



**Universidad
Latina**

UNIVERSIDAD LATINA S.C.

INCORPORADA A UNAM.

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA ORGANIZACIÓN

**"PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA
DE LOGISTICA EN EVENTOS CASO: LOGIGROUP MEXICO S.A"**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

P R E S E N T A N:

DONAJÍ LÓPEZ DELGADO

PAOLA NOGUEZ ZACARIAS

ASESORA: LIC. MARÍA DE LOS ÁNGELES PÉREZ VARGAS

MÉXICO, D.F. NOVIEMBRE DE 2012.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

**"PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA
DE LOGISTICA EN EVENTOS CASO: LOGIGROUP MEXICO S.A"**

AGRADECIMIENTOS.

Agradecemos a la Universidad Latina, por las enseñanzas que nos ha dejado, así como experiencias que nunca olvidaremos.

Gracias a la maestra María de los Ángeles Pérez Vargas por ser tan excelente profesora, y por aceptar ser nuestra asesora de nuestro Plan de Negocios, por todas las enseñanzas que nos brindo, es un excelente ser humano. ¡Siga adelante, no se rinda!

A nuestros sinodales la maestra Julieta y el maestro Alfonso por el apoyo ofrecido en este proyecto y querer ser parte de esto. Al maestro Alberto por la ayuda que nos brindo.

Es importante para nosotras agradecer a todas esas personas que con su ayuda hicieron posible que termináramos este plan de negocios como: CTRO. Leticia González Sacarías, Arq. Erika Noguez Zacarías, Lic. Marco Antonio Madrigal Noguez, Lic. Ernesto Emanuel López Lara, ya que con el apoyo recibido pudimos resolver algunas dudas sobre los diferentes temas.

Gracias a todos nuestros amigos, compañeros, por ser parte de esta historia.

DEDICATORIA

Antes que nada agradezco infinitamente a Dios, por haberme dado el privilegio de la vida y darnos la capacidad para realizar este proyecto ya que sin el nada sería posible.

Así mismo agradezco a Dios por los excelentes padres que me ha otorgado, ya que son un gran ejemplo en mi vida y me han brindado todo lo que tengo sin pedir nada a cambio, me han brindado su apoyo y su confianza incondicionalmente a pesar de mis altas y bajas.

Igualmente agradezco a mi hermana por ser mi amiga incondicionalmente, apoyarme en las buenas y en las malas brindándome sus conocimientos, siendo un gran ejemplo para mi vida ya que es una mujer hermosa y valiosa. De igual manera agradezco a su esposo por el apoyo y hospitalidad que me brinda.

A mi niña hermosa Génesis, que es la más grande alegría que Dios nos ha mandado por su amor, ocurrencias y alegría que nos brinda día a día.

A mi flaquito que me ha apoyado incondicionalmente, que me ha demostrado que la vida es hermosa con su amor, amistad, paciencia, alegría y cuando es necesario me jala mis orejas estando conmigo en las buenas y en las malas.

A mi amiga Paola por brindarme su amistad y cariño a lo largo de estos años, por hacer más divertidas las clases y los exámenes, por escucharme y motivarme en los momentos difíciles, por haber sido mi mejor amiga en la universidad y haber confiado en mí para realizar este proyecto gracias amiga.

“Pon en manos del Señor todas tus obras, y tus proyectos se cumplirán.”

Proverbios 16:3 (NVI)

Donají López Delgado.

DEDICATORIA

Primero que nada quiero agradecer a Dios por acompañarme a lo largo de esta vida, a mis Padres Miguel Noguez y Evangelina Zacarías por estar conmigo cuando los necesito y darme todo lo que me dan sin pedir nada a cambio y aguantarme este tiempo con mis humores, el apoyo y la paciencia que han tenido conmigo.

A mi hermana Erika por aguantarme todos los días, escucharme, jalarme las orejas y ser confidente de mi vida y darme la razón más grande para seguir adelante llamado Julián. Gracias por siempre estar cuando te necesito hermana y por aceptarme.

A mi tía Carmen que es como mi segunda madre, por apoyarme y alentarme cuando quiero tirar la toalla, escucharme cuando estoy triste y darme esos consejos que me ayudan mucho.

Mis primas/hermanas Leticia, Lidia gracias por escucharme ayudarme estar aquí cuando las necesito, abrirme su corazón, saben que son para mí lo mejor y aceptarme tal como soy. Abril por hacerme sonreír y enseñarme cosas nuevas a diario.

Lorena gracias por siempre estar ahí, por ser más que mi prima y ser mi hermana mejor amiga, gracias por ser lo que eres conmigo aceptarme y regañarme cuando lo necesito gracias a eso me he levantado muchas veces.

Gracias tías Lucero, Yuyis, Con, Tere y Rosa por confiar en mí y echarme porras para terminar este proyecto y regañarme si es necesario.

A mi abuelita Carmen porque ella ha sido para mí un ejemplo a seguir que me demuestra día a día que no hay imposibles.

A mis amigos Day, Cesar, Viri, Aby, Chely, Eli e Ingrid por esos consejos y escucharme cuando ando desesperada, por confiar en mí y echarme porras para no dejarme caer.

Y sobre todo gracias a mi amiga Dona que a lo largo de estos 5 años 1/2 me ayudo, me alentó, me apoyo y me tuvo paciencia y que no me dejó caer, gracias por ser mi confidente y echarme porras cuando quería desistir, gracias a eso amiga hoy estamos entregando este proyecto juntas, lo logramos. Gracias por ser parte de mi vida y sobre todo gracias por ser una de mis mejores amigas. ¡Te quiero!

Gracias a todos por ser parte de este ciclo.

Paola Noguez Zacarías.

INDICE

INTRODUCCIÓN	13
I. METODOLOGÍA	17
1.1 Planteamiento del problema.....	17
1.2 Objetivo General.....	17
1.3 Objetivos Específicos.....	18
1.4 Pregunta de investigación.....	18
1.5 Justificación.....	18
II. MARCO TEÓRICO	21
2.1 Definición de Empresa.....	21
2.2 Tipo de empresa.....	22
2.3 Que es un plan de negocios.....	28
2.4 Para qué sirve un plan de negocios.....	28
2.5 Contenido de un plan de negocios según Balanko.....	29
III. LOGÍSTICA EN EVENTOS SOCIALES	35
3.1 Definición de logística en los negocios.....	35
3.2 Empresas de logística de eventos.....	36
IV. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE LOGISTICA EN EVENTOS SOCIALES	43
4.1 Resumen ejecutivo.....	43
4.2 Descripción de negocio (plan estratégico)	
4.2.1 Nombre de la empresa.....	47
4.2.2 Antecedentes.....	48
4.2.3 Giro de la empresa.....	48
4.2.4 Tamaño de la empresa.....	48
4.2.5 Fundamento de la empresa.....	48

4.2.6 Obligaciones.....	49
4.2.7 Políticas.....	49
4.3 Productos o servicio	
4.3.1 Objetivo.....	53
4.3.2 Descripción del servicio	53
4.3.3 Situación actual del producto.....	55
4.3.4 Logo de la empresa.....	56
4.4 Análisis FODA.....	59
4.5 Análisis del mercado	
4.5.1 Descripción del mercado actual.....	63
4.5.2 Análisis de la demanda.....	63
4.5.3 Oferta.....	63
4.5.4 Competencia.....	64
4.5.5 Segmentación del mercado.....	65
4.5.6 Estudio de mercado.....	66
4.5.7 Reporte final de la investigación de mercado.....	74
4.6 Estrategias de marketing	
4.6.1 Servicio.....	77
4.6.2 Precio.....	77
4.6.3 Plaza.....	78
4.6.4 Promoción.....	78
4.6.5 Publicidad.....	79
4.7 Operaciones y Administración	
4.7.1 Localización de la planta.....	83
4.7.2 Capacidad de la planta.....	83
4.7.3 Mobiliario y equipo.....	84
4.7.4 Distribución de la planta	85
4.7.5 Control de calidad.....	86
4.7.6 Administración	
A) Estructura organizacional (organigrama).....	87

B) Descripción de puestos.....	88
4.7.7. Condiciones de trabajo.....	93
4.7.8 Normatividad.....	93
4.8 Plan de Implementación.....	97
4.9 Plan Financiero	
4.9.1 Gastos de operación.....	101
4.9.2 Nomina de empleados.....	102
4.9.3 Estados de resultados.....	103
4.9.4 Balance general.....	103
4.9.5 Estado de flujo de efectivo.....	106
4.9.6 Programa de ventas proyectadas.....	110
4.10 Plan de contingencias.....	113
4.10.1 Medidas técnicas	113
A) Plan de protección civil (extintor, simulacros).....	113
4.10.2 Medidas organizativas	
A) Contratación de seguros.....	114
4.10.3 Medidas humanas	
A) Higiene y seguridad.....	114
Conclusiones y recomendaciones.....	117
Bibliografía.....	121
Mesografía.....	121
Anexos.....	125

Introducción.

La presente investigación se realizó a través de un plan de negocios, para la apertura de una empresa de logística en eventos sociales, llamada Logigroup México S.A.

Surge como una necesidad, ya que en los últimos años la gente no cuenta con el tiempo suficiente para la elaboración de sus eventos sociales, Logigroup México S.A es una empresa que está dedicada a la organización de eventos sociales, tiene como objetivo lograr que el cliente disfrute plenamente de su evento social sin ninguna preocupación, su finalidad es satisfacer las necesidades de los clientes.

El siguiente trabajo fue realizado a través de un plan de negocio, el cual muestra como se fue creando esta empresa, como se constituyó, su historia, qué fue lo que se necesitó para su apertura, nos muestra detalladamente sus ventajas y sus debilidades, las oportunidades y amenazas que se tiene en el mercado laboral.

Logigroup México S.A. de acuerdo a su estudio de mercado manifiesta que es una empresa rentable ya que se diferencia de entre salones de fiestas, empresas de convenciones y hacerlo en casa o llevar el control varias personas.

Este trabajo se divide en cuatro capítulos que son:

- ✚ Metodología, en el cual se hace planteamiento de la investigación, convengamos que investigar significa tener interés o deseo de conocer.
- ✚ Marco Teórico, es un grupo de conceptos y teorías que se utilizan para formar y desarrollar un argumento lógico para la investigación.
- ✚ Logística en Eventos Sociales, en este capítulo se da a conocer la definición y se mencionan alguna de las empresas de logística en eventos.
- ✚ Propuesta de un plan de negocio de una empresa de logística en eventos sociales, en el cual se desarrolla los 10 puntos de Greg Balanko-Dickson que son; resumen ejecutivo, descripción de negocio, servicios, análisis de la industria, análisis del mercado, estrategia de marketing, plan administrativo, plan de operaciones, plan de implementación, plan financiero y plan de contingencia.

Para realizar el plan de negocios de Logigroup México S.A. se tomó como autor principal a Greg Balanko-Dickson, por considerarlo el más completo y didáctico.

Capitulo I

Metodología

I. METODOLOGÍA.

1.1 Planteamiento del problema.

En la actualidad la ciudad de México se vive al día, ya que el tiempo es el factor más importante, esto da como resultado que la gente no tiene tiempo para su vida social, entre el trabajo y su familia.

Hoy en día los tiempos, la gente y por lo tanto la economía ha cambiado ya que en la actualidad la mujer y el hombre tienen que laborar para poder obtener una mejor calidad de vida en lo económico, por lo tanto la mujer ya no es la que se encarga de organizar los preparativos para los eventos, ya que algunas ocupan el mayor tiempo para trabajar ya sea en una empresa o en la casa, como consecuencia no les queda tiempo para organizar dichos eventos.

Por lo mencionado anteriormente consideramos que la gente carece de espacio para dedicarle tiempo a la organización de sus eventos sociales, por lo cual nosotras deseamos crear una empresa de logística en eventos, para poder ayudarles a organizar dichos eventos sin que estas personas tengan que acudir a los salones de fiestas, iglesias o bien, hacer las citas en los lugares que ellos desean para que no ocupen tiempo en buscar dicha información.

1.2 Objetivo general.

Lograr que el cliente disfrute al máximo sus eventos sociales con nuestro servicio demostrándole que somos su mejor solución. Por lo cual proponemos un plan de negocios de una empresa encargada de organizar sus eventos sociales.

1.3 Objetivos específicos.

- ✚ Analizar y comprender el contenido de un plan de negocios.
- ✚ Mencionar algunas empresas de logística en eventos sociales que existen en México que son competencia para Logigroup México.
- ✚ Saber cuanta información tiene la gente sobre las empresas de logística de eventos.
- ✚ Demostrar que una empresa de logística en eventos es una buena opción para que desean realizar un evento social.
- ✚ Hacer un plan de negocios para la apertura de una empresa de logística en eventos para La Ciudad de México.

1.4 Pregunta de investigación.

¿Es factible la creación de una empresa de organización de eventos (“Logística en eventos”) en la Colonia P.I.P.S.A., en la Ciudad de México?

1.5 Justificación.

En la actualidad las personas tienen múltiples ocupaciones, por lo que es complicado asignar parte de su tiempo a la organización de sus eventos sociales. Por esta razón Logigroup México S.A., ofrece su servicio para dar solución a esta problemática muy común en la Ciudad de México.

El INEGI arroja que en el Distrito Federal, la población económicamente activa ocupada en el 2010 fue de 3'910'864 personas laborando, de las cuales 2'238'330 son hombres y 1'672'534 son mujeres.¹

Por lo cual consideramos que un porcentaje alto de a estas personas no disponen de tiempo para la organización de sus eventos sociales, ante esta situación la solución sería contratar los servicios de una empresa que se encargue de organizar sus eventos, los cuales incluyen: búsqueda de iglesia, salón de fiestas, autos, decoraciones, sin tener que ocupar su valioso tiempo en organizar su evento social.

¹<http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=9> consulta: 13/junio/2012

CapituloII

Marco Teórico

II. MARCO TEÓRICO.

2.1 Definición de Empresa.

“Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica.

Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación.

Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa.

Se debe partir de una buena definición de la misión.”²

Así mismo en la página de “fonaes” nos muestra una definición de la empresa, que está mejor explicada y se puede entender con mayor facilidad.

“La empresa es una unidad económico-social, la cual se crea con el fin de que al cabo de un tiempo, nos traiga una ganancia en la que el capital o inversión inicial, el trabajo y la dirección, se coordinan para realizar una producción que sea útil en la vida de la sociedad, de acuerdo con la demanda que exista en el momento de llevar a cabo el proyecto o la empresa.

Los elementos necesarios para formar una empresa son:

-  Capital.
-  Trabajo.
-  Recursos materiales.

En general, se entiende por empresa al organismo social integrado por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la comunidad, coordinados por un administrador que toma decisiones en forma oportuna para la consecución de los objetivos para los que fueron creadas; para cumplir con este objetivo la empresa combina trabajo y capital.

Las ideas para proyectos o empresas surgen de los intereses personales como de las condiciones económicas y de mercado. El éxito de ellos radica en que combine tanto los

²http://www.madrimasd.org/emprendedores/servicios_emprendedores/guia_autoevaluacion/etapa1/concepto.aspx, consulta 21/junio/2012

intereses del creador del proyecto o en su caso de la empresa como que exista un mercado dispuesto a su adquisición.”³

En la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término de empresa. Eso se debe, por lo menos en parte, que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo.

2.2 Tipo de empresa.

Las empresas se clasifican de acuerdo al giro o actividad que realizan, estas son: de transformación, servicio y comercio.

Por su giro:

Empresas de transformación. Son aquellas que fabrican el producto que venden. Por ejemplo, una carpintería o panadería.

Empresas de servicios. Son empresas que producen algo para prestar el servicio, pero a diferencia de las otras dos empresas, este producto no se ve físicamente, aunque si se puede usar. Por ejemplo: “Logigroup México” o la compañía de luz.

Empresas de comercio. Estas empresas son las que compran el producto ya hecho y se encargan de venderlo directamente al cliente. Por ejemplo: un supermercado o una tienda de ropa.

Por el origen de su capital:

El autor Agustín Reyes Ponce refiere en su libro Administración de Empresas Teoría y Práctica, que las empresas se clasifican como pública o privada, es decir, por el origen de su capital:

La Empresa Privada. “Busca la atención de un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social”.⁴ El origen de su capital es propiedad de inversionistas particulares.

Son constituidas y administradas por los particulares. Los empresarios son los que se encargan de crear, sostener y acrecentar el patrimonio y los resultados de la empresa.

³ http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/capacitacion/giro_empresarial.pdf consulta 21/junio/2012

⁴ Reyes Ponce, Agustín, “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TEORÍA Y PRACTICA”, primera parte, edit. Limusa, México 2011

La Empresa Pública. “Tiene como fin satisfacer una necesidad de carácter general o social, pudiendo obtener, o no, beneficios”.⁵

Están determinadas por las actividades que el estado se reserva para su administración. Sus organizaciones productivas que por su importancia, el estado ha decidido manejar por su cuenta. Estas compañías han sido denominadas paraestatales.

(Nótese que son los mismos términos del caso anterior, pero invertidos en su orden).

La empresa pública puede trabajar obteniendo beneficios; pero también puede ocurrir que se haya planeado aun a base de perdidas, porque el fin del estado como empresario, no puede ser obtener lucros, sino satisfacer puede necesidades.

Por número de trabajadores:

Tamaño	Número de Empleados	Características	Ventas Anuales
Micro	1 a 15	En muchos casos, se trata de la fuente donde una familia puede obtener recursos para vivir honestamente	Hasta 900,000
Pequeña	16 a 100	Son aquellas empresas que no requieren de tanta capacidad tecnológica, potencial humano e inversión de capital, para llevar a cabo sus actividades económicas.	Hasta 9,000,000
Mediana	101 a 250	Son aquellas empresas que requieren de una mediana capacidad tecnológica, potencial humano e inversión de capital para cumplir con sus actividades.	Hasta 20,000,000

⁵ Reyes Ponce, Agustín, “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TEORÍA Y PRACTICA”, primera parte, edit. Limusa, México 2011

Grande	Más de 250	Son aquellas empresas que están dotadas de una gran capacidad tecnológica, potencial humano y una mayor cantidad de capital, así como también requieren de un riguroso, estricto y cabal cumplimiento de las actividades de planeación, organización, ejecución y control, para así alcanzar los objetivos trazados.	Más de 20,000,000
--------	------------	--	-------------------

Microempresa. Se considera microempresa a la que tiene como trabajadores de 0 a 10 empleados. Esto se refiere aunque el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios.

