento, además de lo establecido en el artículo 2do. De la Ley de Inversión Extranjera, se entenderá por Sociedades: las personas morales civiles, mercantiles o de cualquier otro carácter constituidas conforme a la legislación mexicana.

La Secretaría de Relaciones Exteriores de conformidad con lo que establece el Artículo 13 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, otorgará los permisos para constitución de sociedades a que se refiere el Artículo 15 de la Ley de Inversión Extranjera, solamente cuando la denominación o razón social que se pretenda utilizar no se encuentre reservada por una sociedad distinta.

Asimismo, si en la denominación o razón social solicitada, se incluyen palabras o vocablos cuyo uso se encuentre regulado específicamente por otras leyes, la Secretaría de Relaciones Exteriores condicionará el uso de los permisos a la obtención de las autorizaciones que establezcan dichas disposiciones legales. Por otra parte, de conformidad con lo que establece el Artículo 16 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, los permisos para la constitución de sociedades, o en su caso las constancias correspondientes a que se refiere el Artículo 17 de la Ley Federal de Procedimientos Administrativos, que no sean recogidos por los interesados dentro de los veinte días hábiles posteriores a su expedición, quedarán sin efectos.

De conformidad con lo que establece el Artículo 17 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y el Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, dentro de los noventa días hábiles siguientes a la fecha en que la Secretaría de Relaciones exteriores otorgue los permisos para la constitución de sociedades, los interesados deberán acudir a otorgar ante fedatario público el instrumento correspondiente a la constitución de la sociedad de que se trate.

Transcurrido el termino antes citado sin que se hubiere otorgado el instrumento público correspondiente, el permiso quedará sin efectos.

REQUISITOS (estos requisitos pueden cambiar tómesese en cuenta que la investigación se hizo en el 2009)

Llenar solicitud a máquina en original y copia (formato que proporciona en forma gratuita ésta Secretaría). Si se presenta en las Delegaciones de SRE, deberá hacerlo en original y dos copias. En la solicitud, deberá señalarse: nombre del solicitante, domicilio para oír y recibir notificaciones; personas autorizadas para recibir el permiso o la resolución; denominación solicitada; régimen jurídico; fecha y firma autógrafa del solicitante.

Cubrir el pago de derechos (**de \$\$\$\$\$\$**), en los formatos HD2 ó forma 5 de la SHCP.

* Toda solicitud que sea presentada entre las 9:00 AM y 11:00 AM, será resuelta el mismo día. Las solicitudes recibidas con posterioridad serán resultas en día hábil siguiente.

* Toda solicitud deberá ser resulta dentro de los 4 días hábiles siguientes a la fecha de su presentación. En caso contrario, el permiso solicitado se considerará otorgado, siendo aplicable lo establecido por el Artículo 16A de la Ley de Inversión Extranjera.

* El permiso o la resolución recaída a la solicitud únicamente será entregada al solicitante o a las personas autorizadas, previa identificación.

Por otra parte, de acuerdo a lo establecido por el Artículo 18 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, dentro de los seis meses siguientes a la expedición de los permisos para la constitución de sociedades a que se refiere el Artículo 15 de la Ley de Inversión Extranjera, el interesado debe dar aviso de uso del mismo a la secretaría de Relaciones Exteriores, en el cual se debe de especificar la inclusión en el instrumento correspondiente de la cláusula de exclusión de extranjeros o, en si caso, del convenio previsto en el Artículo 14 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (el convenio se refiere a que los socios extranjeros, actuales o futuros de la sociedad se obligan ante la Secretaría de Relaciones Exteriores a considerarse como nacionales respecto de las acciones, partes sociales o derechos que adquieran de la sociedad, bienes, derechos, concesiones, participaciones o intereses de que sean titulares las sociedades y los derechos y obligaciones que deriven de los contratos en que sean parte las propias sociedades; asimismo deberán incluir la renuncia de no invocar la protección de sus gobiernos bajo la pena, en caso contrario, de perder en beneficio de la Nación los derechos y bienes que hubiesen adquirido; asimismo deberán cubrir previamente el pago de derechos (**de \$\$\$\$\$\$**) en los formatos HD2 ó bien en la forma 5 de la SHCP.

La Secretaría de Relaciones Exteriores, de conformidad con lo que establece el Artículo 19 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, reservará a las sociedades el uso exclusivo de sus denominaciones o razones sociales conforme a los permisos que otorgue, salvo cuando el interesado incumpla lo dispuesto en el párrafo anterior, es decir no de el aviso de uso del permiso dentro de los seis meses siguientes a su expedición o bien se haya extinguido la sociedad correspondiente.

Obligaciones derivadas del alta de una empresa

Obligaciones ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT)

* Impuesto sobre la Renta para Personas Morales Impuestos sobre la Renta para Personas Físicas con Régimen General por Actividad empresariales Impuestos sobre la Renta para Personas Físicas con Régimen Simplificado por Actividad Empresariales Impuestos al Valor Agregado (IVA) Impuestos al Activo (IMPAC) Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) .