En el sitio de internet de “México emprende” nos muestra las siguientes ventajas y desventajas:

Ventajas:

“Las microempresas son un motor de crecimiento económico y de empleo fundamental para el país ya que, de acuerdo a resultados del último censo económico del INEGI:

- ✚ De cada 100 empresas mexicanas, 96 son microempresas.
- ✚ Contribuyen con el 40.6% del empleo.
- ✚ Aportan el 15% del PIB.”⁶

Desventajas:

“La competitividad y productividad de las microempresas, sobre todo de las de tipo tradicional está siendo amenazada por la incorporación de modernos conceptos de negocio, que evidencian:

- ✚ Limitada profesionalización.
- ✚ Crecimiento desordenado.
- ✚ Rezago tecnológico.
- ✚ Altos consumos de energía.
- ✚ Imagen comercial descuidada e insalubre.
- ✚ Administración informal ("de cajón").
- ✚ Limitados accesos al financiamiento.”⁷

⁶http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=74 consulta: 25 /junio/2012

Ejemplos de las microempresas:

Tortillerías.

Papelerías.

Salones de bellezas.

Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes).

El autor Xavier Ángeles Hernández menciona en su libro PYMES que “una PYME es una fuerza que impulsa la economía, basada en el desarrollo de pequeños grupos de uno o varios empresarios que busca un medio de subsistencia y desarrollo en el mercado, ocupando sus propios medios para lograrlo”.⁸

Esto quiere decir que las PYMES son unos de los factores más importantes de la economía de nuestro país así como para subsistir, ya que la mayoría de las empresas son PYMES y proporcionan empleo a las personas del país, y esto ayuda al crecimiento de la economía de nuestro país.

De igual manera en el sitio de internet de “México Emprende” encontramos ventajas y desventajas de las pequeñas y medianas empresas como lo mostramos a continuación:

Ventajas:

- ✚ Son un importante motor de desarrollo del país.
- ✚ Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- ✚ Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- ✚ Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- ✚ Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- ✚ Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- ✚ Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.”⁹

⁷ Ídem

⁸ Ángeles Hernández Xavier, **PYMES**, Edit. ISEF, PRIMERA EDICION, AGOSTO 2007, MEXICO, PP. 120 PAG 16, 18 CONSULTADO

⁹ http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=50&Itemid=67 consulta: 25/junio/2012

Desventajas:

- ✚ No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- ✚ Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- ✚ La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- ✚ No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- ✚ Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.”¹⁰

Grandes Empresas

Se consideran grandes empresas a aquellos negocios dedicados a los servicios y que tienen desde 101 hasta 251 trabajadores y tienen ventas superiores a los 250 millones de pesos.

Una gran empresa tiene entre sus características, sobrepasar una serie de límites ocupacionales o financieros, los cuales, dependen de cada país.

“Se compone de la economía de escala, la cual consiste en ahorros acumulados por la compra de grandes cantidades de bienes y entre sus ventajas está la facilidad de financiamiento que da mayor garantía a las empresas del pago de sus deudas y sus barreras de entrada son relativamente escasas debido a la gran cantidad de mano de obra.”¹¹

Por su constitución jurídica.

De acuerdo a la Ley de Sociedades Mercantiles esta, establece la siguiente clasificación:

- ✚ Sociedad en nombre colectivo.
- ✚ Sociedad en simple.
- ✚ Sociedad de responsabilidad limitada.
- ✚ Sociedad anónima.

¹⁰ http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=50&Itemid=67 consulta 25/junio/2012

¹¹ <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/gran-empresa> consulta 26/ junio/2012

- ✚ Sociedad en comandita por acciones.
- ✚ Sociedad cooperativa.”¹²

Sociedad Anónima. El autor Ramírez en su libro “Derecho Mercantil y documentación” hace mención sobre la Sociedad Anónima que “Es la que existe bajo una denominación y su capital está dividido en acciones, se compone de socios que únicamente están obligados al pago de sus acciones.”¹³

También el autor Perdomo tiene la siguiente definición sobre Sociedad Anónima “Es una Sociedad Mercantil Capitalista, con Denominación y Capital Fundacional, representado por acciones nominativas suscritas por accionistas que responden hasta por el monto de su aportación.”¹⁴

Características de la Sociedad Anónima.

- ✚ Existe bajo una denominación.
- ✚ Se compone de socios (accionistas) con responsabilidad limitada al pago de sus aportaciones.
- ✚ Las acciones pueden estar representadas por títulos negociables, ya sea nominativos o al portador.

Requisitos de la constitución.

- ✚ Que haya dos accionistas como mínimo y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
- ✚ Que el capital social no sea menor de cincuenta mil pesos y que este íntegramente suscrito.
- ✚ Que se exhiba en dinero en efectivo, cuando menos el 20% del valor de cada acción.
- ✚ Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse en todo o en parte.

La empresa **Logigroup México**, de acuerdo a la Ley de Sociedades Mercantiles, está constituida como una Sociedad Anónima.

¹² Ley General de Sociedades Mercantiles

¹³ Ramírez Valenzuela Alejandro, “**DERECHO MERCANTIL Y DOCUMENTACIÓN**”, Séptima Edición, Edit. Limusa, México, D.F., Año 1994, pp. 160 Pág. 30 fecha de consulta: 19/06/12.

¹⁴Perdomo Moreno Abraham, “**CONTABILIDAD DE SOCIEDADES MERCANTILES**”, Quinta Edición, Edit. Ecasa, México, D.F., Año 1987, pp. 383 Pág. 75. Fecha de consulta 19/06/12.

2.3 Qué es un Plan de Negocios.

Un plan de negocios es un documento en donde planteas lo que deseas para tu negocio, como los planes, los objetivos, estrategias, tácticas y financieros para darlos a conocer a los inversionistas.

Para el autor Greg Balanko-Dickson “un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio”.¹⁵

Lo mencionado anteriormente sería que un plan de negocios contiene:

“Metas + investigación + estrategia = Plan de Negocios.”¹⁶

Así mismo en libro “Como crear una empresa exitosa” del autor Richard Lueke un plan de negocios es, “un documento que explica una oportunidad de negocio, identifica el mercado en que se va a servir y proporciona detalles sobre cómo la organización emprendedora planea seguirla”¹⁷.

Esto quiere decir que las metas son las que se tiene que lograr en un determinado tiempo, la investigación es el conocer cómo se va a llevar a cabo la estrategia para poder llegar a la planeación de negocios.

El autor Antonio Borello en su libro “El plan de negocios” nos da la siguiente definición de lo que es un plan de negocios para él.

“Un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz”¹⁸

2.4 Para qué sirve un Plan de Negocio.

Según el autor Greg Balanko-Dickson “Un Plan de Negocios sirve para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. También se emplea cuando se solicitan créditos empresariales”¹⁹

Para **Logigroup México** un Plan de Negocios es útil para la apertura del negocio, ya que la información que contiene sirve para futuros inversionistas y para obtener un financiamiento con el banco.

¹⁵Balanko-Dickson Greg, “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”, 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, Pág. 6

¹⁶ Balanko-Dickson Greg, “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”, 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, Pág. 6

¹⁷ Lueke Richard, “**CÓMO CREAR UNA EMPRESA EXITOSA**”, 2° edición, Edit. Deusto, Año 2006, pp. 267, Pág. 68, consulta 18/06/12

¹⁸ Borello Antoni, “**EL PLAN DE NEGOCIOS**”, 1° Edición, Edit. Mc Graw Hill, Colombia 2000, pp. 196, Pág. 9, consulta 19/06/12

¹⁹Balanko-Dickson Greg, “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”, 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, Pág. 6, consulta 12/06/12

El plan de negocios nos ha ayudado a saber cómo es que funciona un negocio, que documentación se debe de tener para poder abrir tal negocio, así como la estructura de la organización y la clasificación de la misma.

El plan de negocios nos da ventajas ya que es más fácil pedir un financiamiento si se tiene un plan de negocios, otra es que sabemos cuáles son nuestras fortalezas y nuestras amenazas y esto permite que la empresa sea mejor que su competencia.

2.5 Contenido de un plan de negocios.

El autor Greg Balanko-Dickson plantea que un plan de negocios “contiene tanto objetivos estratégicos como tácticos, y puede ser informal o formal”.²⁰

Para el autor Borello el contenido de un Plan de Negocios debe contener lo siguiente:

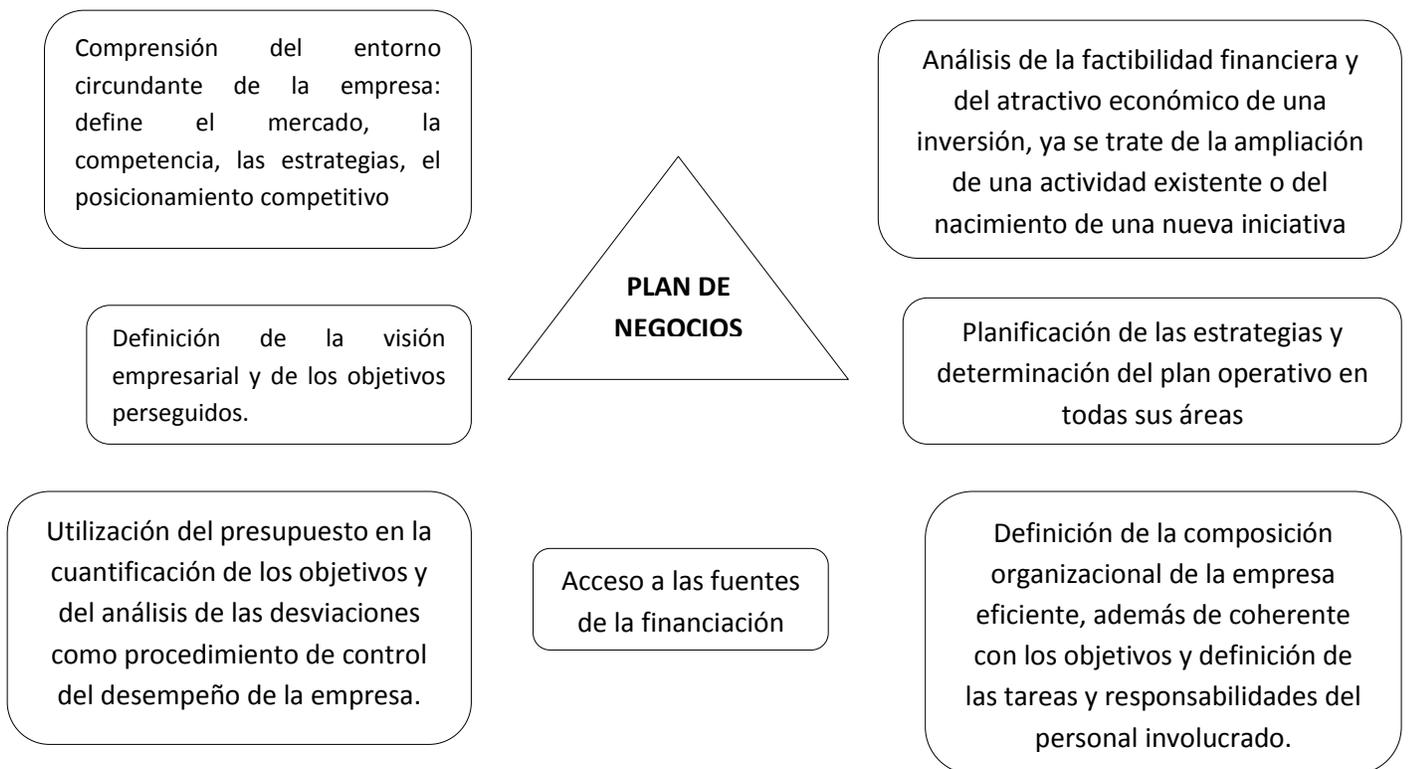


Fig. 2²¹

Según el autor Greg Balanko-Dickson un plan de negocios contiene diez secciones que se relacionan entre sí, las cuales se mencionan a continuación:

²⁰ Balanko-Dickson Greg, "CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO", 1º Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, Pág. 6, consulta 12/06/12

²¹ Borello Antoni, "EL PLAN DE NEGOCIOS", 1º Edición, Edit. Mc Graw Hill, Colombia 2000, pp. 196, Pág. 11, consulta 19/06/12

1. **Análisis de la industria:** describe las tendencias, perspectivas de demanda, barreras al acceso y crecimiento, efecto innovación y de la tecnología, efecto de la economía, papel del gobierno y salud financiera de la industria.
2. **Análisis del mercado:** identifica las tendencias que prevalecen en el mercado, tamaño de éste, análisis de la competencia, participación de mercado proyectada y cómo tomará las decisiones respecto de los productos y servicios que ofrecerá.
3. **Productos y servicios:** define los insumos, mezcla de ventas, costos y ganancias, ampliación de servicios, posicionamiento de producto y ciclo de vida del producto/servicio.
4. **Descripción de negocios:** describe a la empresa. Lo cual incluye su marca, identidad, visión, misión, ética, metas y estructura legal.
5. **Estrategia de marketing:** explica cómo utilizará la ubicación canales de distribución, ventas, fijación de precios y posicionamiento en el mercado. Esta sección también incluye una muestra o descripción de herramientas de ventas y marketing (sitio en la red, tele marketing, folletos, sistemas de ventas, etc.) que usted utilizara para lograr participación de mercado.
6. **Operaciones y administración:** proporciona detalles sobre cómo planea administrar el negocio, lo cual incluye la estructura organizacional, responsabilidades y servicios profesionales.
7. **Plan financiero:** incluye copias de estados financieros anteriores (si los hubiera) y proyecciones financieras proforma, lo incluye costos de arranque, balance general, estado de resultados, flujo de caja y análisis de estabilidad.
8. **Plan de implementación:** aquí es donde usted explica como utilizara el personal de sistemas, comunicación, contabilidad, equipo, software, oficina, mobiliario, accesorios, terreno y edificios, así como investigación y desarrollo.
9. **Plan de contingencia:** identifica todos los riesgos potenciales (pasivo, terminación de contrato etc.,) y su plan para reducir o eliminar los riesgos o las amenazas identificadas; por ejemplo, como manejará las emergencias, accidentes graves o desastres.
10. **Resumen ejecutivo:** el resumen ejecutivo siempre se escribe al final pero aparece como la primera pagina del plan.²²

²² Balanko-Dickson Greg, "CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO", 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, Pág. 4-5, consulta 12/06/12

Para el autor Balanko, los diez pasos, se pueden ordenar de la siguiente manera, mismos que dan pauta a la **estructura del Plan de Negocio** de Logigroup México.

1. Resumen ejecutivo
2. Descripción de negocio
3. Productos o servicios
4. Análisis de la industria
5. Análisis del mercado
6. Estrategia de marketing
7. Operaciones y administración
8. Plan de implementación
9. Plan financiero
10. Plan de contingencia²³

²³Balanko-Dickson Greg, "CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO", 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, Pág. 4,5, consulta 12/06/12

Capítulo III

Logística en Eventos Sociales

III. LOGISTICA EN EVENTOS SOCIALES.

3.1 Definición de la logística de los negocios.

Los autores August Casanovas y Lluís Cuatrecasas en su libro “Logística Empresarial” dan la definición de logística empresarial como: “la logística empresarial comprende la planificación y el control de todas las actividades relacionadas con la obtención, traslado y consumo, a través de la organización, y como un sistema integrado. El objetivo que pretende conseguir es satisfacer las necesidades y los requerimientos de la demanda de la manera más eficaz y con el mínimo coste posible”²⁴

Considerando la definición anterior y la actividad que realizaremos la definición que más se asemeja a la practica con nuestra empresa sería la siguiente: “Dado un nivel de servicio al cliente predeterminado, la logística se encargará del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores (distribución, fabricación, aprovisionamiento, almacenaje y transporte,...) con el objetivo de disponer del material adecuado, en el lugar adecuado y en el momento oportuno, al mínimo coste posible y según la calidad y servicio predefinidos para ofrecer a nuestros clientes”²⁵, que viene en el libro de los autores August Casanovas y Lluís Cuatrecasas

Según el autor Ronald H. Ballou en el libro “Logística Administración de la cadena de suministro”, comenta que “la de los negocios es un campo relativamente nuevo en el estudio integrado de la gerencia, si lo comparamos con los tradicionales campos de las finanzas, el marketing y la producción.”²⁶ A lo que se refiere el autor es que se está incursionando en la logística y no es tan conocido como lo son otros campos en la administración de negocios.

Al igual menciona que “La novedad de este campo estriba en el concepto de dirección coordinada de las actividades relacionadas, en vez de la práctica histórica de manejarlas de manera separada, además del concepto de que la logística añade valor a los productos o servicios esenciales para la satisfacción del cliente y para las ventas”.²⁷

²⁴ Casanovas August, Cuatrecasas Lluís, “**LOGISTICA EMPRESARIAL**”, 1º Edición, Edit. Gestión 2000, Barcelona, Año 2001, pp. 222, pág. 17 consulta 15/06/12

²⁵ idem

²⁶ Ballou Ronald H. “**LOGÍSTICA ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO**”, Quinta edición, Edit. Pearson Educación, Estado de México, Año 2004 pp.789pag. 3 consultada 15/06/12

²⁷ idem

La logística coordina las actividades que se desean realizar, darles forma o una secuencia para su realización así con ella poderle dar la satisfacción a los clientes con lo que requieren.

3.2 Empresas de logística en eventos.

Una empresa de logística en eventos sociales, se encarga de la organización detallada de los eventos sociales desde el lugar donde se realizara el evento social, la comida que se ofrecerá, la música, la asignación de mesa para los invitados, etc.

Las empresas de logística en eventos sociales buscan brindar solución a las necesidades de sus clientes a un bajo costo brindándoles una amplia gama de opciones que se adapte a sus necesidades y presupuestos, con la finalidad de que el cliente quede satisfecho el día de su evento social y lo disfrute al igual que sus invitados.

En la actualidad mucha gente e incluso empresas recurren a la contratación de empresas de logística en eventos, ya que no cuentan con el tiempo suficiente para la organización de sus eventos sociales por cuestiones personales o porque consideran que estas empresas tienen amplia experiencia lo cual garantiza la satisfacción total de su evento.

En la actualidad existen varias empresas dedicadas a la organización de eventos en México. Su actividad en el mercado es reciente. A continuación se presentan algunas de ellas ubicadas en el Distrito Federal.

Área producciones

- Planeamiento, gestión y desarrollo de eventos y espectáculos. Fiestas de fin de año, eventos empresariales, fiestas temas, lanzamientos de nuevos productos.

Darpa Soluciones Creativas

- Organizamos todo tipo de evento, te ayudamos a elegir a los mejores proveedores del mercado, banquetes, bocadillos, carpas, mobiliario, meseros, audio, iluminación, etc.

Eventos PW

- Organización de eventos sociales, empresariales y masivos. 12 años de experiencia. Nos ajustamos a tu presupuesto y hacemos que luzca del millón. Eventos con ideas originales y divertidas.

Eventus

- Organización Integral de eventos, congresos y convenciones. Servicio de audio, video, iluminación y traducción simultánea. Escenografías, registro de asistencia, arreglos florales, promocionales. Box lunch y catering. Contratación de grupos musicales y artistas.

Cafry Eventos

- Organizadores y planificadores expertos en eventos sociales como: bodas, XV años, bautizos, graduaciones, baby shower, aniversarios, despedidas de soltera y fiestas infantiles en México.

 **Dream Events México**

- Organización integral de eventos, servicio de montaje y decoración, jardines, haciendas, salones y museos, fiestas tema, arreglos florales, banquete, edecanes.

 **Menash**

- Servicios profesionales de organización de bodas, XV años, cumpleaños, eventos empresariales. Contratación de recintos religiosos, salones, jardines.

 **Boompa**

- Lanzamiento de marcas, conferencias de prensa, aniversarios, bodas, graduaciones, bautizos y baby shower, fiestas tema, despedidas de soltero. Banquetes de comida internacional, taquizas, box lunch, snaks, bebidas.

 **Promotora y Organizadora de Eventos y Servicios, SA de CV**

- Servicio de organización de eventos, planeación y logística, registro y acreditación, ambientación, imagen, audio y video, iluminación, escenarios, transporte

 **Crea Global Eventos**

- Consultoría y organización integral de eventos sociales y corporativos. Viajes de incentivo, workshops, lanzamiento de productos, bodas, ceremonias religiosas, graduaciones.

 **Showstar**

- Organización y producción de eventos de todo tipo, fiestas temáticas, cócteles con música en vivo, graduaciones, teatro del pueblo. Cuentan con cantantes, imitadores, comediantes.

 **Tecnomania**

- Producción de videos industriales y producción de eventos corporativos, diseño de imagen corporativa, e-marketing, medios impresos, promoción de punto de venta y campañas

Capítulo IV
Propuesta de un
Plan de Negocios
para una Empresa de
Logística en Eventos Sociales

Resumen Ejecutivo

IV. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA DE LOGISTICA EN EVENTOS SOCIALES.

4.1 Resumen ejecutivo.

Logigroup México S.A. es una microempresa de servicios dedicada a la organización de eventos sociales, su finalidad es satisfacer las necesidades de los clientes ya que es una empresa de logística en eventos sociales, la cual está comprometida a realizar desde la organización del evento social hasta el último detalle del mismo.

Tiene como misión crecer, innovar y ofrecer calidad total en la logística de sus eventos sociales, para lograr su visión y convertirse en la empresa líder en logística en eventos sociales.

Fue creada por Paola Noguez Zacarías y Donají López Delgado las cuales son socias ya que cada una invirtió un 50% lo cual dio un total de \$300,000 como inversión inicial, por este motivo fue constituida como sociedad anónima.

Actualmente Logigroup México se encuentra en la etapa de introducción por lo cual se le tiene que inyectar mayor capital para lograr un crecimiento y posicionarnos en el mercado, ofreciendo promociones atractivas a nuestros clientes.

Logigroup México S.A. busca tener convenios con diferentes salones, se adapta al presupuesto del cliente, realizamos completamente la organización del evento para que el cliente disfrute al máximo de su evento, ofreciéndole calidad y rapidez en su servicio, lo que la hace diferente con otras empresas.

Logigroup México S.A. tiene grandes posibilidades de crecer ya que es un negocio factible ya que el tiempo de recuperación es a corto plazo y nuestro servicio es ampliamente solicitado por los clientes, ya que buscan calidad a un bajo costo, rapidez y precisión en el servicio lo cual nos caracteriza.

De acuerdo a estudios de mercado realizados nuestros clientes son de clase media, media - alta, en un futuro Logigroup México S.A. pretende ser atractiva a otras clases sociales, ofreciendo precios mejores que la competencia, calidad, vanguardia y prestigio.

Actualmente Logigroup México se encuentran ubicada en Calz. Vallejo 1268 Cond. 2 edif. G-5 depto. 401, Colonia: pipsa, C.P. 07620.

Descripción de Negocio

4.2 Descripción de negocio (plan estratégico).

4.2.1 Nombre de la empresa.

“Logigroup México”

El nombre se forma considerando las palabras logística y grupo, y México porque es donde se sitúa la empresa.

Misión.

Crecer, Innovar y ofrecer calidad total en logística de eventos, resultados tangibles en todas las actividades que Logigroup México desempeñe, cumpliendo con los objetivos acordados en cada proyecto.

Visión

Convertirnos en la empresa líder en logística en eventos sociales, manteniendo un nivel de excelencia y mejora continua, ofreciendo lo más innovador en cada evento social y superar las expectativas de nuestros clientes.

Valores.

- ✚ **Honestidad.-** Asumimos el compromiso de conducirnos con apego a principios éticos y legales; a actuar siempre con la verdad y a predicar con el ejemplo.
- ✚ **Responsabilidad.-** Los que trabajamos en Logigroup México, nos comprometemos a cumplir en tiempo y forma con lo que ofrecemos a nuestros clientes, a nuestros proveedores, a nuestros compañeros.
- ✚ **Compromiso.-** Ofrecer a nuestros clientes, la satisfacción de sus expectativas de servicio con: amabilidad, calidad, oportunidad, atención personalizada.
- ✚ **Cultura de servicio.-** En Logigroup México, tenemos el compromiso de hacer del servicio, un hábito que forme parte de nosotros mismos.

4.2.2 Antecedentes.

Logigroup México S.A. surge en la Ciudad de México en el año 2010, como un trabajo para la clase de Creación de Empresas en La Universidad Latina, con la participación de Paola Noguez Zacarías y Donají López Delgado, estudiantes en la Licenciatura Administración.

Después de un año surge un evento social familiar y los organizadores no tienen el tiempo para la planeación, por lo cual Paola Noguez Zacarías se hace cargo de la organización con la ayuda de Donají López Delgado notando que el evento social se realiza con éxito.

En el año 2012 deciden asociarse para la apertura de Logigroup México S.A. una empresa de logística en eventos.

Logigroup México tiene como finalidad organizar y realizar el evento social ofreciéndole al cliente el mejor servicio en logística en eventos y satisfacción total

4.2.3 Giro de la empresa.

Logigroup México es una empresa de servicio ya que lo que se ofrece en parte es intangible, está dedicada a satisfacer las necesidades de los clientes.

Nuestro mayor recurso es el ser humano ya que se necesita para brindar un servicio

4.2.4 Tamaño de la empresa.

De acuerdo a la clasificación del tamaño de las empresas, Logigroup México, se clasifica como Microempresa ya que reúne las siguientes características.

- ✚ El número total de trabajadores no excede a 10 personas.
- ✚ Tiene aproximadamente un ingreso anual de 900´000.00.
- ✚ Tiene la capacidad de contribuir al desarrollo económico del país, al acelerar la generación de empleos y al incrementar el ingreso familiar

4.2.5 Fundamento legal de la empresa.

Logigroup México S.A.

Es una Sociedad Anónima (S.A.). Porque está conformada por dos socios los cuales están únicamente obligados al pago de sus acciones.

4.2.6 Obligaciones.

Inscribirse o darse de alta ante el registro federal de contribuyentes

Llevar contabilidad y conservarla un periodo de 5 años

Expedir y conservar comprobantes fiscales por las actividades que realice

Presentar declaraciones informativas, a más tardar el 15 de febrero del año siguiente.

Formular un estado de posición financiera y levantar inventario de existencias al 31 de diciembre de cada año.

Presentar declaración anual.

Expedir constancias. Si tiene trabajadores deberá entregarles constancia de las percepciones que les pague y las retenciones que les efectuó, a más tardar en el mes de enero de cada año.

Efectuar retenciones. Se deberá efectuar la retención del impuesto sobre la renta cuando se paguen sueldos o salarios a trabajadores, y en su caso, entregarles en efectivo las cantidades que resulten a su favor por concepto de crédito al salario.

Otras obligaciones:

Llevar un registro específico de las inversiones por las que se tomó la opción de deducción inmediata.

Calcular en la declaración anual del impuesto sobre la renta, la participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa (PTU).

4.2.7 Políticas.

1.- Brinda servicio de calidad a nuestros clientes

2.- El personal debe presentarse a trabajar con ropa formal

3.- Respetar y dar trato digno al cliente

4.- Aumentar la oportunidad de crecimiento dentro de la empresa.

5.-Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.

6.-La promoción de actividades deportivas, sociales y culturales.

7.-Atender al cliente es responsabilidad de todos

8.- Todo el personal asignado al evento deberá presentarse de manera puntual y presentable.

9.- Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento para con el cliente.

10.- Mantener un comportamiento ético dentro de la empresa.

Servicios

4.3 Servicio (producto)

Organización de eventos sociales.



4.3.1. Objetivo:

Crear y comercializar paquetes que satisfagan las expectativas y necesidades de nuestros clientes, en sus eventos sociales.

4.3.2 Descripción del servicio

El servicio que ofrece Logigroup México está encaminado a que el cliente y sus invitados disfruten de su evento sin tener que preocuparse por ningún aspecto de logística.

Los servicios que ofrece Logigroup México son:

Asesoría

- Apoyo en el diseño y planeación de su evento de acuerdo a sus necesidades económicas.

Diseño de evento

- Creación de un ambiente único.
- Diseñadores de eventos que toman en cuenta las ideas del cliente, para elaborar a su medida el concepto y el tema más ajustado a la ocasión. Nuestra capacidad de escuchar y de coordinar todo para hacer de su evento un éxito total.

Logística y timing de actividades

- ✚ Esfuerzo máximo para cumplir con tiempos según lo planeado.
- ✚ *Decoración/escenografía*
- ✚ Diseñadores de eventos toman en cuenta sus ideas para elaborar a su medida el concepto y el tema más ajustado a la ocasión.
- ✚ Capacidad de escuchar y de coordinar todo para hacer de su evento un éxito total
- ✚ Servicio de producción y montaje de escenografía para sus fiestas y eventos cual sea su necesidad: escenografía ligera, tela sublimada, producción a medida. Participamos desde la idea creativa hasta que su evento se convierte en toda una sensación.

Planeación de transportación al evento

- ✚ Servicio de chofer o Conductor Designado, para el traslado de sus invitados
- ✚ Automóvil
- ✚ Van Express
- ✚ Limousine
- ✚ Servicio en playas, haciendas o casas particulares.

Envío y confirmación de invitaciones

- ✚ Enviamos las invitaciones del evento y confirmamos su asistencia al mismo.
- ✚ Contratación de salones, hospedaje, alimentos, tours o actividades para asistentes.
- ✚ Nos encargamos de contactarlos con agencias de viajes (VTP), aerolíneas, hoteles.
- ✚ Coordinación de las áreas audiovisuales y actividades del personal del evento.
- ✚ Personal apropiado para la realización de su evento, ya que conocerán sus necesidades y que se cumplan según lo acordado previamente

Supervisión en sitio

- ✚ Supervisión total del evento incluyendo la recepción y montaje de equipos para asegurar que todo esté en orden.
- ✚ Aseguramos que los servicios sean los mejores en la calidad que tú eliges

Servicios audiovisuales

- ✚ Asesoramiento personalmente al cliente, ayudándole a proyectar sus ideas con la mayor profesionalidad, ajustándonos a sus necesidades.
- ✚ Ofrecemos vídeo, sonido e iluminación. Disponemos de los mejores equipos y personal para garantizar los Eventos.

4.3.3 Situación actual del producto.

En la matriz Boston Consulting Group (BCG) nuestro servicio, se encuentra en la parte interrogante, por estar en la etapa de introducción. La inversión es alta y la participación del mercado es relativamente baja.

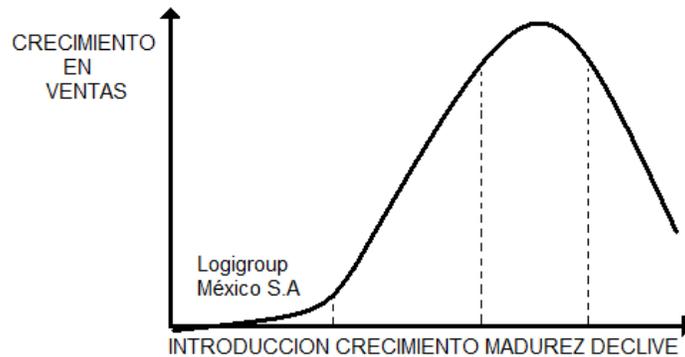
Esto sería en el ciclo de vida del servicio, en la que se debe inyectar mayor capital para obtener un mejor crecimiento y posicionamiento.

Como se muestra a continuación en la Matriz BCG y la curva del ciclo de vida del servicio

Matriz BCG



Ciclo de vida del servicio



4.3.4 Logo de la empresa.

El logo de la empresa está formado por dos mariposas a los lados del nombre, que como se menciono anteriormente Logigroup México lleva este nombre ya que está dividido de la siguiente manera:

Logi ya que se relaciona con logística, group que al español se refiere a grupo, esto quiere decir que se trabaja en equipo para lograr el evento social y México porque es en donde se encuentra situada la empresa.

Las mariposas que están en el logo son porque es el símbolo de la transformación total.

La mariposa representa la necesidad de cambio y de mayor libertad, y a la vez representa valentía: se requiere valentía para llevar a cabo los cambios necesarios en nuestro proceso de crecimiento

Cuenta la leyenda indoamericana que las mariposas son seres silenciosos a quienes les puedes confiar secretos íntimos y deseos; ellas volarán junto al espíritu del bosque, y le pedirán que éste conceda cada deseo confiado a ellas por quién las dejó volar.

En México nuestros antepasados prehispánicos veían en la mariposa un ser mágico asociado con la buena fortuna, la libertad y la prosperidad; de ahí que las mariposas estuvieron siempre presentes en ofrendas y rituales realizados en honor de numerosos dioses al solicitar diferentes favores.

En la Actualidad se dice que cuando alguien recibe una mariposa como regalo, se puede pedir un deseo y este se convertirá en realidad con tan solo dejarla volar; de la misma manera cuando alguien asiste a un evento en el cual se liberan mariposas puede desear lo mejor a los festejados confiando en que sus deseos se harán realidad.

Mariposas símbolo de amor y deseos que vuelan para convertirse en realidad.



Análisis de la Industria

4.4 Análisis FODA

El análisis FODA nos muestra las Fortalezas y Debilidades de una empresa, las cuales son internas, las fortalezas tienen como finalidad mostrar las cualidades de una empresa frente a su competencia, las debilidades muestran lo que le hace falta a una organización para ser mejor que otras empresas de este giro.

Las Oportunidades, Amenazas de una empresa son externas, indican que le hace falta a la empresa y que es lo que nos hace más competentes ante la competencia, en que podemos tener mayor oportunidad de crecer y en que es lo que nos causaría problemas para realizar el evento social.

En el caso de **Logigroup México** el análisis FODA arroja lo siguiente:

FORTALEZAS

- ✚ Convenio con diversos salones y jardines
- ✚ Organización total del evento
- ✚ Contamos Con agencia de Viajes
- ✚ Personal capacitado para cualquier tipo de evento
- ✚ Diversificación
- ✚ Compromiso con el servicio a brindar
- ✚ Continua capacitación
- ✚ Servicio en calidad, rapidez, tecnología y trabajo en equipo
- ✚ Ideas actuales que permiten la satisfacción de los clientes

DEBILIDADES

- ✚ Somos una empresa de nueva creación
- ✚ Dirigidos a un nivel Socio-Económico específico
- ✚ Falta de experiencia
- ✚ Los competidores tienen mayor tiempo en el mercado y por lo tanto más experiencia
- ✚ Poca participación en los medios de comunicación
- ✚ Falta de presupuesto
- ✚ Solo abarcamos D.F y Área metropolitana

OPORTUNIDADES

- ✚ Expansión a nivel Nacional
- ✚ obtener Convenio con todos salones y jardines del D.F
- ✚ Realización de Convenciones
- ✚ Alianzas estratégicas con empresas
- ✚ Desarrollar Nuevos e innovadores tipos de eventos
- ✚ Abarcar niveles socio-económicos más bajos de los que estamos enfocados
- ✚ La insatisfacción de los clientes de otros grupos de logística

AMENAZAS

- ✚ Las familias prefieren auto organizar su evento social
- ✚ Competencia
- ✚ Crisis económica actual
- ✚ Nivel socio-económico al cual vamos dirigidos

Análisis del Mercado

4.5 Análisis del mercado

4.5.1 Descripción del mercado actual

En la actualidad mucha gente e incluso empresas recurren a la contratación de empresas de logística en eventos, ya que no cuentan con el tiempo suficiente para la organización de sus eventos sociales por cuestiones personales o porque consideran que estas empresas tienen amplia experiencia lo cual garantiza la satisfacción total de su evento.

En la actualidad existen varias empresas dedicadas a la organización de eventos en México. Su actividad en el mercado es reciente.

La información anterior se obtuvo a través de una encuesta realizada para conocer el mercado actual que tienen las empresas de logística en eventos sociales en la ciudad de México. Anexo 1

4.5.2 Análisis de la demanda

Con el paso del tiempo la demanda de este tipo de empresas ha aumentado ya que son pocas empresas de logística que existen y la gente requiere de este servicio, sobre todo las empresas ya que buscan una mejor calidad para la organización de sus eventos sociales.

La información de la demanda se obtuvo de un cuestionario el cual determino lo anterior. Anexo 1

4.5.3 Oferta

Organización de todo tipo de eventos como, bautizos, bodas, primera comunión, XV años, despedida de solteros, baby shower

La logística y proveeduría es completa: alimentos y bebidas, mobiliario, carpas y lonas, artículos promocionales, renta de espacios, decoración, personal de servicio, animación. Artículos decoraciones artículos decoraciones carpas renta de carpas para eventos. (Lonas para carpas, carpas para eventos) artículos deportivos, bebidas

4.5.4 Competencia

La mayor competencia que tiene Logigroup México, son las empresas de logística en el eventos sociales que se localizan en el DF y el servicio que estas ofrecen.