Obligaciones ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)

Los patrones están obligados a:

- * Registrarse e inscribir a sus trabajadores en el IMSS
- * Llevar registros de nóminas en los que se asiente invariablemente el número de días trabajados y los salarios recibidos por sus trabajadores
- * Determinar las cuotas obrero patronales a su cargo y enterar su importe al IMSS
- * Permitir las inspecciones y visitas domiciliarias que practique el IMSS
- * Depositar el porcentaje de salario destinado al seguro de retiro, cesantía de edad avanzada y vejez de cada trabajador
- * Cuotas: por retiro el 2.0% del salario base de cada trabajador. Por concepto de cesantía en edad avanzada y vejes el 3.15% (patrón) y 1.125%(trabajador) del salario base de cada trabajador
- * Entregar bimestralmente una relación de las aportaciones hechas a favor de cada trabajador a los sindicatos
- * Cubrir la prima para el financiamiento del seguro de guarderías y de las prestaciones sociales
- * Expedir y entregar a los trabajadores eventuales la constancia de los días cotizados

Obligaciones ante el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT)

Obligaciones ante los trabajadores

* Condiciones de trabajo y prestaciones de la ley: jornada de trabajo, días de descanso, días de descanso obligatorio, vacaciones, salarios, participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa y aguinaldo.

* Obligaciones ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social: pago de salarios e indemnizaciones; proporcionar instrumentos de trabajo adecuados; proporcionar capacitación y adiestramiento; cumplir los principios de seguridad e higiene; hacer las deducciones por concepto de sindicatos; permitir la inspección y vigilancia que las autoridades del trabajo practiquen; Fomentar actividades culturales y deportivas; Proporcionar a las mujeres embarazadas la protección que marcan los reglamentos; participar en la integración y funcionamiento de las Comisiones que deben formarse en cada centro de trabajo.

6.4.2 Obligaciones derivadas del alta de una empresa Obligaciones ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT)

* Impuesto sobre la Renta para Personas Morales Impuestos sobre la Renta para Personas Físicas con Régimen General por Actividad empresariales Impuestos sobre la Renta para Personas Físicas con Régimen Simplificado por Actividad Empresariales Impuestos al Valor Agregado (IVA) Impuestos al Activo (IMPAC) Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) .

Obligaciones ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)

Los patrones están obligados a:

- * Registrarse e inscribir a sus trabajadores en el IMSS
- * Llevar registros de nóminas en los que se asiente invariablemente el número de días trabajados y los salarios recibidos por sus trabajadores
- * Determinar las cuotas obrero patronales a su cargo y enterar su importe al IMSS
- * Permitir las inspecciones y visitas domiciliarias que practique el IMSS
- * Depositar el porcentaje de salario destinado al seguro de retiro, cesantía de edad avanzada y vejez de cada trabajador
- * Cuotas: por retiro el 2.0% del salario base de cada trabajador. Por concepto de cesantía en edad avanzada y vejes el 3.15% (patrón) y 1.125%(trabajador) del salario base de cada trabajador
- * Entregar bimestralmente una relación de las aportaciones hechas a favor de cada trabajador a los sindicatos
- * Cubrir la prima para el financiamiento del seguro de guarderías y de las prestaciones sociales
- * Expedir y entregar a los trabajadores eventuales la constancia de los días cotizados

Obligaciones ante el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT)

Obligaciones ante los trabajadores

* Condiciones de trabajo y prestaciones de la ley: jornada de trabajo, días de descanso, días de descanso obligatorio, vacaciones, salarios, participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa y aguinaldo.

* Obligaciones ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social: pago de salarios e indemnizaciones; proporcionar instrumentos de trabajo adecuados; proporcionar capacitación y adiestramiento; cumplir los principios de seguridad e higiene; hacer las deducciones por concepto de sindicatos; permitir la inspección y vigilancia que las autoridades del trabajo practiquen; Fomentar actividades culturales y deportivas; Proporcionar a las mujeres embarazadas la protección que marcan los reglamentos; participar en la integración y funcionamiento de las Comisiones que deben formarse en cada centro de trabajo.

BIBLIOGRAFIA

ALCAIDE Casado Juan Carlos “Alta fidelidad Técnicas e ideas operativas para lograr la lealtad del cliente a través del servicio” Editorial:ESIC ppags: 237

ELÍAS Lara Flores, “PRIMER CURSO DE CONTABILIDAD”, Editorial: Trillas, ppags: 347

HERNANDEZ Rodríguez Sergio, “Introducción a la Administración un enfoque teórico practico”, Editorial: Mc Graw Hill, Año 2002, ppags: 418

LEHMANN Donald R. “Investigación y análisis de mercado”, Editorial: CECSA, ppags:897

NARESH K. Malhotra, “Investigación de mercados”, Editorial: Pearson, ppags: 816

OLIVARES Chapa Alejandro, “Manual para plan de negocios “ ppags: 150

ORTEGA Castro Alfonso, “Introducción a las finanza”, Editorial: Mc Graw Hill, ppags: 411

PHILIP K otler, “Fundamentos de mercadotecnia”, Editorial: Pearson, ppags: 585

ROBERTO Hernandez Sampieri, “Metodología de la investigación”, Editorial:Mc Graw Hill, pp: 63..97

SCHIFFMAN Leon G, Lazar Kanuk Leslie “Comportamiento del consumidor” Editorial: Pearson, ppags:547

SECRETARIA DE ECONOMÍA <http://www.economia.gob.mx/>

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES <http://www.sre.gob.mx>

SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA <http://www.sat.gob.mx/>