Otra competencia es la misma gente ya que ellos son los que organizan sus eventos, no de la misma calidad pero a un precio más económico

Nombre de las empresas	Logigroup México	Dream Events México	Área Producciones	Eventus	Boompa
Servicios a Ofrecer:					
Planeación	X	X	X	X	X
Organización	X	X			
Logística	X				
Servicio de audio y video	X			X	
Banquetes					X
Contratación de lugares	X	X	X	X	
Fiestas temáticas	X	X	X	X	X
Planeación de transporte	X				
Envío y Confirmación de invitaciones	X				
Decoración	X	X		X	X
Página de internet	X		X	X	

4.5.5 Segmentación del mercado

- ✚ Geográficos: Delegación Gustavo A. Madero, con 1.185.772 habitantes
- ✚ Demográficos:
 - Edad: 18 años en adelante
 - Sexo: indistinto
- ✚ Estado civil:
 - soltero y casado
- ✚ Religión: indistinta
- ✚ Nivel de estudios: indistinto
- ✚ Tipo de vivienda: propia o renta
- ✚ Tipo de servicios:
 - Luz
 - Agua
 - Gas
 - Drenaje, etc.
- ✚ Tipo de construcción:
 - Tabique
 - Tabicón.
- ✚ Ingresos:
 - 900'000 anual
- ✚ Personalidad:
 - Alegre
- ✚ Motivación:
 - eventos de calidad y tener tiempo para atender a sus invitados
- ✚ Segmentación conductual
- ✚ Frecuencia de uso:
 - de 3 a 6 veces al año
- ✚ Ocasión de uso:
 - 1 o 2 veces por mes
- ✚ Tasa de uso:
 - bajo
- ✚ Lealtad a la marca:
 - Alta
- ✚ Pictográficos:
 - clase social media, media – alta.

4.5.6 Estudio de mercado

Para la investigación de mercado se realizan dos métodos el cual fue constituido por el método cuantitativo que consto de 40 entrevistas y el método cualitativo formado por 400 encuestas, estas arrojan que la empresa Logigroup México es viable de acuerdo a las necesidades que tienen hoy en día las personas en el DF.

Se aplicó la siguiente fórmula para conocer cuantas encuestas se realizarían

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

En donde:

(n) tamaño de la población segmentada

(Z) nivel de confianza

(p) probabilidad de fracaso

(q) probabilidad del éxito

(d) error de muestra

Se considera que “p” y “q” tienen un valor de .50 cada una y un error de estimación de 5% máxima si se considera que es para esta investigación y obteniendo en “z” un 95% ya que se trata de una investigación social.

Formula:

$$N = (1.96)^2 (.50)(.50) / (.05)^2 = 384.16$$

Por el margen de error se redondea y se hacen 400 encuestas.

Tabulación del estudio de mercado

Edad

18-25	98
26-35	110
36-45	110
Más de 46	82
Total	400

Sexo

Femenino	204
Masculino	196
Total	400

Edo. Civil

Casado	187
Soltero	213
Total	400

Escolaridad

Primaria	9
Secundaria	43
Preparatoria	147
Universidad	178
Posgrado	23
Total	400

Ocupación

Estudiante	75
Hogar	52
Empleado	167
Independiente	74
Jubilado	32
Total	400

Vivienda

Propia	343
Renta	57
Total	400

Habitaciones

1 a 3	191
4 a 5	157
más de 6	52
Total	400

Focos

1 a 3	286
4 a 5	96
más de 6	18
Total	400

Auto propio

Si	251
No	149
Total	400

Vacaciones

Playa	172
Estados	177
Extranjero	37
Otros	14
Total	400

Pregunta 1

No se	27
Planea	221
Asesora	58
Organiza	94
Total	400

Pregunta 2

Si	206
No	194
Total	400

Pregunta 2.1

PH	48
Coronado	38
TyC	22
GPR	11
Salones	67
Intermiting	9
Ocesa	52
Mc Donalds	46
Total	293

Pregunta 3

Si	308
No	92
Total	400

Pregunta 4

1 al año	162
2-3 al año	157
5-7 al año	51
8-12 al año	22
más de 12	8
Total	400

Pregunta 5

1 al año	65
2-3 al año	136
5-7 al año	143
8-12 al año	28
más de 12	28
Total	400

Pregunta 6

Si	349
No	51
Total	400

Pregunta 6.1

Ahorrar tiempo	107
Encargada	104
Costo	24
Da todo	46
Mejor org.	83
Otra Calidad	1
Total	365

Pregunta 7

Tener tiempo	60
Bien hecho	123
Buena atención	137
Rapidez	80
Total	400

Pregunta 8

\$50'000 a 250'000	285
\$250'000 a 500'000	52
\$500'000 a 750'000	19
\$750'000 a 1000000	6
No se	2
Depende	36
Total	400

Pregunta 9

Precio	123
Prestigio	100
Experiencia	87
Recomendación	68
Cercanía	20
Otros	2
Total	400

Pregunta 10

Paquetes	147
Descuentos	103
Cortesías	13
Meses	65
Clientes	4
Precio	68
Total	400

Pregunta 11

Si	175
No	225
Total	400

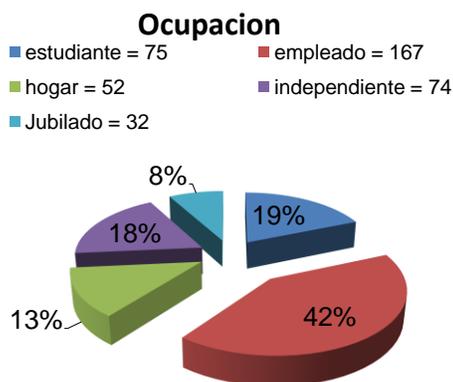
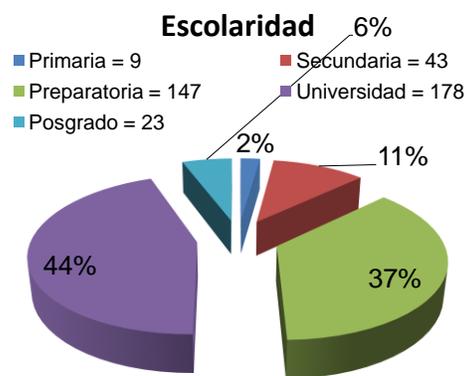
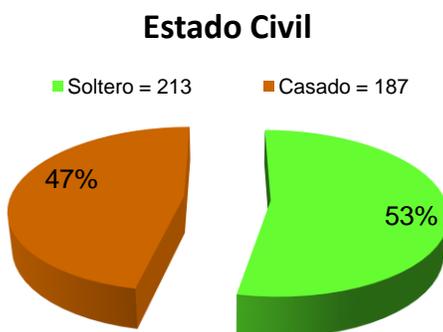
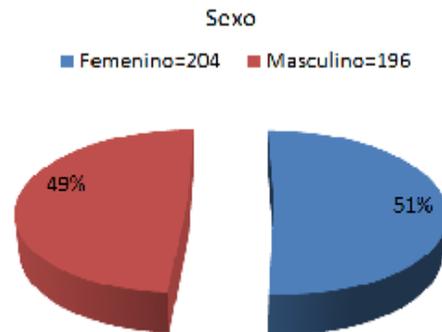
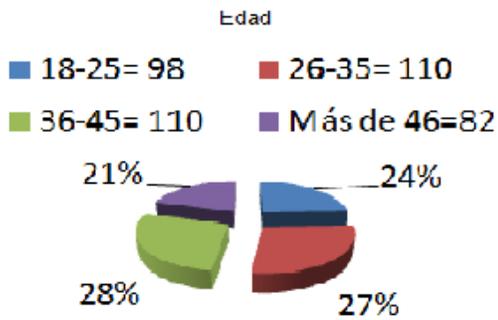
Pregunta 11.1

<i>Sección amarilla</i>	57
T.V.	40
Espectaculares	19
Radio	3
Internet	71
Revista	34
Exposiciones	18
Otros	2
Total	244

Pregunta 12

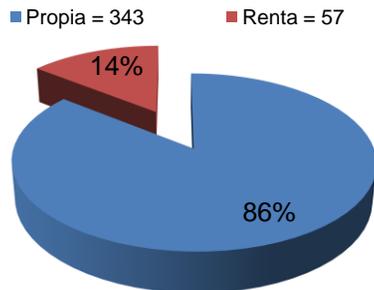
<i>Sección amarilla</i>	23
T.V.	50
Espectaculares	47
Radio	49
Internet	108
Revista	83
Exposiciones	38
Otros	2
Total	400

En las siguientes graficas se observan que las encuestas se realizaron casi de igual manera al género femenino como al masculino, siendo que las personas que contrarían una empresa de logística en eventos sociales son de 26 a 45 años de edad, notando un mínimo de diferencia entre casados y solteros, así mismo se observa que gran parte tiene estudios universitarios de los cuales son empleados.

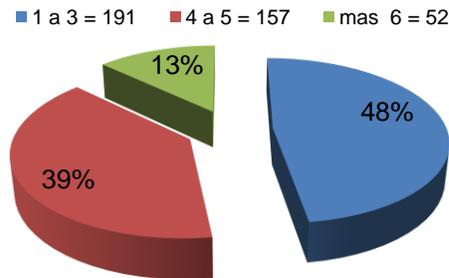


En las siguientes graficas se observa que la mayoría de las personas encuestadas cuentan con casa propia de 1 a 3 habitaciones, las cuales dispones de 1 a 3 focos por habitación, la mayoría de los encuestados tienen auto propio y a dichas personas les agrada salir de vacaciones al interior de la republica. Por lo tanto el perfil económico es de clase media y media alta.

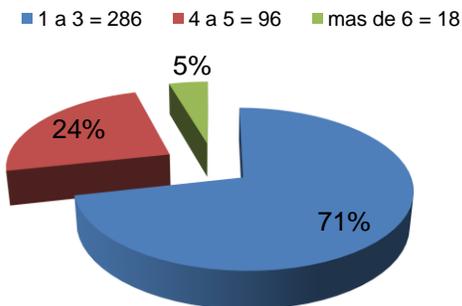
Tipo de Vivienda



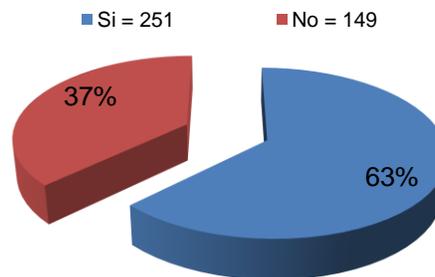
Habitaciones en el hogar



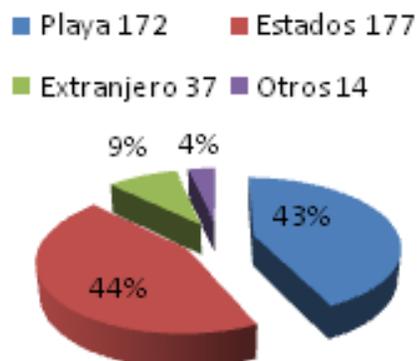
Total de focos por habitacion



Auto Propio



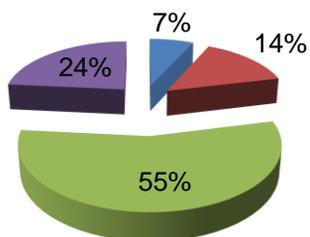
Vacaciones



Para los encuestados una empresa de logística en eventos sociales es la que se encarga de planear un evento y organizarlo, por lo que tienen claro el concepto de esta.

¿Para usted que es una empresa de logística en eventos sociales

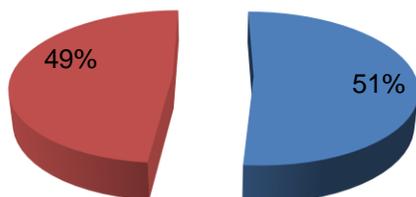
■ No se = 27 ■ asesora = 58
 ■ Planea = 221 ■ Organiza = 94



Gran parte de los encuestados tienen conocimiento sobre que es una empresa que se dedica a la organización de eventos sociales y dentro de los que más recuerdan son: McDonald's, Palacio de Hierro, salones de fiestas privados, OCESA, coronado.

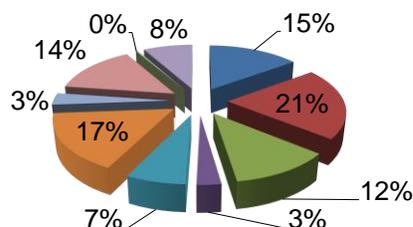
¿Conoce alguna empresa de logística de eventos sociales?

■ Si = 206 ■ No = 194



Empresas que conoce la gente

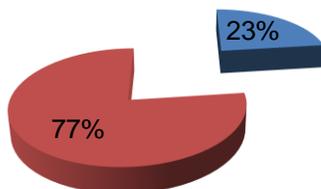
■ PH = 48 ■ Salones = 67
 ■ Coronado = 38 ■ Inter = 9
 ■ T y C = 22 ■ Ocesa = 52
 ■ GPR = 11 ■ mc Donalds = 46



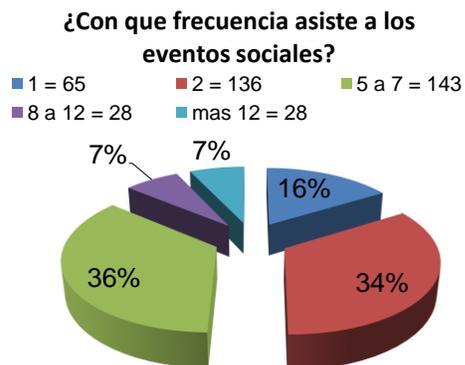
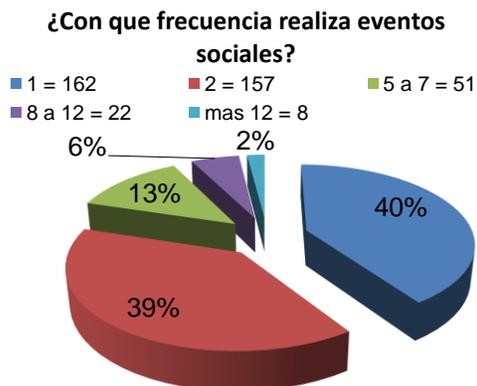
Las causas principales por lo que las personas no han contratado los servicios es porque, el servicio se les hace caro, no conocen una empresa que realice estos servicio o lo realizan por su cuenta.

¿Ha contratado alguna empresa de logística de eventos sociales?

■ Si = 92 ■ No = 308



Los encuestados que realizan eventos sociales, lo hacen de 1 a 2 veces por año y asisten de 2 a 7 veces en el año a dichos eventos.

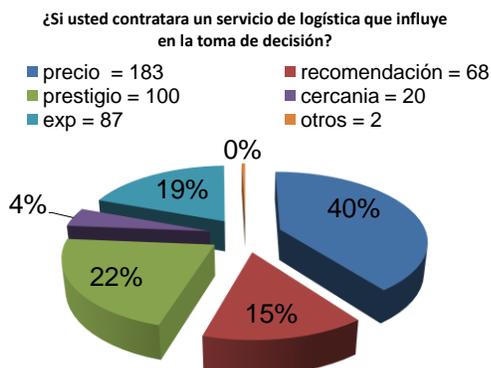
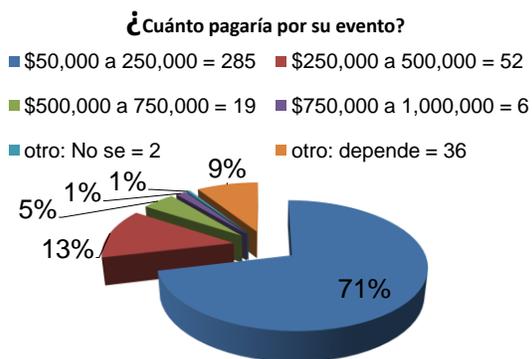


Las razones por lo cual las personas contrataría una empresa que desean ahorrar tiempo y se pueden encargar de todo para la organización de eventos.



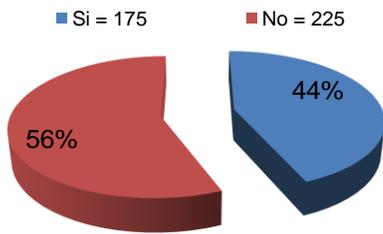
Cuando se trata del costo de un evento social la mayoría de los encuestados consideran justo pagar desde 50'000 a 250'000 pesos en relación a su evento.

Ya que si lo contratan una empresa que se dedica a la logística de eventos sociales en el primer lugar se fija en el precio, en segundo lugar en el prestigio de la experiencia principalmente y en tercer lugar en la cercanía.

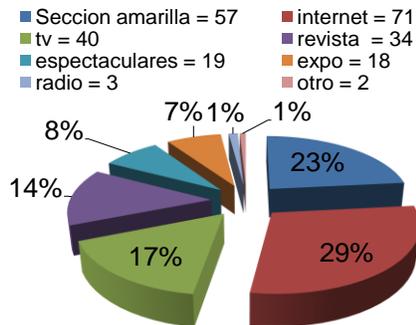


Cuando se les pregunto a las personas encuestadas acerca de su conocimiento sobre los medios donde se anunciaban las empresas de logística en eventos, la mayoría nos respondió que no conocen la publicidad de las empresas de logística en eventos. Por lo tanto se les pregunto que donde les gustaría que se anunciaran a lo que se nos respondió que les gustaría verlos anunciados en Tv ya que es el medio de comunicación masivo más popular entre la población mexicana

Conoce algún tipo de publicidad en donde se anuncian empresas que organicen eventos sociales?

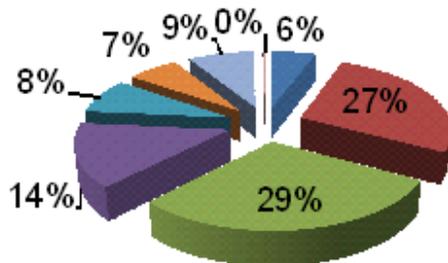


Si su respuesta es sí ¿Cuáles?



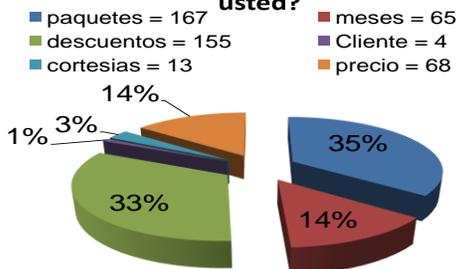
¿En donde le gustaría que se anunciara?

- Seccion amarilla = 33
- tv = 170
- espectaculares = 47
- radio = 49
- internet = 158
- revista = 83
- expo = 38
- otro = 2



Quando Hablamos de promociones la mayoría de las personas nos dijo que les gustaría que se les brindara varios paquetes todos incluido, ya que incluye varios servicios a un precio más económico

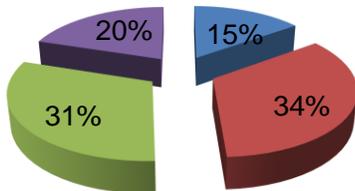
¿Qué promoción son atractivas para usted?



Cuando hablamos de Calidad en el servicio las mayoría de las personas encuestadas nos dijeron que para ellos es que se les de buena atención en todos los aspectos, ya que les interesa que sus invitados estén a gusto

¿para usted que es Calidad en el servicio?

■ tener tiempo = 60 ■ buena atencion = 137
■ cosas bien hechas = 123 ■ rapidez = 80



4.5.7 Reporte final de la Investigación de Mercado.

- ✚ Para las personas encuestadas una empresa de logística en eventos sociales es la encargada de organizar un evento social.
- ✚ La causa por la cual las personas no han contratado una empresa de logística en eventos, es porque se les hace caro, no conocen alguna empresa de este giro o lo realizan por su cuenta.
- ✚ Las personas realizan eventos de 1 a 2 veces por año y acuden de 2 a 7 eventos por año, por lo tanto se les puede ofrecer el servicio de logística en eventos sociales para que lo recomienden o bien realicen su evento con la empresa.
- ✚ Es factible una empresa de logística en eventos como **Logigroup México**, ya que las personas la contratarían por ahorrarse tiempo y se puede encargar de la organización de todo el evento social.
- ✚ En el costo de un evento social, la mayoría de los encuestados consideran pagar desde 50'000 hasta 250'000 pesos con relación a su evento, si contrataran una empresa de logística en eventos sociales lo que buscarían sería entre el precio, prestigio, experiencia y la cercanía de la empresa.
- ✚ A los encuestados les gustaría que **Logigroup México** se anunciara en internet, ya que es lo que más se utiliza hoy en día.
- ✚ La calidad para los encuestados es primordial ya que para ellos es la buena atención en todos los aspectos, les interesa que sus invitados se sientan a gusto en su evento social.

Estrategia de Marketing

4.6 Estrategias de Marketing

4.6.1 Servicio (producto)

Organización de todo tipo de eventos como, bautizos, bodas, primera comunión, XV años, despedida de solteros, baby shower

La logística y proveeduría es completa: alimentos y bebidas, mobiliario, carpas y lonas, artículos promocionales, renta de espacios, decoración, personal de servicio, animación. Artículos decorativas, carpas renta de carpas para eventos. (Lonas para carpas, carpas para eventos) artículos deportivos, bebidas

4.6.2 Precio

Boda			
Ingresos	Precio	17%	Total
Proveedores:			
Flores	4000	680	4,680
Música	10000	1,700	11,700
Lugar	80000	13,600	93,600
Video	5000	850	5,850
Decoración	15000	2,550	17,550
Iglesia	2500	425	2,925
Bebida	6000	1,020	7,020
Transporte	5000	850	5,850
Invitaciones	1000	170	1,170
Ambientación	4000	680	4,680
Clases baile	6000	1,020	7,020
Total	138,500	23,545	162,045
XV Años			
Ingresos	Precio	17%	Total
Proveedores:			
Flores	4000	680	4,680
Música	10000	1,700	11,700
Lugar	45000	7,650	52,650
Video	5000	850	5,850
Decoración	15000	2,550	17,550
Iglesia	1500	255	1,755
Bebida	6000	1,020	7,020
Transporte	5000	850	5,850
Invitaciones	1000	170	1,170
Ambientación	4000	680	4,680
Clases baile	6000	1,020	7,020
Total	102,500	17,425	119,925

Bautizo			
Ingresos	Precio	17%	Total
Proveedores:			
Flores	4000	680	4,680
Música	10000	1,700	11,700
Lugar	10000	1,700	11,700
Video	5000	850	5,850
Decoración	15000	2,550	17,550
Iglesia	1000	170	1,170
Bebida	6000	1,020	7,020
		-	-
Invitaciones	1000	170	1,170
Ambientación	4000	680	4,680
		-	-
Total	56,000	9,520	65,520

Sujeto a cambios, ya que **Logigroup México** se puede ajustar a presupuestos.

4.6.3 Plaza

📍 Logigroup México S.A.

Se encuentra ubicado en:

📍 Calz. Vallejo 1268 Cond. 2 edif. G-5 depto. 401
 Colonia: P.I.P.S.A
 C.P. 07620

4.6.4 Promoción

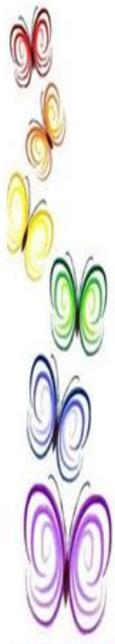
📍 En la contratación de **Logigroup México** para bautizos, XV años, bodas, se les da una botella de vino por mesa (contando que la mesa es de 10 personas).



*Contando que la mesa es de 10 personas.

4.6.5 Publicidad

✚ Volante:



MÁS QUE UN EVENTO... TU EVENTO.

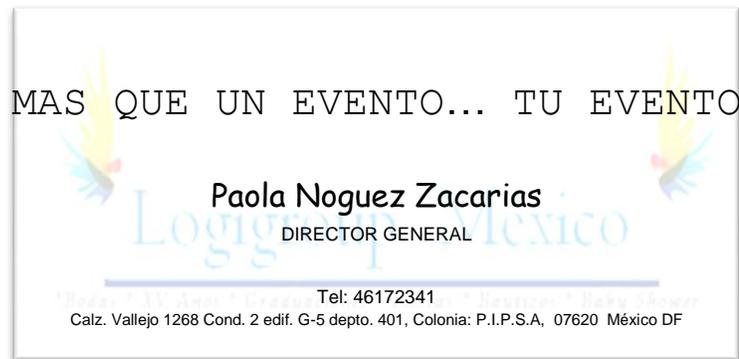
LOGISTICA EN EVENTOS SOCIALES.

Aniversarios * Bodas * Bautizos * Graduación * Baby Shower * XV Años *
1ra Comunión * Reuniones * Fiestas Temáticas * Cumpleaños *
Despedidas de Solteros

¡NOS ADAPTAMOS A TU PRESUPUESTO!

Contáctanos
Tel.: 46172341
Calz. Vallejo 1268 Cond. 2 edif. G-5 depto. 401, Colonia: P.I.P.S.A, 07620 México DF

✚ 1,000 tarjetas de presentación que tiene un costo de mil pesos



MÁS QUE UN EVENTO... TU EVENTO

Paola Noguez Zacarias
DIRECTOR GENERAL

Tel: 46172341
Calz. Vallejo 1268 Cond. 2 edif. G-5 depto. 401, Colonia: P.I.P.S.A, 07620 México DF

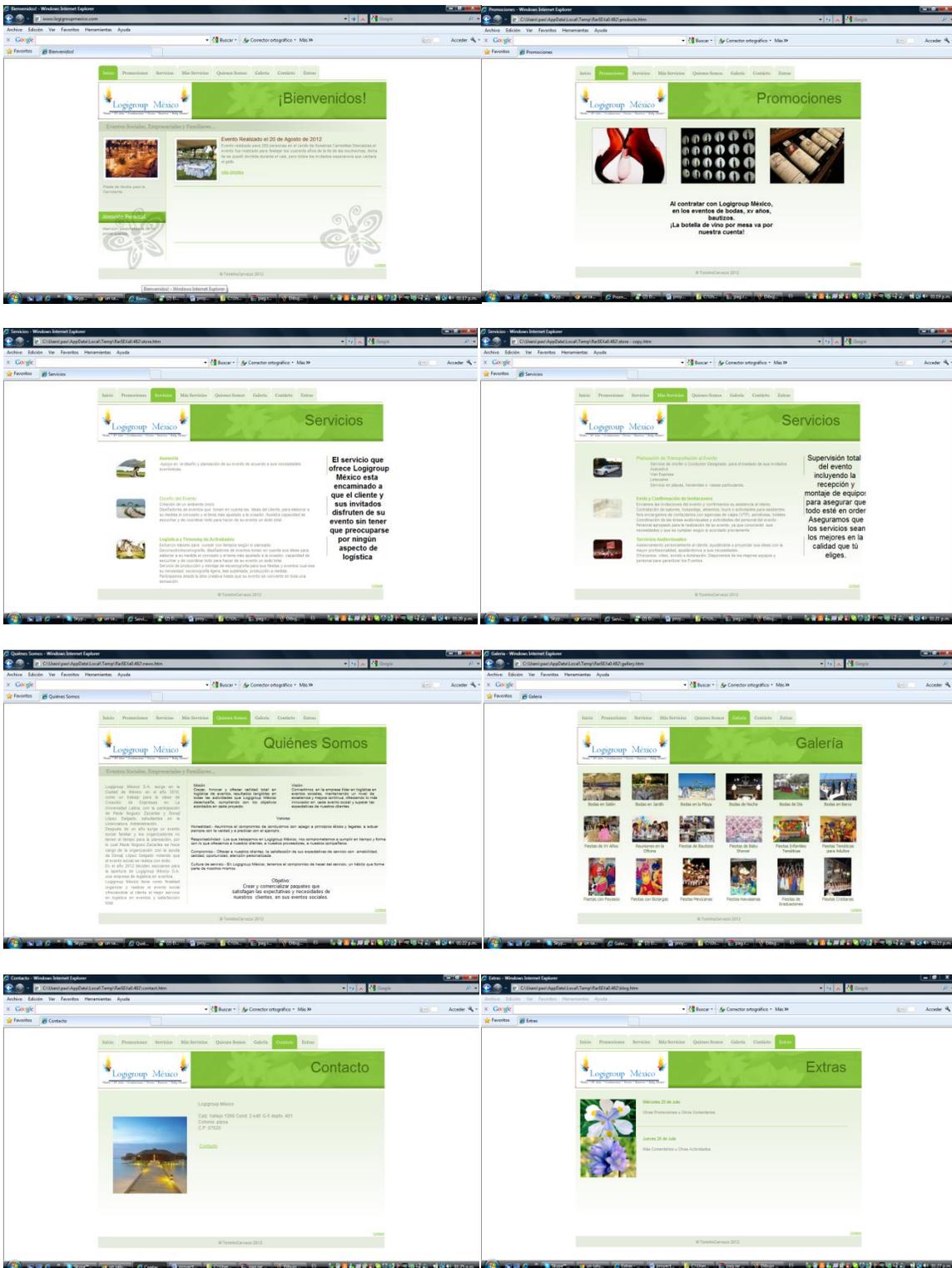


MÁS QUE UN EVENTO... TU EVENTO

Donají López Delgado
GERENTE ADMINISTRATIVO

Tel: 46172341
Calz. Vallejo 1268 Cond. 2 edif. G-5 depto. 401, Colonia: P.I.P.S.A, 07620 México DF

Crear un sitio web con información detallada.



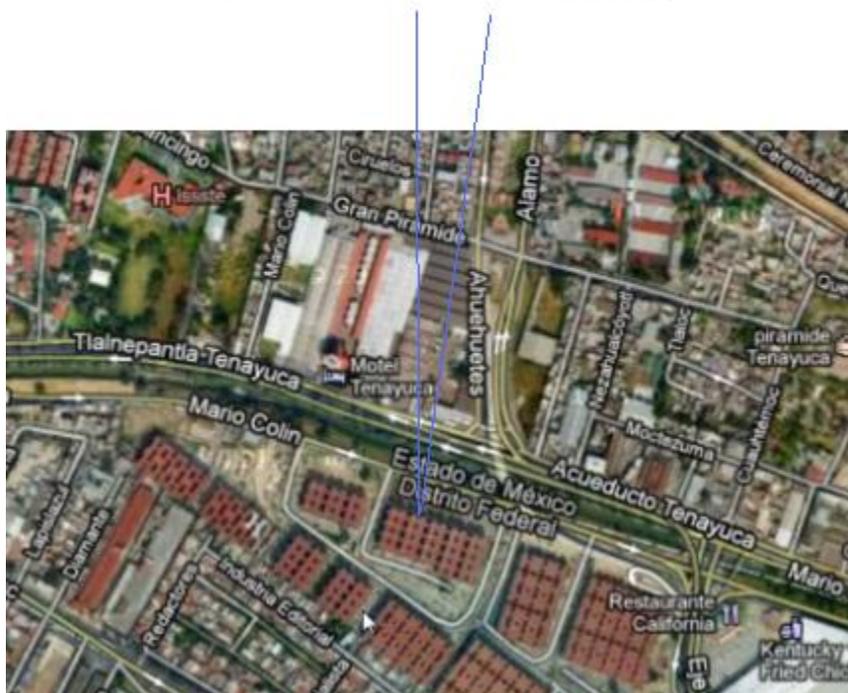
Operaciones y Administración

4.7 Operaciones

4.7.1 Localización de la planta.

Las oficinas de Logigroup México se encuentran ubicadas en:

- Calz. Vallejo 1268 Cond. 2 edif. G-5 depto. 401
Colonia: P.I.P.S.A.
C.P. 07620



4.7.2 Capacidad de la planta.

El número de empleados sube a partir del año 3 ya que se consideran 7 empleados más, en el año 4 se emplearan 3 más, y en el 5to año 5 más, dando un total de 15 empleados contratados para auxiliar a los directivos antes mencionados.

(Detallado en el apartado de finanzas).

La capacidad es de 5 personas como máximo, tomando en cuenta el 4to año que es cuando se tienen más empleados, cambiar de domicilio o bien rentar otro lugar.

4.7.3 Mobiliario y equipo

Cantidad	Concepto	Precio Unitario	Precio total	% depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
5	Laptop	6,000.00	30,000.00	30%	9000	9000	9000	3000	0	0	0	0	0	0	30000
2	Multifuncional	500.00	1,000.00	30%	300	300	300	100	0	0	0	0	0	0	1000
5	Escritorios	1,200.00	6,000.00	10%	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	6000
15	Sillas	179.00	895.00	10%	89.5	89.5	89.5	89.5	89.5	89.5	89.5	89.5	89.5	89.5	895
1	Frigo bar	400.00	400.00	10%	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	400
1	Extintor	140.00	140.00	10%	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	140
1	T.V 42"	500.00	500.00	10%	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	500
1	Cafetera	200.00	200.00	10%	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	200
1	Filtro	1,500.00	1,500.00	10%	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1500
	Total	11,069.00	40,635.00		10263.5	10263.5	10263.5	4063.5	963.5	963.5	963.5	963.5	963.5	963.5	40635

El mobiliario y equipo de trabajo se comprará en Office Depot y Mercado Libre, ya que se hizo una cotización de precios y los precios más accesibles fueron de estos dos establecimientos.

La depresión del mobiliario y equipo nos ayuda para el balance general que se muestra en el apartado de dicho tema.

4.7.4 Distribución de la planta

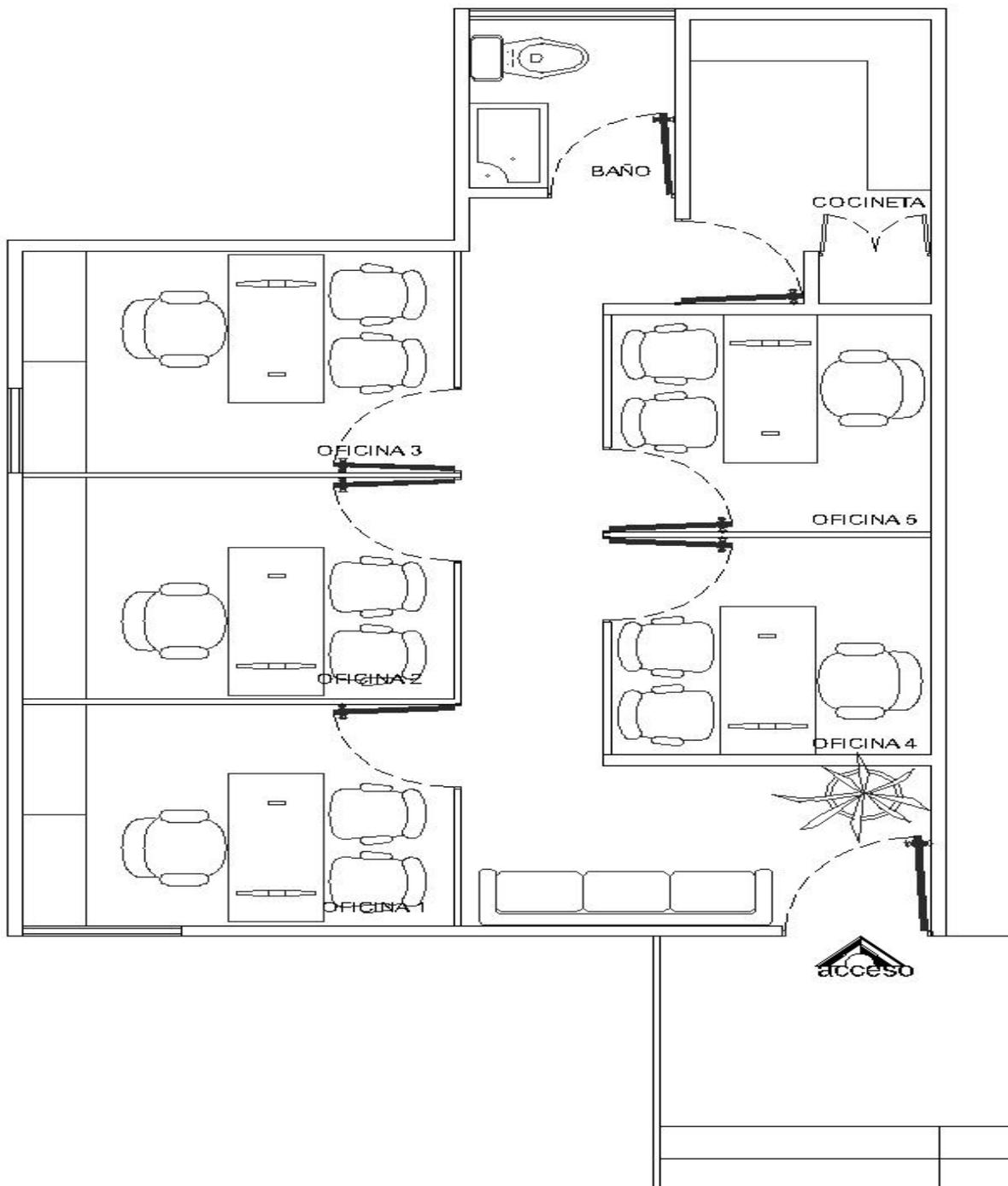
Oficina 1 Gerente de Comercialización y ventas

Oficina 2 Gerente de reservación

Oficina 3 Gerente Administrativo

Oficina 4 Gerente de Logística

Oficina 5 Director General



4.7.5 Control de calidad.

Para **Logigroup México S.A** es importante conocer la opinión sobre el servicio que se les brinda a sus clientes para la asesoría, por lo que se realiza una encuesta de servicio, al finalizar su evento.

Este control de calidad servirá para una autoevaluación y poder brindar un mejor servicio para los siguientes eventos.



Encuesta de Calidad del servicio

Instrucciones:

Marque con una "x" la opción deseada.

Evento a evaluar:

Boda XV Años Bautizo Graduaciones Fiesta temática
 1ra Comuni3n Aniversario Despedida de soltero Baby Shower
 Otra: _____

Cuestionario de evaluaci3n del servicio



Muy poca satisfacci3n Poca satisfacci3n Neutral satisfacci3n Moderada satisfacci3n Gran satisfacci3n

¿C3mo valora la atenci3n recibida por nuestro servicio?					
¿El personal inspira confianza?					
¿Recibi3 atenci3n personalizada?					
¿El personal fue amable?					
¿El personal entiende las necesidades de los usuarios?					
¿El usuario mantiene voluntad para ayudar a los usuarios en su evento?					
¿Confiabilidad en el manejo de problemas?					
¿El personal tiene disponibilidad para ayudar al usuario?					
¿Atenci3n y prontitud para responder las preguntas del usuario?					
¿Recomendaría Logigroup México ?					

4.7.6 Administración

A) Estructura organizacional

- ✚ **Director General**
- ✚ **Gerente de Logística**
- ✚ **Gerente de Ventas y Reservaciones**
- ✚ **Gerente Administrativo**
- ✚ **Gerente de Relaciones**

Organigrama.



B) Descripción de puestos.

 PERFIL DEL PUESTO		
Puesto: Director general		
Edad: 25 – 40 años	Sexo: indistinto	Estado civil: Preferentemente soltero
Horario: Disponibilidad de horario	Escolaridad: Lic. en Administración	Experiencia: Mínimo dos años en el área administrativa
Idiomas: 80% de ingles		Sueldo mensual: \$ 17'238.00
FUNCIONES DEL PUESTO.		
<ul style="list-style-type: none">  Tomar decisiones a corto, mediano y largo plazo.  Delegar autoridad y compartir responsabilidades.  Reportar mensual a junta directiva.  Negociar con los proveedores.  Supervisar a los gerentes de área.  Asegurar la satisfacción total del cliente. 		

PERFIL DEL PUESTO.

Puesto:

Gerente administrativo

Edad:

25-40 años

Sexo:

Indistinto

Estado civil:

Indistinto

Horario:

Disponibilidad de horario

Escolaridad:

Lic. En Administración

Experiencia:

- ✚ 2 a 3 años en recursos humanos.
- ✚ Nomina
- ✚ Manejo de equipo de oficina, computo
- ✚

Idiomas:

60% inglés

Sueldo mensual:

\$ 10'342.80

FUNCION DEL PUESTO.

- ✚ Realizar presupuestos y pagos.
- ✚ Supervisar y controlar el área administrativa.
- ✚ Llevar el control de la contabilidad.
- ✚ Revisar la facturación de cuentas.
- ✚ Participar en las reuniones de área con los demás gerentes.

PERFIL DEL PUESTO

Puesto:

Gerente de logística

Edad:

24 – 40 años

Sexo:

Indistinto

Estado civil:

Preferentemente soltero

Horario:

Disponibilidad de horario para salir fuera del distrito federal

Escolaridad:

Lic. en Administración

Experiencia:

Mínimo dos años en el área de logística

Idiomas:

50% de ingles

Sueldo mensual:

\$ 10'342.80

FUNCION DEL PUESTO.

- ✚ Elegir el medio de transporte correcto (transporte aéreo, marítimo, terrestre, ferrovial o combinados.
- ✚ Costear cuánto se va a gastar
- ✚ Implementar un plan de contingencia y corrección
- ✚ Coordinar las operaciones con los empleados
- ✚ Encontrar el lugar adecuado para la realización del evento social
- ✚ Elaborar horarios de trabajo del personal de recepción
- ✚ Preparar las llegadas
- ✚ Coordinar y controlar el cupo de personas invitadas al evento para no sobrepasar las ocupación del salón

PERFIL DEL PUESTO

Puesto:

Gerente de Relaciones Públicas

Edad:

24 – 25 años

Sexo:

Indistinto

Estado Civil:

Preferentemente soltero

Horario:

Disponibilidad de horario

Escolaridad:

Lic. en Administración

Experiencia:

2 años mínimo en área de ventas

Idiomas:

80% de ingles

Sueldo mensual:

\$ 10'342.00

FUNCION DEL PUESTO

-  Analizar las necesidades de los clientes
-  Realizar la publicidad
-  Ejecutar las actividades que tratan de cumplir con los objetivos de la organización
-  Prevenir las necesidades del cliente
-  Verificar y asegurar que las tarifas aplicadas sean las correctas

PERFIL DEL PUESTO

Puesto:

Gerente de ventas y reservaciones

Edad: 24 – 40 años	Sexo: Indistinto	Estado civil: Preferentemente soltero
Horario: Disponibilidad de horario	Escolaridad: Lic. en Administración o pasante	Experiencia: Mínimo dos años en el área administrativa
Idiomas: 80% de ingles	Sueldo mensual: \$ 10´342.00	

FUNCION DE PUESTO

- ✚ Establecer comunicación entre el productor de servicio y el cliente para así satisfacer las necesidades de este.
- ✚ Obtener contratos con personas particulares, firmas comerciales y organizaciones sin fines de lucro.
- ✚ Apoyar al agente de logística en sus actividades (atención al cliente).
- ✚ Atender sugerencias y quejas.
- ✚ Elaborar los reportes de los eventos.

4.7.7 Condiciones de trabajo

Las condiciones de trabajo de **Logigroup México**, son las siguientes:

- ✚ Pantalón de vestir y blusa con el logo de **Logigroup México**.
- ✚ Disponer de tiempo, incluso en fines de semana.
- ✚ Posibilidades de viajar.
- ✚ Atención personalizada.
- ✚ Amabilidad.
- ✚ Conocimiento sobre el tema de logística en eventos sociales.
- ✚ Manejo de problemas.
- ✚ Trabajar bajo presión.
- ✚ Las oficinas deberán estar limpias.
- ✚ Trabajo en equipo.

4.7.8 Normatividad (Marco Jurídico)

- ✚ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- ✚ Ley Federal del Trabajo
- ✚ Ley de Sociedades Mercantiles
- ✚ Protección Civil.
- ✚ Reglamento Interno de trabajo.

Plan de Implementación

4.8 Plan de Implementación

Simbología

Concepto



Inicio / Fin



Actividad



Decisión



Datos



Documentos

					T.E.	Descripción
						Inicio de la actividad
					1 día	Contactar al cliente.
					1 día	Hacer una cita.
					1 hora	Conocer cuál es el evento que desean realizar.
					1 hora	Brindar información sobre el servicio.
					1 hora	Hacer un presupuesto aproximado.
					1 hora	Se quedan con el servicio o lo dejan.
					1 hora	Apertura de contrato
					1 Sem	Búsqueda de salones, iglesias de interés para el cliente
					1 día	Hacer citas para que conozcan los lugares de interés
					1 Sem	Asistir con el cliente a los salones y/o iglesias
					1 hora	Interés de algún sitio
					1 hora	Realizar contrato con los salones y/o la iglesia
					1 Sem	Elegir recuerdos, flores, música, etc.
					1 hora	Hacer cita para ensayo (en caso de boda)
					2 horas	Realizar ensayo
					6 hrs.	Noche del evento
					1 hora	Cierre de contrato
					10 min	Encuesta de calidad
						Fin de la actividad

Plan Financiero

4.9 Plan Financiero

4.9.1. Gastos de Operación

En la tabla se indica los gastos de operación mensuales, que se tendría en el año.

A partir del año 3 se incrementan los gastos de personal, como se explica en el apartado de nomina.

Se toma un 5% de la inflación aproximadamente, realizando el cálculo para la inflación.

Gastos	Periodicidad	Monto estimado	Monto estimado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
					Inflación	Inflación	Inflación	Inflación	Inflación
				105%	105%	105%	105%	105%	105%
Luz	Mensual	1,500	18,000	18,900	19,845.00	20,837.25	21,879.11	22,973.07	
Teléfono	Mensual	2,250	27,000	28,350	29,767.50	31,255.88	32,818.67	34,459.60	
Mantenimiento	Mensual	600	7,200	7,560	7,938.00	8,334.90	8,751.65	9,189.23	
Limpieza	Mensual	600	7,200	7,560	7,938.00	8,334.90	8,751.65	9,189.23	
Publicidad	Anual	5,000	5,000	5,250	5,512.50	5,788.13	6,077.53	6,381.41	
Papelería	Cuatrimensual	3,000	12,000	12,600	13,230.00	13,891.50	14,586.08	15,315.38	
Internet	Mensual	500	6,000	6,300	6,615.00	6,945.75	7,293.04	7,657.69	
Alimentos	Mensual	3,800	36,800	38,640	40,572.00	42,600.60	44,730.63	46,967.16	
Equipo menor	Mensual	500	6,000	6,300	6,615.00	6,945.75	7,293.04	7,657.69	
Decoración	Mensual	800	9,600	10,080	10,584.00	11,113.20	11,668.86	12,252.30	
Productos de limpieza	Mensual	300	3,600	3,780	3,969.00	4,167.45	4,375.82	4,594.61	
Predial	Anual	600	600	630	661.50	694.58	729.30	765.77	
Gastos de transporte	Mensual	3,000	36,000	37,800	39,690.00	41,674.50	43,758.23	45,946.14	
Agua	Bimestral	200	1,200	1,260	1,323.00	1,389.15	1,458.61	1,531.54	
Regalos	Mensual	6,000	72,000	75,600	79,380.00	83,349.00	87,516.45	91,892.27	
			248,200	260,610	273,641	287,323	301,689	316,773	
Sueldos	Mensual	58,609	703,310	703,310	877,068	1,137,708	1,572,108	2,701,536	
Total			951,510	963,920	1,150,709	1,425,031	1,873,797	3,018,309	

4.9.2 Nomina de empleados

# EMPLEADO	NOMBRE DEL EMPLEADO	CURP	RFC	SUELDO MENSUAL	DIAS LABORADOS	PERCEPCION TOTAL
1	Paola Noguez Zacarías	NOZP871107MDFGCL08	NOZP871107A12	\$ 17,238.00	365	\$ 206,856.00
2	Donají López Delgado	LODD880425MMCPNL04	LODD880425A12	\$ 10,342.80	365	\$ 124,113.60
3	Lorena González Sacarías	GOSL880928MDFNCR07	GOSL880928A12	\$ 10,342.80	365	\$ 124,113.60
4	Jorge Alberto Rodríguez Altamirano	ROAJ870525HDFDLR03	ROAJ870525AD2	\$ 10,342.80	365	\$ 124,113.60
5	Estrada Hernández Donovan	EAHD870609HDFSRN08	EAHD870609A12	\$ 10,342.80	365	\$ 124,113.60
TOTAL					1825	\$ 703,310.40

Sueldos mensuales y número de empleados

	Sueldos mensuales					
Director General	17,238	17,238	17,238	17,238	17,238	17,238
Gerente Administrativo	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343
Gerente de Logística	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343
Gerente de Ventas y Reservas	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343
Gerente de Relaciones Publicas	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343	10,343
	58,609	58,609	58,609	58,609	58,609	58,609
Asistente Administración		-	-	-	7,240	7,240
Asistente Logística		-	7,240	14,480	28,960	50,680
Asistente C y V		-	7,240	14,480	21,720	86,880
Asistente Reservas		-	-	7,240	14,480	21,720
			14,480	36,200	72,400	166,519
	58,609	73,089	94,809	131,009	225,128	

A partir del 3er año se tiene un crecimiento por las ventas, por lo tanto se contratan 2 empleados más, al siguiente año son 3 empleados más y en el año 5 y 6 se contratan 5 empleados más, esto es porque se tienen un mayor número de eventos sociales.

4.9.3 Estados de resultados (anual)

	Saldos iniciales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		8,339,760	13,135,122	17,513,496	21,891,870	30,648,618	39,405,366
Costo de Ventas		7,128,000	11,226,600	14,968,800	18,711,000	26,195,400	33,679,800
Utilidad Bruta		1,211,760	1,908,522	2,544,696	3,180,870	4,453,218	5,725,566
Gastos de operación		951,510	963,920	1,150,709	1,425,031	1,873,797	3,018,309
Depreciación del ejercicio		50,264	50,264	50,264	44,064	40,964	40,964
Resultado de operación		209,986	894,338	1,343,724	1,711,776	2,538,458	2,666,293
Impuestos		98,456	304,842	440,791	550,538	799,784	829,818
Resultado	0	111,530	589,496	902,933	1,161,238	1,738,674	1,836,475

Tomando en cuenta que en los gastos de operación se la proyección sufre cambios al incremento de inflación.

4.9.4 Balance general

Balance General (Saldos iniciales)

Efectivo	259,365				
Mobiliario y equipo	40,635				
Edificio	800,000		Capital Social		1,100,000
	1,100,000				1,100,000

Balance General (año1)

Efectivo	421,159			
Mobiliario y Equipo	40,635			
Depreciación	10,264		Capital Social	1,100,000
Total	30,371		Resultados acumulados	-
			Resultado del ejercicio	111,530
Edificio	800,000			
Depreciación de Edif.	40,000			
Total	760,000			
	1,211,530			1,211,530

Balance General (año2)

Efectivo	1,060,918			
			Capital Social	1,100,000
Mobiliario y equipo	40,635		Resultados acumulados	111,530
Depreciación	20,527		Resultado del ejercicio	589,496
Total	20,108			
Edificio	800,000			
Depreciación Edificio	80,000			
Total	720,000			
	1,801,026			1,801,026

Balance General (año3)

Efectivo	2,014,114			
			Capital Social	1,100,000
Mobiliario y equipo	40,635		Resultados acumulados	701,026
Depreciación	30,791		Resultado del ejercicio	902,933
Total	9,845			
Edificio	800,000			
Depreciación	120,000			
Total	680,000			
	2,703,959			2,703,959

Balance General (año4)

Efectivo	3,219,416			
			Capital Social	1,100,000
Mobiliario y equipo	40,635		Resultados acumulados	1,603,959
Depreciación	34,854		Resultado del ejercicio	1,161,238
Total	5,781			
Edificio	800,000			
Depreciación	160,000			
Total	640,000			
	3,865,197			3,865,197

Balance General (año5)

Efectivo	4,999,054			
			Capital Social	1,100,000
Mobiliario y equipo	40,635		Resultados acumulados	2,765,197
Depreciación	35,818		Resultado del ejercicio	1,738,674
Total	4,818			
Edificio	800,000			
Depreciación	200,000			
Total	600,000			
	5,603,871			5,603,871

Balance General (año 6)

Efectivo	6,876,493			
			Capital Social	1,100,000
Mobiliario y equipo	40,635		Resultados acumulados	4,503,871
Depreciación	36,781		Resultado del ejercicio	1,836,475
Total	3,854			
Edificio	800,000			
Depreciación	240,000			
Total	560,000			
	7,440,347			7,440,347

4.9.5 Estado de flujo de efectivo

Saldos iniciales

Utilidad antes de impuestos		-
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	-
Flujo generado de operación		-
	Pago impuestos	-
Flujo de act.		-
Efectivo inicio del ejercicio		259,365
Efectivo al final del ejercicio		259,365

Año 1

Utilidad antes de impuestos		209,986
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	50,264
Flujo generado de operación		260,250
	Pago impuestos	98,456
Flujo de act.		161,794
Efectivo inicio del ejercicio		259,365
Efectivo al final del ejercicio		421,159

Año 2

Utilidad antes de impuestos		894,338
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	50,264
Flujo generado de operación		944,602
	Pago impuestos	304,842
Flujo de act		639,759
Efectivo inicio del ejercicio		421,159
Efectivo al final del ejercicio		1,060,918

Año 3

Utilidad antes de impuestos		1,343,724
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	50,264
Flujo generado de operación		1,393,988
	Pago impuestos	440,791
Flujo de act		953,196
Efectivo inicio del ejercicio		1,060,918
Efectivo al final del ejercicio		2,014,114

Año 4

Utilidad antes de impuestos		1,711,776
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	44,064
Flujo generado de operación		1,755,839
	Pago imp.	550,538
Flujo de act		1,205,302
Efectivo inicio del ejercicio		2,014,114
Efectivo al final del ejercicio		3,219,416

Año 5

Utilidad antes de impuestos		2,538,458
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	40,964
Flujo generado de operación		2,579,421
	Pago imp	799,784
Flujo de act		1,779,637
Efectivo inicio del ejercicio		3,219,416
Efectivo al final del ejercicio		4,999,054

Año 6

Utilidad antes de impuestos		2,666,293
Gastos que no requieren flujo		
	Depreciación	40,964
Flujo generado de operación		2,707,257
	Pago impuestos	829,818
Flujo de act		1,877,439
Efectivo inicio del ejercicio		4,999,054
Efectivo al final del ejercicio		6,876,493

4.9.6 Programa de ventas proyectadas

En la siguiente tabla se observan las ventas proyectadas a seis años en las cuales se tiene:

- ✚ Primer año: 2 bodas, 2 XV años, 2 bautizos mensuales.
- ✚ Segundo año: 3 bodas, 3 XV años 3 bautizos mensuales.
- ✚ Cuarto año: 5 bodas, 5 XV años, 5 bautizos mensuales.
- ✚ Quinto año: 7 bodas, 7 XV años, 7 bautizos mensuales.
- ✚ Sexto año: 9 bodas, 9 XV años, 9 bautizos mensuales.
- ✚ O bien fiestas de diversos tipos pero que se tengan los ingresos como se marcan en cada año en las ventas.

	Saldos iniciales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas		8,339,760	13,135,122	17,513,496	21,891,870	30,648,618	39,405,366
Costo de Ventas		7,128,000	11,226,600	14,968,800	18,711,000	26,195,400	33,679,800
Utilidad Bruta		1,211,760	1,908,522	2,544,696	3,180,870	4,453,218	5,725,566

Plan de Contingencia

4.10 Plan de contingencias

Para Logigroup México S.A. Es importante que todos los gerentes estén comunicados entre sí, ya que si alguno faltara los demás trabajadores lo puedan cubrir.

En caso de algún siniestro o robo, es importante tener asegurado el mobiliario y equipo de trabajo con “Seguros Inbursa” como se menciona en el subtema 4.10.2.1.

4.10.1 Medidas técnicas

A) Plan de protección civil (extintor, simulacros...)



ASESORIA.- 55 37 9321 Protección Civil, Delegación Gustavo A. Madero

CAPACITACIÓN.- Programa de atención permanente, la cual es proporcionada a todos los sectores de la Delegación, se solicita directamente en las oficinas de la Coordinación de Protección Civil, destacando los siguientes temas:

- ✚ Introducción a la Protección Civil
- ✚ Uso y manejo de extintores.
- ✚ Primeros Auxilios
- ✚ Formación de Brigadas

SIMULACROS.- Programa de vigencia permanente, se realizan evaluaciones y valoraciones de la práctica de simulacros en sus diversos supuestos por parte de los sectores de la ciudadanía.

- ✚ En el artículo 187 de la Ley del Sistema de Protección Civil del DF, estipula una sanción de 100 a 500 veces el salario mínimo por omitir la realización de simulacros obligatorios que señala esta Ley.
- ✚ La Ley del Sistema de Protección Civil en el art. 77 nos indica que los establecimientos de mediano y alto riesgo deben hacer 3 simulacros al año dando avisos a la delegación y participar en los ejercicios preventivos que realice el sistema.

- ✚ De acuerdo a la ley de los establecimientos mercantiles en el art. 10... Los establecimientos que requieren Programa Interno de Protección Civil deberán realizar un simulacro de forma trimestral, esto quiere decir 4 al año.
- ✚ De acuerdo a la NOM-002 STP-2010 debemos realizar al menos un simulacro de incendio si nuestro centro de trabajo es de riesgo ordinario incendio y dos si es de riesgo de incendio alto.²⁸

4.10.2 Medidas organizativas

A) Contratación de seguros

Para **Logigroup México** es importante tener asegurado su mobiliario y equipo, por lo que el seguro que cotizaron fue con “Seguros Inbursa”.

El precio de dicho seguro es de \$8'503.65 mensuales, con cobertura mínima, como se presenta en el anexo.

Este seguro se contratara hasta que **Logigroup México** tenga mayores ventas en el más o genere mayor utilidad.

4.10.3 Medidas humanas

A) Higiene y seguridad

En **Logigroup México** la higiene que se les brinda a los clientes es primordial, ya que las bebidas que se les da en cualquier cita que tengan con la empresa se les proporcionan refrescos enlatados, así como agua de filtro, galleta empaquetada y café soluble en agua.

Las medidas de seguridad son las que se mencionaron anteriormente como son:

- ✚ Introducción a la Protección Civil
- ✚ Uso y manejo de extintores.
- ✚ Primeros Auxilios
- ✚ Formación de Brigadas
- ✚ Así como de 3 a 4 veces al año simulacros

²⁸ <http://proteccioncivilinfo.wordpress.com/2011/11/15/%C2%BFcuantos-simulacros-debo-hacer-en-mi-empresa-d-f/ 1/08/12>

Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES

- ✚ Hemos concluido que Logigroup México S.A. es una empresa factible para la sociedad, ya que los clientes no cuentan con el tiempo suficiente para realizar sus eventos sociales, por lo tanto tiene amplia posibilidad de crecer a corto plazo.
- ✚ Como mencionamos en este proyecto la gente no dispone de tiempo para organizar sus eventos sociales, por lo tanto se sugiere contratar a Logigroup México S.A. como solución a su problema
- ✚ Detectamos que las personas que contratan una empresa de logística en eventos, tiene un presupuesto destinado para realizar los eventos sociales, los cuales están dispuestos a pagar desde 50,000 hasta 250,000 pesos.
- ✚ Se detecto que la mayoría de personas está dispuesta a contratar una empresa de logística en eventos sociales de gran importancia, una boda por ejemplo.

RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda un plan de negocios para la apertura de un negocio, ya que es una guía de gran ayuda para futuros emprendedores – empresarios.
- ✚ Se recomienda contratar una empresa de logística en eventos sociales, ya que es práctica y una buena opción para disfrutar de un evento al 100% sin preocupaciones, si es Logigroup México S.A, que mejor.

Bibliografía y Mesografía

Ángeles Hernández Xavier, **PYMES**, Edit. ISEF, PRIMERA EDICION, AGOSTO 2007, MEXICO, PP. 120 PAG 16, 18 CONSULTADO

Balanko-Dickson Greg, “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”, 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F, Año 2008, pp. 382

Ballou Ronald H. “**Logística Administración de la cadena de suministro**”, Quinta edición, Edit. Pearson Educación, Estado de México, Año 2004 pp.789

Casanovas August, Cuatrecasas Lluís, “**LOGISTICA EMPRESARIAL**”, 1° Edición, Edit. Gestión 2000, Barcelona, Año 2001, pp. 222

Lueke Richard, “**CÓMO CREAR UNA EMPRESA EXITOSA**”, 2° edición, Edit. Deusto, Año 2006, pp. 267

Reyes Ponce, Agustín, “**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TEORÍA Y PRACTICA**”, primera parte, edit. Limusa, México 2011

Mesografía

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=9>

http://www.madrimasd.org/emprendedores/servicios_emprendedores/guia_autoevaluacion/etapa1/concepto.aspx

http://www.fonaes.gob.mx/doctos/pdf/capacitacion/giro_empresarial.pdf

http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=50&Itemid=67

http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=74

http://www.chili.com.mx/r/Distrito-Federal/Organizacion_de_eventos/page2.html

<http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/gran-empresa>

<http://proteccioncivilinfo.wordpress.com/2011/11/15/%C2%BFcuantos-simulacros-debo-hacer-en-mi-empresa-d-f/>

Anexos

ANEXOS

ACTA CONSTITUTIVA DE Logística en eventos S.A “Logigroup México”

ACTA CONSTITUTIVA DE SOCIEDAD ANÓNIMA ESCRITURA ,530 VOLUMEN 50, FOJAS 16709. EN LA CIUDAD MEXICO_, EN FECHA LUNES 24 DE septiembre DE 2012_, YO, EL LIC. _LEIVA ZAZUETA_, NOTARIO PÚBLICO NO. 12, HAGO CONSTAR: EL CONTRATO DE SOCIEDAD MERCANTIL, en forma ANÓNIMA DE, que otorgan los CC. LOPEZ DELGADO DONAJI, NOGUEZ ZACARIAS PAOLA, y que se sujetan a los estatutos que se contiene en las siguientes:

CLÁUSULAS DENOMINACIÓN, OBJETO, DURACIÓN, DOMICILIO, NACIONALIDAD Y CLÁUSULA DE ADMISIÓN DE EXTRANJEROS

PRIMERA. La sociedad se denominará “Logigroup México” nombre que irá seguido de las palabras “SOCIEDAD ANÓNIMA”, o de las siglas “S.A.

SEGUNDA. La sociedad tiene por objeto: a. La organización de eventos sociales

TERCERA. La duración de la sociedad será de 1 AÑOS, contados a partir de la fecha de firma de esta escritura.

CUARTA. El domicilio de la sociedad será (Calz. Vallejo, 1268 Cond. 2 Edif. G-5 Depto. 401, col. P.I.P.S.A cp. 07620 Del. Gustavo A. Madero), sin embargo podrá establecer agencias o sucursales en cualquier parte de la República, y someterse a los domicilios convencionales en los contratos que celebre. Los accionistas quedan sometidos en cuanto a sus relaciones con la sociedad, a la jurisdicción de los Tribunales y Autoridades del domicilio de la sociedad, con renuncia expresa del fuero de sus respectivos domicilios personales.

QUINTA. Los socios extranjeros actuales o futuros de la sociedad que se constituye se obligan formalmente con la Secretaria de Relaciones Exteriores, a considerarse como nacionales, respecto de las partes sociales que sean titulares en esta sociedad, así como de los bienes, derechos, concesiones, participaciones o intereses de que sea titular la sociedad o bien de los derecho o obligaciones que deriven de los contratos en que ésta sea parte con autoridades mexicanas y a no invocar, por lo mismo la protección de su Gobiernos, bajo la pena en caso contrario de perder en beneficio de la Nación las participaciones sociales que hubieren adquirido.

CAPITAL SOCIAL, ACCIONES SEXTA. Su capital es variable, el mínimo fijo es de \$300,000 M.N. (TRESCIENTOS MIL M.N.), representado por CIEN ACCIONES, con valor nominal de \$150,000, cada una.

SÉPTIMA. Cuando en esta sociedad participe la inversión extranjera se observaran las reglas siguientes: a. Personas físicas de nacionalidad mexicana.

b. Inmigrados que no s encuentren vinculados con centros de decisión económica del exterior, y c. Personas morales mexicanas en las que participe total o mayoritariamente el capital mexicano. El porcentaje que deba ser suscrito por mexicanos determinara de acuerdo con la clasificación mexicana de actividades y productos que señala la Ley de Inversión Extranjera. El porcentaje restante estará integrado por acciones de la serie "B" y será de suscripción libre. En todo caso y en cualquier circunstancia deberá respetarse el porcentaje de capital mínimo mexicano, en términos netos, y en caso de que la participación de la inversión extranjera en el capital social pretenda exceder el porcentaje fijado deberá cumplir con lo que establece el artículo 4to de la ley antes mencionada.

OCTAVA. El capital social fijo será susceptible de aumentarse o disminuirse con las siguientes formalidades: En caso de aumento se requerirá de Asamblea General extraordinaria de Accionistas y éstos tendrán derecho preferente para suscribirlo en proporción al número de acciones de que sea titular. Tal derecho de preferencia deberá ejercitarse dentro de los quince días siguientes a la fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación o en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio social, del acuerdo de la Asamblea que hay decretado dicho aumento, pero si en la Asamblea estuviera representada la totalidad del capital social, podrá hacerse el aumento en ese momento. En caso de disminución se requerirá la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas y no podrá ser inferior al autorizado por la Ley General de Sociedades Mercantiles; la disminución se efectuará por sorteo de las acciones o por retiro de aportaciones. El socio que desee separarse deberá notificarlo a la sociedad y no surtirá efectos tal petición sino hasta el fin del ejercicio anual en curso, si la notificación se hace antes del último trimestre o hasta el fin del siguiente ejercicio si se hiciere después. Al efecto se cumplirá son lo que establece el artículo 220 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

NOVENA. El capital máximo es ilimitado, no obstante la sociedad podrá establecer su capital fijo y su capital variable en las cantidades que la asamblea acuerde en cada caso. Las acciones representativas de la parte variable del capital social podrán ser emitidas por acuerdo de la Asamblea Ordinaria de Accionistas y podrán emitirse como resultado de aportaciones en efectivo, en especie con motivo de capitalización de primas sobre acciones, con capitalización de utilidades retenidas o de reservas de valuación y reevaluación o de otras aportaciones previas de los accionistas, sin que ello implique modificación de los Estatutos de la Sociedad, mediante los mismos requisitos podrá disminuirse el capital social de la sociedad dentro de la parte variable.

Las acciones en su caso emitidas y no suscritas a tiempo de aumentar el capital, serán guardadas en la caja de la sociedad para entregarse a medida que vaya realizándose la suscripción.

DÉCIMA. La sociedad llevará un registro de acciones nominativas con los datos que establece la Ley General de Sociedades Mercantiles, y se considerará accionista al que aparezca como tal en dicho registro. A petición de cualquier accionista, la sociedad deberá inscribir en el libro de registro las transmisiones que se efectúen. Cada acción representa un voto, confiere iguales derechos y es indivisible, por lo que cuando pertenezca a dos o más personas deberán designar un representante común. Los certificados provisionales o de títulos definitivos que representen las acciones, deberán llenar todos los requisitos establecidos en el artículo 125 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, podrán amparar una o más acciones y serán formados por dos miembros del Consejo de Administración o por el Administrador.

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS DÉCIMA PRIMERA. La Asamblea General de Accionistas es el órgano supremo de la sociedad y legalmente instalada representa todas las acciones.

DÉCIMA SEGUNDA. La Asamblea se convocará en la forma establecida por la Ley General de Sociedades Mercantiles.

DÉCIMA TERCERA. La convocatoria contendrá el orden del día, será firmada por quien la haga y se publicará una vez en el Diario Oficial de la Federación o en uno de los periódicos de mayor circulación, por lo menos cinco días antes de que se reúnan.

DÉCIMA CUARTA. La Asamblea será válida sin publicar la convocatoria, cuando estén representadas la totalidad de las acciones.

DÉCIMA QUINTA. Los accionistas depositarán sus acciones en caja de la sociedad o en Institución de Crédito, antes de que principie la Asamblea y podrán nombrar representante para asistir y votar en la misma mediante carta poder.

DÉCIMA SEXTA. Presidirá las Asambleas el Administrador o en su caso, el Presidente del Consejo de Administración y si no asisten la Asamblea elegirá Presidente de Debates, el cual designará un Secretario.

DÉCIMA SÉPTIMA. El Presidente nombrará uno o más escrutadores de preferencia accionistas, para que certifique el número de acciones representadas.

DÉCIMA OCTAVA. Las asambleas serán Ordinarias y Extraordinarias y ambas deberán reunirse en el domicilio social.

DÉCIMA NOVENA. La Asamblea General Ordinaria y Accionistas deberán reunirse por lo menos una vez al año, dentro de los cuatro meses que sigan a la cláusula del ejercicio social y se ocupará de tratar los asuntos que establece el artículo 8A de la Ley General de Sociedad Mercantiles.

VIGÉSIMA. La Asamblea Ordinaria en virtud de primera convocatoria, quedará legalmente instalada cuando esté representado el cincuenta por ciento del capital social, por lo menos las resoluciones sólo serán válidas cuando se tomen por mayoría de votos y si se reúnen en virtud de segunda convocatoria, se expresará esta circunstancia y en ella se resolverá sobre los asuntos indicados en el orden del día, cualquiera que sea el número de acciones representadas por mayoría de votos.

VIGÉSIMA PRIMERA. Las Asambleas Extraordinarias tratarán asuntos que se enumeran en el artículo 182 de la Ley General de Sociedades Mercantiles; si se reúnen en virtud de primera convocatoria quedarán legalmente instaladas cuando hay representadas acciones para que apruebe las decisiones el setenta y cinco por ciento del capital social y se reúne en virtud de segunda convocatoria serán validas las decisiones aprobadas para el cincuenta por ciento del capital social.

VIGÉSIMA SEGUNDA. Los accionistas que sean funcionarios se abstendrán de votar en los casos que previene la Ley.

VIGÉSIMA TERCERA. El Secretario asentará acta de las Asambleas y agregará lista de asistencia suscrita por los concurrentes, firmarán las actas el Presidente, el Secretario, el Comisario si concurre y el o los Escrutadores.

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD VIGÉSIMA CUARTA. Administrará la sociedad un Administrador o un Consejo de Administración de dos miembros o

más quienes podrán o no ser accionistas, y desempeñarán sus cargos por tiempo indefinido hasta que tomen posesión quienes los sustituyan.

VIGÉSIMA QUINTA. La Asamblea General de Accionistas decidirá la forma de administrar la sociedad, elegirá los funcionarios por mayoría de votos y podrá designar suplente. La participación de la inversión Extranjera es los órganos de administración de la Sociedad no podrá exceder de su participación en el capital.

VIGÉSIMA SEXTA. El Administrador único o el consejo de Administración en su caso, será el representante legal de la sociedad y tendrá por lo tanto, las siguientes atribuciones: a. Administrar los negocios y bienes de la sociedad con poder general, en los términos del Código Civil. b. Representar a la sociedad con poder general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales y las especiales que requieran cláusula especial conforme a la Ley, sin limitación alguna, estando facultado inclusive para promover el juicio de amparo, seguirlo en todos sus trámites y desistirse de él. c. Representar a la sociedad, con poder general para actos de dominio en los términos del artículo 2554 del Código Civil. d. Representar a la sociedad con poder general para actos de administración laboral, en los términos de los artículos 962, 964 de la Ley Federal del Trabajo, ante las Juntas Locales y Federales de Conciliación y Arbitraje. e. Formular y presentar querellas, denuncias o acusaciones y coadyuvar con el Ministerio Público en procesos penales, pudiendo constituir a la sociedad como parte civil en dichos procesos y otorgar perdones cuando, a juicio, el caso lo amerite. f. Adquirir participaciones en el capital de otras sociedades. g. Otorgar y suscribir títulos de crédito a nombre de la sociedad. h. Abrir y cancelar cuentas bancarias a nombre de la sociedad, con facultades de designar y autorizar personas que giren a cargo de las mismas. i. Conferir poderes generales o especiales con facultades de sustitución o sin ellas y revocarlos. j. Nombrar y remover a los Gerentes, Subgerentes, Apoderados, agentes y empleados de la sociedad, determinando sus atribuciones, condiciones de trabajo y remuneraciones. k. Celebrar contratos individuales y colectivos de trabajo e intervenir en la formación de los Reglamentos Internos de Trabajo. l. Delegar sus facultades en uno o varios consejeros en casos determinados, señalándose sus atribuciones para que las ejerciten en los términos correspondientes. m. Convocar a Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias de Accionistas, ejecutar sus acuerdos, y en general llevar a cabo los actos y

Operaciones que fueren necesarios o convenientes para los fines de la Sociedad, con excepción de los expresamente reservados por la Ley o por estos Estatutos a la asamblea.

VIGÉSIMA SÉPTIMA. Cuando la Asamblea elija Consejo regirán las estipulaciones siguientes: a. Los accionistas minoritarios que representen veinticinco por ciento del capital total como mínimo, tendrán derecho a elegir uno de los Consejeros Propietarios, este nombramiento únicamente podrá anularse o revocarse con los de la mayoría. Este porcentaje será del diez por ciento cuando las acciones de la sociedad se inscriban en la bolsa de Valores. b. El Consejo se reunirá en sección ordinaria por lo menos una vez al año y en extraordinaria cuando lo citen el Presidente, la mayoría de los Consejeros o el Comisario. c. Integrarán el quórum para las reuniones la mayoría de los Consejeros. d. Los acuerdos se aprobarán por mayoría de votos y en caso de empate el Presidente tendrá voto de calidad. e. De cada sesión se levantará acta que firmaran los consejeros que asistan.

VIGÉSIMA OCTAVA. La administración directa de la sociedad podrá estar a cargo de gerentes quienes podrán ser o no accionistas.

VIGÉSIMA NOVENA. La Asamblea General de Accionistas, el Administrador o Consejo de Administración, designarán a los Gerentes, señalarán el tiempo que deban ejercer sus cargos, facultades y obligaciones.

VIGILANCIA DE LA SOCIEDAD TRIGÉSIMA. La vigilancia de la sociedad estará a cargo de uno o varios Comisarios, quienes podrán ser o no accionistas serán elegidos por la Asamblea General de Accionistas por mayoría de votos y ésta podrá designar los suplentes y desempeñarán sus cargos por tiempo indefinido hasta que tomen posesión quienes lo sustituyan.

TRIGÉSIMA PRIMERA. El Comisario tendrá las facultades y obligaciones consignadas en el artículo 166 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
EJERCICIO SOCIAL, BALANCE, UTILIDAD Y PÉRDIDAS

TRIGÉSIMA SEGUNDA. Los Ejercicios Sociales se inician el primero de enero y terminan el treinta y uno de diciembre de cada año, excepto el primer ejercicio que se iniciará con las actividades de la sociedad y terminará el treinta y uno de diciembre siguiente.

TRIGÉSIMA TERCERA. Dentro de los cuatro meses siguientes a la clausura del ejercicio social, el Administrador o el Consejo de Administración, formarán balance con los documentos justificativos lo pasarán al Comisario para que emita dictamen en diez días.

TRIGÉSIMA CUARTA. Practicado el balance, se convocará Asamblea General de Accionistas y el balance junto con los documentos y el informe a que se refiere el artículo 166 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, quedarán en la

administración o en la Secretaria a disposición de los accionistas, por lo menos quince días antes de que reúna la Asamblea.

TRIGÉSIMA QUINTA. Las utilidades se distribuirán: a. Se apartará el cinco por ciento para formar o reconstruir el fondo de reserva que alcanzará la quinta parte del capital social. b. El remanente se distribuirá entre las acciones por partes iguales.

TRIGÉSIMA SEXTA. Cuando haya pedidas serán soportadas por las reservas y agotadas éstas por las acciones por partes iguales hasta su valor nominal.

TRIGÉSIMA SÉPTIMA. Los fundadores no se reservan participación adicional a las utilidades.

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN TRIGÉSIMA OCTAVA. La sociedad se disolverá en los casos previstos por el artículo 229 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

TRIGÉSIMA NOVENA. La Asamblea que acuerde la disolución nombrará uno o más liquidadores, fijará sus emolumentos, facultades, obligaciones y el plazo de liquidación.

CUADRAGÉSIMA. La liquidación se sujetará a las bases consignadas en el artículo 246 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

CLÁUSULAS TRANSITORIAS PRIMERA. Los otorgantes hacen constar:

- a. Que los accionistas suscriben íntegramente el capital social mínimo fijo en la proporción siguiente

ACCIONISTAS (NOMBRES)	ACCIONES (%)	VALOR
Noguez Zacarías Paola	50%	150000
López Delgado Donají	50%	150000

- b. Los accionistas pagan el Capital Social en efectivo Moneda Nacional, y los depositan en la caja de la Sociedad; y en consecuencia, EL ADMINISTRADOR ÚNICO, les otorga recibo. SEGUNDA. Los otorgantes constituidos en Asamblea General de Accionistas, acuerdan: a. Administrará la Sociedad: UN ADMINISTRADOR. b. Eligen al Administrador Único, al C. Cesar Daniel Agallo Castaldi c. Eligen COMISARIO al. d.

Dulce María López Delgado Los accionistas acuerdan otorgar PODER GENERAL PARA PLEITOS Y COBRANZAS. e. Hacen constar que los funcionarios electos aceptan sus cargos, y protestan su fiel desempeño. GENERALES Los comparecientes declaran ser: mexicanos por nacimiento. La C. Donají López Delgado, es originario de México D.F., donde nació en fecha 25 de abril del 1988, estado civil soltera, ocupación estudiante, domicilio calle 567 no9 col San Juan de Aragón cp. 07990, México D.F. Del Gustavo A Madero. La C. Paola Noguez Zacarias, es originario de México D.F, donde nació en fecha 7 noviembre de 1987, estado civil soltera, ocupación estudiante, domicilio And. 25 de Francisco J Macín no.9 unidad CTM El risco cp., 07090, México DF Del. Gustavo A Madero.

CERTIFICACIONES YO LEIVA ZAZUETA, EL NOTARIO NUMERO 12, CERTIFICÓ:

I. Que los comparecientes me exhiben el permiso que la Secretaría de Relaciones Exteriores expidió en fecha 3 de septiembre del 2012, para la Constitución de esta sociedad, al cual correspondió el número 2303, y folio 16572, el que agregó al apéndice de esta escritura con la letra "A", y anexaré al testimonio que expida. II. Que lo relacionado e inserto concuerda fielmente con sus originales que tengo a la vista. III. Respecto de los comparecientes: a. Que los conozco y a mi juicio tiene capacidad legal. b. Que les hice conocer el contenido del artículo 2do. Del Código Civil, y sus correlativos en las demás entidades federativas, que dice: "La capacidad jurídica es igual para el hombre y la mujer. A ninguna persona por razón de edad, sexo, embarazo, estado civil, raza, idioma, religión, ideología, orientación sexual, identidad de género, expresión de rol de género, color de piel, nacionalidad, origen o posición social, trabajo o profesión, posición económica, carácter físico, discapacidad o estado de salud, se le podrán negar un servicio o prestación a la que tenga derecho, ni restringir el ejercicio de sus derechos cualquiera que sea la naturaleza de éstos.". c. Que les advertí que de acuerdo con el Código Fiscal de la Federación, en el plazo de treinta días a partir de su firma, deben inscribir esta sociedad en el Registro Federal del contribuyentes y justificarlo así al suscrito Notario de otra forma se hará la denuncia a que se refiere dicho precepto. d. Que les leí en voz alta esta escritura, explique su valor y consecuencias legales, y habiendo manifestado su conformidad la firman el día 24 de septiembre de 2012, y acto continuo la AUTORIZO DEBIDAMENTE, en la ciudad de México D.F. FIRMAS

INTRODUCCION

El presente instrumento forma parte de una investigación acerca de Logística de eventos sociales

Por lo que solicitamos su participación contestando cada pregunta de manera objetiva y veraz

La información es de carácter confidencial y reservado, ya que los resultados serán solamente manejados para la investigación

DATOS GENERALES

Nombre: _____

Edad:

18 a 25 26 a 35 36 a 45 más de 46

Sexo: F M

Estado Civil:

Casado soltero

Escolaridad:

Primaria Secundaria Preparatoria Universidad Posgrado

Ocupación:

Estudiante Empleado Hogar Independiente Jubilado

Vive en casa:

Propia Renta

Sin contar baño y cocina ¿con cuantas habitaciones cuenta su hogar?

1-3 4-5 más de 6

¿Cuántos focos tiene por habitación?

1-3 4-5 más de 6

¿Cuenta usted con automóvil?: si no

¿A dónde acostumbra ir de vacaciones?

Playa Estados de la Republica Extranjero Otras, especifiqué: _____

INSTRUCCIONES:

Lea el siguiente cuestionario y marque con una "x" la respuesta que más le agrade

PREGUNTAS

1.- ¿Para usted que es una empresa de logística en eventos sociales?

No se *Planea, organiza, asesora el evento*
Asesora el evento *Organiza el evento*
Otro, especifique: _____

2.- ¿Conoce alguna empresa de logística de eventos sociales?

Si No

Si su respuesta es No, pase a la pregunta numero 3

Si su respuesta es sí ¿cuál de estas?

Palacio de Hierro Turismo y convenciones Grupo 2 Go
Salones de fiestas OCESA Camino Real
Coronado Grupo posadas Real Otros, especifique: _____
Intermeeting McDonald's

3.- ¿Ha contratado alguna empresa de logística de eventos sociales?

Si No

Si su respuesta es sí especifique ¿Cuál? _____

Si su respuesta es No, pase a la pregunta 4

4.- ¿Con que frecuencia realiza eventos sociales?

1 vez al año De 5 a 7 veces al año Más de 12 veces al año
2 veces al año De 8 a 12 veces al año

5.- ¿Con que frecuencia asiste a los eventos sociales?

1 vez al año De 5 a 7 veces al año Más de 12 veces al año
2 veces al año De 8 a 12 veces al año

6.- ¿Usted contrataría a una empresa para que organice todo su evento social?

Si No

Si su respuesta es No, pase a la pregunta 7

Si su respuesta es sí ¿Por qué?

Para ahorrar tiempo La empresa le da todo

Se encarga de todo Mejor organización

Por el costo Por el costo

Otro, especifique: _____

7.- ¿para usted que es calidad en el servicio?

Tener tiempo y dedicación para hacer el evento

Buena atención y que cumplan con las expectativas

Cosas bien hechas y cuidadas

Rapidez, eficiencia y eficacia

Otro, especifique: _____

8.- ¿Cuánto pagaría por su evento?

De 50'000 a 250'000 pesos De 500'000 a 750'000 pesos

De 250'000 a 500'000 pesos De 750'000 a 1'000'000 pesos

Otros, especifique: _____

9.- ¿Si usted contratara un servicio de logística que influye en la toma de decisión?

Precio Prestigio Experiencia

Recomendación Cercanía Otros, especifique: _____

10.- ¿Qué promoción son atractivas para usted?

Paquetes

Descuentos

Cortesías

Meses sin intereses Cliente frecuente Precio
Otros, especifique: _____

11.- ¿Conoce algún tipo de publicidad en donde se anuncien empresas que organicen eventos sociales?

Si No

Si su respuesta es No, pase a la pregunta numero 12

Si su respuesta es sí ¿Cuáles?

Sección amarilla	<input type="checkbox"/>	Revistas	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Espectaculares	<input type="checkbox"/>	Otra, especifique: _____	
Tv	<input type="checkbox"/>	Exposiciones	<input type="checkbox"/>		

12.- ¿En donde le gustaría que se anunciara?

Sección amarilla	<input type="checkbox"/>	Revistas	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Espectaculares	<input type="checkbox"/>	Otra, especifique: _____	
Tv	<input type="checkbox"/>	Exposiciones	<input type="checkbox"/>		

PROPUESTA POR 365 DIAS, VALIDA POR 15 DIAS A PARTIR DEL 06/AGO/2012

PAOLA NOGUEZ ZACARIAS UBICACION DEL RIESGO: <p align="center">C.P. 07620</p>	PRIMA EN PAGO DE CONTADO <table border="0"> <tr> <td>MONEDA</td> <td align="right">NACIONAL</td> </tr> <tr> <td>PRIMA NETA</td> <td align="right">7,030.73</td> </tr> <tr> <td>DERECHO DE POLIZA</td> <td align="right">300.00</td> </tr> <tr> <td>I.V.A. (16.00%)</td> <td align="right">1,172.92</td> </tr> <tr> <td>PRIMA TOTAL</td> <td align="right">8,503.65</td> </tr> </table>	MONEDA	NACIONAL	PRIMA NETA	7,030.73	DERECHO DE POLIZA	300.00	I.V.A. (16.00%)	1,172.92	PRIMA TOTAL	8,503.65
MONEDA	NACIONAL										
PRIMA NETA	7,030.73										
DERECHO DE POLIZA	300.00										
I.V.A. (16.00%)	1,172.92										
PRIMA TOTAL	8,503.65										

CARACTERISTICAS CONSTRUCTIVAS : MUROS Y TECHOS MACIZOS
 GIRO DEL NEGOCIO : OFICINAS PARTICULARES
 NUMERO TOTAL DE NIVELES : 4

DISTANCIA AL MAR:EL BIEN SE ENCUENTRA A MAS DE 500 METROS DEL MAR EN LINEA RECTA
 DISTANCIA A LAGO:EL BIEN SE ENCUENTRA A MAS DE 250 METROS DE LAGO, LAGUNA, PRESA O RIO EN LINEA RECTA.

SECCION	COBERTURAS	SUMA ASEGURADA
I	DANOS MATERIALES AL INMUEBLE	1,000,000.00
II	DANOS MATERIALES A CONTENIDOS	1,000,000.00
III	PERDIDAS CONSECUENCIALES (S.E.A.)	100,000.00
IV	RESPONSABILIDAD CIVIL BASICA	100,000.00
V	ROTURA DE CRISTALES	30,000.00
VI	ANUNCIOS LUMINOSOS	EXCLUIDO
VII	ROBO DE MERCANCIAS	EXCLUIDO
	OBJETOS DE VALOR	EXCLUIDO
VIII	DINERO Y VALORES	EXCLUIDO
IX	ROTURA DE MAQUINARIA	EXCLUIDO
X	EQUIPO ELECTRONICO (ANEXAR RELACION DE BIENES)	100,000.00
XI	CALDERAS Y RECIPIENTES A PRESION	EXCLUIDO

A PARTIR DE SU CONTRATACION LA COMPANIA CONVIENE EN INCREMENTAR LAS SUMAS ASEGURADAS PARA LAS SECCIONES : I, II, X, EN LA MISMA PROPORCION QUE SE INCREMENTE EL INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR, PUBLICADO POR EL BANCO DE MEXICO, S.N.C.

SI CUALQUIERA DE LOS DATOS AQUI PRESENTADOS CAMBIA AL MOMENTO DE SOLICITAR SU POLIZA EL COSTO SE VERA MODIFICADO.

22580 GERENCIA DE COMERCIO
ELECTRONICO

CLAVE Y NOMBRE DEL AGENTE

NOMBRE Y FIRMA DEL SOLICITANTE

ESTA COTIZACION EN NINGUN CASO SE CONSIDERA CARTA COBERTURA.
 EN CASO DE ACEPTACION POR PARTE DEL CLIENTE, EL INICIO DE VIGENCIA SERA A PARTIR DE LA FECHA DE RECEPCION DE LA SOLICITUD EN LA OFICINA.

PROPUESTA POR 365 DIAS, VALIDA POR 15 DIAS A PARTIR DEL 06/AGO/2012

LA PRESENTE PROPUESTA QUEDARA SUJETA A LOS SIGUIENTES ANEXOS:
-CONDICIONES GENERALES PARA LA POLIZA COMERCIO INTEGRAL
-CONDICIONES PARTICULARES PARA LA COBERTURA DE EQUIPO ELECTRONICO

ESPECIFICACION DE CONDICIONES Y COBERTURAS ADICIONALES

SECCION I Y/O II (BASICA DE INCENDIO Y/O RAYO)

COBERTURAS ADICIONALES : EXPLOSION, HUELGAS, COBERTURA MULTIPLE, HIDROMETEOROLOGICOS, TERREMOTO,
DEDUCIBLE INCENDIO Y/O RAYO : SIN DEDUCIBLE
ZONA DE TERREMOTO : 7 DEDUCIBLE PARA TERREMOTO : 2%
COASEGURO PARA TERREMOTO : 25%
ZONA RIESGOS HIDROMETEOROLOGICOS :- ALFA 3
DEDUCIBLE Y COASEGURO PARA HIDROMETEOROLOGICOS: -DE ACUERDO A LO ESTIPULADO EN LA CLAUSULA HI01.- RIESGOS HIDROMETEOROLOGICOS
DEDUCIBLE DEMAS RIESGOS : 1% DE LA SUMA ASEGURADA CON MAXIMO DE 750 D.S.M.

SECCION III (PERDIDAS CONSECUENCIALES)

DEDUCIBLE PERDIDAS CONSECUENCIALES : SIN DEDUCIBLE
REMOCION DE ESCOMBROS : 100,000.00
DEDUCIBLE REMOCION DE ESCOMBROS : SIN DEDUCIBLE

SECCION V (ROTURA DE CRISTALES)

ANEXAR RELACION DE CRISTALES ESPECIALES, SI CUENTA CON ELLOS
DEDUCIBLE DE 5% DE PARTICIPACION EN LA PERDIDA CON MINIMO DE 5 DIAS DE SALARIO MINIMO.

SECCION X (EQUIPO ELECTRONICO)

COBERTURAS ADICIONALES : HURACAN, CICLON, GRANIZO Y VIENTOS TEMPESTUOSOS, INUNDACION, HUELGAS Y ALBOROTOS POPULARES,
TERREMOTO Y/O ERUPCION VOLCANICA,
S.A. FINES ADMINISTRATIVOS : 100,000.00
DEDUCIBLE EQUIPO ELECTRONICO : 5% DE PARTICIPACION EN LA PERDIDA CON MINIMO ABSOLUTO QUE DEPENDERA DEL RANGO
DE SUMA ASEGURADA SEGUN CONDICIONES GENERALES DE LA POLIZA
DEDUCIBLE ROBO EQ.ELECTRONICO : 15% DE PARTICIPACION EN LA PERDIDA CON MINIMO ABSOLUTO QUE DEPENDERA DEL RANGO
DE SUMA ASEGURADA SEGUN CONDICIONES GENERALES DE LA POLIZA

ESTA COTIZACION EN NINGUN CASO SE CONSIDERA CARTA COBERTURA.
EN CASO DE ACEPTACION POR PARTE DEL CLIENTE, EL INICIO DE VIGENCIA SERA A PARTIR DE LA FECHA DE RECEPCION DE LA SOLICITUD EN LA OFICINA.